

COMPETITIVITA' TURISTICA INTERNAZIONALE DEI TERRITORI ITALIANI. *IL CASO DELLA PUGLIA.*

Emmanuele DALUIO 1.doc

SOMMARIO

Il lavoro punta a valutare la competitività turistica delle regioni italiane e delle province italiane, attraverso l'analisi di alcuni fattori che possano svolgere un ruolo determinante, sia fattori prettamente turistici, che fattori riguardanti il contesto territoriale.

Tale analisi è sviluppata sulla base della letteratura riguardante i temi della specializzazione produttiva, della localizzazione produttiva, della competitività territoriale e della competitività turistica, da cui viene tratto un set di indicatori turistici e di qualità del contesto territoriale.

Il lavoro, attraverso l'analisi di correlazione tra gli indicatori utilizzati, perviene a delineare uno schema interpretativo della competitività turistica delle regioni italiane definito come "diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane", utile anche per l'analisi di destinazioni turistiche sub-regionali.

Il lavoro contiene anche una focalizzazione sulla competitività turistica delle 110 province italiane, pur potendo contare su un data base più ridotto di indicatori e limitato nel tempo, solo a partire dal 2010.

Il lavoro contiene anche un focus sulle 42 regioni euro-mediterranee e in particolare sulla Puglia, meta turistica emergente in tale contesto, in particolare per quanto riguarda la capacità di attrattività di flussi turistici esteri, e si conclude con l'indicazione di lineamenti di *policy* per tale regione, finalizzati a promuoverne/sostenerne la competitività turistica.

Il lavoro qui presentato rappresenta una rielaborazione di un lavoro più ampio a cui si rinvia (Daluiso, 2016).

1. Fattori competitivi del turismo nelle regioni e nelle province italiane: il diamante dello sviluppo turistico

1. 1. *Introduzione*

Il turismo è un'importante settore economico in Italia, tanto da collocare il Paese fra i maggiori paesi al mondo per attrazione dei flussi turistici, esattamente al 5° posto dopo Francia, Stati Uniti, Spagna e Cina, ma è anche un settore di attività con una elevata concentrazione geografica: nelle regioni del Centro-Nord si concentra l'80% circa delle presenze turistiche e il restante 20% nelle regioni del Mezzogiorno.

Ci siamo quindi posti il problema di capire perché il settore turistico sia un settore importante per l'economia italiana e perché manifesti un'elevata concentrazione territoriale, di capire, cioè, i fattori che portano l'Italia a svolgere un ruolo rilevante nel turismo mondiale e i fattori che hanno determinato una tale concentrazione.

Preliminarmente ci proponiamo di evidenziare i risultati a cui è pervenuta la scienza economica, su cui possiamo fondare un'ipotesi interpretativa dello sviluppo turistico italiano, tanto del ruolo del turismo italiano a livello internazionale quanto dei fenomeni di concentrazione territoriale, un'ipotesi che possa anche supportare le politiche di sviluppo turistico future, soprattutto al fine di coinvolgere nello sviluppo turistico quelle regioni e quei territori che sono rimasti al margine, il cui sviluppo potrebbe dare una nuova spinta all'intero turismo nazionale, in un quadro internazionale che sta cambiando rapidamente con l'emergere di nuove destinazioni turistiche.

I temi rilevanti di cui si è occupata la scienza economica utili ai nostri fini sono quelli della specializzazione produttiva, della localizzazione delle attività produttive, della competitività territoriale, della competitività di una destinazione turistica.

2. 1. *Temi rilevanti alla base dello schema di analisi*

2.1.1. Specializzazione produttiva a livello internazionale

Il tema della specializzazione produttiva e della concentrazione territoriale di un settore produttivo è un tema di forte interesse della letteratura economica e affonda le sue radici nell'economia classica, precisamente nelle intuizioni dell'economista inglese David Ricardo, il quale, nei primi decenni del 1800, diede una spiegazione della specializzazione produttiva di un paese nel contesto internazionale e quindi del commercio internazionale, del perché per un paese sia vantaggioso commerciare, formulando la legge dei vantaggi comparati (Ricardo, 1817). Secondo tale legge, ogni paese tende a specializzarsi in quei settori in cui riesce a manifestare un vantaggio comparato, un vantaggio derivante dalla capacità di produrre un bene con un costo-opportunità, in termini di altri beni, minore che negli altri paesi. La differenza di produttività del lavoro fra paesi era per Ricardo la motivazione scatenante per lo scambio di beni: anche laddove un paese presenti vantaggi assoluti rispetto a un altro paese, sia cioè in grado di produrre di più e meglio rispetto a tale paese in tutta una serie di beni, finirà tuttavia per specializzarsi nella produzione di quei beni dove manifesta un vantaggio comparato in termini di costo-opportunità, ovvero un vantaggio relativo in termini di produttività del lavoro.

Ricardo rivede, in tal modo, la posizione prima di lui assunta da Adam Smith, il quale aveva sostenuto che i paesi commerciano fra loro sulla base del principio dei vantaggi assoluti. Il concetto di Smith può apparire di più facile comprensione, ma è la sottigliezza dell'intuizione di Ricardo che ha dato il più importante contributo alle politiche del libero commercio, in contrapposizione al sistema mercantilistico che aveva caratterizzato l'economia internazionale fra il 16° e il 18° secolo, quale fondamento della ricchezza delle nazioni. Le differenze fra paesi, valutati in termini di vantaggi comparati, sono dunque all'origine della reciproca specializzazione produttiva e del reciproco commercio. Grazie ai vantaggi comparati tutti i paesi

hanno convenienza ad aprirsi al commercio internazionale e ciascun paese a specializzarsi in quei beni in cui presenta una più elevata produttività del lavoro.

Per quanto il modello ricardiano non consideri tutta una serie di aspetti connessi al commercio internazionale, la sua validità è stata dimostrata empiricamente da molti studi svolti sul tema (Krugman-Obstfeld-Melitz, 2015).

Il modello ricardiano, come tutti i modelli, rappresenta un'esemplificazione della realtà (considerava solo due beni e due paesi e il fattore lavoro) e per quanto non consideri tutta una serie di aspetti connessi al commercio internazionale, la sua validità è stata dimostrata empiricamente da molti studi svolti sul tema (Krugman-Obstfeld-Melitz, 2015). E' il primo modello economico che giustifica la localizzazione di un settore produttivo in un determinato paese, che evidenzia i vantaggi competitivi di un'impresa o di un settore produttivo a livello internazionale.

Nei due secoli che ci separano dalla formulazione del modello ricardiano, altri passi in avanti sono stati fatti nella comprensione dei motivi alla base della specializzazione produttiva e dei flussi commerciali internazionali e oggi disponiamo di una teoria più completa del commercio internazionale, che è in grado di evidenziare il suo ruolo sulla distribuzione del reddito all'interno di ciascun paese (Samuelson, 1971; Jones, 1971), di tener conto delle differenze fra paesi in termini di dotazione di risorse, secondo il modello Hechsher-Ohlin (Hechsher, 1919; Ohlin, 1933), di considerare il ruolo delle economie di scala, ovvero dei rendimenti crescenti, noto come nuova teoria del commercio internazionale (Krugman, 1980, 1981, 1991a, 1991b; Krugman-Venables, 1995; Krugman-Obstfeld-Melitz, 2015), di dar conto, in ultima analisi, della specializzazione produttiva dei paesi e della localizzazione delle produzioni.

Alla luce degli sviluppi della teoria economica sulla specializzazione produttiva e sul commercio internazionale, che in questa sede abbiamo brevemente richiamato, possiamo dare una prima risposta alla domanda iniziale: perché l'Italia ha raggiunto un significativo livello di specializzazione turistica e attrae una quota consistente di flussi turistici internazionali?

La risposta è che vari possono essere i fattori che hanno portato l'Italia ad assumere un ruolo importante nella competizione internazionale del turismo. Rifacendoci alla teoria della dotazione dei fattori, possiamo ritenere che lo sviluppo turistico sia fundamentalmente legato alla grande disponibilità di risorse naturali e storico-culturali-artistiche-archeologiche, che fanno dell'Italia un paese unico al mondo. Però le evidenze empiriche del modello Hechsher-Ohlin non sono univoche sul fatto che la dotazione di risorse di per sé porti necessariamente un paese a specializzarsi nella competizione internazionale. Dobbiamo, perciò, tener conto degli altri aspetti considerati dalla teoria del commercio internazionale, in primo luogo i vantaggi comparati, e poi i rendimenti crescenti, ovvero le economie di scala, e la capacità di scelta dei consumatori tra beni con caratteristiche simili. Ed altri fattori potrebbero avere un ruolo determinante: dal capitale umano al capitale imprenditoriale, dalle infrastrutture fisiche a quelle immateriali della conoscenza, dal progresso tecnologico alle istituzioni, e altro ancora.

Un aspetto importante, messo in evidenza dalle analisi sui flussi turistici in Italia, è rappresentato dalla concentrazione territoriale dei flussi e delle attività turistiche. Per quanto tutte le regioni e le province italiane possano vantare un esteso patrimonio di risorse turistiche non tutte hanno avuto un eguale sviluppo turistico. Le regioni e le province del Mezzogiorno continuano a pesare per circa il 25% sui flussi turistici nazionali e se consideriamo i flussi turistici internazionali la quota del Mezzogiorno si riduce al 13% circa. Forse che il Mezzogiorno non abbia risorse rilevanti con un forte potenziale di attrattività turistica?

Perché questa forte concentrazione territoriale del settore turistico? Cosa possiamo imparare, innanzitutto dalla letteratura economica, per rispondere a questo quesito?

Di seguito ripercorriamo brevemente la letteratura economica che si è occupata della localizzazione delle attività produttive, sfociata in quella che è stata poi definita teoria della localizzazione, che ha fatto da base per la nascita della nuova disciplina dell'economia regionale, che oggi rappresenta il campo di analisi più rilevante per la comprensione dei fenomeni localizzativi di imprese, manodopera, popolazione.

3.1.1. La localizzazione delle attività produttive

Il primo economista che si è occupato di localizzazione viene generalmente individuato in Johann Heinrich Von Thünen, che si interessò nella prima metà del XIX secolo alla localizzazione delle attività agricole, ponendo attenzione al ruolo svolto dalla rendita fondiaria e dai costi di trasporto rispetto ai mercati urbani.

Alla fine del XIX secolo Alfred Marshall si occupò dei distretti industriali, ponendo in rilievo il ruolo delle economie esterne alle imprese, e segnatamente focalizzò l'attenzione sulla capacità del cluster di imprese di attirare fornitori specializzati e sulla capacità del distretto di generare un bacino di lavoratori specializzati e di promuovere un ambiente favorevole all'acquisizione di conoscenze (spillover di conoscenze). Nell'interpretazione marshalliana tali economie esterne sono potenti fattori di agglomerazione (economie di agglomerazione), in grado di favorire la specializzazione produttiva (Marshall, 1890).

Abbiamo, poi, nella prima metà del 1900, diversi contributi sulla localizzazione industriale: i modelli che hanno l'obiettivo di interpretare la scelta localizzativa dell'impresa, attraverso la minimizzazione dei costi di trasporto, come nel caso di Alfred Weber; i modelli che hanno l'obiettivo di individuare le aree di mercato delle imprese, in cui ogni impresa cerca di massimizzare il profitto dalla propria area di mercato, come nel caso di August Lösch; infine, i modelli che si occupano di delineare i meccanismi economici e spaziali che regolano la dimensione delle agglomerazioni territoriali, la loro specializzazione funzionale e la loro distribuzione territoriale, come nel caso di Walter Christaller e August Lösch. Si tratta, in quest'ultimo caso di modelli più complessi che espongono una teoria generale della localizzazione e della struttura delle relazioni economiche sottostanti.

Questi sforzi interpretativi maturati nell'ambito della teoria della localizzazione porteranno negli anni '50 del secolo scorso alla nascita dell'economia regionale, o anche economia territoriale, con il lavoro fondamentale di Walter Isard (Isard, 1956). La nuova disciplina si preoccuperà di incorporare i contributi teorici della localizzazione e di orientare in senso "regionale" i modelli teorici della teoria del commercio internazionale, dell'economia dello sviluppo, della macroeconomia keynesiana e neoclassica. In questo sforzo assume un ruolo centrale il tema degli squilibri regionali, soprattutto nelle riflessioni maturate nei paesi europei e, in particolare, in Italia.

La fase fondativa della nuova disciplina caratterizzerà tutti gli anni '50 e '60 e si svilupperà e consoliderà nei due decenni successivi, soprattutto con l'emergere di riflessioni che spostano l'attenzione da una visione statica, tipica della teoria della localizzazione, a una visione dinamica della crescita regionale, anche per la contaminazione derivante dalla biologia, dall'ecologia, dalla teoria delle catastrofi, dall'analisi dei sistemi.

Gli anni '90 vengono considerati come un periodo di riflessione, in cui emergeranno contributi di restyling di approcci teorici già noti, piuttosto che nuovi paradigmi. In questo senso, anche la "nuova geografia economica", che assumerà nel dibattito internazionale un particolare rilievo, basata sul contributo fondamentale di Paul Krugman, da taluni viene considerata come una rielaborazione di approcci precedenti, piuttosto che rappresentare un nuovo paradigma (Capello, 2004).

Tuttavia, è proprio in questo periodo che vengono gettate le basi di un nuovo filone di ricerca, che caratterizza il tempo attuale, in cui si cerca di colmare la distanza fra approcci formalizzati allo sviluppo regionale, di matrice macroeconomica, poco attenti al ruolo dello spazio nei processi di sviluppo, e approcci qualitativi, attenti all'interpretazione delle relazioni che si producono a livello territoriale. Si tratta di uno sforzo teso a coniugare l'approccio tipicamente deduttivo delle teorie maturate nei decenni precedenti, in cui l'obiettivo è quello della falsificazione delle stesse alla prova della realtà, e l'approccio induttivo, basato su analisi micro-territoriali, di cui si attende l'epilogo. E' questa la fase in cui emerge con forza l'approccio allo sviluppo locale, attento alle tante relazioni di natura diversa (economiche, sociali, istituzionali, ecc...) il cui mix è in grado di produrre crescita e sviluppo (Capello, 2004).

Gli sviluppi degli ultimi sessant'anni dell'economia regionale/territoriale, soprattutto quelli della fase più recente, arricchiscono, dunque, le basi conoscitive della localizzazione delle attività produttive e portano all'emergere del nuovo approccio alla crescita e allo sviluppo dei territori, basato sul concetto di

competitività territoriale, per cui nella crescente globalizzazione, che dopo la caduta del Muro di Berlino nel 1989 ha conosciuto una forte accelerazione, la competizione internazionale si gioca proprio a livello territoriale, dove la qualità delle relazioni assumono un ruolo cruciale (Capello, 2004).

4.1.1. La competitività dei territori

Se la specializzazione produttiva delle nazioni può essere fatta risalire, secondo la tradizionale teoria del commercio internazionale, alle differenze fra le nazioni, soprattutto in termini di vantaggi comparati legati alla produttività del lavoro (teoria ricardiana), e, secondo la nuova teoria del commercio internazionale, ai rendimenti crescenti, o economie di scala, che si formano il più delle volte nelle grandi imprese, tali da porre le stesse in una posizione di vantaggio rispetto alle piccole imprese e da condurre alla formazione di mercati imperfettamente concorrenziali, monopolistici o oligopolistici, la localizzazione produttiva si presenta normalmente concentrata in luoghi specifici, così come nel caso del settore turistico italiano, fortemente concentrato in un numero ristretto di province italiane.

Abbiamo visto che gli sviluppi della scienza economica, soprattutto gli sviluppi registratisi tra gli anni '70 e '90 del secolo scorso, hanno portato all'affermazione di teorie che hanno messo in evidenza ipotesi di sviluppo regionale/territoriale squilibrato all'interno di una stessa nazione, legate a percorsi di sviluppo specifici delle varie regioni/territori, dipendenti da fattori tangibili e intangibili che ciascun paese è in grado di esprimere, squilibri che possono essere indotti e/o rafforzati dal commercio internazionale e dalla specializzazione produttiva internazionale.

Da queste nuove teorie è venuto emergendo il concetto di competitività territoriale, su cui oggi si fondano molte politiche di sviluppo, in primis quella dell'Unione europea relativa alla coesione territoriale.

Il concetto di competitività non è, tuttavia, pienamente condiviso in ambito accademico, poiché ci sono economisti che intravedono alla base di tale concetto un grande equivoco, quello di ritenere che i paesi competano tra loro così come fanno le imprese.

A sollevare la questione è stato Paul Krugman (Krugman, 1994), secondo cui è sbagliato applicare agli Stati un concetto che può andare bene per le imprese, per il semplice motivo che gli Stati non falliscono, a differenza delle imprese. Per Krugman gli Stati non competono sui mercati internazionali, cosa che fanno le imprese, tanto è vero che, nonostante una più spinta globalizzazione dell'economia, solo una piccola frazione del prodotto interno lordo dei vari paesi deriva dal commercio internazionale, e lo standard di vita di ciascun paese è fondamentalmente legato alla crescita della produttività nazionale e quindi determinato da fattori nazionali piuttosto che dalla competizione sui mercati mondiali. Le stesse esportazioni più che essere un indicatore di competitività vengono considerate da Krugman come lo strumento per pagare le importazioni, che sono il vero elemento per aumentare il reddito reale, grazie ai minori costi rispetto alla produzione interna. Gli Stati non si confrontano sui mercati internazionali in un gioco a somma zero, ma si confrontano in termini non antagonisti e tutti ne traggono reciproco beneficio, così come asseriva David Ricardo due secoli fa.

Pur tuttavia, annota Krugman, la retorica della competitività ha preso piede, perché ha un fascino di apparente comprensibilità e consente ai *policy maker* di glissare sui veri problemi economici. Il punto fondamentale per Krugman è che la metafora competitiva è diventata il viatico per politiche che hanno poco a che fare con la concorrenza internazionale, ma che potrebbe portare a politiche che finirebbero per alimentare una guerra commerciale mondiale. In questo senso, il riferimento ossessivo alla competitività finisce per essere fuorviante e persino pericoloso.

L'intervento di Krugman sulla competitività ha fatto seguito, fra gli altri, ad un contributo che ha avuto un forte successo a livello internazionale, quello di Michael E. Porter sui vantaggi competitivi delle nazioni (Porter, 1990).

Porter assume una posizione dichiaratamente tesa a superare la visione ricardiana dei vantaggi comparati, sostenendo che una nazione trova un vantaggio competitivo a specializzarsi in un determinato settore industriale, non già in funzione dei fattori della produzione che un paese presenta, ma delle condizioni di contesto che riesce ad assicurare a tale settore, che ne favorisce i processi di innovazione. La competitività

delle nazioni, sostiene Porter, è innanzitutto radicata nella natura dell'ambiente operativo che offrono alle imprese. La competitività dipende dal grado di produttività delle imprese in una determinata area e la produttività affonda le sue radici nell'ambiente competitivo nazionale e regionale. La competitività di una nazione, in altri termini, non dipende dalle risorse ereditate dalla storia, ma dalla capacità della sua industria di innovare e migliorare. A dimostrazione della sua tesi, Porter si rifà a casi quali la Germania, la Svizzera, la Svezia, che hanno prosperato pur in presenza di salari elevati e in periodi di carenza di forza lavoro, o anche Corea e Giappone, svantaggiati in termini di dotazioni fattoriali che importano gran parte delle materie prime utilizzate nei processi produttivi e che tuttavia rivestono un ruolo importante nell'economia mondiale.

La posizione assunta da Krugman sul tema della competitività ha alimentato un dibattito, che dal livello nazionale si è trasferito a livello regionale e locale.

Secondo Camagni, tale dibattito si è rivelato poco fruttuoso e denso di confusione (Camagni, 2002a, 2002b), poiché la posizione assunta da Krugman riguarda la competitività fra paesi e non quella fra territori. Il punto di vista di Camagni è che in termini teorici non sia corretto, come è emerso dal dibattito, trasporre *sic et simpliciter* dal livello nazionale a quello regionale e territoriale il concetto di competitività, in considerazione dei principi alla base del commercio internazionale, poiché le forze che operano a livello territoriale sono diverse da quelle che operano a livello internazionale. Il principio dei vantaggi comparati se vale per le nazioni non vale per i territori sub-nazionali, i quali, invece, competono sì fra loro, ma sulla base del principio dei vantaggi assoluti, un concetto simile ai vantaggi competitivi di Porter.

Commercio interregionale e commercio internazionale, argomenta Camagni, non rispondono agli stessi principi e “in conseguenza la conclusione che ogni regione avrà sempre garantito un ruolo e una specializzazione nella divisione interregionale del lavoro non può essere accettata”. I due meccanismi di aggiustamento che operano a livello internazionale, e cioè la flessibilità di prezzi e salari verso il basso e la svalutazione della moneta, operano tanto poco quanto niente a livello interregionale, mentre invece assume forte rilievo, a questa scala, la mobilità dei fattori capitale e lavoro, che porta questi fattori ad emigrare verso contesti territoriali più profittevoli (salari e rendimenti degli investimenti più elevati), innescando processi cumulativi di sviluppo in territori già forti e di indebolimento/desertificazione di territori già deboli.

