



INTESA  SANPAOLO

Turismo in Liguria nel post Covid-19: criticità e opportunità

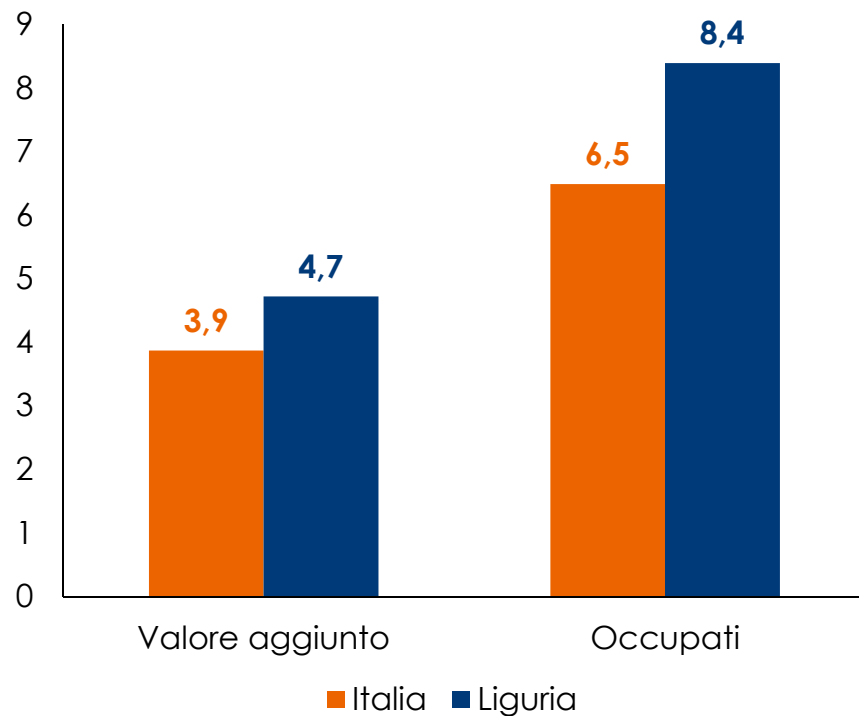
Direzione Studi e Ricerche: Ufficio Industry Research

Genova, 19 giugno 2020

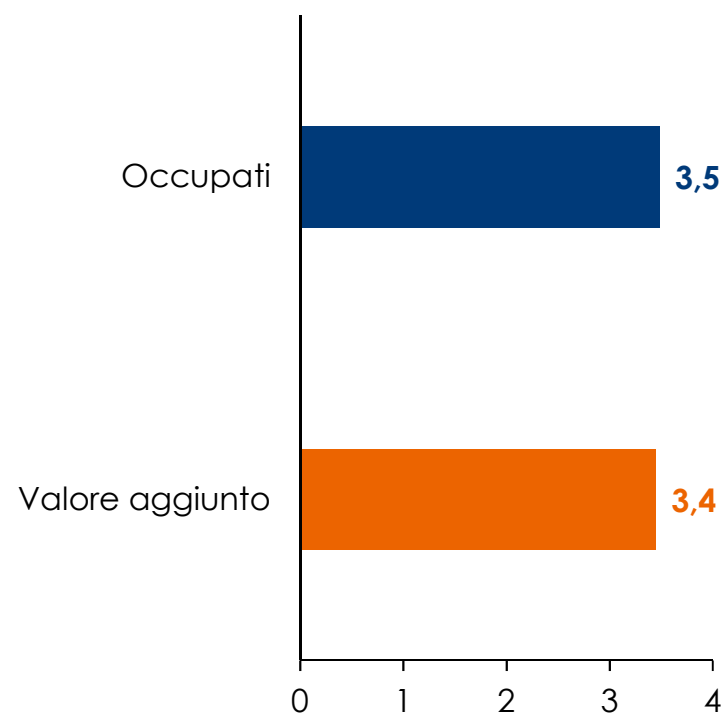
Un ruolo rilevante per il turismo in Liguria

Il contributo del turismo al valore aggiunto regionale raggiunge il **16,5% considerando tutta la filiera.**

Rilevanza del settore alberghiero e della ristorazione
(peso % su valore aggiunto regionale e sul totale occupati della regione, 2017)



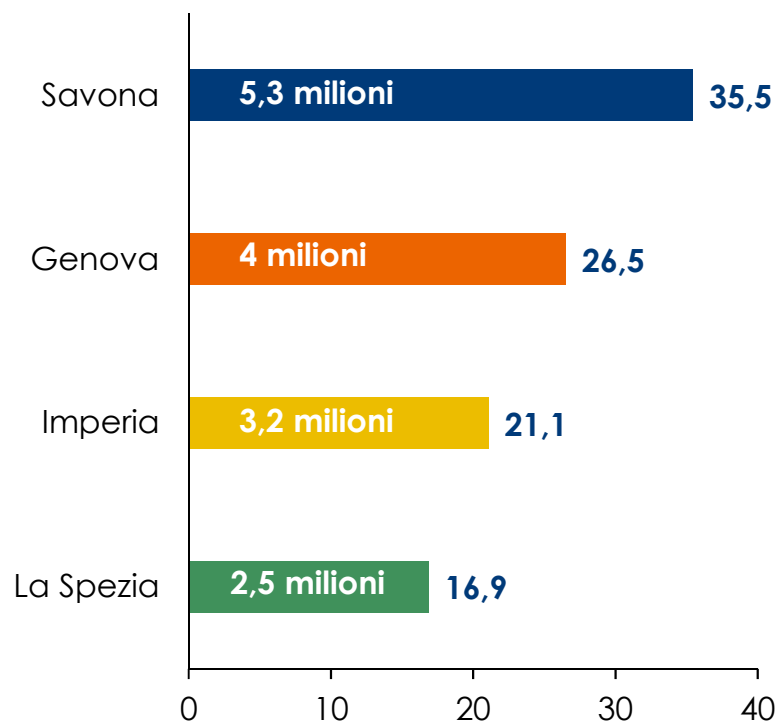
Rilevanza della regione a livello nazionale
(peso % valore aggiunto/occupati regionale del settore alberghiero e ristorazione su nazionale alberghiero e ristorazione, 2017)



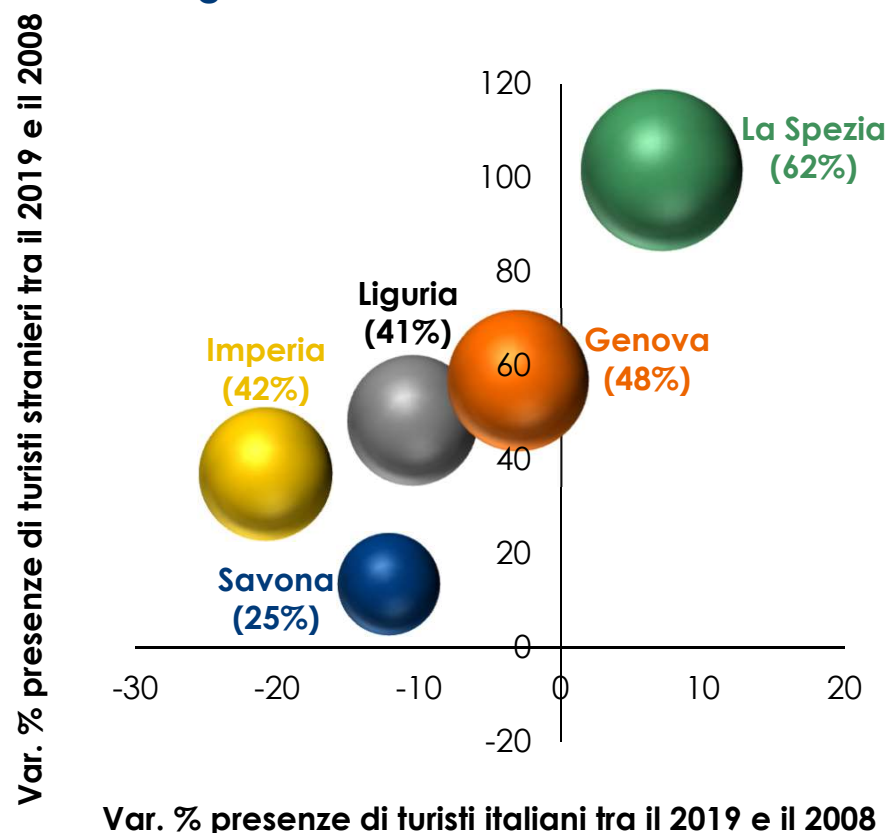
Savona e Genova le province più gettonate. La Spezia la più internazionalizzata e dinamica

Nel 2019 le presenze di turisti in Liguria sono state pari a 15,1 milioni, il 3,5% del totale italiano.

