

NOTA DAL CSC

Alta la spesa dei turisti americani in Italia e con ampi margini di crescita

Tullio Buccellato

In Italia, la ***quota di spesa dei turisti statunitensi*** *nel 2016 si è attestata al* ***13%*** *del totale*[1]*. Il Bel Paese concentra in sé molti elementi di attrazione per i turisti USA:* in primis *la cultura, che per loro è il primo fattore nella scelta delle mete di viaggio*[2]*. Nella classifica dei paesi ad alti volumi di spesa gli americani svettano per acquisti sul mercato italiano (4,7 miliardi di euro nel 2016), con una media di 1.166 euro di acquisti pro-capite e 135 euro per notte di soggiorno. L'alloggio è la prima voce di spesa (2,0 miliardi di euro), seguito da bar e ristorazione (1,1),* shopping *(0,8) e trasporti (0,4). Per tipologia di sistemazione, l'albergo è la soluzione più gettonata dagli americani, con un'incidenza del 69,1% sul totale della spesa per questa voce*[3]*.*

L'Italia vanta un patrimonio culturale e paesaggistico da record (prima al mondo per numero di siti protetti UNESCO). Tuttavia, la spesa effettuata dai non-residenti è ancora inferiore al potenziale attrattivo del Bel Paese, essendo più bassa di quella francese, tedesca e spagnola. Il CSC stima che, se tale potenziale trovasse piena espressione, la ***spesa dei non-residenti in Italia salirebbe del 42,8% (+15,1 miliardi di euro); per gli USA*** *l'incremento sarebbe del* ***38,3%****, pari a* ***+1,8 miliardi di euro****, di cui +0,8 miliardi solo per l'alloggio (+0,5 miliardi per il settore alberghiero).*

Nel complesso, il ***turismo*** *rappresenta un settore di primaria importanza per il Paese. Il suo contributo diretto al PIL è del 4,2% (5,0% per l'occupazione); se si considerano anche gli effetti indiretti sale al 10,2% (11,6% dell'occupazione)*[4]*. Senza contare che viaggiare in Italia offre l'opportunità di poter apprezzare e vivere appieno l'esperienza del* **bello e ben fatto**[5]*, trasformando i turisti in ambasciatori del* made in Italy *nel mondo.*

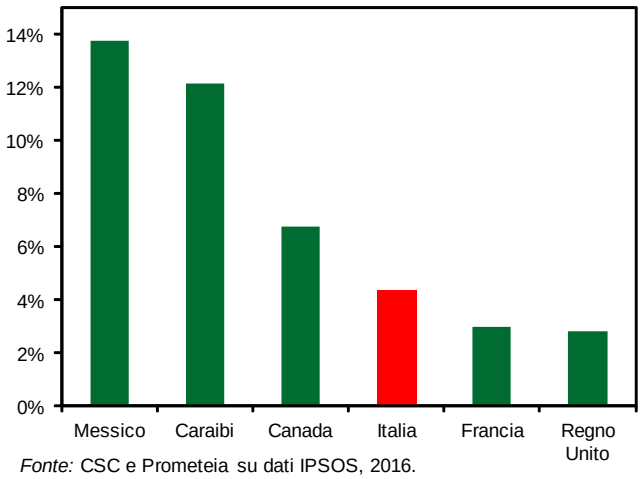
[1] Stime CSC su dati Banca d'Italia e Banca Mondiale.
[2] Elaborazioni CSC su dati IPSOS 2016.
[3] Stime CSC su dati Banca d'Italia.
[4] Dati per il 2016 del World Travel & Tourism Council.
[5] I beni belli e ben fatti (BBF) sono quei prodotti trasformati che incorporano la cultura, le tradizioni territoriali, lo stile di vita, il paesaggio e il gusto dell'Italia, soprattutto la qualità delle materie prime e delle lavorazioni che le imprese italiane hanno ricercato e affinato nel corso del tempo (CSC e Prometeia 2017, Esportare la dolce vita, Il potenziale di mercato per il *bello e ben fatto* italiano nei mercati avanzati, Roma, SIPI).

Gli americani preferiscono l'Italia…

La maggioranza degli statunitensi viaggia all'interno degli USA (55%). Fatto cento il numero dei turisti[6] che vanno all'estero, il 35% sceglie di restare nel continente americano: il 14% in Messico, il 12% nei Caraibi e il 7% in Canada. Tra le destinazioni Oltreoceano, l'Italia si posiziona prima attraendo il **4% di turisti**, seguita da Francia (3%) e Regno Unito (3%) (Figura A).