Sotto queste condizioni, se regioni, territori, che presentano bassi livelli di produttività dei fattori, o anche condizioni geografiche e di accessibilità avverse, non possono mettere in atto azioni di aggiustamento sul versante dei salari e dei tassi di cambio e rinunciano ad attivare processi virtuosi di sviluppo in grado di incidere nel lungo periodo sui fattori meno mobili, in assenza per altro di adeguati trasferimenti pubblici di reddito, possono “fallire”, registrare fenomeni di disoccupazione di massa e di forte emigrazione, di desertificazione. Conseguentemente, se un paese può ritagliarsi un ruolo nella divisione internazionale del lavoro sulla base di vantaggi comparati, una regione può ritagliarsi un ruolo sulla base di vantaggi assoluti, incidendo cioè su fattori specifici che possano garantirne un vantaggio competitivo rispetto alle altre regioni. Su queste conclusioni, secondo Camagni, dovrebbe poter essere d'accordo anche Krugman, che in suo lavoro sull'esperienza di sviluppo regionale negli Stati Uniti, sembra avvicinarsi a conclusioni simili.

Per Camagni, in conclusione, il concetto di competitività territoriale è un concetto solido da un punto di vista teorico e non va confuso con il concetto di competitività a livello nazionale. Per i territori non esistono processi di aggiustamento automatico, come nel caso dei paesi per via dei vantaggi comparati, che possano garantire a ciascun territorio comunque un ruolo nella divisione spaziale del lavoro. Questa conclusione apre le porte a capire le fonti della competitività territoriale e l'economista italiano pone l'accento su alcuni fattori cruciali, quali: la capacità di esportare beni e servizi nel lungo periodo, incidendo attraverso appropriate azioni pubbliche e private di collaborazione in grado di favorire i rendimenti crescenti derivanti da processi di sviluppo cumulativo e dall'agglomerazione delle attività; la capacità di mettere a disposizione delle imprese risorse specifiche e selettive, che difficilmente o troppo lentamente potrebbero essere acquisite sul mercato; la presenza di un contesto territoriale favorevole alla cooperazione fra imprese e a quella pubblico-privata in grado di ridurre/gestire l'incertezza dell'ambiente competitivo delle imprese; la capacità di attivare processi di “sviluppo generativo”, sviluppo dal basso, da contrapporre alla visione dello “sviluppo competitivo” definito dall'alto, e attribuito per quote ai singoli territori; la capacità delle collettività locali di

essere attente all'attrazione di imprese e lavoratori esterni attraverso servizi qualificati, e un ruolo proattivo della pubblica amministrazione.

Concordando con la posizione assunta da Camagni nel dibattito sulla competitività territoriale, possiamo concludere che questo è un concetto teoricamente solido, un concetto che può aiutare a mettere in atto politiche di sviluppo territoriali in grado di alimentare rendimenti crescenti a livello territoriale, quale antidoto per consentire ai territori di poter reggere il peso crescente della globalizzazione. E sono proprio i territori più deboli quelli che hanno più necessità di mettere in campo strategie di sviluppo, integrando la capacità di cooperazione dei soggetti locali, pubblici e privati, con la capacità di apertura esterna e di attrazione di imprese, capitali e lavoratori qualificati.

Citiamo, infine, in tema di competitività territoriale un interessante contributo di analisi empirica relativo alla Lombardia (Brugnoli, 2009), che ha messo in evidenza come l'efficacia delle politiche pubbliche per la competitività dei territori adottate dalla Regione sia fondamentalmente legata alla preesistenza di sistemi territoriali e alla capacità di tener conto della complessità specifica di ciascun sistema, a sistemi che evidentemente hanno maturato condizioni e capacità nel senso prefigurato da Camagni.

5.1.1. La competitività turistica dei territori

I precedenti richiami su specializzazione produttiva dei paesi, localizzazione delle attività produttive e competitività territoriale rendono ora più facile la comprensione del concetto di competitività turistica.

Abbiamo visto come la specializzazione turistica dell'Italia nel contesto internazionale, che colloca il Paese al quinto posto per arrivi internazionali, non possa essere ricondotta alla mera dotazione di risorse turistiche, ma occorre tener conto della legge dei vantaggi comparati e la legge dei rendimenti crescenti, che sono i principali elementi che spingono alla specializzazione produttiva dei paesi.

Abbiamo poi visto che la specializzazione produttiva di un paese deve fare i conti con aspetti localizzativi, poiché non tutti i territori, non tutte le regioni di un paese riescono ad avere un ruolo rilevante rispetto alla specializzazione produttiva del paese. L'evidenza empirica mostra, il più delle volte, che la specializzazione produttiva tende a localizzarsi solo in alcuni luoghi, circostanza che abbiamo visto verificarsi anche per il settore turistico italiano. E abbiamo evidenziato come la concentrazione territoriale delle attività produttive all'interno di un paese avvenga sulla base dei vantaggi competitivi, ovvero dei vantaggi assoluti, che i territori sono in grado di esprimere.

Porre l'attenzione sulla competitività territoriale significa fondamentalmente porre l'attenzione sugli elementi specifici che un territorio è in grado di esprimere nel lungo periodo, al fine dello sviluppo di settori produttivi, che sono elementi di offerta territoriale, piuttosto che su elementi di domanda, che possono assumere rilievo nel breve periodo.

Porsi nella prospettiva di analisi del territorio in termini di competitività turistica, significa dunque cercare di capire quali siano gli elementi specifici di un territorio che possano favorirne la competitività turistica nel lungo periodo, quali siano, cioè, gli elementi in grado di trasformare nel tempo uno spazio geografico in una destinazione turistica.

Resta, pur tuttavia, il fatto che il concetto di competitività territoriale, anche quando focalizzato sul settore turistico, resti un concetto che, pur non avendo un'unanime definizione in letteratura, mette in evidenza le caratteristiche di multidimensionalità, di complessità: non sempre, come abbiamo visto, la mera dotazione di risorse di valenza turistica è sufficiente a produrre una destinazione turistica competitiva. Occorre porre l'attenzione su una molteplicità di fattori che caratterizzano un contesto territoriale e che possono concorrere a definirne la competitività turistica, in chiave di sostenibilità nel lungo periodo (clima, cultura e storia, eventi, ricettività, capitale umano, capitale relazionale, trasporti, governance, capacità di progettazione strategica, ecc...).

Da un punto di vista teorico sono stati proposti negli ultimi decenni una serie di modelli, tesi a mettere in evidenza una siffatta complessità. Fra questi un modello che ha avuto particolare successo è quello di Ritchie e Crouch (figura 1.1), un modello che si fonda sulla commistione dei vantaggi comparati di Ricardo e i vantaggi competitivi alla Porter ed è stato messo a punto sulla base di una serie di analisi di campo durate

diversi anni e che hanno coinvolto molti responsabili di organizzazioni di management di destinazioni turistiche sostenibili, principalmente del Nord America, ma anche europee e di altri paesi.

I vantaggi comparati sono determinati dalla dotazione di risorse (*resource endowments*), risorse date dalla natura e risorse prodotte dall'opera dell'uomo nel corso del tempo, identificate in: risorse umane, risorse fisiche, conoscenze, capitale, infrastrutture di base e infrastrutture turistiche, risorse storico-culturali, dimensione dell'economia. I vantaggi competitivi sono determinati dalla capacità effettiva ed efficiente di utilizzare le risorse date (*resource deployment*) e consistono in: audit e invenzioni, manutenzione, crescita e sviluppo, efficienza ed efficacia. Vantaggi comparati e vantaggi competitivi rappresentano la capacità complessiva di una destinazione turistica di competere sul mercato turistico, e in definitiva il suo livello e tipo di successo in campo turistico.

Figura 1.1- Il modello di Ritchie e Crouch



Fonte: Ritchie & Crouch (2003)

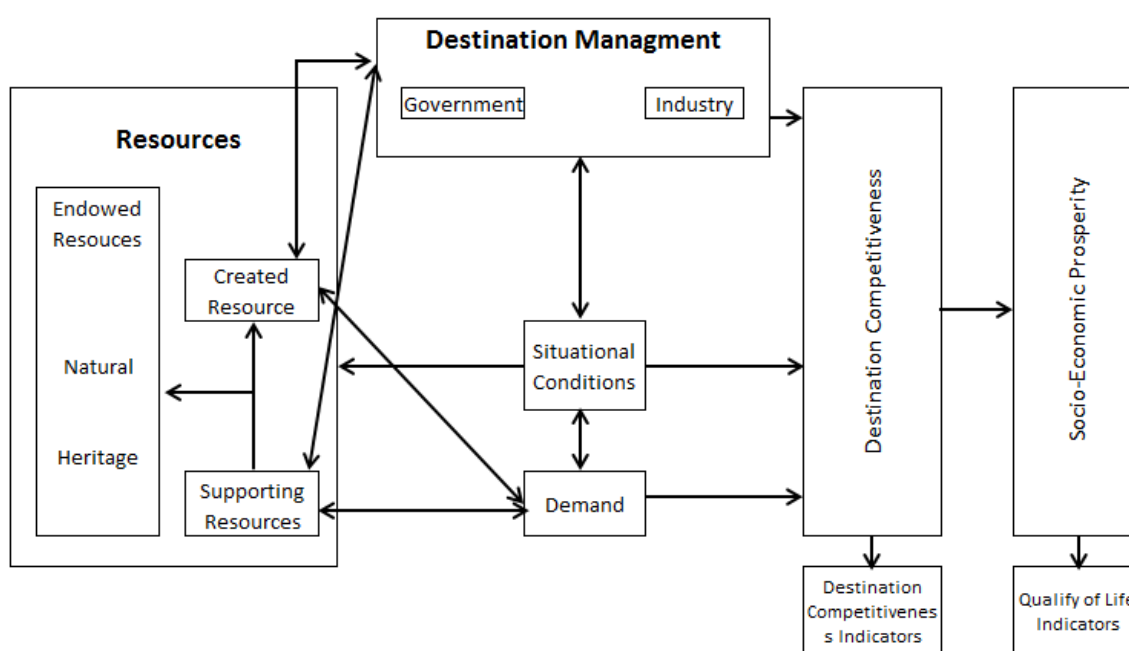
Il modello si basa su sette componenti che giocano il principale ruolo nel determinare la competitività/sostenibilità di una destinazione turistica, soprattutto da un punto di vista delle policy. Nell'ambito di ciascuna componente, inoltre, specifici elementi assumono una maggiore importanza pratica nell'implementazione della gestione di una destinazione turistica. Le sette componenti e i principali fattori sono così indicati:

- *l'ambiente globale (macro)*, considerato che il turismo rappresenta un sistema aperto e quindi è sottoposto a molte influenze esterne in continua evoluzione (principalmente, l'economia, le tecnologie, l'ecologia, la politica, fattori socio-culturali, demografia);
- *l'ambiente competitivo (micro)*, fatto di organizzazioni, relazioni e forze che operano all'interno della destinazione turistica. Si tratta di elementi che tendono, in generale, ad avere un impatto più diretto e immediato rispetto alle pressioni provenienti dall'ambiente esterno e che attirano la maggiore attenzione da parte dei manager. In questo ambito rientrano gli intermediari e i facilitatori che hanno diretta connessione con i turisti, i turisti stessi, i competitor della destinazione, la cultura interna della destinazione, i vari soggetti con cui la destinazione si deve confrontare quali: media, autorità di governo, residenti, istituzioni finanziarie, il pubblico in generale, i cittadini organizzati;

- *le risorse fondamentali e gli attrattori*, che rappresentano gli elementi primari della capacità di attrazione della destinazione e comprendono la geografia fisica e il clima, la cultura e la storia, i legami di mercato, il mix di attività presenti, gli eventi speciali, l'industria dell'intrattenimento, le superstrutture per l'offerta di servizi specifici ai turisti;
- *i fattori e le risorse di supporto*, che rafforzano l'immagine e la capacità attrattiva della destinazione e comprendono: le infrastrutture; le risorse di facilitazione che migliorano la qualità della vita (capitale umano, istituzioni per l'istruzione e la ricerca, le istituzioni finanziarie, ecc.); la capacità di intrapresa; l'accessibilità; l'ospitalità; la volontà politica;
- *le policy della destinazione*, la loro pianificazione e sviluppo, sulla base di un quadro di riferimento significativo per governare una destinazione turistica, comprendente: la definizione di sistema della destinazione; la filosofia di fondo della comunità nel perseguimento degli obiettivi; la visione della destinazione; la capacità di audit e di analisi competitive/collaborative in grado di portare a definire il posizionamento competitivo di una destinazione, di delinearne la sua unicità; lo sviluppo della destinazione come un sistema integrato di meccanismi finalizzati alla competitività e sostenibilità; il monitoraggio e la valutazione delle politiche;
- *il management della destinazione*, focalizzato su quelle attività che implementano, quotidianamente, il quadro di fondo degli altri elementi del modello. In questo ambito rientrano l'organizzazione, il marketing, l'esperienza dei servizi, le informazioni e le ricerche, la gestione delle risorse umane, la finanza e il capitale di rischio, la gestione dei visitatori, la gestione delle crisi, la gestione delle risorse;
- *la qualificazione e l'amplificazione dei fattori determinanti*, quali: la localizzazione della destinazione, l'interdipendenza con altre destinazioni, la salute e la sicurezza, la consapevolezza e l'immagine della destinazione, i costi connessi alla destinazione (trasporto, beni e servizi, tassi di cambio, ecc...), la capacità di carico.

Il modello di Ritchie e Crouch ha ispirato altri modelli, fra cui quello di Dwyer e Kim, che si basa su otto temi e focalizza maggiormente l'attenzione sulla distinzione fra le risorse date (ereditate) e le risorse create e sulle condizioni della domanda, quale importante determinante per la competitività di una destinazione. Gli altri elementi contenuti nel modello di Ritchie e Crouch sono diversamente considerati da Dwyer e Kim, i quali introducono anche un set di indicatori per misurare la competitività di una destinazione (figura 1.2).

Figura 1.2- Il Modello di Dwyer e Kim



Fonte: Dwyer & Kim (2003)

Fra gli altri modelli teorici rintracciabili in letteratura, citiamo quelli di De Keyser & Vanhove (1994), Hassan (2000), Heath (2002) .

De Keyser & Vanhove hanno sviluppato un modello teorico in cui vengono messi in evidenza i fattori macroeconomici che influenzano l'industria del turismo.

Il modello di Hassan mette in evidenza l'importanza della sostenibilità ambientale in un gruppo di quattro principali determinanti della competitività. Le altre tre sono individuate nelle condizioni della domanda, nei vantaggi comparati, nella struttura dell'industria.

Il modello di Heath consiste in un insieme integrato di diversi temi concernenti la competitività, messi in evidenza da vari ricercatori. Heath raggruppa i vari fattori in: "the foundations", fattori che rappresentano la base fondativa della competitività; "the cement", fattori che servono a cementare le relazioni interne alla destinazione turistica; "the building blocks", fattori che implementano il focus della destinazione; "the script", fattori che rappresentano il quadro strategico della destinazione, la visione condivisa da parte degli attori; in definitiva una serie di fattori chiave in grado di permettere il cambiamento in un quadro competitivo in continua evoluzione.

3. 1. *I fattori competitivi delle regioni e delle province italiane*

6.1.1. Gli indicatori utilizzati

Il tema della competitività turistica ha portato a molteplici studi, finalizzati a definire indici sintetici di competitività, in grado di misurare la competitività relativa in termini turistici fra paesi, regioni, territori.

A livello internazionale, dal 2007 il Forum Economico Mondiale (WEF) analizza la competitività turistica di oltre 140 paesi usando l'indice TTCI (Tourism and Travel Competitiveness Index), con l'obiettivo di misurare i fattori che rendono attraente un paese e le politiche da esso messe in atto per sviluppare il settore dei viaggi e del turismo. L'indice sintetico (tavola 1.1) prende in esame quattro variabili: a) ambiente operativo; b) le politiche e le condizioni favorevoli al turismo; c) infrastrutture; d) risorse naturali e culturali. Per ciascuna variabile viene calcolato un indice specifico, che tiene conto di diversi indicatori. Nel complesso sono considerati 14 *pillars*, e ciascuno di questi è costituito da un certo numero di variabili di base per un totale di 90 variabili di base. Per il modo in cui è composto è un indice da prendere in esame con cautela.

Tavola 1.1- Travel & Tourism Competitiveness Index 2015

Subindex A: Enabling Environment	Subindex B: T&T Policy and Enabling Conditions	Subindex C: Infrastructure	Subindex D: Natural and Cultural Resources
Pillar 1- Business Environment	Pillar 6- Prioritization of Travel & Tourism	Pillar 10- Air Transport Infrastructure	Pillar 13- Natural Resources
Pillar 2- Safety and Security	Pillar 7- International Openness	Pillar 11- Ground and Port Infrastructure	Pillar 14- Cultural Resources and Business Travel
Pillar 3- Health and Hygiene	Pillar 8- Price Competitiveness	Pillar 12- Tourist Service Infrastructure	
Pillar 4- Human Resources and Labour Market	Pillar 9- Environmental sustainability		
Pillar 5- ICT Readiness			

L'ultimo rapporto WEF risale al 2015 e prende in esame 141 paesi. Tale rapporto vede l'Italia collocata, sulla base dell'indice generale, all'8° posto, ma se si guardano le graduatorie specifiche ai vari gruppi emerge la forte variabilità dell'Italia rispetto ai singoli fattori, passando dal 2° posto per il turismo naturale al 133° posto per il fattore prezzo.

A livello italiano, nel periodo più recente, si sono registrati diversi contributi di studiosi che hanno concentrato l'attenzione sulla misurazione della competitività turistica regionale (Leonelli-Minguzzi-Presenza, 2011; Leonelli-Minguzzi, 2013, Goffi, 2013), in genere ispirati ai principali modelli di analisi prodotti nell'ambito della teoria della competitività turistica, di cui ho già detto nel precedente paragrafo.

Ai fini del presente lavoro, partendo da tali contributi, e avendo presente il quadro teorico in tema di competitività turistica e competitività territoriale, richiamato nei precedenti paragrafi, ho voluto mettere a punto un modello di analisi più semplificato e tuttavia sufficientemente significativo per delineare uno schema interpretativo dello sviluppo turistico territoriale in Italia e per orientare le strategie di sviluppo regionali e territoriali.

La scelta degli indicatori per l'analisi della competitività delle regioni e province italiane ha tenuto conto delle diverse componenti che concorrono alla complessità di una destinazione turistica e della effettiva disponibilità di dati ai livelli territoriali regionali e provinciali.

Sulla base di questi presupposti sono stati scelti due gruppi di indicatori di analisi della competitività turistica, il primo che contiene indicatori turistici in senso stretto, il secondo che contiene indicatori di contesto territoriale. Entrambi i gruppi di indicatori sono basati su dati ISTAT e sono compresi nel *data base* ISTAT-DPS, riguardante gli indicatori per le politiche di sviluppo. Si tratta nel complesso di 21 indicatori, 9 del primo gruppo e 12 del secondo gruppo, come si vede dalla successiva tavola 1.2, tutti disponibili per il livello regionale, ma non totalmente disponibili per il livello provinciale.

Gli indicatori strettamente turistici fanno riferimento sia alla domanda turistica, con particolare riferimento a quella straniera, diventata sempre più importante per l'Italia, sino a rappresentarne quasi la metà dell'intera domanda turistica, sia alla capacità di offerta di ospitalità turistica. In questo ambito rientra anche la destagionalizzazione turistica, un tema su cui è concentrata molta attenzione, atteso che lo sviluppo di una maggiore capacità di attrazione turistica nei mesi non estivi è considerato un obiettivo rilevante per il turismo italiano. Infine, ho valutato anche la produttività dello stock di capitale fisico, considerato dalla teoria economica uno degli indicatori più importanti per la sostenibilità competitiva nel lungo periodo di un qualsiasi sistema economico.

Gli indicatori riguardanti il contesto territoriale comprendono alcune delle componenti considerate dai vari approcci teorici alla competitività territoriale e turistica e dai vari modelli di misurazione in precedenza esaminati.

Gli indicatori di questo gruppo possono essere distinti in due sottogruppi, quelli che esprimono relazioni di mercato, e quindi condizioni di mercato favorevoli al settore turistico, e quelli attinenti alla capacità della pubblica amministrazione di produrre esternalità favorevoli per il settore turistico, attraverso la produzione di servizi e condizioni tese al miglioramento della qualità della vita.

Per quanto riguarda il primo gruppo ho considerato innanzitutto la dotazione di risorse attrattive per il turismo, generalmente considerata la condizione di base per lo sviluppo turistico. La condizione di semplificazione assunta a base del modello utilizzato mi ha portato a considerare come *proxi* di questo indicatore la superficie territoriale delle regioni e delle province. Ho poi considerato le potenzialità d'integrazione tra il turismo e il resto del sistema produttivo attraverso il tasso di occupazione espresso da ciascuna regione e provincia. Ho, inoltre, considerato il settore ricreativo-culturale ritenuto particolarmente rilevante per lo sviluppo turistico italiano, anche se devo sottolineare che, dai dati empirici esaminati, la correlazione tra questo settore e la domanda turistica pur positiva non risulta molto elevata. Ho, ancora, considerato la capacità d'apertura esterna dei sistemi produttivi regionali e provinciali, che potrebbe rappresentare una via in grado di favorire maggiori flussi turistici. Ho infine considerato la diffusione nelle imprese delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT).

Per quanto riguarda la qualità dell'azione della pubblica amministrazione ho considerato la capacità di lotta alla povertà e la capacità di erogazione di servizi pubblici, in particolare della raccolta differenziata dei rifiuti.