Presenze di turisti in Liguria per provincia
(%, 2019)



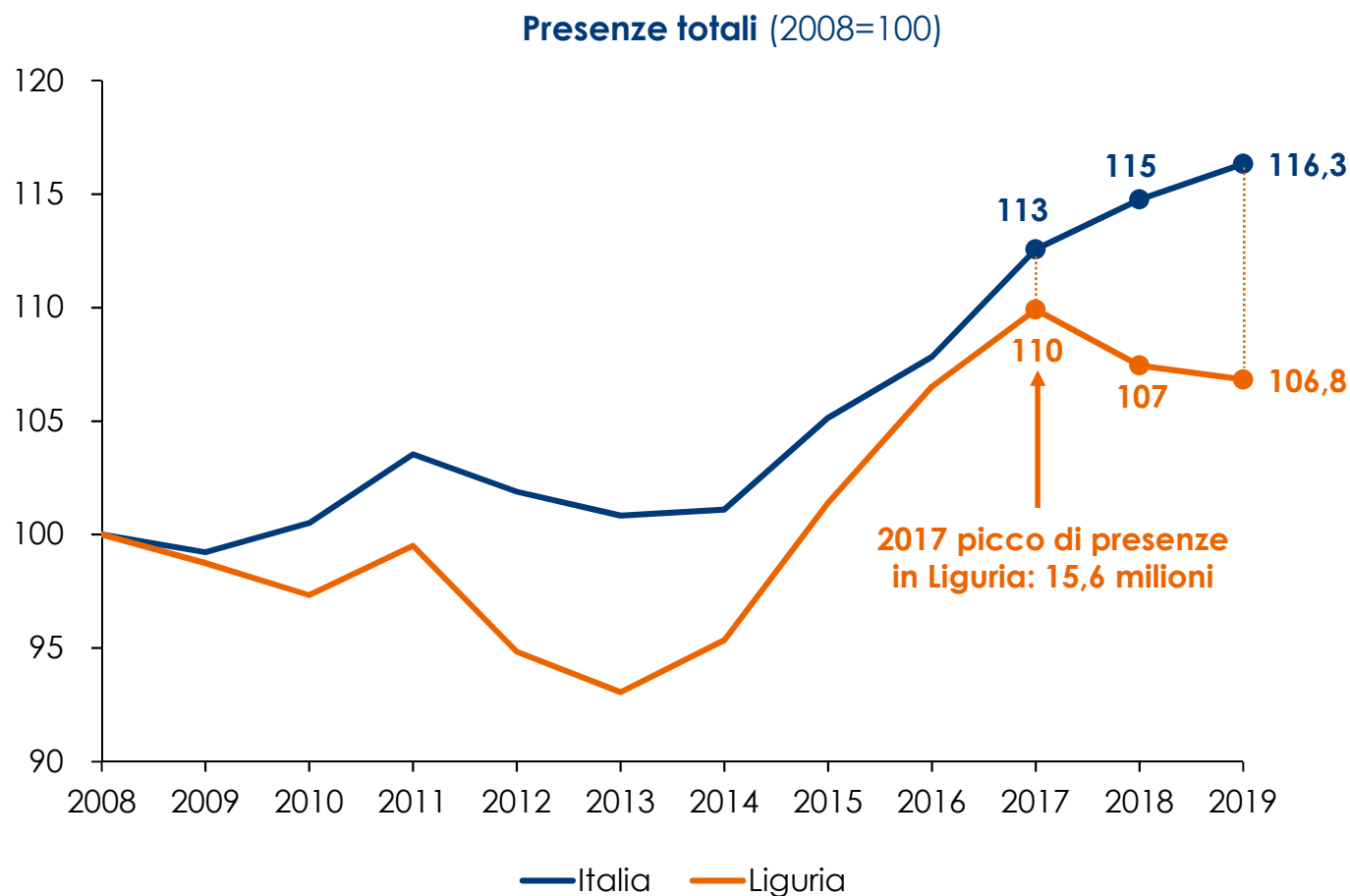
Andamento delle presenze di italiani e stranieri per provincia e grado di internazionalizzazione



Nota: nel grafico di destra l'ampiezza della bolla identifica il grado di internazionalizzazione delle presenze di turisti nel 2019 (in etichetta tra parentesi dopo il nome della provincia).
Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Osservatorio turistico Regione Liguria

Turismo ligure già in difficoltà prima dell'emergenza Covid-19: presenze in calo nel triennio 2017-19...

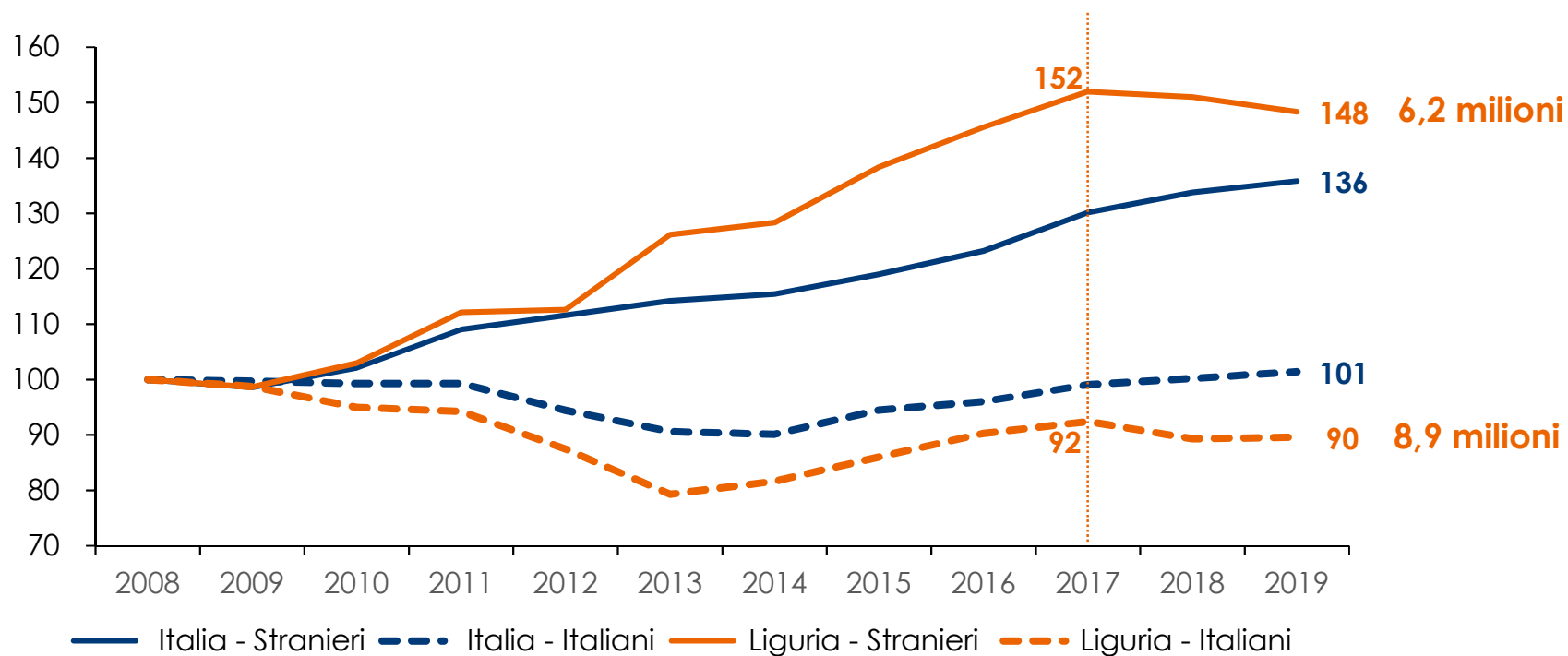
Nel 2019 le presenze di turisti in Liguria sono state pari a 15,1 milioni, il 3,5% del totale italiano. Tra il 2008 e il 2019 sono aumentate del 6,8%, mostrando un tasso di crescita inferiore alla metà di quello nazionale.