FIGURA A

Italia prima destinazione europea per i turisti americani
(Distribuzione % dei turisti americani verso destinazioni estere)



Fonte: CSC e Prometeia su dati IPSOS, 2016.

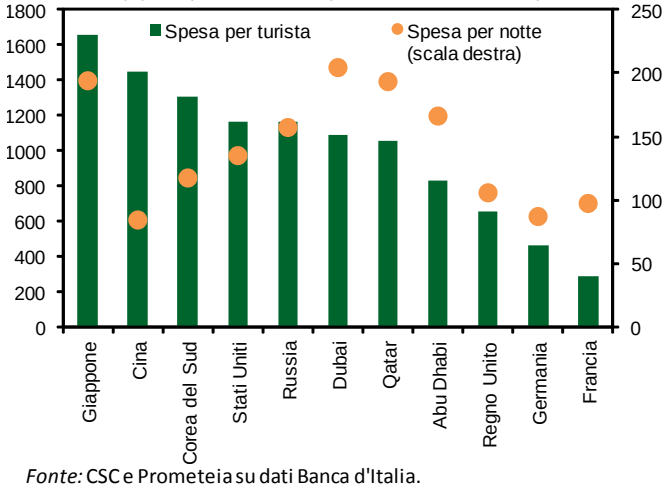
Tra le motivazioni di viaggio degli americani spicca la **cultura**, prima per numero di preferenze (28,4%) tra le ragioni di tipo non economico. Altri fattori che determinano le rotte degli statunitensi sono il clima (16,7%), la presenza di membri della famiglia nella meta di destinazione (15,8%) e la concomitanza di eventi a carattere culturale, sportivo o di altro genere (14,3%). Tra le ragioni di tipo economico spicca il fatto che "si spende bene" (48,3%) nella meta di destinazione; ciò include sia l'effetto cambio sia la percezione della qualità rapportata al prezzo di beni e servizi acquistati. Il costo dell'alloggio è il secondo fattore economico di scelta con il 34,4% delle preferenze espresse, seguito dal costo del volo con il 17,2%.

…e hanno tra i più alti valori di spesa

I visitatori americani sono secondi per valore di spesa in Italia con **4,7 miliardi di euro** nel 2016, il **13% del totale**. Nel 2015, con una spesa pro-capite di 1.166 euro per visitatore, gli americani staccano di gran lunga il Regno Unito (654), la Germania (465) e la Francia (290). Mantenendo il focus sullo stesso gruppo di paesi, gli americani sono primi anche nella spesa per notte di soggiorno (135 euro), davanti ai britannici (106), ai francesi (97) e ai tedeschi (87). Superano gli statunitensi per capacità di spesa i turisti alto-spendenti provenienti da Giappone (1.657 euro per visitatore e 194 per notte), Cina (1.450 e 84),

FIGURA B

Americani quarti per spesa pro-capite
(Spesa per visitatore e per notte in euro, 2015)



Fonte: CSC e Prometeia su dati Banca d'Italia.

[6] I dati includono viaggiatori per ragioni sia di svago sia di business.

Corea del Sud (1.305 e 117) e Russia (1.160 e 157); anche se, nel complesso, i volumi di spesa dagli USA eccedono di gran lunga quelli da questi paesi (Figura B).

La fascia d'età dei turisti americani che genera la maggiore spesa è quella compresa tra 45-64 anni, per complessivi 1,4 miliardi di euro nel 2015, con una spesa pro-capite di 1.276 euro e una quota di presenze pari al 29,5%. La percentuale più alta di presenze è quella degli americani nella fascia 35-44 anni pari al 32,0%, con una spesa pro-capite di 1.102 euro e un totale di 1,3 miliardi.

La voce più cospicua di spesa è l'alloggio con 2,0 miliardi di euro (42,4%), seguita dalla ristorazione con un 1,1 miliardi (23,3%) e dagli acquisti di beni nei negozi con 0,8 miliardi (16,2%). Altri beni e servizi (come biglietti per musei o teatri) contano per 0,4 miliardi di euro (8,9%) e rappresentano il 16% del totale speso da non-residenti per questa voce, confermando l'alta propensione degli americani per la partecipazione a eventi di tipo culturale. I trasporti, incluso l'eventuale acquisto di carburanti, costano agli americani che vengono in Italia 0,4 miliardi (9,2%).