Tavola 1.2- Indicatori per l'analisi della competitività turistica delle regioni e province italiane (tratti dal data base ISTAT-DPS)

tipologia indicatori	denominazione	finalità	unità di misura	disponibile a livello regionale	disponibile a livello provinciale
indicatori turistici (domanda e offerta)	1- Tasso di turisticità (abitanti)	Misurare la domanda turistica, ovvero la capacità di attrazione turistica	Numero di presenze turistiche annue per abitante	si	si
	2- Tasso di turisticità (kmq)	Misurare la domanda turistica, ovvero la capacità di attrazione turistica	Numero di presenze turistiche annue per kmq	si	si
	3- Destagionalizzazione	Misurare la domanda turistica nei mesi non estivi	Numero di presenze turistiche nei mesi non estivi (gennaio-maggio e ottobre-dicembre) per abitante	si	si
	4- Internazionalizzazione	Misurare la domanda turistica straniera, ovvero la capacità di attrazione turistica internazionale	Numero di presenze turistiche straniere annue per abitante	si	si
	5- Domanda culturale	Misurare la dotazione di risorse che possono favorire la capacità di attrazione turistica	Numero di visitatori degli istituti statali di antichità e d'arte per istituto statale per mille abitanti	si	si
	6- Occupazione nel settore culturale e ricreativo	Misurare il peso del settore culturale e ricreativo nel sistema produttivo	Occupati nel settore culturale e ricreativo in % dell'occupazione totale	si	no
	7- Risorse territoriali potenziali	Misurare la dotazione di risorse che possono favorire la capacità di attrazione turistica	Superficie territoriale per mille abitanti	si	si
	8- Stock di capitale fisico turistico	Misurare la capacità d'investimento da parte dei privati nel settore turistico	Numero di posti letto annui per abitante	si	si
	9- Produttività del capitale fisico	Misurare la produttività degli investimenti fisici realizzati dai privati	Presenze turistiche annue per posto letto	si	si
Indicatori territoriali (qualità del contesto territoriale)	10- Densità del sistema produttivo	Misurare la capacità d'integrazione del settore turistico con il resto del sistema produttivo	Tasso di occupazione della popolazione residente 15-64 anni	si	si
	11- Apertura del sistema produttivo verso l'esterno	Misurare la capacità di apertura esterna del sistema produttivo	Valore dell'export per abitante	si	si
	12- Diffusione delle nuove tecnologie ICT	Misurare la capacità di innovazione delle imprese	Percentuale di addetti delle imprese (con più di dieci addetti) dei settori industria e servizi che utilizzano computer connessi a Internet	si	no
	13- Formazione continua	Misurare il capitale umano	Adulti occupati nella classe d'età 25-64 anni che partecipano ad attività formative e di istruzione per 100 adulti occupati nella classe di età corrispondente (percentuale)	si	no
	14- Giovani NEET	Misurare il capitale umano	Giovani tra i 15 e i 29 anni non occupati né inseriti in un percorso regolare di istruzione/formazione in percentuale sulla popolazione nella corrispondente classe di età (media annua) (totale)	si	no
	15- Diffusione della cooperazione	Misurare il capitale sociale	Addetti delle società cooperative sul totale degli addetti (percentuale)	si	si
	16- Microcriminalità nelle città	Misurare la qualità della sicurezza pubblica	Delitti legati alla microcriminalità nelle città (numero per mille abitanti)	si	si
	17- Emigrazione ospedaliera	Misurare la qualità della sanità	Emigrazione ospedaliera in altra regione per ricoveri ordinari acuti sul totale delle persone ospedalizzate residenti nella regione (percentuale)	si	si
	18- Diffusione dei servizi pubblici	Misurare l'efficienza dei servizi pubblici	Percentuale di raccolta differenziata dei rifiuti	si	si
	19- Utilizzo dei servizi di trasporto pubblico	Misurare l'efficienza dei servizi pubblici	Numero di occupati, studenti, scolari e utenti di mezzi pubblici che hanno utilizzato mezzi pubblici di trasporto sul totale delle persone che si sono spostate per motivi di lavoro e di studio e hanno usato mezzi di trasporto	si	no
	20- Lotta alla povertà	Misurare la capacità di promuovere l'inclusione sociale	Quota di persone che vivono sotto la soglia di povertà	si	no
	21- Abbandono scolastico	Misurare la capacità di promuovere l'inclusione sociale	Giovani che abbandonano prematuramente i percorsi di istruzione e formazione professionale	si	no

Sottolineo che il senso complessivo dei 21 indicatori prescelti è quello di rappresentare condizioni territoriali, favorevoli o meno, per lo sviluppo turistico delle regioni e province italiane e la cui capacità di tenuta o miglioramento sono fondamentali ai fini di tale sviluppo. L'insieme degli indicatori utilizzati può permettere, in altri termini, di valutare la sostenibilità (economica, sociale, ambientale, istituzionale, ecc...) della competitività turistica regionale o provinciale, in una prospettiva di lungo periodo.

7.1.1. La metodologia d'analisi

La metodologia di analisi qui utilizzata fa ricorso al criterio, molto restrittivo, di valutare la competitività turistica regionale o provinciale, attraverso il calcolo della distanza che separa ciascuna regione dalla "regione turistica ideale", ovvero ciascuna provincia dalla "provincia turistica ideale". Si tratta di unità territoriali che nella realtà non esistono, ma che virtualmente registrano contestualmente tutti i migliori parametri dei vari indicatori utilizzati e quindi fungono da unità territoriali di riferimento con il massimo di competitività. In tal modo, più la regione o provincia analizzata è vicina, ovvero meno è distante, a quella ideale tanto più è competitiva.

La metodologia statistica presa a riferimento per definire la competitività delle regioni italiane si basa sulla procedura di standardizzazione dei valori dei 21 indicatori turistico-territoriali considerati, una procedura che consente di porre sullo stesso piano, cioè riportare a un'unica unità di misura, tali indicatori aventi diverse unità di misura. In tal modo, i dati delle 23 unità statistiche prese a riferimento (20 regioni più le circoscrizioni Centro-Nord, Sud, Italia) e dei 21 indicatori considerati sono fra loro comparabili.

La nota formula matematica per la standardizzazione di una distribuzione statistica è:

$$z=(x-q)/\sigma \quad [1]$$

dove:

z rappresenta il valore standardizzato corrispondente al valore originario della distribuzione statistica;

x rappresenta il valore originario da standardizzare;

q rappresenta il valore medio della distribuzione statistica;

σ rappresenta la deviazione standard (o scarto quadratico medio) di ciascun valore rispetto al valore medio della distribuzione statistica.

La matrice dei dati z è composta da indicatori tutti con media pari a 0 e deviazione standard pari a 1.

La metodologia di aggregazione dei dati utilizzata consente di affrontare alcuni problemi dei dati di partenza: oltre le diverse unità di misura -un problema risolto con la suddetta standardizzazione- occorre tenere presenti due specifiche questioni: la varianza e la direzione dei dati.

La varianza, che misura la variabilità interna di una distribuzione statistica, nel caso del nostro *data set* differisce sensibilmente fra i 21 indicatori esaminati, passando da valori molto bassi a valori molto alti.

La direzione dei dati originari da inserire nel *data set* è anch'essa rilevante per la robustezza dei risultati finali, poiché dati che presentano una diversa direzione rispetto al tema da valutare, la competitività turistica, come nel nostro caso, hanno bisogno di essere riallineati secondo un'unica direzione. In altri termini, 16 dei 21 indicatori utilizzati hanno una chiara direzione rispetto alla competitività turistica, nel senso che più il loro valore è alto più alta dovrebbe essere la loro influenza sulla competitività; gli altri cinque indicatori (quelli indicati nella precedente tavola 1.2 con i numeri 14, 16, 17, 20,21) devono essere intesi in misura inversa rispetto al tema in valutazione, poiché è difficile pensare che per esempio una maggiore povertà possa favorire la competitività turistica di una regione, con molta probabilità è vero esattamente il contrario; pertanto l'inserimento dei dati relativi a tali indicatori per ciascuna regione è avvenuto considerando il numero inverso di quello originario (indicando con x il numero originario il suo inverso è 1/x).

Ottenuta la standardizzazione dei dati originari, al fine di ottenere un indicatore sintetico della competitività turistica di ciascuna regione, ho fatto riferimento a uno specifico metodo tassonomico, quello

elaborato dall'Università di Wroclaw, in Polonia, utilizzato anche in Italia, in alcune analisi, fra cui quelle di Andrea Ciccarelli sulla competitività delle province italiane (Ciccarelli, 2003).

Questo metodo prevede che, una volta ottenuta la matrice dei dati standardizzati, si determini una nuova unità statistica “ideale”, nel nostro caso la variabile n. 24, che può essere considerata una variabile obiettivo, riportante per ciascuno dei 21 indicatori il valore più alto presente nelle rispettive distribuzioni statistiche, con cui ciascuna delle altre 23 variabili deve confrontarsi.

L'unità statistica ideale, ovviamente, come già suddetto non esiste nella realtà: non esiste, cioè, fra le 23 unità territoriali considerate (le 20 regioni e le tre circoscrizioni Centro-Nord, Sud, Italia) nessuna che abbia i valori massimi per tutti gli indicatori, per cui il confronto fra le variabili reali e quella ideale equivale a porre il confronto sulla base di un'asticella posta molto in alto, difficile da superare per tutte. Quello che emerge, in tal modo, è un confronto molto severo, dove la variabile ideale è una regione virtuale la cui competitività turistica è massima.

Il confronto tra ciascuna unità statistica reale e quella ideale è effettuato calcolando la corrispondente distanza, ricorrendo alla formula più diffusa della distanza euclidea.

Per tenere, inoltre, debitamente conto della differente variabilità mostrata dagli indicatori utilizzati, ho proceduto a pesare ogni singola distanza con l'inverso dello scarto quadratico medio.

Pertanto, la misura della distanza tra il territorio i-esimo e quello “ideale” j-esimo è data (per la sintesi k degli indicatori utilizzati) da:

$$d_{ik} = \sqrt{\sum_{j=1}^p \frac{(z_{ij} - z_{\max j})^2}{\sigma_j^2}} \quad \text{per ogni } i = 1, 2, \dots, n$$

[2]

dove:

z_{ij} è il valore standardizzato del j-esimo indicatore nell'i-esimo territorio;

$z_{\max j}$ è il massimo valore registrato per il j-esimo indicatore;

σ_j è lo scarto quadratico medio della distribuzione delle distanze dell'j-esimo indicatore.

In tal modo, la regione con l'indice sintetico più basso è quello meno distante dalla regione ideale, quella, come abbiamo detto, la cui competitività turistica è massima.

Per rendere più leggibili i risultati ho provveduto, in linea con la metodologia presa a riferimento, a trasformare i valori dell'indice sintetico in punteggi compresi tra 0 e 1000, dove 1000 corrisponde all'unità statistica con la peggiore performance e 0 corrisponde all'unità statistica ideale. Attribuendo 1000 all'unità statistica con la peggiore performance, tutti gli altri valori sono stati riproporzionati di conseguenza.

Quella che emerge è la graduatoria delle 23 unità statistiche, da quella meno distante a quella più distante dall'unità ideale. Abbiamo poi suddiviso tali unità in quattro categorie secondo la seguente sequenza:

- regioni con livello di competitività turistica “alto”: con valori compresi tra 0 e 250;
- regioni con livello di competitività turistica “medio-alto”: con valori compresi tra 200 e 500;
- regioni con livello di competitività turistica “medio-basso”: con valori compresi tra 500 e 750;
- regioni con livello di competitività turistica “basso”: con valori compresi tra 750 e 1000.

Al fine di analizzare l'evoluzione dinamica della competitività turistica delle regioni italiane, abbiamo replicato lo stesso metodo utilizzato per il 2015 anche per il 2000 e il 2010, così da avere una valutazione della dinamica di lungo periodo e una valutazione, nell'ambito di tale periodo, della fase più recente.

Allo stesso modo delle regioni, abbiamo proceduto a determinare la competitività turistica delle 110 province italiane, in tal caso facendo riferimento al concetto di “provincia turistica ideale”, utilizzando 14

dei 21 indicatori, poiché per 7 di questi, come risulta dalla precedente tavola 1.2, non sono disponibili i relativi dati a livello provinciale.

8.1.1. Il posizionamento competitivo delle regioni italiane

Nessuna regione, come vediamo dalla tavola 1.3, raggiunge nel 2015 un alto livello di competitività, e solo il Trentino Alto Adige raggiunge il livello di competitività medio-alto. La posizione competitiva di questa regione è legata alle ottime *performance* registrate, sia dall'indicatore sintetico turistico in senso stretto, che da quello relativo alla qualità del contesto territoriale.

Ultima in graduatoria è la Calabria, preceduta di poco da Sicilia e Puglia. Tutte queste tre Regioni presentano situazioni di forte criticità sia sul versante strettamente turistico che su quello territoriale. La distanza che separa queste regioni dalla regione virtuale è generalmente elevata per tutti gli indicatori considerati e l'impressione che si ha è che non riescano a mettere adeguatamente a frutto il potenziale di risorse offerte dai rispettivi territori, così che la domanda turistica espressa nei loro confronti rimane lontana dal raggiungere livelli più apprezzabili.

Tavola 1.3- Competitività turistica in senso stretto e competitività territoriale delle regioni italiane (2015): valori indicatori e graduatorie

Regioni	Indicatore turistico in senso stretto: min = 0	Regioni	Indicatore territoriale: min = 0 max = 1000	Regioni	Indicatore di sintesi: min = 0 max = 1000	Indice: min = 0; max = 1000	Livello competitività turistica: descrizione
Regione ideale	0,000	Regione ideale	0,000	Regione ideale	0,000	0,0	max
Trentino Alto Adige	2,565	Trentino Alto Adige	2,547	Trentino Alto Adige	3,614	478,6	medio-alto
Valle d'Aosta	3,048	Lombardia	2,959	Valle d'Aosta	4,851	642,4	medio-basso
Toscana	3,776	Friuli Venezia Giulia	3,092	Veneto	5,098	675,0	medio-basso
Veneto	3,876	Centro Nord	3,187	Centro Nord	5,130	679,3	medio-basso
Lazio	3,925	Veneto	3,311	Toscana	5,163	683,7	medio-basso
Centro Nord	4,019	Lazio	3,367	Lazio	5,171	684,8	medio-basso
Liguria	4,176	Piemonte	3,368	Lombardia	5,389	713,6	medio-basso
Italia	4,286	Emilia Romagna	3,498	Friuli Venezia Giulia	5,416	717,2	medio-basso
Emilia Romagna	4,385	Toscana	3,522	Emilia Romagna	5,609	742,7	medio-basso
Friuli Venezia Giulia	4,447	Valle d'Aosta	3,775	Piemonte	5,705	755,5	basso
Sardegna	4,456	Italia	3,883	Liguria	5,711	756,2	basso
Lombardia	4,504	Liguria	3,895	Italia	5,783	765,8	basso
Umbria	4,516	Marche	3,975	Marche	6,051	801,2	basso
Marche	4,562	Umbria	4,072	Umbria	6,080	805,2	basso
Piemonte	4,605	Sardegna	4,259	Sardegna	6,165	816,3	basso
Campania	4,660	Basilicata	4,282	Abruzzo	6,514	862,6	basso
Sicilia	4,738	Abruzzo	4,365	Basilicata	6,534	865,2	basso
Abruzzo	4,836	Molise	4,677	Campania	6,850	907,1	basso
Sud	4,839	Campania	5,021	Molise	6,995	926,3	basso
Basilicata	4,935	Sud	5,061	Sud	7,002	927,2	basso
Puglia	5,082	Puglia	5,066	Puglia	7,175	950,1	basso
Calabria	5,102	Sicilia	5,461	Sicilia	7,230	957,4	basso
Molise	5,202	Calabria	5,568	Calabria	7,552	1000,0	basso

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

Legenda	
livello competitività	Punteggio graduatoria
alto	0-250
medio-alto	250-500
medio-basso	500-750
basso	750-1000

I risultati del modello di analisi della competitività turistica delle regioni italiane, pur essendo un modello semplificato, poiché ha preso in esame solo 21 indicatori, porta a conclusioni a mio parere interessanti, confrontabili con quelle dei modelli di misurazione già citati, in particolare con quello più recente di Leonelli e Minguzzi (Leonelli-Minguzzi, 2013).

I due studiosi, utilizzando un set di indicatori più ampio rispetto a quello qui considerato e attraverso una metodologia statistica più elaborata, che fa riferimento alle tecniche dell'analisi in componenti principali e della cluster analysis, sono pervenuti a raggruppare le regioni italiane in quattro gruppi:

- il primo gruppo comprende le “destinazioni di prossimità”, Emilia Romagna, Liguria, Marche e Abruzzo, regioni interessate principalmente da flussi turistici nazionali, con i valori più bassi in termini di flussi stranieri, che hanno difficoltà a vendersi all'estero. Questa classificazione ci sembra sostanzialmente in linea con la classificazione delle stesse nel nostro modello, in cui vediamo che Emilia Romagna, Liguria e

Marche risultano regioni con un livello competitivo medio-basso, ma più tendente verso basso, e l'Abruzzo risulta con un livello competitivo basso;

- il secondo gruppo comprende le “destinazioni leader”, Trentino-Alto Adige e Valle d'Aosta, regioni che, pur avendo risorse turistiche relativamente limitate, hanno saputo costruire un vantaggio competitivo che va al di là delle risorse disponibili. Anche la nostra analisi colloca queste due regioni in cima alla graduatoria competitiva;
- il terzo gruppo è quello delle “destinazioni mature”, comprendente Lazio, Toscana, Veneto, Piemonte, e Lombardia, regioni dotate di enormi risorse turistiche e infrastrutture per l'accessibilità, che registrano una stagnazione delle presenze turistiche italiane e stanno orientando i loro sforzi verso i flussi stranieri, per i quali, almeno le prime tre, già mostrano una grande capacità di attrazione. In realtà si tratta di un gruppo meno omogeneo rispetto agli altri e questo in qualche modo corrisponde alla nostra classificazione che vede Toscana e Veneto collocate nella parte più alta del livello competitivo a cui appartengono;
- il quarto gruppo è quello delle “destinazioni da sviluppare”, comprendente Puglia, Molise, Calabria, Sardegna, Basilicata e Campania, regioni che pure a fronte di un elevatissimo potenziale turistico non riescono a supportare tali risorse con un'offerta integrata di politiche di promozione e sviluppo turistico. Si tratta di regioni che, nella nostra classificazione, si collocano fra le regioni italiane meno competitive.

In estrema sintesi, i risultati dei due modelli messi a confronto, per quanto aventi caratteristiche e modalità di analisi diverse, portano a risultati simili. Questa considerazione mi conforta nel considerare il modello qui presentato sufficientemente robusto nell'analisi della competitività turistica delle regioni italiane.

Il posizionamento competitivo di solito viene rappresentato staticamente, cioè con riferimento a un tempo determinato, ma ciò rappresenta un limite, poiché la competitività tende a cambiare nel tempo. Per superare questo limite, ho ritenuto utile verificare, con la stessa metodologia e per gli stessi indicatori, la competitività turistica delle regioni italiane a un tempo pregresso e valutare, così, se vi siano stati dei cambiamenti apprezzabili, in termini di miglioramento o peggioramento nel posizionamento competitivo di ciascuna regione, e capire a quali fattori possano essere attribuibili tali cambiamenti.

Nella successiva tavola 1.4 sono riportati i risultati di sintesi di questa valutazione, riferiti al periodo 2000-2015.

Passando a esaminare i risultati, possiamo innanzitutto vedere che fra il 2000 e il 2015 dodici regioni registrano un miglioramento competitivo, anche se tre di queste, nel periodo più recente 2010-2015,, manifestano una inversione di tendenza (Lazio, Sardegna e Puglia).

Al miglioramento del posizionamento competitivo, nelle undici regioni interessate, fra il 2000 e il 2015, hanno concorso fondamentalmente i fattori territoriali, ma generalmente anche i fattori turistici in senso stretto.

L'inversione di tendenza negativa nella fase più recente, nelle tre regioni succitate, è addebitabile per tutte e tre al peggioramento dell'indice sintetico di competitività territoriale.

Una inversione di tendenza positiva, nella fase più recente si manifesta invece per Friuli Venezia Giulia, Marche, in entrambi i casi per un miglioramento dei fattori territoriali e per le Marche anche per il miglioramento dei fattori turistici.

Vi sono poi regioni, quali Emilia Romagna, Liguria, Umbria, Abruzzo, Campania, Molise, Sicilia e Sardegna, che hanno registrato nella fase più recente il consolidamento della perdita di competitività turistica, anche in questo caso per il determinante concorso negativo svolto dai fattori territoriali.

In generale, tra fattori turistici e fattori territoriali emerge una elevata correlazione positiva, con un valore dell'indice di correlazione molto elevato, che rimane tale nel tempo, come si vede dalla successiva figura 1.3, a dimostrazione che fra i due gruppi di fattori esiste una co-evoluzione nel tempo e che generalmente regioni con i più alti valori in un gruppo sono anche regioni con i più alti valori nell'altro gruppo, così come regioni con più bassi valori in un gruppo sono anche regioni con più bassi valori nell'altro gruppo (tavola 1.5).