...sia di italiani sia di stranieri

Le presenze degli italiani hanno mostrato un calo del 10% negli ultimi 10 anni, un dato nettamente inferiore alla media nazionale (+1,4%). **Ottima dinamica invece per le presenze estere che hanno mostrato un progresso pari al 48%, più della media nazionale (+36%).**

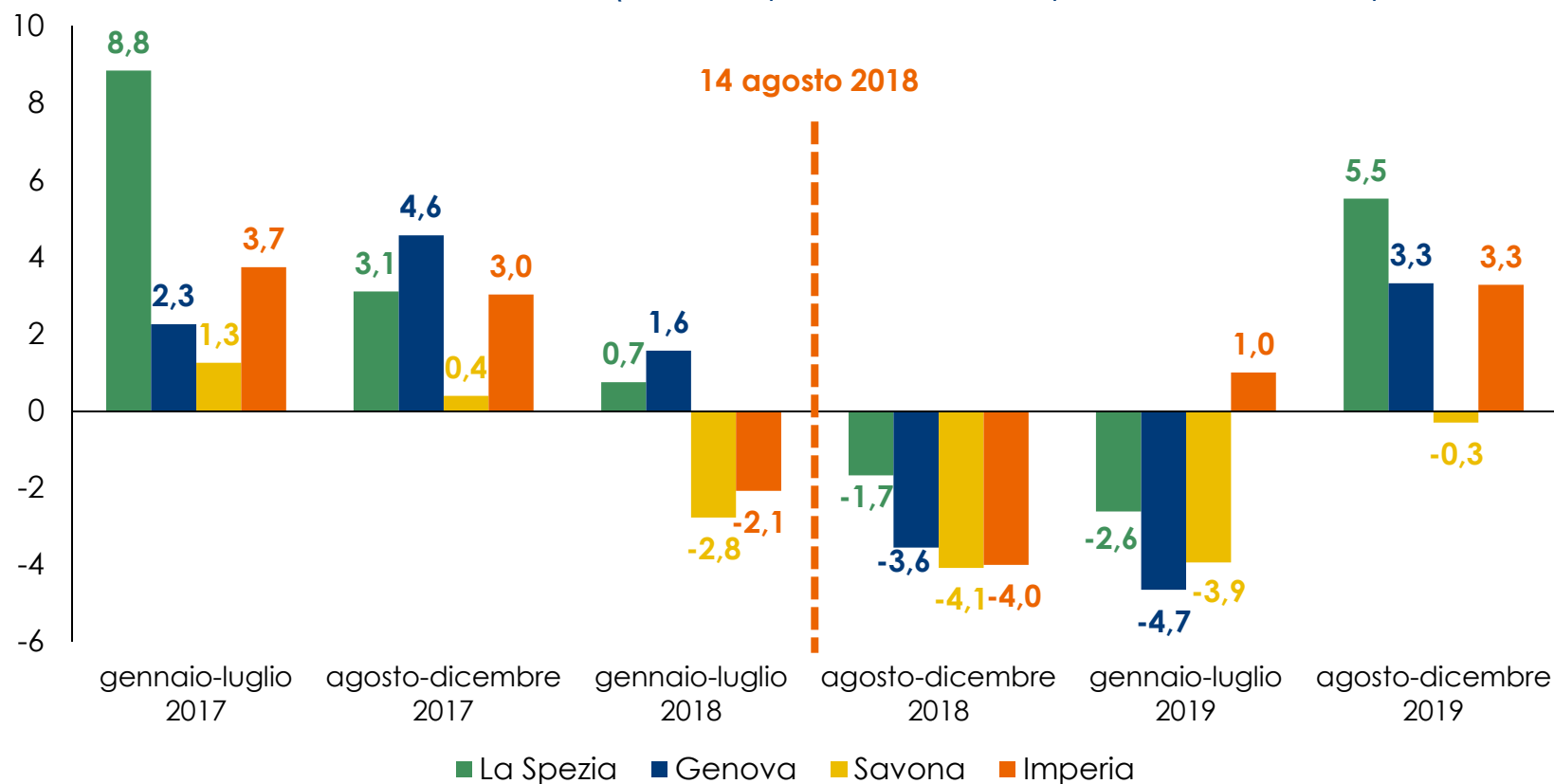
Andamento delle presenze turistiche di italiani e stranieri in Liguria
(2008=100)



Il crollo del Ponte Morandi ha intensificato il momento di difficoltà, che sembrava in fase di risoluzione a fine 2019 ⁵

Il trend discendente aveva già interessato nella prima parte dell'anno il Ponente; il crollo del Ponte Morandi ha provocato una inversione di tendenza anche nel Levante

Presenze di turisti nelle province liguri nel periodo precedente e successivo al crollo del Ponte Morandi (var. % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)



Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Regione Liguria

L'emergenza Covid-19: Liguria tra le regioni più colpite

Stima degli impatti per regione

(i colori più intensi indicano una riduzione maggiore)



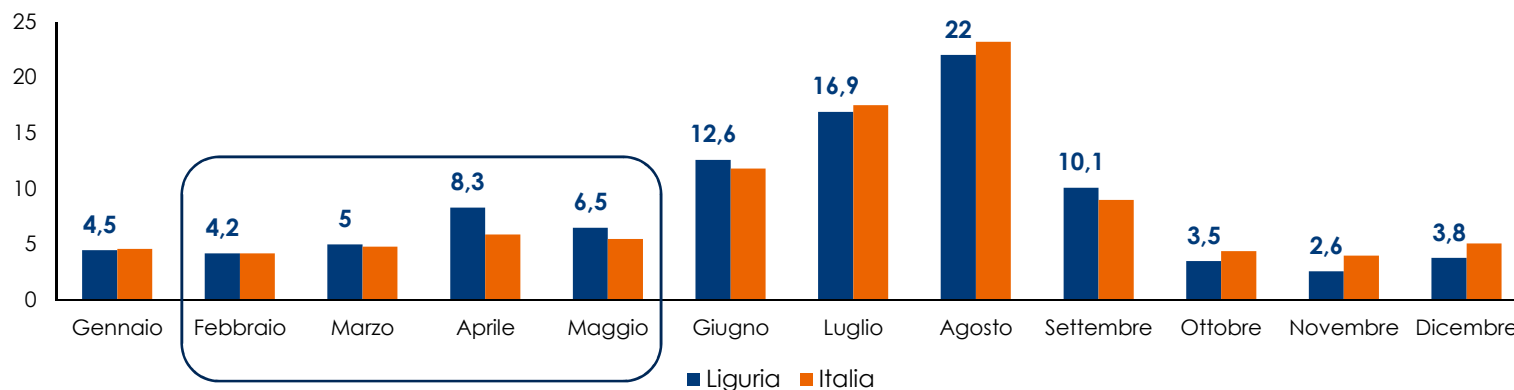
- Tra le regioni più colpite **Lombardia, Veneto e Marche**, seguite da **Piemonte, Emilia Romagna, Liguria, Valle d'Aosta**.
- La Liguria è condizionata dall'elevato peso del **turismo**, così come Valle d'Aosta e Veneto. Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna sono penalizzate, invece, dall'alta vocazione industriale.
- Per intensità del calo previsto del PIL (in linea con la media nazionale) vi è poi un secondo gruppo di regioni del Nord (**Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia**), del Centro (**Toscana e Umbria**) e del Mezzogiorno (**Campania e Basilicata**).
- Cali del PIL elevati ma di intensità inferiori alle altre regioni sono attesi per il **Lazio** e gran parte delle regioni del **Mezzogiorno**, come **Abruzzo, Molise, Sicilia, Sardegna, Puglia e Calabria**, che hanno espresso una maggiore resilienza, ma dalle quali ci si aspetta un recupero più lento.