Gli americani prediligono la qualità al prezzo nella scelta dell'alloggio. Il **69,1%** della spesa totale per tipologia di sistemazione è imputabile ai pernottamenti in **albergo**. In seconda posizione c'è l'affitto di casa/appartamento (10,7%). Pochi sono i visitatori statunitensi che scelgono soluzioni di alloggio relativamente economiche: raggiunge meno del 10% la quota di spesa per *Bed&Breakfast* e altre sistemazioni. Molti gli americani che vengono a far visita a parenti o amici (9,6%).

Restano ampi margini di miglioramento

Non di rado si sente parlare dell'Italia come del paese che concentra in sé il più importante patrimonio artistico e culturale del mondo. È impossibile quantificare con esattezza quale sia il suo valore e in che misura esso sia paragonabile con gli altri stati, ma è certo che il Bel Paese goda di una ricchezza culturale e paesaggistica senza pari. Ne è testimonianza autorevole la classifica dei paesi per numero di **siti protetti dall'UNESCO** in quanto considerati *World Heritage*. L'Italia è infatti prima con **53 siti** seguita dalla Cina con 52 e dalla Spagna con 46. La ricchezza del patrimonio monumentale e paesaggistico italiano è ancor più stupefacente se rapportata alla superficie relativamente piccola del territorio: nel Paese sono presenti 17,6 siti per 100.000 kmq, contro i 9,0 della Spagna e i 0,5 della Cina.

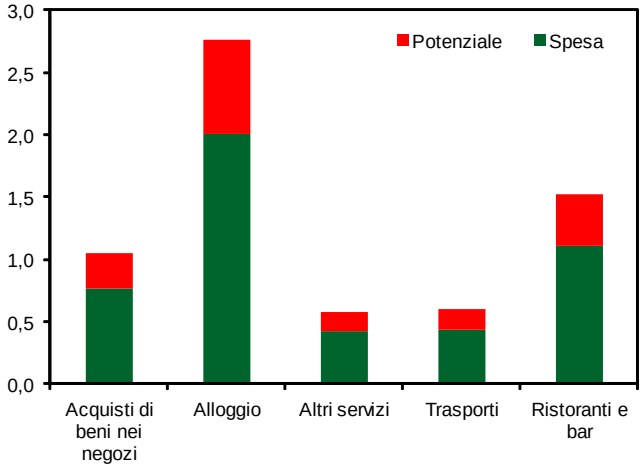
Nonostante ciò, il Bel Paese non riesce a svettare per **spesa dei non-residenti** tra le principali destinazioni europee: prima è la Francia (52 miliardi di euro nel 2014), seguita da Spagna (50), Germania (43) e, infine, Italia (35). Va sottolineato che tali valori includono sia la spesa di viaggiatori a scopo di svago sia quelli per ragioni di business e che questo sicuramente penalizza l'Italia rispetto a paesi come la Germania e la Francia, dove centri finanziari o istituzionali (es. Francoforte, Parigi e Strasburgo) attraggono flussi di visitatori

alto-spendenti da ogni parte del mondo per ragioni di affari. Ciò non di meno l'Italia resta ben al di sotto anche della Spagna.

Questi dati lasciano trasparire ampi margini di miglioramento per la spesa dei non-residenti in Italia. Il CSC e Prometeia stimano che **se l'Italia eguagliasse la performance spagnola**[7], raggiungendo quindi una quota del 4,5% sulla spesa mondiale dei non-residenti, accrescerebbe gli incassi dei viaggiatori esteri del **42,8%** rispetto ai risultati realizzati nel 2016. **Per il mercato statunitense** l'aumento sarebbe del **38,3%**, pari a +1,8 miliardi di euro rispetto ai 4,7 del 2016. Ciò si tradurrebbe in un aumento ripartito tra tutte le voci di spesa: spiccano le spese per l'alloggio con un bonus di 0,8 miliardi di euro seguite da ristoranti e bar (+0,4), *shopping* (+0,3) e trasporti insieme ad altri servizi (entrambi +0,2) (Figura C).

FIGURA C

USA: l'incremento potenziale è più alto nel settore alberghiero
(Volumi realizzati e potenziali per voce di spesa, miliardi di €, 2016)



Fonte: CSC e Prometeia su dati Banca d'Italia e Banca Mondiale.

[7] Per il calcolo del potenziale si è scelta la Spagna, che per capacità di accoglienza e prevalenza di viaggiatori per ragioni di svago, è la più simile all'Italia. L'idea è che il Bel Paese avrebbe tutti i mezzi per contendere una quota mondiale di spesa turistica al pari di quella spagnola. La quota di spesa viene calcolata con dati Banca Mondiale, mentre la ripartizione nei vari capitoli di spesa grazie a dati Banca d'Italia.