Tavola 1.4- Confronto tra competitività turistica in senso stretto e competitività territoriale regionale fra il 2000 e il 2015

Regioni	Punteggio in graduatoria 2015 min =0; max = 1000	Tendenza della competitività turistica fra il 2000 e il 2015	Variazione 2015 su 2000		Tendenza della competitività turistica fra il 2010 e il 2015	Variazione 2015 su 2010	
			Indice sintetico di competitività turistica in senso stretto	Indice sintetico di competitività territoriale		Indice sintetico di competitività turistica in senso stretto	Indice sintetico di competitività territoriale
Regione turistica ideale	0,0						
Trentino Alto Adige	478,6	↑	+	+	↑	+	+
Valle d'Aosta	642,4	↑	-	+	↑	+	+
Veneto	675,0	↑	+	+	↑	+	-
Centro Nord	679,3	↑	+	+	↑	+	-
Toscana	683,7	↑	+	+	↑	+	-
Lazio	684,8	↑	-	+	↓	+	-
Lombardia	713,6	↑	+	+	↑	+	-
Friuli Venezia Giulia	717,2	↓	-	-	↑	-	+
Emilia Romagna	742,7	↓	-	+	↓	+	-
Piemonte	755,5	↑	+	+	↑	+	-
Liguria	756,2	↓	-	-	↓	+	-
Italia	765,8	↑	+	+	↑	+	-
Marche	801,2	↓	-	-	↑	+	+
Umbria	805,2	↓	-	-	↓	+	-
Sardegna	816,3	↑	+	+	↓	+	-
Abruzzo	862,6	↓	-	-	↓	-	-
Basilicata	865,2	↑	+	+	↑	+	+
Campania	907,1	↓	-	+	↓	+	-
Molise	926,3	↓	-	-	↓	-	-
Sud	927,2	↓	-	-	↓	+	-
Puglia	950,1	↑	+	+	↓	+	-
Sicilia	957,4	↓	-	-	↓	+	-
Calabria	1000,0	↓	+	-	↓	+	-

Nota: il punteggio in graduatoria indica la distanza di ogni regione dalla "regione turistica ideale"

Legenda

- (+) corrisponde a un trend positivo (miglioramento)
- ↑ corrisponde a un trend positivo (miglioramento)
- (-) corrisponde a un trend negativo (peggioramento)
- ↓ corrisponde a un trend negativo (peggioramento)

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

Figura 1.3- Correlazione fra indice competitività turistica in senso stretto e indice competitività territoriale delle regioni italiane

Correlazione: min = 0; max = 1

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

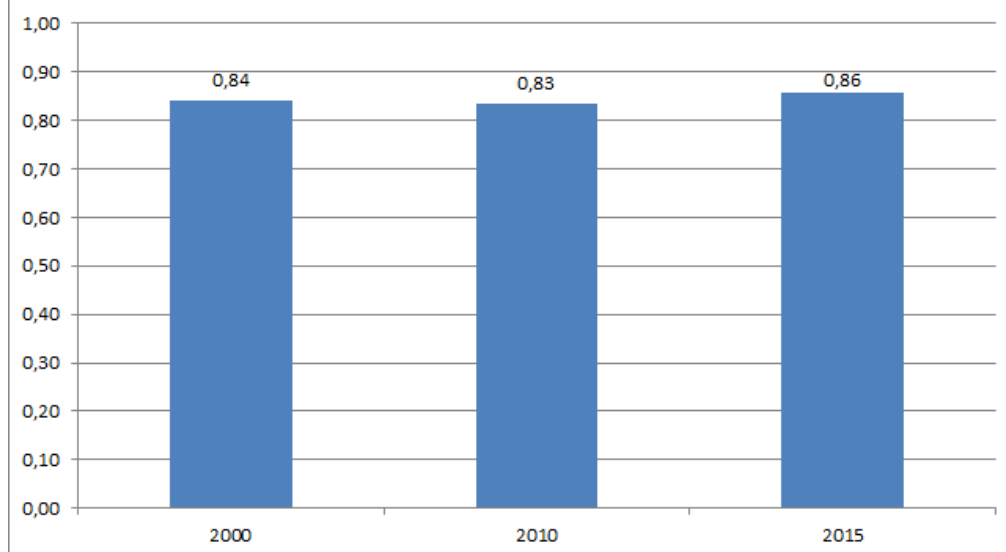


Tavola 1.5- Confronto tra competitività turistica in senso stretto e competitività territoriale delle regioni italiane

Regioni	2000			2010			2015		
	Indicatore turistico	Indicatore territoriale	Indicatore di sintesi	Indicatore turistico	Indicatore territoriale	Indicatore di sintesi	Indicatore turistico	Indicatore territoriale	Indicatore di sintesi
Regione turistica ideale	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Trentino Alto Adige	2,599	2,988	3,960	2,623	2,851	3,874	2,565	2,547	3,614
Valle d'Aosta	2,987	3,843	4,867	3,183	4,131	5,215	3,048	3,775	4,851
Veneto	3,954	3,313	5,158	4,027	3,288	5,199	3,876	3,311	5,098
Centro Nord	4,107	3,260	5,244	4,185	3,131	5,227	4,019	3,187	5,130
Toscana	3,797	3,581	5,219	3,971	3,361	5,202	3,776	3,522	5,163
Lazio	3,881	3,477	5,211	3,967	3,253	5,130	3,925	3,367	5,171
Lombardia	4,569	3,067	5,503	4,661	2,907	5,494	4,504	2,959	5,389
Friuli Venezia Giulia	4,148	3,077	5,165	4,344	3,294	5,452	4,447	3,092	5,416
Emilia Romagna	4,251	3,545	5,535	4,435	3,292	5,523	4,385	3,498	5,609
Piemonte	4,934	3,792	6,223	4,817	3,318	5,849	4,605	3,368	5,705
Liguria	4,154	3,669	5,543	4,276	3,658	5,627	4,176	3,895	5,711
Italia	4,313	3,980	5,868	4,399	3,803	5,815	4,286	3,883	5,783
Marche	4,472	3,902	5,935	4,765	4,167	6,330	4,562	3,975	6,051
Umbria	4,313	3,843	5,777	4,583	3,895	6,015	4,516	4,072	6,080
Sardegna	4,623	4,664	6,567	4,510	4,083	6,083	4,456	4,259	6,165
Abruzzo	4,696	4,143	6,263	4,719	4,039	6,211	4,836	4,365	6,514
Basilicata	5,004	4,586	6,787	5,118	4,499	6,814	4,935	4,282	6,534
Campania	4,378	5,101	6,722	4,678	4,956	6,815	4,660	5,021	6,850
Molise	5,104	4,382	6,727	5,200	4,549	6,908	5,202	4,677	6,995
Sud	4,721	5,057	6,918	4,868	4,935	6,932	4,839	5,061	7,002
Puglia	5,144	5,104	7,247	5,092	5,017	7,148	5,082	5,066	7,175
Sicilia	4,506	5,355	6,998	4,814	5,302	7,161	4,738	5,461	7,230
Calabria	5,167	5,308	7,407	5,176	5,321	7,424	5,102	5,568	7,552

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

9.1.1. Il posizionamento competitivo delle province italiane

Per quanto riguarda l'analisi della competitività turistica delle province, come abbiamo già detto, non sono stati considerati sette indicatori per indisponibilità di dati.

Nelle successive tavole 1.6 e 1.7 sono riportati i risultati delle elaborazioni effettuate.

Anche per le province nessuna di queste si colloca nel livello alto di competitività, in ragione del fatto che, come ho già detto, la metodologia utilizzata di calcolo della competitività, in termini di distanza delle province dalla "provincia turistica ideale", equivale a porre l'asticella del confronto molto in alto.

La dato fondamentale che emerge dall'analisi provinciale è che i valori in graduatoria delle province risultano più penalizzati, rispetto a quelli regionali. La prima provincia presenta un valore pari a 570, che, rispetto alla griglia usata per le regioni, colloca la stessa nell'intervallo delle province con competitività turistica medio-bassa.

La ragione è che scendendo di scala, dalla regione alla provincia, emergono maggiormente le specificità territoriali, a ragione di quanto riportato in letteratura sul ruolo delle specificità territoriali nel determinare la competitività territoriale.

In effetti, analizzando l'indice di correlazione tra fattori strettamente turistici e fattori di contesto territoriale a livello provinciale, emerge che questi ha un valore positivo ma più basso rispetto a quello regionale (figura 1.4) e per altro manifesta una lieve diminuzione tra il 2010 e il 2015.

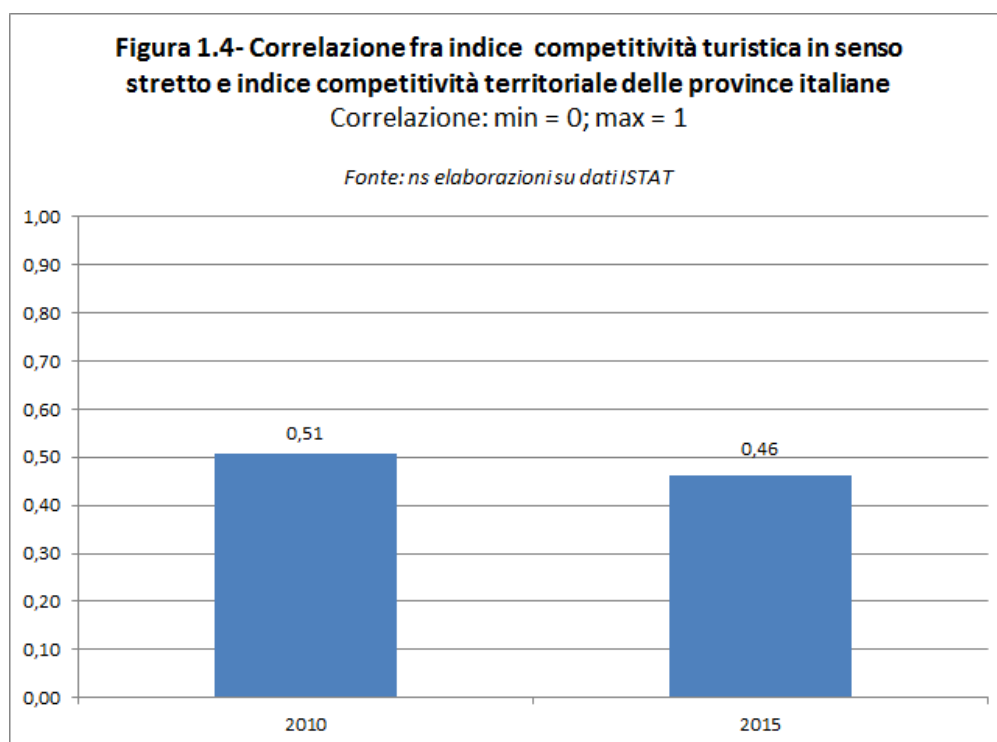


Tavola 1.6- Competitività turistica delle province italiane: variazioni 2015 rispetto al 2010

Graduatoria	Province	Punteggio graduatoria 2015: min = 0; max = 1000	Tendenza rispetto al 2010			Graduatoria	Province	Punteggio graduatoria 2015: min = 0; max = 1000	Tendenza rispetto al 2010		
			Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale				Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale
1	Provincia turistica ideale	0,0				57	Vercelli	898,11	↑	-	+
2	Bolzano	570,0	↑	-	+	58	Bologna	899,72	↑	-	+
3	Venezia	658,9	↑	-	+	59	Cremona	902,43	↑	-	+
4	Rimini	704,9	↑	-	+	60	Terni	902,54	↑	-	+
5	Trento	722,8	↑	-	+	61	Pordenone	905,25	↑	-	+
6	Olbia-Tempio	729,8	↓	-	-	62	Vicenza	905,38	↑	-	+
7	Aosta	754,6	↑	-	+	63	Arezzo	906,35	↑	-	-
8	Sondrio	755,5	↑	-	+	64	La Spezia	906,56	↑	-	-
9	Firenze	756,0	↑	-	+	65	Modena	908,35	↑	-	+
10	Belluno	761,4	↑	-	+	66	Genova	908,69	↑	-	+
11	Siena	767,9	↑	-	+	67	Lodi	909,51	↑	-	+
12	Livorno	782,8	↑	-	-	68	Matera	910,40	↑	-	+
13	Milano	791,9	↑	-	+	69	Potenza	913,70	↑	-	+
14	Verona	794,8	↑	-	-	70	Sassari	914,37	↑	-	+
15	Grosseto	798,7	↑	-	+	71	Asti	914,59	↑	-	+
16	Ravenna	802,4	↑	-	+	72	Piacenza	916,96	↑	-	+
17	Verbano-Cusio-Ossola	804,5	↑	-	+	73	L'Aquila	918,05	↑	-	+
18	Gorizia	813,0	↑	-	+	74	Alessandria	920,78	↑	-	+
19	Ogliostra	814,5	↑	-	+	75	Chieti	923,79	↑	-	+
20	Brescia	825,9	↑	-	+	76	Novara	925,26	↑	-	-
21	Padova	829,1	↑	-	+	77	Massa Carrara	925,74	↑	-	+
22	Savona	831,1	↑	-	+	78	Medio Campidano	926,49	↑	-	+
23	Udine	833,0	↑	-	+	79	Brindisi	928,25	↑	-	+
24	Pesaro e Urbino	841,7	↑	-	+	80	Carbonia-Iglesias	928,84	↑	-	+
25	Forlì-Cesena	845,1	↓	-	+	81	Salerno	929,27	↓	-	+
26	Roma	845,7	↑	-	+	82	Messina	929,91	↑	-	+
27	Como	848,2	↑	-	+	83	Trapani	932,10	↑	-	+
28	Oristano	850,0	↑	-	+	84	Biella	932,30	↑	-	-
29	Trieste	855,4	↓	-	+	85	Viterbo	936,89	↑	-	+
30	Cuneo	858,2	↑	-	+	86	Latina	938,50	↑	-	+
31	Lucca	858,6	↑	-	+	87	Reggio Emilia	939,39	↓	-	-
32	Imperia	860,7	↑	-	+	88	Pavia	941,38	↑	-	+
33	Perugia	862,2	↑	-	+	89	Vibo Valentia	945,55	↑	-	+
34	Pisa	864,0	↑	-	+	90	Siracusa	945,89	↑	-	-
35	Parma	864,8	↑	-	+	91	Lecce	950,30	↑	-	-
36	Teramo	870,6	↑	-	+	92	Campobasso	953,50	↑	-	+
37	Torino	870,9	↑	-	+	93	Pescara	954,57	↑	-	+
38	Cagliari	871,0	↑	-	+	94	Crotone	958,06	↑	-	+
39	Ancona	874,6	↑	-	+	95	Foggia	958,73	↑	-	+
40	Prato	875,6	↑	-	+	96	Agrigento	961,18	↑	-	-
41	Ferrara	875,7	↑	-	+	97	Palermo	962,32	↑	-	-
42	Ascoli Piceno	876,2	↑	-	+	98	Bari	963,40	↑	-	+
43	Monza e della Brianza	876,4	↑	-	+	99	Enna	963,54	↑	-	+
44	Pistoia	876,7	↑	-	+	100	Benevento	964,66	↑	-	+
45	Italia	877,1	↑	-	+	101	Isernia	966,60	↓	-	-
46	Fermo	877,3	↑	-	+	102	Catanzaro	966,61	↑	-	+
47	Varese	880,5	↑	-	-	103	Barletta-Andria-Trani	969,96	↑	-	+
48	Macerata	880,5	↑	-	+	104	Cosenza	970,58	↑	-	+
49	Napoli	880,9	↑	-	+	105	Rieti	972,51	↑	-	+
50	Mantova	881,2	↑	-	+	106	Avellino	978,04	↑	-	+
51	Bergamo	883,9	↑	-	+	107	Taranto	980,15	↑	-	+
52	Nuoro	884,5	↑	-	+	108	Caserta	982,19	↑	-	+
53	Treviso	888,5	↑	-	+	109	Ragusa	985,89	↑	-	+
54	Frosinone	888,6	↑	-	+	110	Catania	991,24	↑	-	+
55	Lecco	892,4	↑	-	+	111	Caltanissetta	991,24	↑	-	+
56	Rovigo	894,9	↑	-	+	112	Reggio Calabria	1000,00	↑	-	+

Nota: miglioramento (+); peggioramento (-)

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

Tabella 1.7- Variazione degli indici di competitività turistica in senso stretto e competitività territoriale fra il 2010 e il 2015: segno peggioramento (+); miglioramento (-)