Nota: la Lombardia è rappresentata al netto della provincia di Milano.

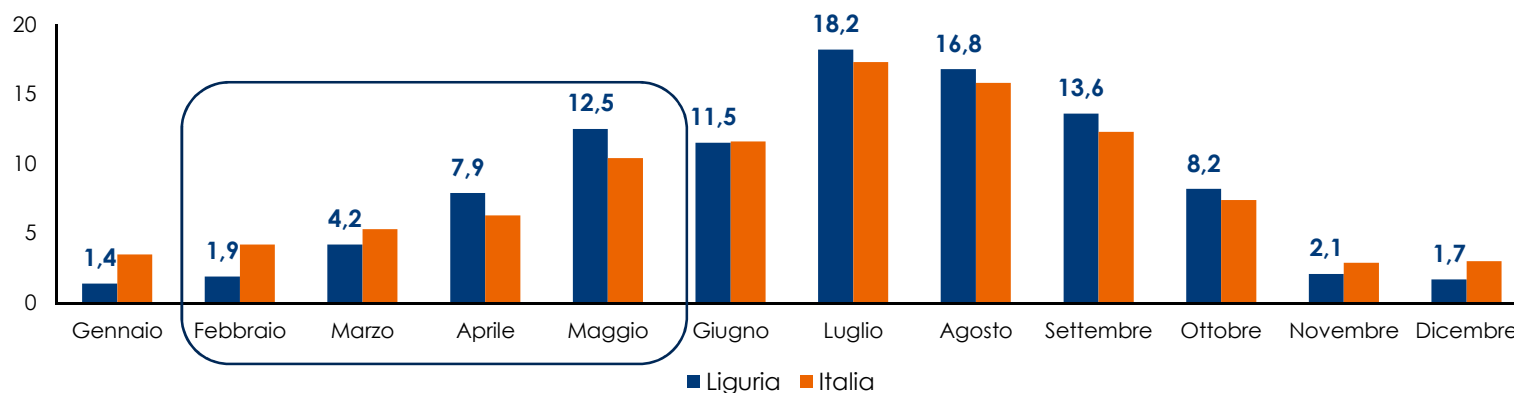
Turismo: quanto è stato perso nella fase di lockdown?

- Nei mesi primaverili, tra febbraio e maggio, si concentra il **24% delle presenze di italiani** in Liguria e il **26,5% delle presenze di stranieri**.
- I mesi più importanti dell'anno sono quelli tra giugno e settembre, dove si concentra il 60% delle presenze di turisti italiani e stranieri.

Clienti italiani: composizione % delle presenze, 2018



Clienti stranieri: composizione % delle presenze, 2018



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISTAT

Da dove ripartire nel post-Covid? 1. Il territorio e la sua bellezza unica per ogni stagione



Quello che i turisti non sanno: 32 spiagge Bandiera Blu e 14 Approdi turistici Bandiera Blu...

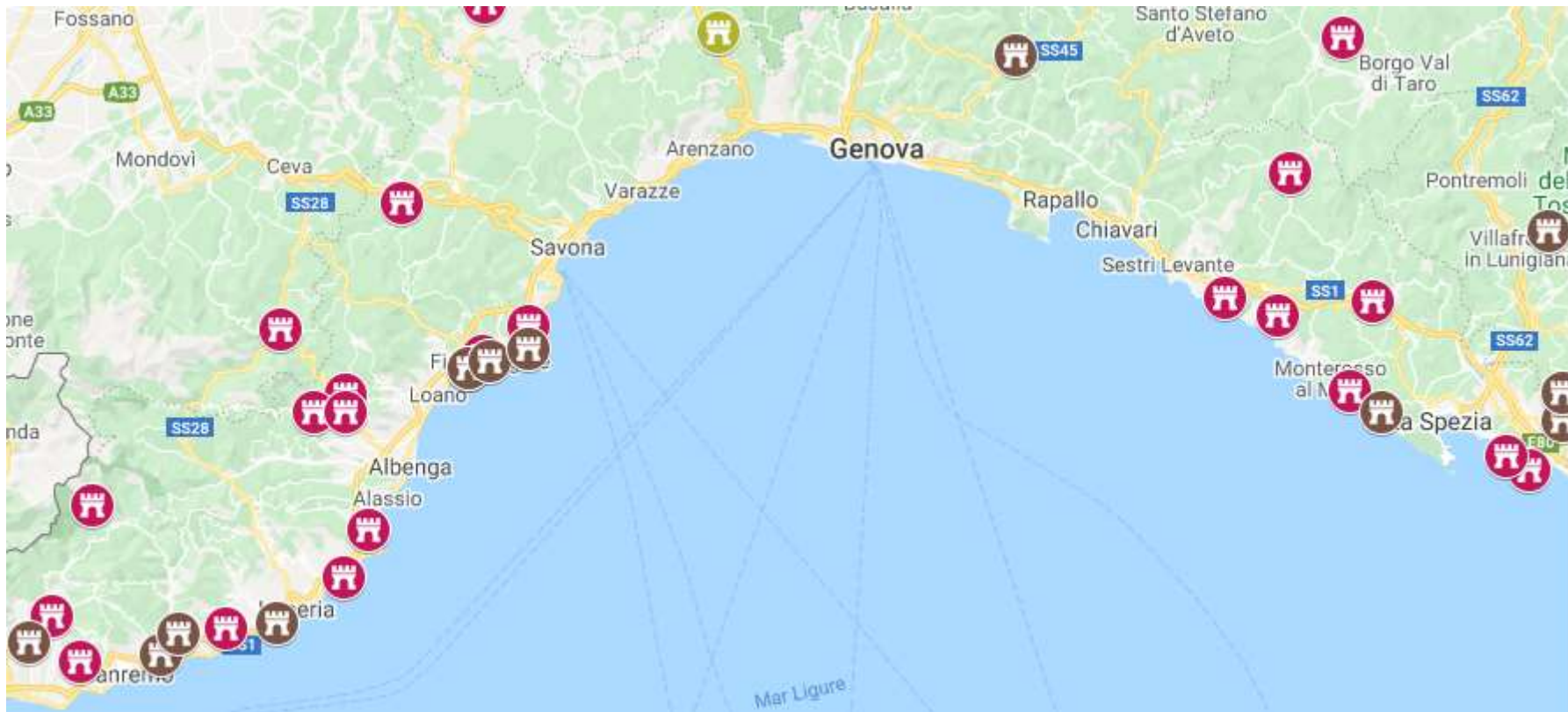
9

- Nel 2020 sono state assegnate due nuove Bandiere Blu a Diano Marina e Sestri Levante



Fonte: www.bandierablu.org

...24 tra i 289 Borghi più belli di Italia...



Imperia

- Cervo
- Apricale
- Dianio Castello
- Lingueglietta
- Perinaldo
- Seborga
- Taggia
- Triora

Savona

- Castelvecchio di Rocca Barbena
- Colletta
- Finalborgo
- Laigueglia
- Millesimo
- Noli
- Verezzi
- Zuccarello

Genova

- Campo Ligure
- Moneglia

La Spezia

- Brugnato
- Framura
- Montemarcello
- Lerici-Tellaro
- Varese Ligure
- Vernazza

...60 mila ettari di Parchi (12% del territorio regionale)



Fonte: Regione Liguria

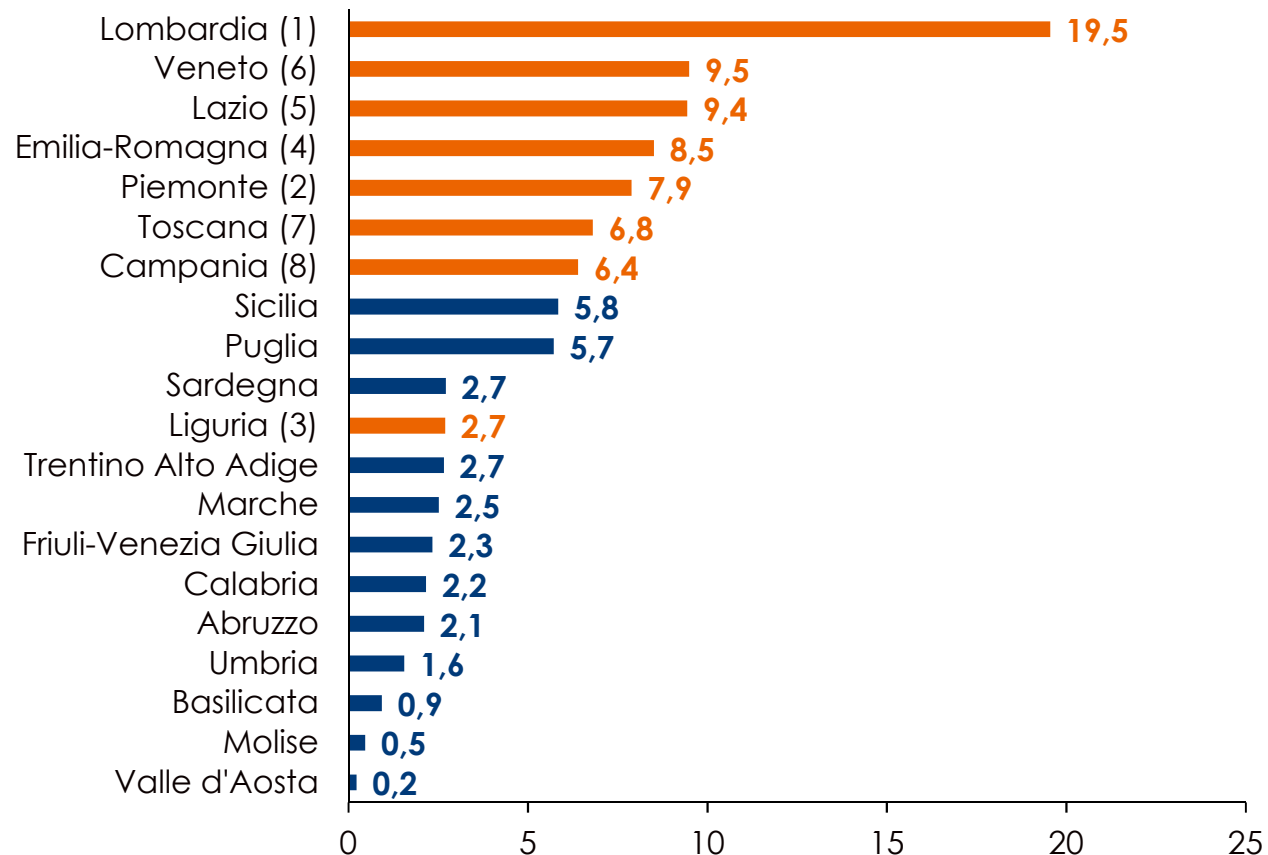
2. Il clima: ideale per fare attività tutto l'anno (turismo esperienziale)...



...e per attrarre molti sportivi...

In Italia sono presenti circa 21 milioni di persone che praticano sport in modo continuativo o saltuario, più circa 17 milioni che praticano sport solo qualche volta. Le regioni dalle quali provengono più turisti italiani verso la Liguria sono quelle in cui si pratica più sport. E' un vantaggio il fatto che si tratti di regioni vicine.

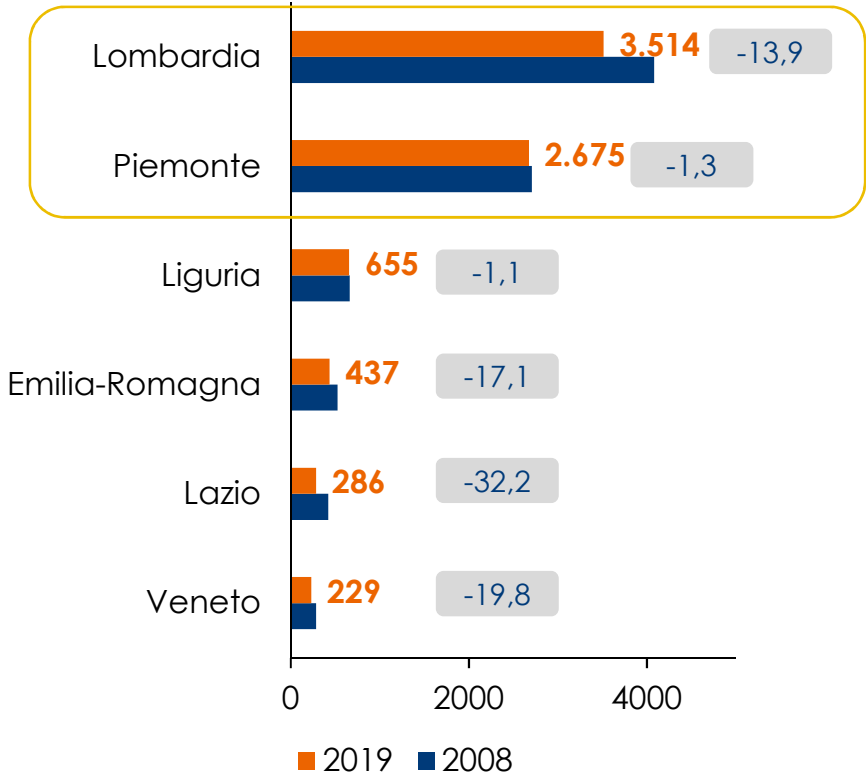
Composizione delle persone che praticano sport in modo continuativo per regione
(% su totale Italia)



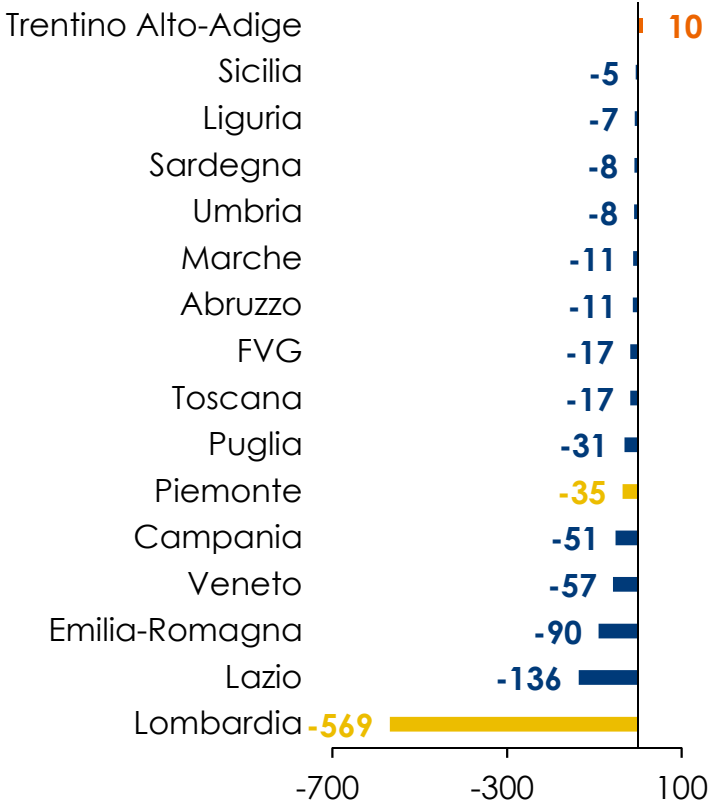
Nota: tra parentesi il ranking di provenienza dei turisti verso la Liguria. In arancione le prime otto provenienze dei turisti italiani in Liguria. Fonte: Elaborazioni su dati ISTAT