Graduatoria	Province	Punteggio graduatoria 2015: min = 0; max = 1000	2015			2010			Variazione 2015/2010			Graduatoria	Province	Punteggio graduatoria 2015: min = 0; max = 1000	2015			2010			Variazione 2015/2010		
			Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica				Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica	Indice di competitività turistica in senso stretto	Indice di competitività territoriale	Indice sintetico di competitività turistica
1	Provincia turistica ideale	0,0	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	57	Vercelli	898,1	5,519	2,841	6,208	3,500	3,182	6,464	2,019	-0,341	-0,257
2	Bolzano	570,0	2,936	2,626	3,940	2,485	2,709	4,087	0,451	-0,083	-0,147	58	Bologna	899,7	5,379	3,121	6,219	3,401	3,221	6,329	1,978	-0,100	-0,110
3	Venezia	658,9	3,125	3,313	4,554	2,695	3,404	4,742	0,431	-0,091	-0,187	59	Cremona	902,4	5,552	2,842	6,237	3,422	2,865	6,287	2,130	-0,022	-0,050
4	Rimini	704,9	3,579	3,306	4,872	3,005	3,414	5,102	0,574	-0,108	-0,230	60	Terni	902,5	5,386	3,148	6,238	3,474	3,281	6,447	1,912	-0,133	-0,209
5	Trento	722,8	3,944	3,066	4,996	2,789	3,120	5,143	1,155	-0,053	-0,147	61	Pordenone	905,3	5,595	2,801	6,257	3,541	3,049	6,418	2,054	-0,248	-0,161
6	Olbia-Tempio	729,8	4,127	2,901	5,044	2,256	2,841	5,033	1,871	0,059	0,011	62	Vicenza	905,4	5,618	2,756	6,258	3,695	2,825	6,365	1,923	-0,069	-0,107
7	Aosta	754,6	4,065	3,268	5,216	2,685	3,454	5,478	1,379	-0,186	-0,262	63	Arezzo	906,4	5,392	3,188	6,265	3,461	3,129	6,357	1,931	0,060	-0,093
8	Sondrio	755,5	4,539	2,582	5,222	2,879	2,628	5,352	1,660	-0,045	-0,130	64	La Spezia	906,6	5,000	3,777	6,266	3,429	3,770	6,485	1,571	0,006	-0,219
9	Firenze	756,0	4,209	3,097	5,226	2,772	3,193	5,524	1,437	-0,096	-0,299	65	Modena	908,4	5,594	2,850	6,278	3,553	2,963	6,351	2,041	-0,113	-0,073
10	Belluno	761,4	4,546	2,651	5,263	2,877	2,995	5,478	1,670	-0,344	-0,216	66	Genova	908,7	5,271	3,415	6,281	3,453	3,559	6,483	1,818	-0,144	-0,203
11	Siena	767,9	4,346	3,047	5,308	2,848	3,066	5,443	1,498	-0,019	-0,135	67	Lodi	909,5	5,599	2,858	6,286	3,503	3,020	6,404	2,096	-0,161	-0,118
12	Livorno	782,8	4,292	3,294	5,410	2,930	3,257	5,456	1,362	0,037	-0,045	68	Matera	910,4	5,142	3,627	6,292	3,132	3,805	6,551	2,010	-0,179	-0,259
13	Milano	791,9	4,562	3,025	5,474	3,081	3,120	5,832	1,481	-0,096	-0,358	69	Potenza	913,7	5,440	3,208	6,315	3,441	3,467	6,598	1,999	-0,259	-0,282
14	Verona	794,8	4,540	3,093	5,493	3,239	3,061	5,618	1,300	0,033	-0,124	70	Sassari	914,4	5,245	3,525	6,320	3,323	3,692	6,556	1,922	-0,167	-0,236
15	Grosseto	798,7	4,387	3,351	5,521	2,673	3,521	5,709	1,714	-0,170	-0,188	71	Asti	914,6	5,582	2,967	6,321	3,670	3,030	6,497	1,912	-0,063	-0,175
16	Ravenna	802,4	4,810	2,760	5,546	3,067	2,923	5,675	1,744	-0,162	-0,129	72	Piacenza	917,0	5,570	3,024	6,338	3,346	3,168	6,344	2,224	-0,144	-0,006
17	Verbano-Cusio-Ossola	804,5	4,538	3,213	5,561	2,976	3,250	5,679	1,563	-0,037	-0,118	73	L'Aquila	918,1	5,379	3,366	6,345	3,220	3,540	6,430	2,159	-0,174	-0,085
18	Gorizia	813,0	5,056	2,452	5,619	3,370	2,721	5,700	1,686	-0,269	-0,081	74	Alessandria	920,8	5,554	3,108	6,364	3,496	3,238	6,490	2,057	-0,130	-0,125
19	Ogstra	814,5	4,722	3,065	5,630	2,821	3,250	5,911	1,901	-0,185	-0,281	75	Chieti	923,8	5,634	3,005	6,385	3,558	3,240	6,491	2,076	-0,235	-0,106
20	Brescia	825,9	5,067	2,630	5,709	3,289	2,961	5,984	1,777	-0,331	-0,276	76	Novara	925,3	5,544	3,188	6,395	3,630	3,170	6,468	1,914	0,018	-0,073
21	Padova	829,1	5,124	2,567	5,731	3,365	2,572	5,889	1,759	-0,005	-0,158	77	Massa Carrara	925,7	5,462	3,333	6,399	3,566	3,511	6,553	1,896	-0,178	-0,155
22	Savona	831,1	4,653	3,369	5,744	3,140	3,607	5,956	1,513	-0,238	-0,212	78	Medio Campidano	926,5	5,456	3,352	6,404	3,291	3,396	6,486	2,166	-0,044	-0,082
23	Udine	833,0	5,033	2,797	5,757	3,240	3,081	6,003	1,793	-0,284	-0,245	79	Brindisi	928,3	5,447	3,391	6,416	3,535	3,766	6,746	1,912	-0,375	-0,330
24	Pesaro e Urbino	841,7	4,962	3,037	5,818	2,982	3,192	6,009	1,979	-0,155	-0,191	80	Carbonia-Iglesias	928,8	5,569	3,194	6,420	3,548	3,430	6,624	2,021	-0,236	-0,204
25	Forlì-Cesena	845,1	5,064	2,912	5,841	3,183	2,979	5,840	1,880	-0,066	0,001	81	Salerno	929,3	5,300	3,628	6,423	3,203	3,640	6,381	2,097	-0,011	0,042
26	Roma	845,7	4,630	3,567	5,845	2,861	3,692	5,997	1,769	-0,124	-0,152	82	Messina	929,9	5,078	3,941	6,427	3,213	3,955	6,588	1,864	-0,015	-0,161
27	Como	848,2	5,348	2,403	5,862	3,565	2,510	6,004	1,783	-0,108	-0,142	83	Trapani	932,1	5,187	3,821	6,442	3,204	3,885	6,605	1,983	-0,064	-0,162
28	Oristano	850,0	5,300	2,535	5,875	3,424	2,727	6,198	1,876	-0,192	-0,324	84	Biella	932,3	5,694	3,018	6,444	3,746	2,954	6,498	1,947	0,063	-0,054
29	Trieste	855,4	5,030	3,107	5,912	2,790	3,254	5,889	2,240	-0,146	0,023	85	Viterbo	936,9	5,473	3,461	6,476	3,462	3,743	6,697	2,012	-0,282	-0,221
30	Cuneo	858,2	5,404	2,446	5,932	3,389	2,634	6,114	2,015	-0,189	-0,182	86	Latina	938,5	5,472	3,483	6,487	3,492	3,603	6,592	1,980	-0,120	-0,105
31	Luca	858,6	5,116	3,007	5,934	3,336	3,115	6,042	1,780	-0,108	-0,108	87	Reggio Emilia	939,4	5,687	3,132	6,493	3,557	3,131	6,466	2,130	0,001	0,027
32	Imperia	860,7	4,778	3,545	5,949	3,161	3,751	6,137	1,617	-0,206	-0,188	88	Pavia	941,4	5,600	3,314	6,507	3,711	3,431	6,735	1,889	-0,117	-0,228
33	Perugia	862,2	5,101	3,081	5,959	3,220	3,424	6,230	1,881	-0,343	-0,270	89	Vibo Valentia	945,6	4,971	4,242	6,535	3,265	4,313	6,708	1,706	-0,071	-0,172
34	Pisa	864,0	5,142	3,036	5,972	3,263	3,165	6,064	1,880	-0,129	-0,092	90	Siracusa	945,9	5,287	3,846	6,538	3,371	3,747	6,645	1,915	0,099	-0,108
35	Parma	864,8	5,272	2,818	5,978	3,286	2,977	6,174	1,986	-0,160	-0,196	91	Lecce	950,3	5,455	3,659	6,568	3,528	3,630	6,606	1,926	0,029	-0,037
36	Teramo	870,6	5,169	3,080	6,017	3,239	3,317	6,159	1,930	-0,237	-0,142	92	Campobasso	953,5	5,539	3,570	6,590	3,475	3,742	6,751	2,064	-0,172	-0,161
37	Torino	870,9	5,194	3,043	6,019	3,281	3,150	6,269	1,912	-0,107	-0,250	93	Pescara	954,6	5,526	3,605	6,598	3,437	3,669	6,621	2,088	-0,063	-0,024
38	Cagliari	871,0	5,327	2,804	6,020	3,304	2,905	6,128	2,023	-0,101	-0,109	94	Crotone	958,1	5,357	3,893	6,622	3,379	3,895	6,718	1,978	-0,002	-0,096
39	Ancona	874,6	5,346	2,822	6,045	3,512	2,996	6,263	1,834	-0,173	-0,218	95	Foggia	958,7	5,273	4,013	6,627	3,346	4,150	6,830	1,928	-0,138	-0,203
40	Prato	875,6	5,334	2,859	6,052	3,436	2,926	6,231	1,899	-0,067	-0,179	96	Agrigento	961,2	5,160	4,185	6,643	2,995	4,176	6,730	2,165	0,009	-0,086
41	Ferrara	875,7	5,140	3,197	6,053	3,274	3,231	6,206	1,866	-0,035	-0,153	97	Palermo	962,3	5,418	3,858	6,651	3,481	3,805	6,744	1,937	0,053	-0,093
42	Ascoli Piceno	876,2	5,181	3,136	6,056	3,427	3,570	6,457	1,753	-0,434	-0,401	98	Bari	963,4	5,580	3,634	6,659	3,516	3,741	6,774	2,064	-0,107	-0,115
43	Monza e della Brianza	876,4	5,446	2,651	6,057	3,593	2,740	6,267	1,853	-0,089	-0,210	99	Enna	963,5	5,416	3,876	6,660	3,308	3,948	6,809	2,108	-0,072	-0,150
44	Pistoia	876,7	5,082	3,300	6,059	3,358	3,459	6,172	1,724	-0,159	-0,113	100	Benevento	964,7	5,785	3,315	6,668	3,875	3,494	6,872	1,910	-0,178	-0,205
45	Italia	877,1	5,059	3,341	6,062	3,160	3,497	6,259	1,899	-0,156	-0,196	101	Isernia	966,6	5,573	3,684	6,681	3,386	3,672	6,678	2,188	0,012	0,003
46	Fermo	877,3	5,230	3,069	6,064	3,457	3,225	6,270	1,773	-0,156	-0,207	102	Catanzaro	966,6	5,423	3,902	6,681	3,505	3,906	6,800	1,919	-0,004	-0,119
47	Varese	880,5	5,459	2,689	6,086	3,610	2,674	6,220	1,849	0,016	-0,134	103	Barletta-Andria-Trani	970,0	5,522	3,802	6,704	3,670	3,972	7,006	1,852	-0,169	-0,302
48	Macerata	880,5	5,295	3,000	6,086	3,433	3,028	6,249	1,862	-0,027	-0,163	104	Cosenza	970,6	5,503	3,837	6,708	3,528	3,958	6,862	1,975	-0,122	-0,154
49	Napoli	880,9	4,696	3,876	6,089	3,066	4,038	6,390	1,630	-0,162	-0,301	105	Rieti	972,5	5,636	3,663	6,722	3,613	3,799	6,879	2,023	-0,136	-0,1

10.1.1. Il diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane

A questo punto ho proceduto ad effettuare l'analisi di correlazione fra i 21 indicatori selezionati per l'analisi di competitività delle regioni, i cui risultati sono riportati nella successiva tavola 1.8, da cui possiamo vedere il grado di correlazione di ciascun indicatore con tutti gli altri.

A partire dai risultati della suddetta matrice di correlazione, che completa l'analisi multifattoriale di competitività turistica, ho fatto il passo decisivo per elaborare uno schema interpretativo generale dello sviluppo turistico delle regioni italiane, mutuando e adattando il modello del “diamante di Porter” (Porter, 1990; Porter, 1998).

Il “diamante di Porter” è un modello economico messo a punto da Porter per schematizzare i fattori chiave che portano al successo di una particolare nazione in un settore industriale.

Per creare il modello, Porter ha prima individuato gruppi di imprese d'eccellenza operanti nello stesso settore all'interno di 10 nazioni. L'economista statunitense ha poi proceduto a un'analisi storica per individuare le motivazioni che hanno portato al successo delle imprese selezionate. Egli ha ricavato sei fattori principali:

- le **condizioni dei fattori**, un insieme di risorse e infrastrutture presenti in modo significativo nello Stato prescelto;
- le **condizioni della domanda**, una forte domanda interna per prodotti e servizi che porta all'innovazione rapida e all'introduzione periodica di nuovi prodotti in modo da mantenere il vantaggio competitivo;
- i **settori industriali correlati e di supporto**, che risultano particolarmente avanzati e partecipano attivamente all'innovazione, stimolando la crescita;
- la **strategia, struttura e rivalità delle imprese**, che risulta molto avanzata, provocando una forte competizione interna che stimola il settore;
- il **governo**, che può influenzare tutti e quattro i fattori suddetti, favorendo la produzione e la domanda in modo da ottenere un beneficio economico interno ed anche una maggiore esportazione;
- il **caso**, un insieme di fattori esterni incontrollabili dalle singole aziende che provocano il successo o il decadimento del settore.

Uno degli esempi tipici di applicazione del diamante di Porter è nel settore della moda italiana, dove diversi fattori come l'abbondanza di risorse e di mano d'opera specializzata, forte domanda per oggetti di lusso, competizione fra le diverse case di moda e anche l'aiuto del governo hanno permesso all'industria di fiorire nel campo internazionale.

Nella figura 1.5, sulla base dei valori di correlazione di cui alla predetta tavola 1.8, è riportato quello che ho definito “il diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane”, che schematizza l'insieme delle relazioni, che sono alla base della competitività turistica di ciascuna regione.

Tale schema mette in evidenza le relazioni fondamentali che legano la domanda turistica, l'offerta turistica, l'internazionalizzazione e la destagionalizzazione. Fra tali variabili emerge una correlazione elevatissima, segno che tali variabili co-evolvono nel loro insieme.

Lo schema, fa emergere, tuttavia, come il settore turistico non possa essere considerato al di fuori dello specifico contesto territoriale, in cui si sviluppa. Le relazioni fra le variabili strettamente turistiche e quelle di contesto territoriale dall'analisi di correlazione risultano sufficientemente significative, segno che l'evoluzione del settore turistico, dipende in qualche misura dal contesto territoriale, così come può concorrere a modificarlo.

In particolare, emerge una significativa correlazione positiva del livello di crescita turistica con:

- le risorse potenziali del territorio, che comprendono i molteplici attrattori turistici;
- la densità del sistema produttivo nel suo complesso, che rappresenta una condizione di base per l'integrazione del settore turistico con altri settori;
- la formazione continua e il coinvolgimento dei giovani nel mercato del lavoro;
- la diffusione dei servizi pubblici locali, quale capacità della pubblica amministrazione nell'erogare servizi essenziali per la qualità della vita e del contesto favorevole alle attività imprenditoriali;
- la capacità della pubblica amministrazione di promuovere l'inclusione sociale;

- l'apertura del sistema produttivo al commercio internazionale;
- la diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT);
- lo sviluppo delle attività e dell'occupazione nel settore culturale.

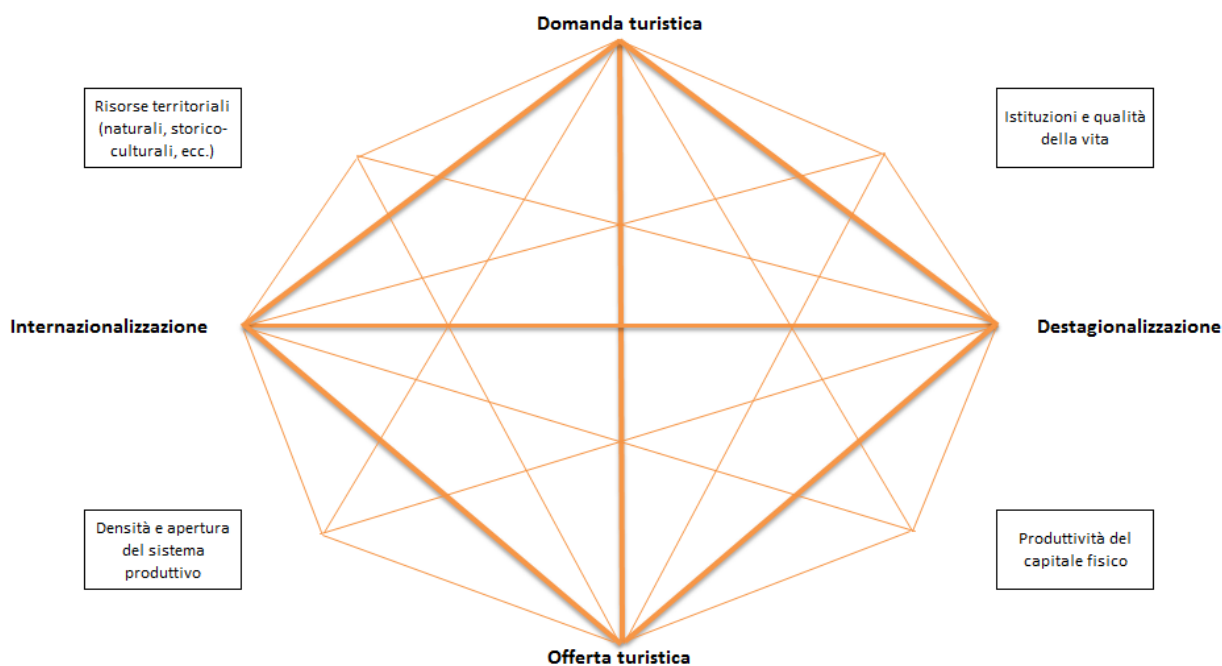
Occorre poi sottolineare che alcuni degli indicatori utilizzati presentano una scarsa correlazione positiva con il livello di crescita turistica, o addirittura negativa.

E' il caso della domanda culturale, espressa in termini di numero di visitatori degli istituti statali di antichità e d'arte, ma questo indicatore sconta il fatto che questa tipologia di attrattore turistico non è sufficientemente rappresentativa degli attrattori culturali presenti sul territorio. In effetti, regioni a forte vocazione turistica, come nel caso del Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta, questa tipologia di beni culturali non è presente o è scarsamente presente, come per l'Abruzzo e il Molise.

Una correlazione scarsamente significativa, ma tendenzialmente negativa, è quella esistente tra livello di crescita turistica e occupati nel settore della cooperazione, che abbiamo qui considerato come un indicatore di coesione sociale. In altri termini, la cooperazione sembra non essere un fattore rilevante per la crescita turistica.

L'analisi di correlazione qui presentata e lo schema del diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane da essa tratto, oltre che darci una possibile spiegazione dei processi di sviluppo turistico delle stesse regioni, sono importanti per orientare la strategia specifica di sviluppo turistico di ciascuna regione: se le condizioni del contesto territoriale sono complessivamente buone, favorevoli allo sviluppo turistico, l'attenzione delle politiche turistiche potrebbe concentrarsi sul miglioramento/innovazione dei quattro cardini del diamante; ma se le condizioni del contesto territoriale non sono buone, poco favorevoli allo sviluppo turistico, le politiche turistiche dovrebbero prioritariamente concentrarsi nel miglioramento del contesto, poiché un contesto poco favorevole allo sviluppo turistico vanificherebbe molto dello sforzo profuso da politiche turistiche tutte incentrate su fattori strettamente turistici (promozione della domanda turistica, rafforzamento del sistema ricettivo, ecc...).

Figura 1.5- Il diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane



Fonte: ns elaborazione

Tavola 1.8- Matrice di correlazione di alcuni fattori di sviluppo del turismo nelle regioni italiane, 2015

Indicatori	Domanda turistica per abitante	Domanda turistica per kmq	Destagionalizzazione	Internazionalizzazione	Domanda culturale	Occupazione nel settore culturale	Risorse territoriali potenziali	Stock di capitale fisico turistico	Produttività	Densità del sistema produttivo	Apertura del sistema produttivo	Diffusione ICT	Formazione continua	Giovani NEET	Diffusione della cooperazione	Micro criminalità nelle città	Emigrazione ospedaliera	Diffusione dei servizi pubblici	Utilizzo dei servizi di trasporto pubblico	Lotta alla povertà	Abbandono scolastico
Domanda turistica per abitante		0,61	0,98	0,97	-0,27	0,20	0,43	0,91	0,44	0,51	0,22	0,22	0,64	0,70	-0,06	0,14	0,01	0,45	0,08	0,55	0,12
Domanda turistica per kmq			0,56	0,69	0,18	0,14	-0,31	0,39	0,80	0,57	0,49	0,53	0,51	0,71	-0,26	-0,39	0,45	0,55	0,28	0,74	0,29
Destagionalizzazione				0,95	-0,23	0,29	0,45	0,90	0,46	0,50	0,17	0,25	0,62	0,68	-0,04	0,14	-0,03	0,39	0,16	0,54	0,10
Internazionalizzazione					-0,14	0,16	0,29	0,81	0,55	0,49	0,25	0,28	0,66	0,72	-0,02	0,01	0,13	0,48	0,16	0,59	0,16
Domanda culturale						0,41	-0,56	-0,35	0,34	0,05	0,15	0,63	0,06	-0,03	0,17	-0,53	0,40	0,05	0,42	0,18	0,06
Occupazione nel settore culturale							0,15	0,32	0,25	0,44	0,10	0,67	0,32	0,22	0,18	-0,08	0,13	0,07	0,23	0,36	-0,08
Risorse territoriali potenziali								0,64	-0,39	0,06	-0,23	-0,29	0,15	0,06	0,21	0,76	-0,46	-0,10	-0,18	-0,15	-0,03
Stock di capitale fisico turistico									0,16	0,47	0,14	0,10	0,55	0,57	-0,14	0,29	-0,09	0,36	-0,09	0,40	0,07
Produttività										0,46	0,41	0,66	0,42	0,55	0,01	-0,44	0,50	0,46	0,44	0,70	0,03
Densità del sistema produttivo											0,80	0,68	0,84	0,92	-0,41	-0,12	0,47	0,73	-0,06	0,86	0,55
Apertura del sistema produttivo												0,55	0,60	0,74	-0,46	-0,23	0,71	0,77	-0,17	0,80	0,47
Diffusione ICT													0,62	0,55	0,07	-0,44	0,58	0,44	0,40	0,72	0,25
Formazione continua														0,86	-0,14	-0,16	0,44	0,71	-0,02	0,76	0,50
Giovani NEET															-0,40	-0,12	0,43	0,75	0,03	0,88	0,59
Diffusione della cooperazione															0,17	-0,12	-0,38	0,28	-0,27	-0,41	
Micro criminalità nelle città																	-0,59	-0,19	-0,08	-0,35	0,06
Emigrazione ospedaliera																		0,58	-0,09	0,65	0,17
Diffusione dei servizi pubblici																			-0,15	0,70	0,45
Utilizzo dei servizi di trasporto pubblico																				0,09	-0,05
Lotta alla povertà																					0,35
Abbandono scolastico																					

Legenda	> 0,66
	da 0,34 a 0,66
	da 0,11 a 0,33
	da 0,10 a -0,10
	da -0,10 a -0,33
	da -0,34 a -0,66
	< -0,66

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT

2. Crescita turistica della Puglia nel contesto euro-mediterraneo: scenari al 2025 e lineamenti di *policy*

2.1. Introduzione

Abbiamo precedentemente visto che la Puglia è fra le regioni italiane con un basso livello di competitività turistica, comunque cresciuto nell'ultimo quindicennio, anche se con segnali di inversione di tendenza negli anni più recenti, addebitabili alla perdita di competitività dei fattori territoriali.

Nonostante la crescita di presenze turistiche, passate da oltre 7 milioni nel 1998 a oltre 13,5 milioni nel 2015, e registrando in questo periodo il secondo tasso di crescita di tali presenze fra le regioni italiane, il suo tasso di turisticità, misurato in termini di presenze per abitante, rimane ancora basso, poco più della metà del corrispondente valore medio nazionale. La Puglia è così tra le regioni con il più basso tasso di turisticità.

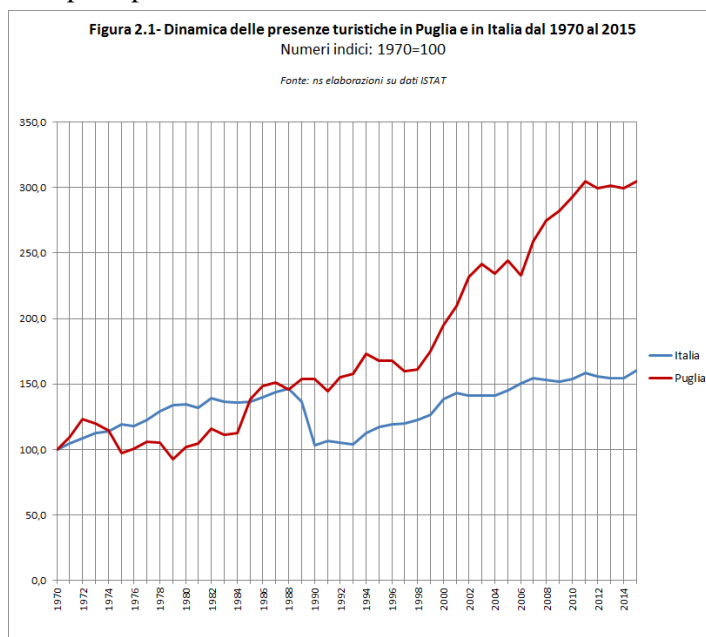
Nei prossimi paragrafi ci preoccupiamo di analizzare le performance di crescita turistica della Puglia, nell'ultimo quindicennio, anche in relazione alle dinamiche che hanno interessato in questo periodo le 42 regioni europee che si affacciano sul Mediterraneo, per delineare, in ragione dei risultati emersi dalla precedente analisi di competitività delle regioni italiane: i punti di forza e di debolezza del suo processo di crescita e sviluppo turistico, i possibili scenari evolutivi nel prossimo decennio, le possibili linee di azione della policy regionale in campo turistico.