...riportando in Liguria anche i turisti italiani e in particolare i lombardi (perse 570mila presenze in 10 anni)

Le principali regioni di provenienza dei turisti italiani in Liguria (migliaia di presenze)



Differenza turisti 2019-2008 (migliaia di presenze, regioni con una variazione superiore alle 5.000 presenze)



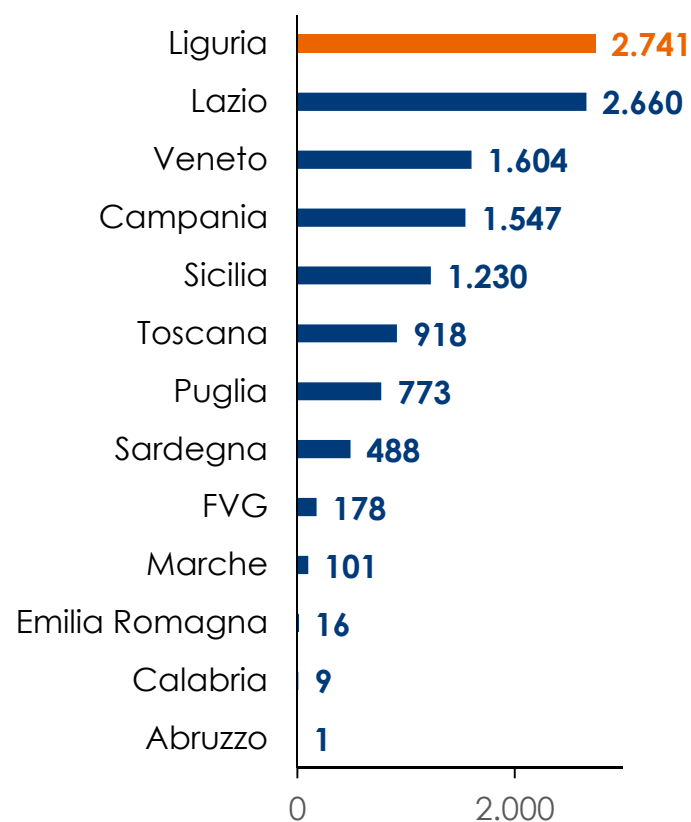
Variazione % delle presenza di turisti tra il 2019 e il 2008

Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Osservatorio turistico Regione Liguria

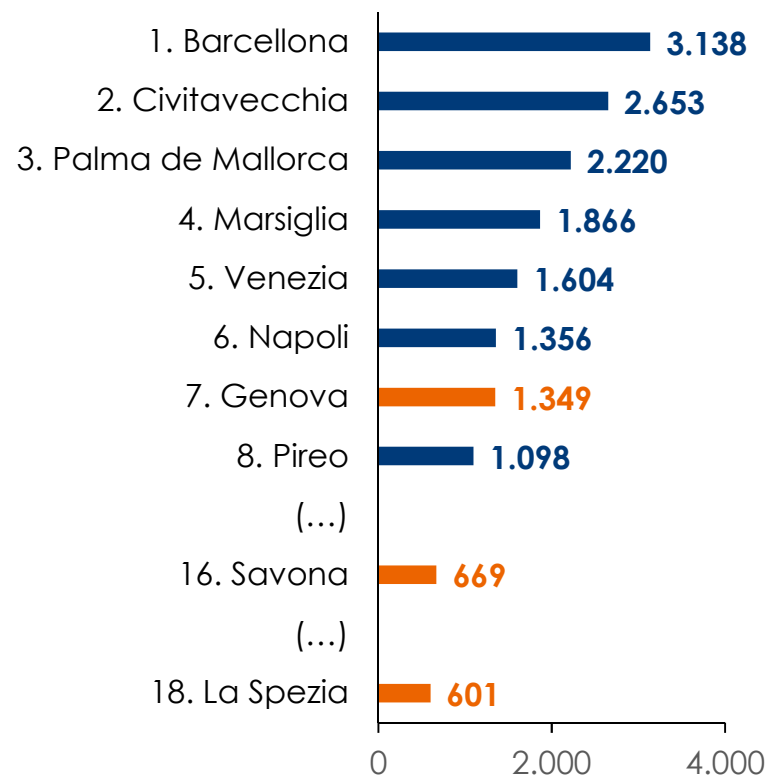
3. Il turismo crocieristico: Liguria al 1° posto in Italia

■ Nel 2019 la Liguria, con 9 porti crocieristici, è stata la regione con la quota maggiore di traffico crocieristico a livello nazionale, effettuando il sorpasso sul Lazio. La Liguria è stata la regione che ha anche evidenziato la maggior crescita, circa 360 mila crocieristi in più rispetto al 2018.

Passeggeri movimentati per traffico crocieristico nelle regioni italiane (migliaia, 2019)



I primi venti porti del Mediterraneo per traffico crocieristico (migliaia di passeggeri movimentati, 2019)



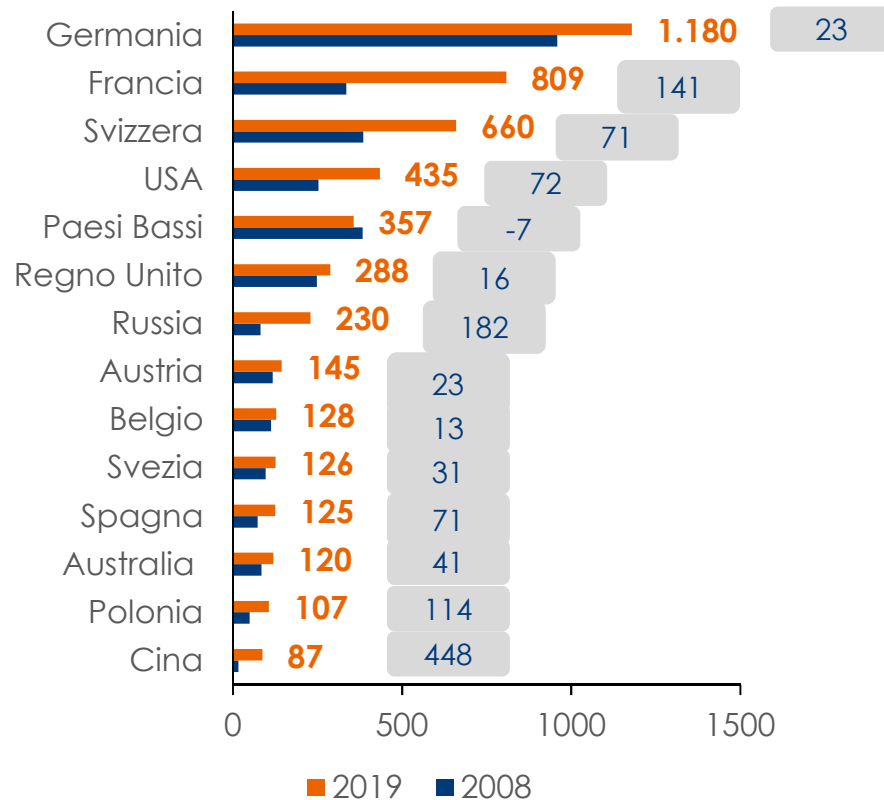
Nota: nel grafico a destra il numero che precede il nome del porto identifica il ranking del porto stesso tra i maggiori del Mediterraneo.

Fonte: Risposte turismo, speciale Crociere 2020

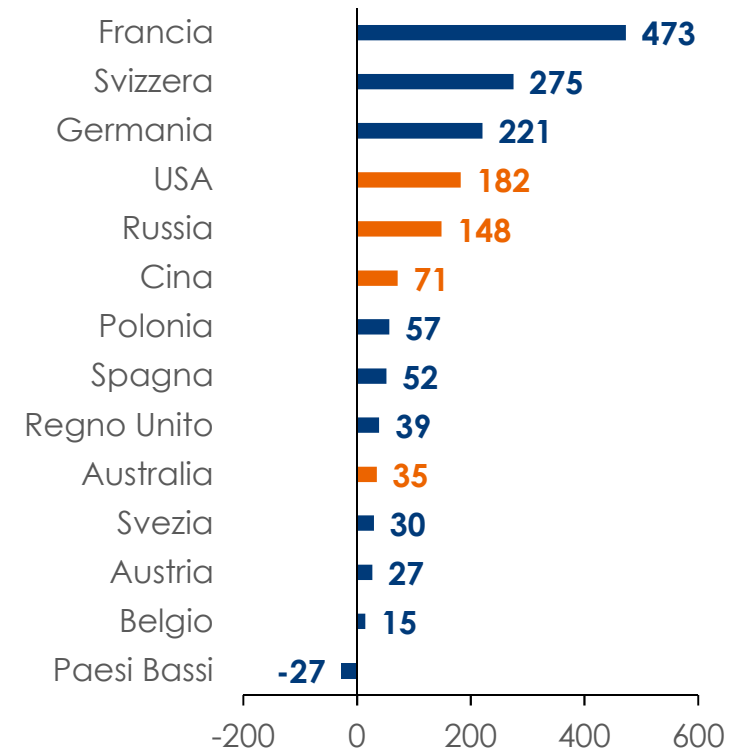
Le sfide per il turismo ligure: 1. I turisti stranieri...

Nonostante la forte crescita degli ultimi anni, il grado di **internazionalizzazione** del turismo ligure resta inferiore alla media italiana (**40%** vs 50%).

I principali stati di provenienza dei turisti stranieri in Liguria (migliaia di presenze)



Differenza turisti stranieri 2019-2008 (migliaia di presenze)



Variazione % delle presenze di turisti tra il 2019 e il 2008

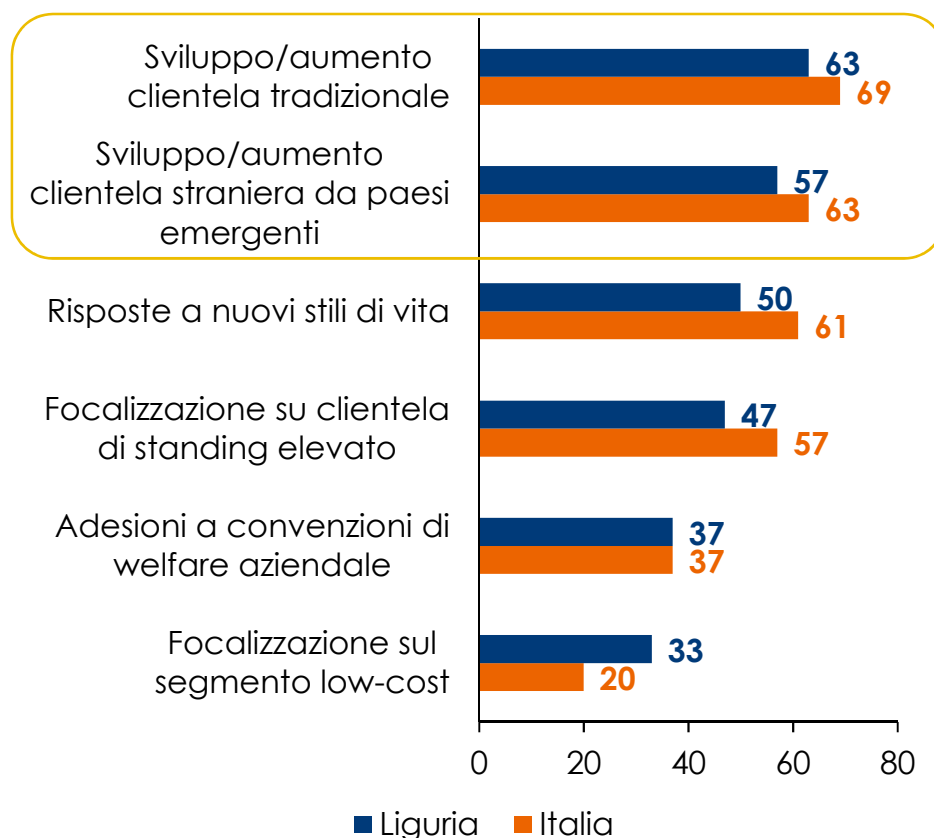
Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Osservatorio turistico Regione Liguria

...primo target per gli operatori liguri

20

- Concepire dei “**Grand Tour**” del Nord-Ovest (Liguria-Lombardia-Piemonte) studiati per gli stranieri al fine di far conoscere quest’area d’Italia e prolungare la permanenza sul territorio. Fondamentali: formazione di personale che sappia parlare più lingue (mandarino, cirillico, arabo, ecc.), offerte web dedicate, migliori collegamenti intermodali, rimborsi tasse più snelli, promozione tramite influencer.

Liguria: le strategie identificate per aumentare in futuro la competitività (%)



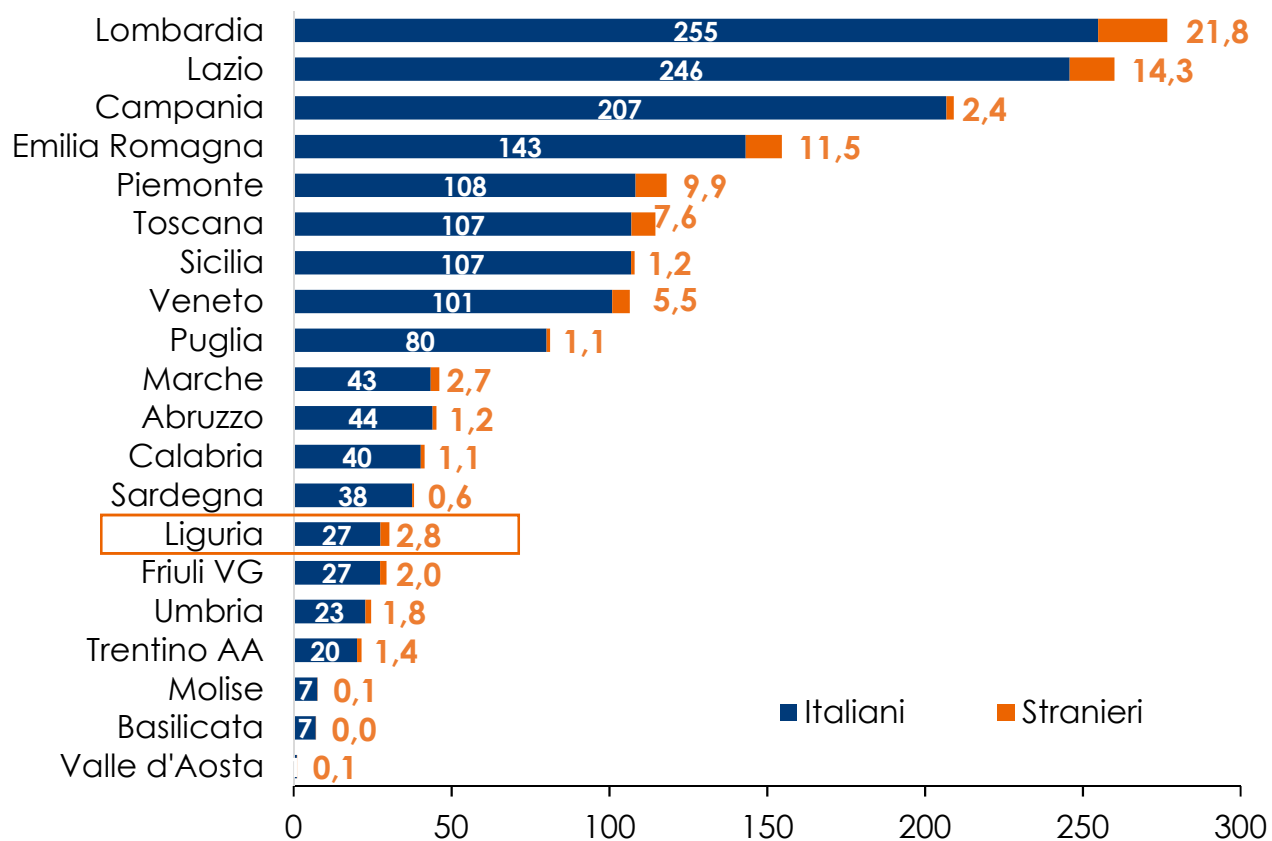
Nota: indagine svolta da Intesa Sanpaolo su un campione di 588 imprese alberghiere italiane con codice Ateco 55.1, di cui 30 liguri.