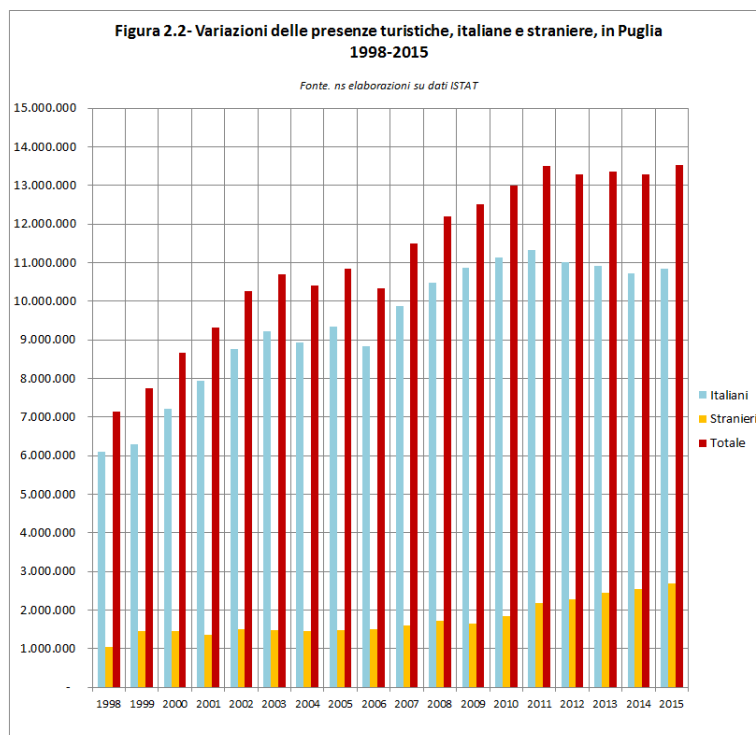
2.2. L'onda lunga della crescita turistica pugliese

Utilizzando la serie storica dell'ISTAT sulle presenze turistiche regionali è possibile ricostruire la dinamica evolutiva di lungo del turismo pugliese nel contesto italiano.

Utilizzando i dati a partire dal 1970 possiamo vedere che a partire dal 1998 inizia per la Puglia una fase di crescita turistica che la porta ad esprimere un trend di crescita significativamente al di sopra del corrispondente trend nazionale (figura 2.1).

La Puglia è entrata così a far parte delle mete emergenti del panorama turistico italiano, una condizione che oramai fa parte del senso comune del Paese. La Puglia è, infatti, la seconda regione in Italia per tasso di crescita delle presenze turistiche fra il 1998 e il 2015, una crescita dovuta tanto alle presenze nazionali, passate da poco più di 6 milioni a circa 11 milioni, quanto alle presenze straniere, passate nello stesso periodo da poco più di 1 milione a circa 2,7 milioni (figura 2.2). Nel complesso le presenze turistiche in Puglia sono dunque passate da poco più di 7 milioni a 13,5 milioni.





2.3. Principali criticità del modello turistico pugliese

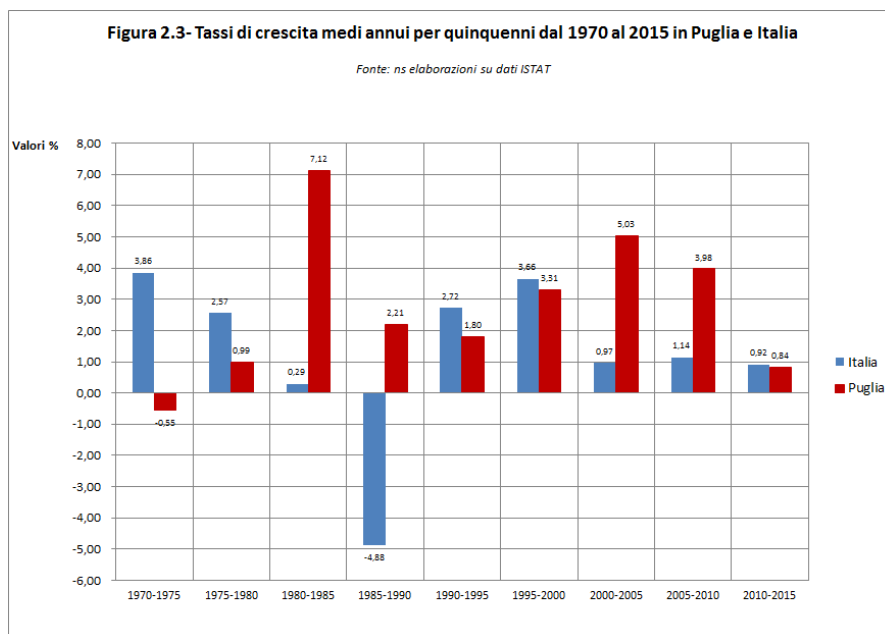
I positivi risultati raggiunti dal turismo pugliese dalla fine degli anni '90 del secolo scorso a oggi non possono tuttavia nascondere le criticità del modello turistico affermatosi in questo periodo, che come ora vedremo, fa leva in misura preponderante sul turismo estivo concentrato in alcuni punti del territorio regionale, che crea problemi di congestione in tali punti e mantiene al margine dello sviluppo turistico il resto del territorio regionale, pur dotato di attrattori naturalistici, archeologici e culturali di rilievo nazionale e internazionale.

11.1.1. La flessione della crescita turistica negli ultimi due quinquenni

Le difficoltà dell'attuale modello turistico pugliese emergono in modo evidente attraverso l'analisi più dettagliata dei flussi turistici a partire dal 1970 e con più attenzione agli anni più recenti.

Guardando la successiva figura 2.3, che riporta i tassi di crescita medi annui delle presenze turistiche, emerge chiaramente la flessione registrata dalla Puglia negli ultimi due quinquenni. In particolare, l'ultimo quinquennio registra per la Puglia un trend leggermente sotto il trend medio nazionale, manifestando così un'inversione di tendenza rispetto ai due quinquenni precedenti.

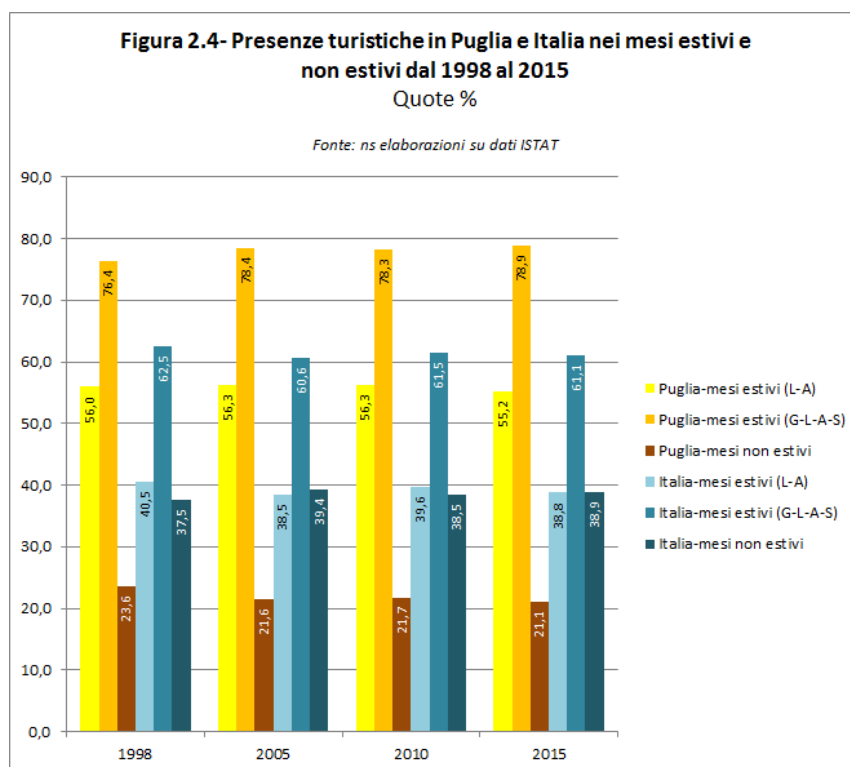
La dinamica turistica nell'ultimo quinquennio ha conseguentemente rallentato la crescita del livello di turisticità della Puglia, che, passato dal 33,5% al 50,6% della media nazionale fra il 1998 e il 2010, si colloca al 51,2% nel 2015, fra i più bassi a livello delle regioni italiane.



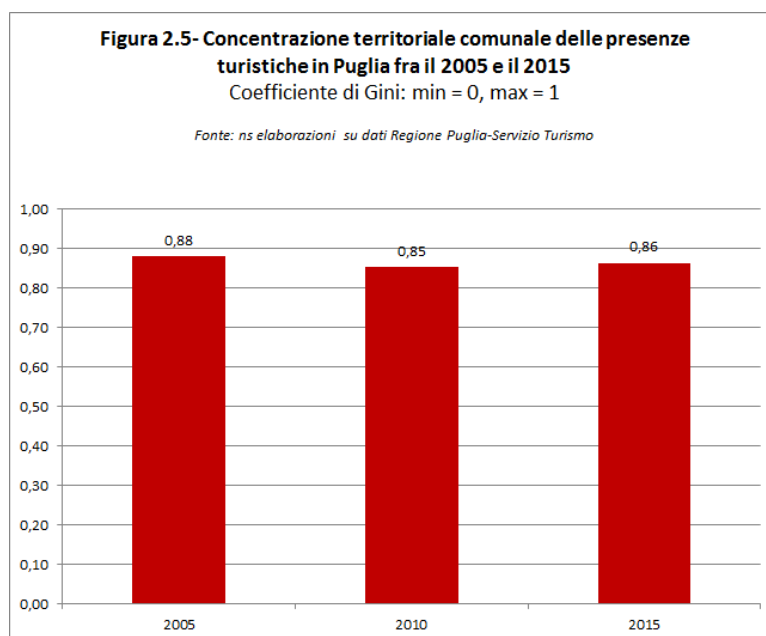
12.1.1. Forte concentrazione temporale e territoriale dei flussi turistici

Queste semplici valutazioni evidenziano la necessità di modificare l'attuale modello di sviluppo turistico regionale, fortemente incentrato sul turismo estivo, per altro fortemente concentrato in pochi punti del territorio regionale. Ciò risulta evidente analizzando la distribuzione mensile e territoriale delle presenze turistiche.

Per quanto riguarda la distribuzione mensile delle presenze turistiche (figura 2.4) è evidente la difficoltà della Puglia nel far decollare una politica di destagionalizzazione, una difficoltà più evidente rispetto al contesto nazionale: nei mesi estivi del 2015, da giugno a settembre, si è concentrato, infatti, il 79% circa delle presenze turistiche annuali, un dato per altro in crescita rispetto al 1998.



Per quanto riguarda, poi, la distribuzione territoriale delle presenze turistiche, emerge una forte concentrazione territoriale: il coefficiente di Gini (figura 2.5), che può variare da un minimo di 0 a un massimo di 1, evidenzia per il 2015 un valore pari a 0,86. Si tratta di un valore molto elevato, che per altro non mostra significative variazioni rispetto al 2005.



Il fenomeno della concentrazione territoriale è molto evidente in termini empirici:

- i soli comuni che nel 2015 hanno registrato oltre 100 mila presenze turistiche, in numero di 27 sui 258 comuni pugliesi, hanno totalizzato l'81,5% delle presenze turistiche totali registrate dalla Puglia. Fra questi, i primi dieci comuni hanno totalizzato oltre il 53% delle presenze regionali (Vieste, Ugento, Otranto, Peschici, Bari, Fasano, Lecce, Gallipoli, Carovigno, San Giovanni Rotondo);
- le quote di mercato delle prime dieci e delle prime venti mete turistiche, dopo una fase di lieve flessione, negli ultimi anni sono tornate a crescere.

2.4. *la Puglia turistica nel contesto euro-mediterraneo*

13.1.1. L'importanza delle regioni euro-mediterranee nel turismo europeo ed extra-europeo

L'inquadramento della Puglia, sotto il profilo turistico, nell'ambito del contesto delle regioni UE che si affacciano sul Mediterraneo è un importante punto di osservazione, poiché tali regioni, che condividono lo stesso mare e possono essere considerate sotto tanti aspetti come mete turistiche concorrenti sul mercato internazionale del turismo, pur rappresentando solo il 15% in termini di prodotto interno lordo e il 18% in termini di popolazione rispetto all'intera UE, registrano un livello di presenze turistiche pari al 31% circa delle presenze turistiche dell'UE, un dato che sale al 41% circa se considerate le sole presenze turistiche straniere.

Le regioni dell'UE bagnate dal Mediterraneo giocano, dunque, un ruolo importante in termini turistici, in particolare sul mercato internazionale del turismo, tenuto anche conto che l'Europa, secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Commercio, continua ad attrarre oltre la metà dei flussi turistici mondiali. Nel 2015 gli arrivi in Europa sono stati pari a 609 milioni, in crescita del 5% rispetto all'anno precedente. Per quanto stia crescendo la quota delle nuove mete turistiche extra-europee, in particolare quelle dell'Asia e Pacifico e del Medio Oriente, l'OMC stima che nel 2030 l'Europa continuerà ad essere ancora la prima meta turistica mondiale.

Il *data base* che abbiamo esaminato è quello di EUROSTAT, l'ufficio statistico dell'Unione Europea, un *data base* per altro in fase di implementazione, per cui registra ancora molti vuoti di dati. L'anno più recente disponibile è quello del 2014, che rappresenta l'anno con la più ampia presenza di dati relativi ai Paesi UE, compreso anche il Montenegro. Non sono ancora disponibili i dati relativi alle regioni albanesi e a quelle turche, anche se l'Albania e la Turchia, così come il Montenegro, sono in fase di pre-adesione.

Le regioni prese in esame sono dunque 42. Per regioni, ai fini delle analisi qui presentate, si intendono le cosiddette "regioni NUTS 2", cioè le regioni statistiche al livello 2, così come considerate da EUROSTAT, che per l'Italia coincidono con le regioni amministrative.

Per le analisi relative alla crescita turistica, non essendo disponibili dati omogenei per tutte le 42 regioni, così come per tutti i 28 paesi UE, abbiamo considerato un gruppo più ristretto di 31 regioni per cui sono disponibili i dati a partire dal 2000. Le analisi sono in questo caso sufficientemente rappresentative anche perché questo gruppo di regioni rappresenta oltre il 90% delle presenze turistiche relative alle 42 regioni, sia come presenze in totale che straniere. Anche per i 28 Stati membri i dati completi sono disponibili dal 2000, mentre per gli Stati membri che si affacciano sul Mediterraneo abbiamo la disponibilità dal 1994, circostanza che ci permette di inquadrare l'evoluzione delle regioni euro-mediterranee nel contesto evolutivo dei Paesi di appartenenza.

14.1.1. L'evoluzione turistica dei Paesi UE che si affacciano sul Mediterraneo

È opportuno, prima di passare all'analisi dei dati relativi alle 42 regioni, fare un rapido accenno all'evoluzione turistica dei sette Paesi UE (Grecia, Croazia, Slovenia, Italia, Francia, Spagna e Portogallo) di cui fanno parte tali regioni per un inquadramento più generale. Non consideriamo Malta per non disponibilità dei dati a partire dal 1994, ma date le sue piccole dimensioni i risultati delle analisi non vengono inficiati.

Questa analisi ci consente di vedere che nell'ultimo ventennio Spagna e Francia hanno soppiantato l'Italia fra le mete turistiche preferite: nel 1994 l'Italia era infatti la prima meta turistica fra i paesi UE che si affacciano sul Mediterraneo, precedendo Francia e Spagna; nel 2014 l'Italia si colloca dopo Spagna e Francia. Se poi consideriamo, anziché i valori assoluti di presenze turistiche, il loro trend allora vediamo che l'Italia è il Paese che registra la peggiore *performance*.

Questi primi dati servono a mettere in evidenza come l'Italia, soprattutto a partire dalla fine degli anni '90, abbia registrato difficoltà complessive di crescita turistica rispetto ai Paesi euromediterranei, direttamente concorrenti.

Un po' meglio va l'Italia se consideriamo le sole presenze turistiche straniere, cioè la capacità attrattiva internazionale, a testimonianza del fatto che sullo scenario internazionale rimane ancora una fra le mete turistiche preferite: rappresenta il secondo paese euro-mediterraneo dopo la Spagna, anche se il trend di crescita italiano a partire dalla fine degli anni '90 è rallentato rispetto a quello spagnolo, così come rispetto a quello croato e sloveno.

Il futuro turistico italiano sembra dunque giocarsi sui mercati internazionali, ma la sua capacità attrattiva mostra segni di flessione; più dinamiche, nel contesto euro-mediterraneo, si stanno mostrando Croazia, Slovenia e Spagna.

Queste dinamiche, ovviamente, hanno il loro peso sul turismo delle rispettive regioni che si affacciano sul Mediterraneo.

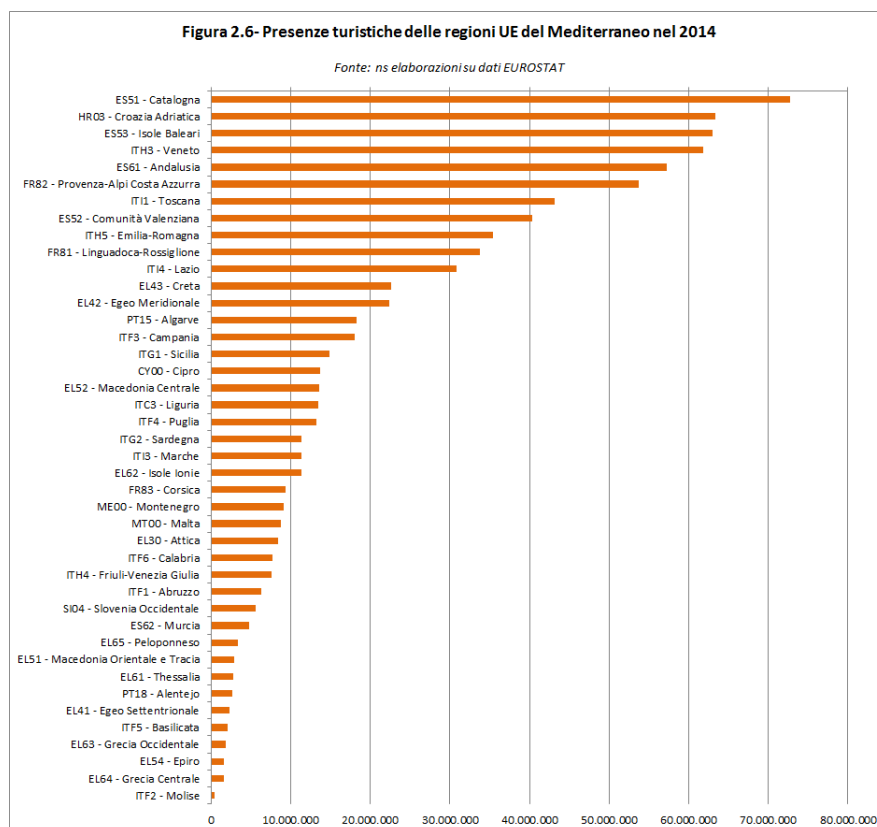
15.1.1. Le 42 mete turistiche euro-mediterranee al 2014

Le 42 regioni euro-mediterranee qui considerate hanno totalizzato nel 2014 quasi 829 milioni di presenze turistiche, quasi il 31% delle presenze turistiche registrate nell'intera UE, di cui quasi 500 milioni sono presenze turistiche straniere, pari al 41% circa delle presenze turistiche straniere nell'UE.

In termini assoluti solo la Catalogna (ES) supera 70 milioni di presenze, seguita da Croazia Adriatica (HR), Isole Baleari (ES) e Veneto (IT) che superano 60 milioni di presenze. Seguono ancora Andalusia (ES), Provenza-Alpi-Costa Azzurra (FR) che superano 50 milioni di presenze. Queste prime sei regioni totalizzano il 45% delle presenze turistiche di tutte le 42 regioni considerate. Se poi il gruppo si allarga ad altre due

regioni, che superano 40 milioni di presenze, cioè Toscana (IT) e Comunità Valenziana (ES), il dato sale al 55%. Oltre la metà delle presenze turistiche nelle regioni euro-mediterranee si concentra dunque in solo otto regioni (figura 2.6).

La Puglia con oltre 13 milioni di presenze turistiche si colloca al 20° posto, ma se si considerano solo le presenze turistiche straniere la sua posizione scivola sino al 28° posto, collocandosi nel primo caso nel 3° quartile e nel secondo caso nel 2° quartile delle rispettive distribuzioni statistiche per ordine crescente di posizione.



Considerando i flussi turistici in valori assoluti, la Puglia si colloca pertanto fra le mete di media e medio-piccola dimensione.

Se poi consideriamo le regioni per percentuale di presenze turistiche straniere sul totale presenze, la Puglia con un valore pari a meno del 20% si colloca al 38° posto. Le regioni con la più alta percentuale di presenze turistiche straniere, sopra il 90%, sono Malta (MT), Creta (EL), Cipro (CY), Croazia Adriatica (HR), Isole Baleari (ES).

16.1.1. Livello di sviluppo turistico delle regioni euro-mediterranee: il posizionamento della Puglia

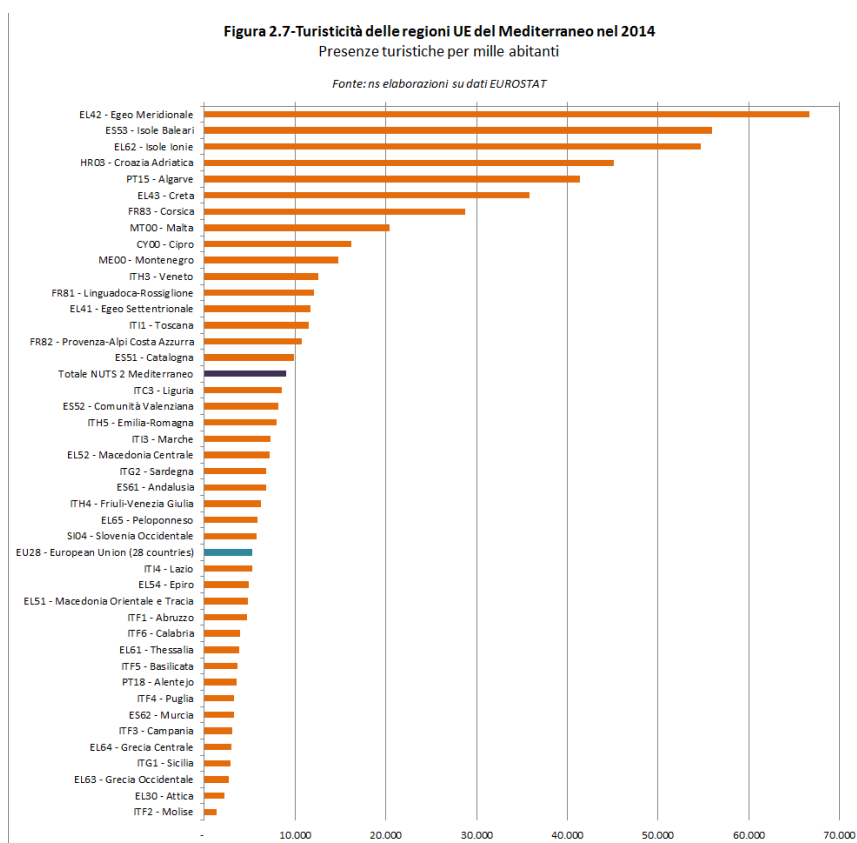
La considerazione dei dati su esposti, tuttavia, non ci dà una idea precisa del livello di sviluppo turistico raggiunto dalle varie regioni.

A tal fine possiamo fare riferimento al tasso di turisticità, che nel nostro caso rapporta le presenze turistiche alla popolazione.

Considerando il tasso di turisticità relativamente al totale presenze turistiche, guardando preliminarmente i sette Paesi euro-mediterranei, possiamo notare che al 2014 cinque di questi (in ordine, Croazia, Grecia, Spagna, Italia e Francia) registrano un livello di sviluppo superiore alla media comunitaria. Il Portogallo è in linea con la media UE e la Slovenia è poco sotto la media UE. Per altro, negli ultimi cinque anni, tranne l'Italia, tutti gli altri Paesi hanno visto migliorare il loro livello di sviluppo rispetto alla media comunitaria.

Passando a esaminare il livello di crescita delle 42 regioni euro-mediterranee (figura 2.7), possiamo notare che questo gruppo di regioni complessivamente considerate presenta un livello di sviluppo quasi doppio rispetto alla media europea, e ciò testimonia che questa macro-area rappresenta una delle aree dell'Unione più sviluppate in termini turistici. In questo contesto turisticamente forte, la Puglia si colloca fra le regioni meno sviluppate, esattamente al 35° posto della graduatoria. Le regioni che si caratterizzano maggiormente per un elevato livello di sviluppo turistico sono le regioni greche dell'Egeo Meridionale e delle Isole Ionie e le Isole Baleari in Spagna. Un elevato livello è stato raggiunto anche dalla Croazia Adriatica e dalla regione Algarve nel sud del Portogallo. In generale, le regioni euro-mediterranee che hanno raggiunto un livello di sviluppo turistico maggiore della media europea sono ben 26, di cui 5 sono italiane (Veneto, Toscana, Liguria, Marche e Sardegna).

Considerando il tasso di turisticità delle sole presenze turistiche straniere, che rappresenta un indicatore di attrattività internazionale, notiamo che la macro area euro-mediterranea presenta un livello più che doppio rispetto alla media europea. Le regioni euro-mediterranee che si collocano sopra la media comunitaria sono sempre 26, ma la Puglia in questo caso scivola al 40° posto. Le regioni italiane che si collocano sopra la media comunitaria sono sempre 5, ma fra queste non ci sono più le Marche, che vengono soppiantate dal Lazio.



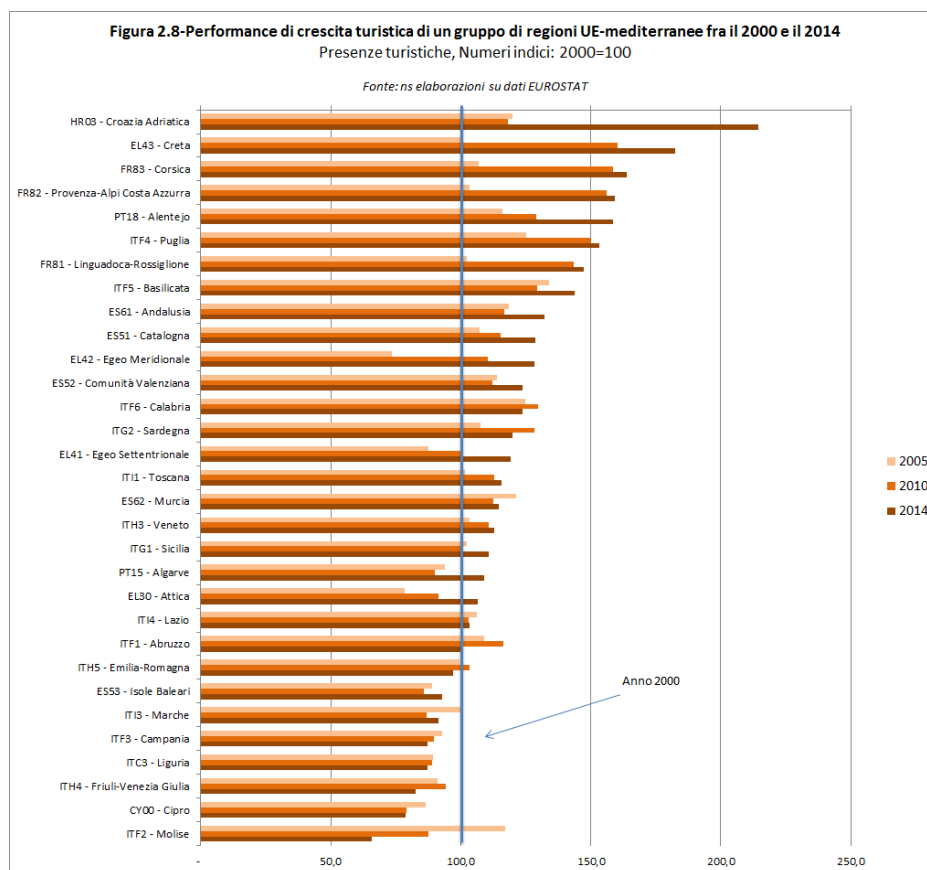
17.1.1. Trend di sviluppo turistico delle regioni euro-mediterranee: il posizionamento della Puglia

Il livello di sviluppo turistico raggiunto dalle varie regioni non ci dice, però, come si stia evolvendo il fenomeno turistico nelle varie regioni.

A tal fine, possiamo notare che la situazione è molto diversificata. La Croazia Adriatica, per esempio, che abbiamo visto essere una regione fra le più sviluppate dell'area euro-mediterranea, negli ultimi anni ha registrato il maggior trend di crescita di presenze turistiche ed è in fase di ulteriore accelerazione rispetto al periodo precedente, tanto per le presenze turistiche in totale, che per quelle straniere. Per altro verso, notiamo

che Cipro, che è fra le mete turistiche più sviluppate, presenta uno dei *trend* peggiori, registrando fra il 2000 e il 2014 una perdita netta di presenze turistiche.

La Puglia, in questa analisi, si colloca fra le regioni con le migliori *performance*, avendo registrato tra il 2000 e il 2014 un trend che la colloca al 6° posto.



Se poi consideriamo il periodo tra il 2000 e il 2010, la Puglia risulta addirittura al 4° posto, dopo Creta, Corsica e Provenza-Alpi Costa Azzurra. Negli ultimi anni la crescita delle presenze turistiche in Puglia è dunque rallentata e ciò a causa della contrazione delle presenze turistiche nazionali, passate da 11,134 milioni nel 2010 a 10,726 milioni nel 2014. Si tratta di un trend comune quasi a tutte le regioni italiane, che segue la crisi finanziaria ed economica internazionale scoppiata fra il 2008 e il 2009.

Il trend negativo delle presenze turistiche nazionali tra il 2010 e il 2014 porta la Puglia a scivolare nella graduatoria delle 31 regioni euro-mediterranee dal 4° al 18° posto.

Tuttavia, se spostiamo l'analisi sulle sole presenze turistiche straniere, scopriamo che la Puglia si colloca tra le regioni più performanti. Grazie al suo trend di crescita si colloca tanto nel periodo 2000-2010 che nel periodo 2010-2014 al 4° posto fra le 31 regioni nella graduatoria per trend di crescita. Per altro, notiamo che il ritmo di crescita di presenze turistiche straniere in Puglia fra il 2010 e il 2014 registra una forte accelerazione rispetto al periodo precedente, sino a sfiorare il 10% in media annua.

18.1.1. Classificazione turistica delle regioni euro-mediterranee

Combinando il livello di sviluppo turistico con il trend di crescita turistica possiamo costruire delle classificazioni interpretative dello sviluppo turistico delle regioni euro-mediterranee.

La prima di queste, riportata nella tavola 2.1, è ottenuta mettendo in relazione il livello di sviluppo economico delle regioni con il livello di sviluppo turistico delle stesse, con riferimento al 2014, e riguarda

tutto il gruppo delle 42 regioni. Da questa classificazione emerge che la Puglia si colloca nel gruppo delle regioni meno sviluppate a bassa turisticità, quindi nel gruppo delle regioni più deboli non solo in termini di sviluppo economico complessivo, ma anche di sviluppo turistico.

In effetti, dalla tavola 2.1 possiamo vedere che ci sono regioni, come la Sardegna o la Croazia, che, pur essendo fra le regioni meno sviluppate, tuttavia registrano un più alto impatto del settore turistico nella propria struttura economica. All'opposto troviamo la regione Attica, in Grecia, che comprende il capoluogo Atene, collocata fra le regioni più sviluppate, che tuttavia registra un basso livello di sviluppo turistico.

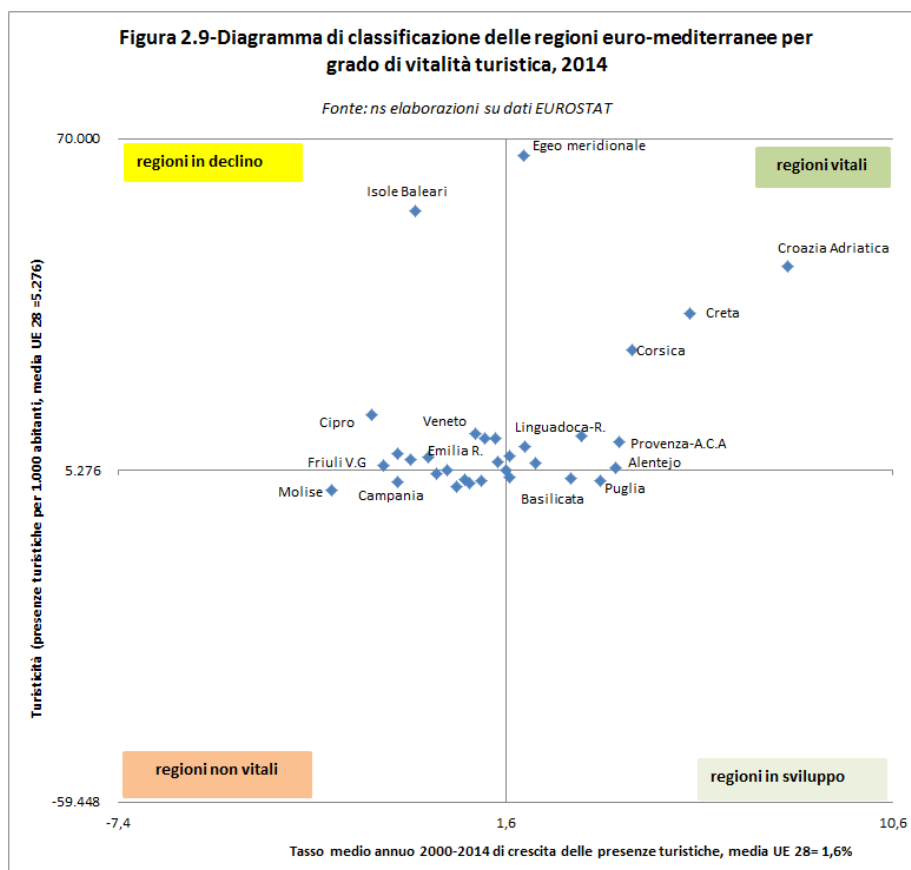
Tavola 2.1-Classificazione delle regioni euro-mediterranee (NUTS 2) per livello di sviluppo e turisticità, 2014

Classificazione regioni	Regioni NUTS 2	PIL procapite (euro)	Turisticità (presenze turistiche per 1000 abitanti)	Numero indice PIL procapite UE28=100	Numero indice turisticità
Regioni più sviluppate ad alta turisticità	ITH5 - Emilia-Romagna	32.200	7.951	117	151
	IT4 - Lazio	31.400	5.229	114	99
	ITH3 - Veneto	29.800	12.554	108	238
	ES51 - Catalogna	29.700	9.833	108	186
	IT1 - Toscana	28.700	11.499	104	218
	ITC3 - Liguria	28.700	8.510	104	161
	FR82 - Provenza-Alpi Costa Azzurra	28.000	10.759	102	204
	ITH4 - Friuli-Venezia Giulia	27.800	6.199	101	118
	SI04 - Slovenia Occidentale	27.000	5.723	98	108
	ES53 - Isole Baleari	26.200	55.974	95	1.061
Regioni più sviluppate a bassa turisticità	IT3 - Marche	25.300	7.322	92	139
	EL30 - Attica	27.100	2.185	99	41
Regioni in transizione ad alta turisticità	FR83 - Corsica	24.500	28.729	89	545
	CY00 - Cipro	23.600	20.452	86	388
	FR81 - Linguadoca-Rossiglione	22.400	16.193	81	307
	EL42 - Egeo Meridionale	22.100	12.080	80	229
	MT00 - Malta	22.000	66.652	80	1.263
	ES52 - Comunità Valenziana	22.000	8.165	80	155
	ITF1 - Abruzzo	21.300	41.431	77	785
Regioni in transizione a media turisticità	PT15 - Algarve	23.100	4.718	84	89
Regioni in transizione a bassa turisticità	ES62 - Murcia	20.500	3.223	75	61
	ITF2 - Molise	20.500	1.339	75	25
Regioni meno sviluppate ad alta turisticità	ITG2 - Sardegna	19.900	6.832	72	129
	ES61 - Andalusia	18.500	6.821	67	129
	EL62 - Isole Ionie	18.400	54.669	67	1.036
	EL43 - Creta	17.300	35.831	63	679
	EL65 - Peloponneso	15.900	5.835	58	111
	EL41 - Egeo Settentrionale	15.700	11.642	57	221
	HR03 - Croazia Adriatica	15.500	45.133	56	855
	EL52 - Macedonia Centrale	15.300	7.195	56	136
	EL54 - Epiro	14.000	4.852	51	92
	EL51 - Macedonia Orientale e Tracia	13.700	4.775	50	91
Regioni meno sviluppate a bassa turisticità	PT18 - Alentejo	19.300	3.550	70	67
	ITF5 - Basilicata	19.000	3.642	69	69
	ITF4 - Puglia	17.200	3.245	63	62
	ITG1 - Sicilia	17.000	2.920	62	55
	EL64 - Grecia Centrale	16.900	2.945	61	56
	ITF3 - Campania	16.700	3.081	61	58
	ITF6 - Calabria	16.100	3.927	59	74
	EL61 - Tessalia	15.100	3.843	55	73
	EL63 - Grecia Occidentale	14.800	2.644	54	50
EU28 - European Union (28 countries)		27.500	5.276	100	100

Nota: non è compreso il Montenegro per non disponibilità del PIL procapite

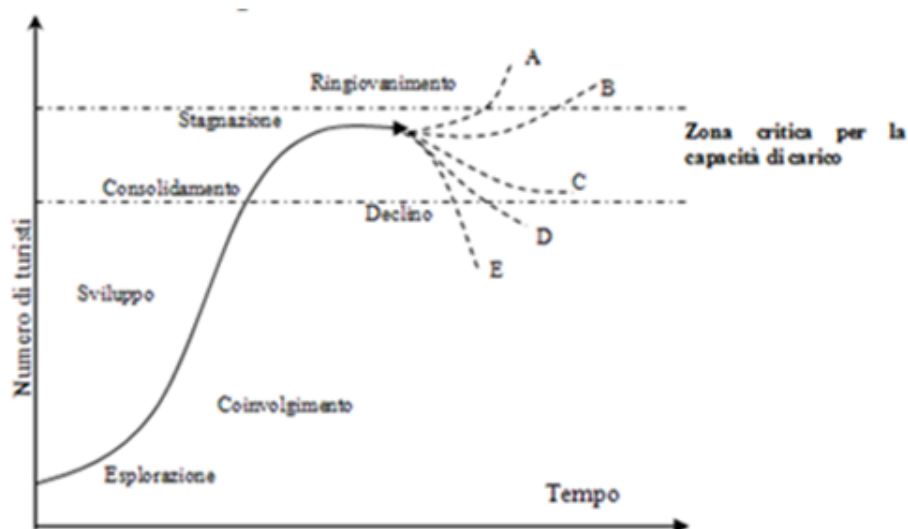
Fonte: ns elaborazioni su dati EUROSTAT

La seconda classificazione, che abbiamo definito di “vitalità turistica”, riguarda il gruppo delle 31 regioni per cui sono disponibili i dati sulle presenze turistiche a partire dal 2000, e mette in relazione il livello di turisticità al 2014, rapportato alla media UE, con il tasso di crescita medio annuo delle presenze turistiche fra il 2000 e il 2014, anch'esso rapportato alla media UE. Emerge un diagramma che suddivide le 31 regioni in quattro gruppi (figura 2.9) da cui si può vedere che la Puglia rientra fra le regioni turisticamente in fase di sviluppo.



La terza classificazione, che in qualche modo ricalca la seconda, ma risulta più articolata ed è elaborata sulla base del principio del ciclo di vita di una destinazione turistica, proposto dal geografo canadese Richard Butler (Butler, 1980), per cui l'evoluzione di una destinazione turistica segue generalmente l'andamento tipico di una curva logistica, come emerge dalla figura 2.10.

Figura 2.10- Il ciclo di vita delle destinazioni turistiche (modello Butler)



I risultati di questa classificazione sono riportati nella seguente tavola 2.2, che contiene anche i criteri di elaborazione utilizzati, e si riferiscono al gruppo delle 31 regioni per cui sono disponibili dati dal 2000 al 2014, da cui possiamo notare che la Puglia si colloca tra le regioni in fase di sviluppo, cioè nel gruppo delle regioni con un livello di turisticità nel 2000 sotto la media comunitaria (48,1% della media UE 28) e un tasso di crescita medio annuo delle presenze turistiche fra il 2000 e il 2014 più che doppio rispetto media UE 28 (3,82% contro 1,64%). Da notare che nella fase più recente il ritmo di crescita della Puglia è fortemente rallentato, come abbiamo già detto, a fronte dell'accelerazione registrata dalla media comunitaria.

Tavola 2.2- Cluster Analysis turistica delle regioni euromediterranee con il "modello Butler"

Fasi di sviluppo turistico secondo il modello Butler	Gruppi di regioni per performance					Presenze turistiche	
	Regioni NUTS 2	Turisticità 2000 Numeri indici: UE 28 =100	Variazione % media annua presenze turistiche 2014/2000	Variazione % media annua presenze turistiche 2014/2010	Turisticità 2014 Numeri indici: UE 28 =100	anno 2014	Valori %
Rinnovamento	ES53 - Isole Baleari	1.785,4	-0,51	2,04	1.061,0	62.968.745	8,2
	IT13 - Marche	192,0	-0,61	1,30	138,8	11.354.343	1,5
Declino	CY00 - Cipro	558,9	-1,52	-0,15	306,9	13.715.342	1,8
	ITC3 - Liguria	219,3	-0,92	-0,51	161,3	13.474.247	1,8
	ITH5 - Emilia-Romagna	204,5	-0,20	-1,52	150,7	35.384.389	4,6
	ITH4 - Friuli-Venezia Giulia	174,5	-1,24	-3,06	117,5	7.606.911	1,0
	ITF3 - Campania	81,2	-0,91	-0,67	58,4	18.060.075	2,4
	ITF2 - Molise	44,4	-2,45	-6,24	25,4	419.597	0,1
Stagnazione	PT15 - Algarve	954,3	0,65	5,36	785,3	18.290.626	2,4
	ITH3 - Veneto	272,4	0,91	0,43	238,0	61.863.257	8,1
	ITI1 - Toscana	238,9	1,12	0,67	218,0	43.150.721	5,6
	EL41 - Egeo Settentrionale	219,6	1,37	4,63	220,7	2.301.571	0,3
	ITI4 - Lazio	130,5	0,23	0,09	99,1	30.808.575	4,0
	ITG2 - Sardegna	129,7	1,42	-1,66	129,5	11.362.839	1,5
	ITF1 - Abruzzo	111,5	0,00	-3,50	89,4	6.282.674	0,8
	ES62 - Murcia	78,8	1,04	0,45	61,1	4.717.532	0,6
	ITG1 - Sicilia	60,3	0,78	2,52	55,3	14.866.938	1,9
Consolidamento	EL30 - Attica	45,0	0,47	4,13	41,4	8.354.162	1,1
	EL42 - Egeo Meridionale	1.251,8	2,02	4,08	1.263,4	22.319.510	2,9
	ES51 - Catalogna	201,3	2,05	2,93	186,4	72.737.328	9,5
	ES52 - Comunità Valenziana	179,0	1,70	2,63	154,8	40.331.819	5,3
	ES61 - Andalusia	132,8	2,30	3,30	129,3	57.295.211	7,5
Sviluppo	ITF6 - Calabria	69,7	1,68	-1,18	74,4	7.762.931	1,0
	EL43 - Creta	478,8	5,89	3,46	679,2	22.627.995	3,0
	FR83 - Corsica	476,6	4,56	0,85	544,6	9.391.573	1,2
	FR81 - Linguadoca-Rossiglione	217,6	3,38	0,71	229,0	33.711.502	4,4
	HR03 - Croazia Adriatica	484,9	8,16	20,31	855,5	63.286.178	8,3
	FR82 - Provenza-Alpi Costa Azzurra	164,6	4,23	0,48	203,9	53.681.886	7,0
	ITF5 - Basilicata	54,6	3,12	2,78	69,0	2.100.083	0,3
	ITF4 - Puglia	48,1	3,82	0,56	61,5	13.274.254	1,7
Coinvolgimento	PT18 - Alentejo	47,4	4,17	5,73	67,3	2603767	0,3
Esplorazione							
UE 28 Paesi		100,0	1,64	2,94	100,0	766.106.581	100,0

Legenda

Fasi di sviluppo	Tasso di turisticità 2000: indice UE = 100	Tasso di crescita medio annuo 2000-2014: media UE = 1,64	Tasso di crescita medio annuo 2010-2014: media UE = 2,94
	t	r	r ₁
Rinnovamento	t > 33	r < 0	r ₁ > 0
Declino	t > 33	r < 0	r ₁ < 0
Stagnazione	t > 33	0 ≤ r ≤ 1,64	r ₁ > 0; r ₁ < 0
Consolidamento	t > 33	1,64 < r ≤ 3,00	r ₁ > 0; r ₁ < 0
Sviluppo	t > 33	r > 3,00	r ₁ > 0; r ₁ < 0
Coinvolgimento	10 < t ≤ 33	r > 0; r < 0	r ₁ > 0; r ₁ < 0
Esplorazione	t ≤ 10	r > 0; r < 0	r ₁ > 0; r ₁ < 0

Fonte: ns elaborazioni su dati EUROSTAT

2.5. Scenari di crescita turistica della Puglia al 2025 e lineamenti di policy

Sulla base dei trend di crescita precedentemente esposti, quali sono gli scenari di crescita turistica della Puglia più probabili?

Abbiamo a tal fine elaborato tre possibili scenari di crescita delle presenze turistiche, sulla base dei dati storici 1998-2015, cioè a partire dall'anno in cui la Puglia entra nell'attuale fase di crescita turistica.

I dati sono riportati nella figura 2.10 e nella tavola 2.3. Come si vede, ci sono tre probabili opzioni che potrebbero scaturire dai dati storici, ma il trend più probabile, in considerazione del rallentamento mostrato nell'ultimo quinquennio, sembra essere quello di bassa crescita, che presenta il coefficiente di determinazione più alto, rispetto agli altri due scenari. Possiamo anche immaginare che le difficoltà di crescita turistica dei paesi del sud del Mediterraneo, connesse ai più recenti fatti terroristici, possano rappresentare una opportunità per una crescita più promettente per il turismo pugliese, soprattutto per la sua capacità di attrazione di presenze straniere, ma poi pesa la capacità di ripresa dell'economia italiana, allo stato ancora molto incerta e soprattutto l'attuale livello di competitività turistica, che come abbiamo visto in precedenza pone la Puglia al terzultimo posto, con segnali di indebolimento dei fattori connessi alla qualità del contesto territoriale.

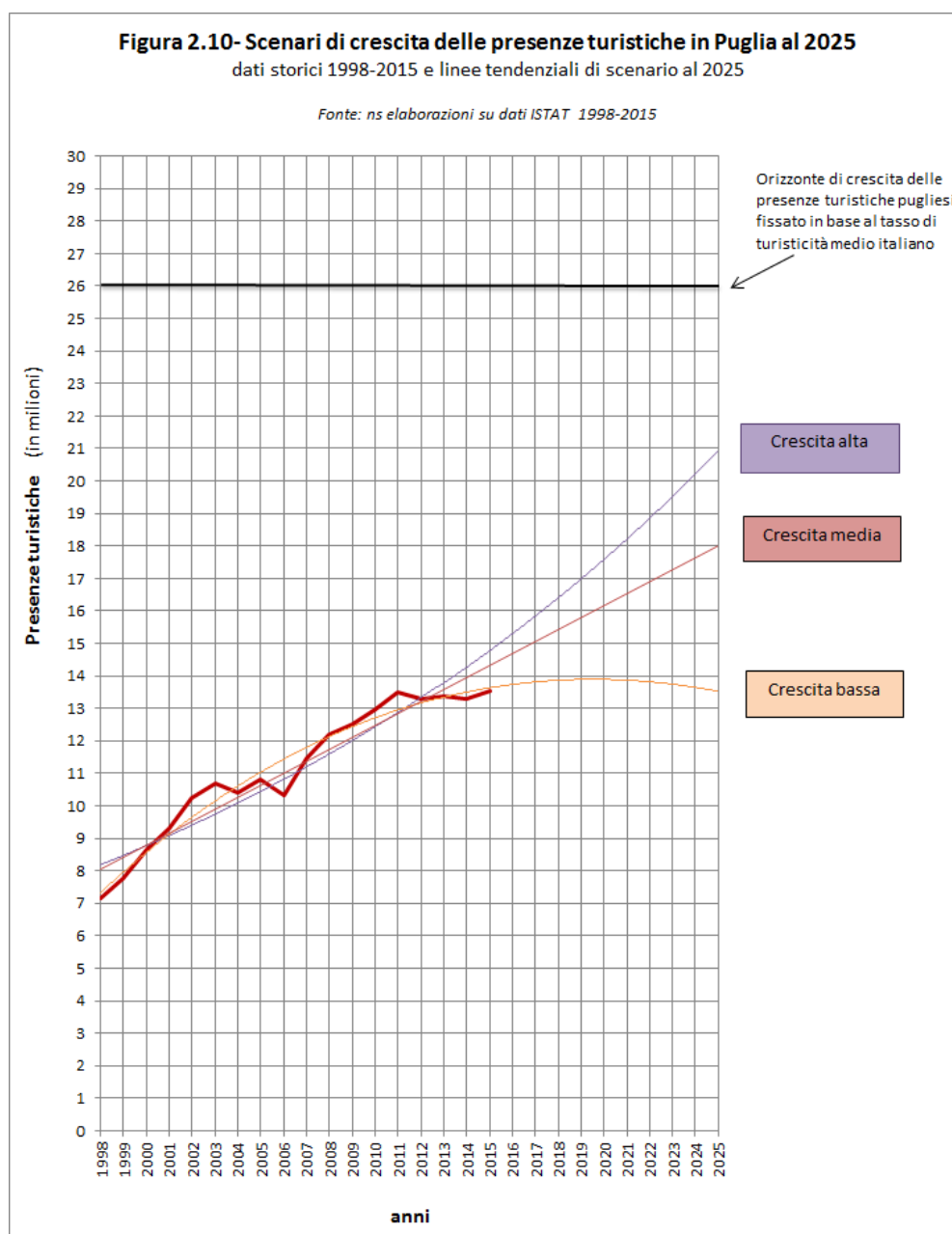


Tavola 2.3- Scenari di crescita del turismo in Puglia 2016-2025

presenze turistiche in milioni di unità

Anni	Codifica anni			Dati storici	Scenario 1: crescita alta	Scenario 2: crescita media	Scenario 3: crescita bassa
					Trend esponenziale	Trend lineare	Trend polinomiale (ordine 3)
	x	x ²	x ³	y	$y = 8,183 \cdot (1,0354^x)$ R ² = 0,89	$y = 8,057 + (0,36891x)$ R ² = 0,93	$y = 7,330 + (0,64929x) + (-0,01777x^2) + (0,00008x^3)$ R ² = 0,96
1998	0	0	0	7,134	8,183	8,057	7,330
1999	1	1	1	7,754	8,473	8,426	7,961
2000	2	4	8	8,653	8,773	8,795	8,558
2001	3	9	27	9,304	9,084	9,164	9,120
2002	4	16	64	10,261	9,405	9,533	9,648
2003	5	25	125	10,703	9,739	9,902	10,142
2004	6	36	216	10,395	10,083	10,270	10,604
2005	7	49	343	10,830	10,440	10,639	11,032
2006	8	64	512	10,321	10,810	11,008	11,429
2007	9	81	729	11,482	11,193	11,377	11,794
2008	10	100	1000	12,183	11,589	11,746	12,129
2009	11	121	1331	12,510	12,000	12,115	12,432
2010	12	144	1728	12,983	12,425	12,484	12,706
2011	13	169	2197	13,506	12,865	12,853	12,950
2012	14	196	2744	13,292	13,320	13,222	13,164
2013	15	225	3375	13,359	13,792	13,591	13,351
2014	16	256	4096	13,274	14,280	13,960	13,509
2015	17	289	4913	13,526	14,786	14,328	13,640
2016	18	324	5832		15,310	14,697	13,743
2017	19	361	6859		15,852	15,066	13,820
2018	20	400	8000		16,413	15,435	13,871
2019	21	441	9261		16,994	15,804	13,896
2020	22	484	10648		17,596	16,173	13,896
2021	23	529	12167		18,219	16,542	13,872
2022	24	576	13824		18,864	16,911	13,823
2023	25	625	15625		19,532	17,280	13,751
2024	26	676	17576		20,224	17,649	13,656
2025	27	729	19683		20,940	18,018	13,538

Fonte: ns elaborazioni su dati ISTAT 1998-2015

A conclusione delle analisi qui riportate possiamo riassumere così i punti di forza e di debolezza del turismo pugliese:

- punti di forza:
 - la Puglia è in fase di crescita e sviluppo turistico, una fase di lungo periodo che risale sin dagli anni '80 del secolo scorso, una lunga fase che ha portato la regione ad affermarsi fra le mete turistiche emergenti non solo nel panorama delle regioni italiane, ma anche di quelle euro-mediterranee;
 - la crescita turistica pugliese, nel periodo più recente, è da ascrivere soprattutto ai flussi turistici stranieri;
 - la crescita turistica inizia a orientarsi verso le città d'interesse storico e artistico e verso località d'interesse naturalistico;
- punti di debolezza:
 - la Puglia ha registrato nell'ultimo quinquennio un forte rallentamento del ritmo di crescita delle presenze turistiche, un rallentamento addebitabile alla componente delle presenze nazionali;
 - la crescita turistica è fortemente concentrata nei mesi estivi e verso un numero limitato di comuni, che lascia fuori gran parte dei comuni pugliesi;
 - il livello di crescita turistica raggiunto dalla Puglia, nonostante la crescita sostenuta registrata negli anni '80 e soprattutto tra la fine degli anni '90 sino e tutto il primo decennio del 2000, colloca la regione fra quelle con il più basso livello di turisticità;

- la Puglia si colloca solo al terzultimo posto fra le regioni italiane in termini di competitività turistica, in considerazione di un complesso di fattori, sia strettamente turistici che attinenti alla qualità del contesto territoriale.

L'insieme di questi punti di forza e di debolezza lascia presagire che, in assenza di politiche in grado di incidere significativamente sulla competitività turistica, la crescita turistica della Puglia dovrebbe continuare nel prossimo decennio, ma il rischio è che sia modesta, non in grado di elevare significativamente l'attuale livello di turisticità regionale.

Questo rischio, sulla base dello schema interpretativo dello sviluppo turistico delle regioni italiane qui presentato, dovrebbe spingere verso azioni in grado di incidere soprattutto sulla qualità del contesto territoriale pugliese, soprattutto al fine di coinvolgere la gran parte del territorio regionale, attualmente marginalmente interessato dalla crescita turistica, una condizione imprescindibile per favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici e più consistenti flussi turistici internazionali, e quindi un maggior contributo alla crescita complessiva della regione e all'occupazione.

Bibliografia

- Richardson E. W. (1975) Growth Centers, Rural Development, and National Urban Policy: A Defense. In: Friedmann J., Alonso W. (eds.) *Regional Policy: Readings in Theory and Practice*. Cambridge: MIT Press. 97-132.
- Bauman Z. (2005) Globalizzazione e glocalizzazione, Roma: Armando Editore.
- Brugnoli A. (2009) Politiche Territoriali e sviluppo locale. CRIET (Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio), *Competitività dei territori e Pubblica Amministrazione*, Atti del convegno, Milano: Università di Milano- Bicocca.
- Butler R. W. (1980) The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, in *Canadian Geographer*, 24, 1: 5-12.
- Camagni R. (2002a) On the concept of territorial competitiveness: sound or misleading?, *Urban Studies*, 13.
- Camagni R. (2002b) A proposito di competitività territoriale: concetto solido o fuorviante? In: Cucculelli M. e Mazzoni R. *Risorse e competitività*, Milano: Franco Angeli.
- Capello R. (2004) Economia regionale, Bologna: Il Mulino.
- Ciccarelli A. (2003) Una metodologia statistica per l'analisi di competitività delle province. Roma: Istituto Tagliacarne. *Papers in Regional Economy*.
- Commissione Europea (2010) L'Europa, prima destinazione turistica mondiale- un nuovo quadro politico per il turismo europeo, *Comunicazione, Com 352 def.*, Bruxelles.
- Commissione Europea (2013) Il sistema europeo di indicatori per il turismo per destinazioni sostenibili, DG imprese, Bruxelles.
- Daluiso E. (2014) Il turismo in Puglia nel 2012-2013 e le prospettive di crescita al 2020, Bruxelles: Euro*IDEES. *Papers in Regional Economy*.
- Daluiso E. (2015a) Il turismo in Puglia nel 2013-2014 e le prospettive di crescita al 2020, Bruxelles: Euro*IDEES. *Papers in Regional Economy*.
- Daluiso E. (2015b) Crescita e competitività turistica delle regioni e province italiane. Scenari e strategie al 2020, Bruxelles: Euro*IDEES. *Papers in Regional Economy*.
- Daluiso E. (2015c) Crescita e competitività turistica delle regioni e province italiane. Schema interpretativo e lineamenti di policy. *Papers in Regional Economy* presentato alla XXXVI Conferenza scientifica annuale

- dell'AISRE, "L'Europa e le sue regioni. Disuguaglianze, capitale umano, politiche per la competitività", Arcavacata di Rende (Cosenza), 14-16 settembre 2015.
- Daluiso E. (2016) Rapporto Turismo Puglia 2015 e scenari al 2025, Bruxelles: Euro*IDEES. *Papers in Regional Economy*.
- Daluiso E., Badiali L. (2011) Fasi evolutive del turismo nelle regioni italiane. Paper presentato all'incontro di studi su: *Mezzogiorni d'Europa: il caso Italia*, tenuto a Sorrento, Italia: luglio.
- De Keyser R., Vanhove N. (1994) The competitive situation of tourism in the Caribbean area-Methodological approach. In: *Revue de Tourisme*, 3, 19-22.
- Dwyer L., Kim C. (2003) Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, in *Current Issue in Tourism*, 6(5), 369-413.
- Dwyer L., Cvelbar L.K., Mihalič T., Koman M. (2014), Integrated Destination Competitiveness Model: Testing Its Validity, and Data Accesibility. In: *Tourism Analysis*, 19 (1): 1-17.
- European Commission (2007) *Agenda for a Sustainable and Competitive European Tourism*, Comunicazione, Com 621 def, Bruxelles.
- Goffi G. (2013) Determinants of tourism destination competitiveness: a theoretical model and empirical evidence. Ancona: Università Politecnica delle Marche, Facoltà di Economia Giorgio Fuà, tesi di dottorato di ricerca.
- Hassan, S.S. (2000) Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. In: *Journal of Trend Research*, 38 (3), 239-245.
- Heath E. (2002), Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective. In: *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10 (2), 124-141.
- Heckscher, E. (1919). The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income. In *Ekonomisk Tidskrift*. p. 497-512.
- Isard W. (1956) *Location and Space Economy*, Cambridge, Mass.: MIT Press (trad. it. Localizzazione e Spazio Economico, Milano: Cisalpino).
- Jones R.W. (1971) A Three-Factor Model in Theory, Trade, and History, in J. Bhagwatt e altri (a cura di), *Trade, Balance of Payments, and Growth*, Amsterdam: North Holland, 3-21.
- Krugman P.R. (1980) Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade, *A.E.R.* 70: 950-59.
- Krugman P.R. (1981) Intraindustry Specialization and the Gains from Trade, *J.P.E* 89: 959-73.
- Krugman P.R. (1991a), Increasing Returns and Economic Geography, *Journal of Political Economy*, vol. 99, no. 5.
- Krugman P.R. (1991b) *Geography and trade*, Cambridge: The MIT Press (trad. it. 1995, Geografia e commercio internazionale, Milano, Garzanti).
- Krugman P.R. (1993) Lessons of Massachussets for EMU. In: F. Torres, F. Giavazzi, *Adjustment and growth in the European Monetary Union*, Cambridge University Press, Cambridge, pag. 248.
- Krugman P. R. (1994) Competitiveness: A dangerous obsession, in *Foreign Affairs*, Mar/Apr: 73.2.
- Krugman P.R. (1996) Making sense of the competitiveness debate, in *Oxford Review of Economic Policy*, vol 12, no 3.
- Krugman P.R. (2011) The Competition Myth, *New York Times*: 23 gennaio.
- Krugman P.R.- Venables A.J. (1995), Globalization and the Inequality of Nations, *The Quaterly Jounal of Economics*, Vol 110, No 4: 857-80.
- Krugman P.R.-Obstfeld M.- Melitz M.J (2015) *Economia Internazionale I-Teoria e Politica del Commercio Internazionale*, Pearson Italia, Milano-Torino.

- Leonelli D., Minguzzi A. Presenza A (2011) “Lo studio della competitività turistica delle regioni italiane attraverso l’analisi multivariata. In: Becheri E., Maggiore G. *Rapporto sul Turismo Italiano, XVII edizione*. Milano: Franco Angeli.
- Leonelli D. e Minguzzi A. (2013) Competitività e sostenibilità turistica delle regioni italiane. In: Franch A. e Martini U. (a cura di) *Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni*, Bologna: Il Mulino.
- Marshall A. (1890) *Principles of Economics*, Macmillan & Co., London.
- Ocse (2011) Studi Ocse sul turismo: Italia, analisi delle criticità e delle politiche, OECD Publishing, Parigi.
- Ohlin, B. (1933) *Interregional and International Trade*. Cambridge; Harvard University Press.
- Porter M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York (trad. It. Il Vantaggio Competitivo delle Nazioni, Mondadori, Milano, 1991)
- Porter M.E. (1998) *On Competition*, Harvard Business Press (trad. it. Strategia e competizione, Il Sole 24 Ore, 2001).
- Rasmini L., Torre A. (a cura di) (2011) *Competitività territoriale: determinanti e politiche*, Collana scienze regionali. Milano: Franco Angeli.
- Ricardo D. (1817) *The Principles of Political Economy and Taxation*, John Murray Publisher, London. L’opera fu successivamente modificata e integrata in due successive edizioni (1819 e 1821).
- Ritchie J.R.B., Crouch G.I. (2003) *The competitive destination, a sustainable tourism perspective*, Oxon, UK: Cabi Publishing.
- Ritchie J.R.B., Crouch G.I. (2010), A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. In: *Revista De Administração Publica*, RAP, Rio De Janeiro 44 (5):1049-66.
- Samuelson P. (1971) Ohlin Was Right, *Swedish Journal of Economics*, vol. 73, pp. 365-384.
- Solow R. (1956) A contribution to the Theory of Economic Growth, in *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 70, No. 1 (Feb., 1956), pp. 65-94.
- WTTC (2014) *Travel & Tourism-Economic Impact 2014-Italy*, World Travel & Tourism Council, march 2014, London.
- Zabbini E. (2007) Modelli spaziali dell’evoluzione dei territori turistici, *Quaderni- Working Paper del DSE* (Dipartimento di Scienze Economiche, Università di Bologna) n. 585.

ABSTRACT

Il lavoro punta a valutare la competitività turistica delle regioni italiane e la sua dinamica nell'ultimo quindicennio, attraverso l'analisi di alcuni fattori che possano svolgere un ruolo determinante, sia fattori prettamente turistici, che fattori riguardanti il contesto territoriale.

Tale analisi è sviluppata sulla base della letteratura riguardante i temi della specializzazione produttiva, della localizzazione produttiva, della competitività territoriale e della competitività turistica, da cui viene tratto un set di indicatori turistici e di qualità del contesto territoriale.

Il lavoro, attraverso l'analisi di correlazione tra gli indicatori utilizzati, perviene a delineare uno schema interpretativo della competitività turistica delle regioni italiane definito come "diamante dello sviluppo turistico delle regioni italiane", utile anche per l'analisi di destinazioni turistiche sub-regionali.

Il lavoro contiene anche una focalizzazione sulla competitività turistica delle 110 province italiane, pur potendo contare su un data base più ridotto di indicatori e limitato nel tempo, solo a partire dal 2010.

Il lavoro focalizza poi l'attenzione sulla dinamica dello sviluppo turistico della Puglia, inquadrato nel contesto delle regioni euro-mediterranee, e delinea dei possibili scenari di crescita futura della regione e delinea le linee fondamentali di strategia turistica lungo le quali la Puglia dovrebbe orientarsi nel prossimo decennio.

Il lavoro qui presentato rappresenta una rielaborazione di un lavoro più ampio a cui si rinvia (Daluiso, 2016).