Fonte: indagine albergatori italiani Intesa Sanpaolo, 2018

Buona presenza di studenti stranieri, potenziali turisti di domani ad alto valore aggiunto

Il 10% circa degli studenti universitari in Liguria provengono dall'estero: una capacità di attrazione buona, superiore a quella di altre regioni con un numero di studenti maggiore, come Campania, Sicilia, Puglia, Marche, Abruzzo, Calabria e Sardegna.

Popolazione universitaria A.A. 2018/2019 (valori assoluti migliaia)

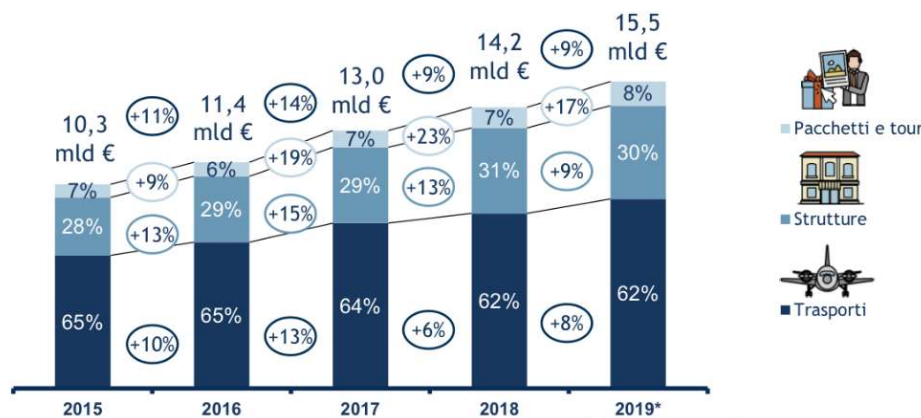


Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati MIUR e ISTAT

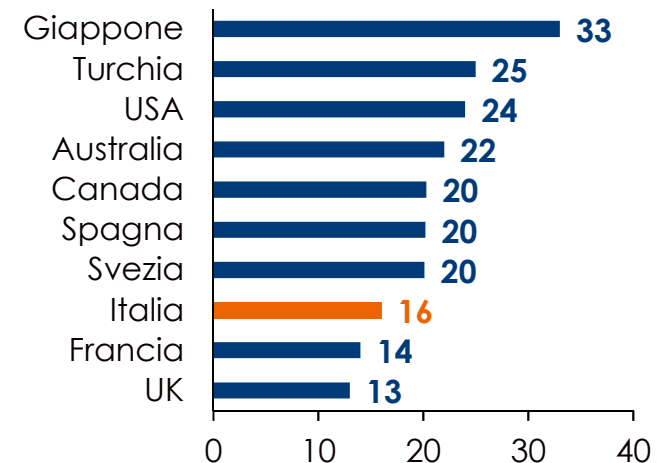
2. Il turismo e il marketing digitale

- Nel 2019 l'e-commerce di viaggi degli italiani cresce del 9%, con un **boom del mobile (33% lo utilizza per acquistare prima di partire e il 23% durante il viaggio)**.
- **Ispirazione e ricerca del viaggio:** il **97% utilizza Internet** per cercare informazioni (75% motori di ricerca; 35% recensioni, che sale al 52% per i Millennials; 31% sito hotel; 25% sito località...); il 45% si affida ancora al canale non internet e al passaparola.
- **Fase di Prenotazione su internet: l'85% acquista l'alloggio e l'86% i trasporti** (88% aereo, 83% treno, 86% noleggio auto).
- **Attività esperenziali:** di poco inferiore all'acquisto di persona (57% vs 63%), con punte del 60% per tour, musei, parchi. La mobilità in destinazione viene acquistata in pari misura su internet e di persona.

Acquisti digitali per tipo di servizio turistico in Italia



Primi 10 paesi per quota di prenotazioni di un prodotto turistico effettuate via smartphone (%)



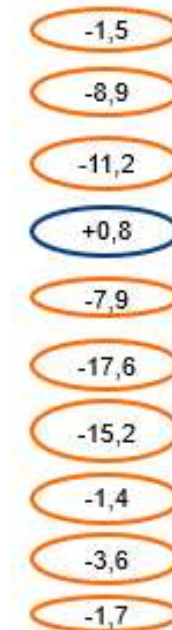
Fonte: Osservatorio Innovazione Digitale 2019

L'offerta ligure è pronta?

Liguria: i principali punti di forza delle imprese alberghiere
(% sul totale campione – anche più di una risposta)



Delta verso Italia



Domanda: quali sono i tuoi punti di forza (indicare anche più di una risposta)

Fonte: indagine Intesa Sanpaolo su 588 imprese alberghiere Intesa Sanpaolo; di cui 30 liguri

3. Il turismo sostenibile: 3 italiani su 4 disposti a spendere di più

Turisti italiani: propensione al turismo sostenibile

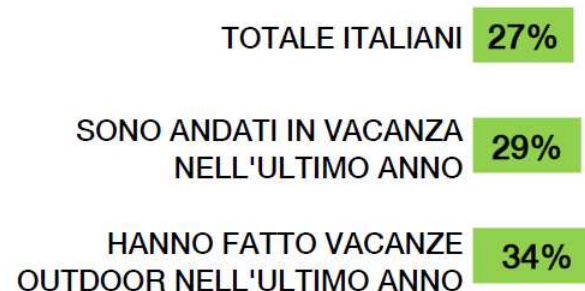


PROPENSI A SPENDERE DI PIÙ PER UNA SCELTA DI TURISMO SOSTENIBILE



Base dati: totale campione (n=2.053)

INDICE DI PROPENSIONE AL TURISMO SOSTENIBILE



Indice calcolato con stima Agostini, che assegna un peso del 75% ai certamente propensi, e del 25% ai probabilmente propensi.

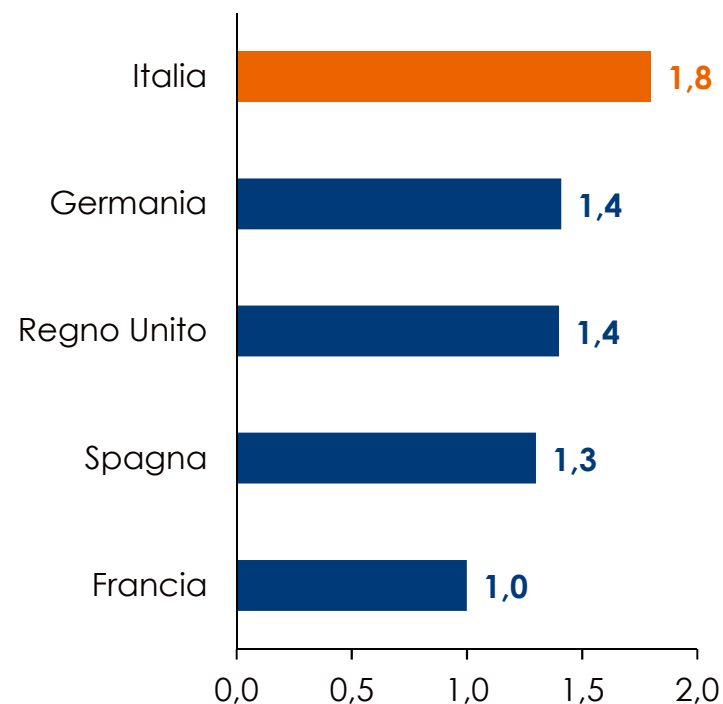
Nota. Intervistati 2.053 italiani nei primi mesi del 2020.

Fonte: Osservatorio del Turismo Outdoor 2020, Human Company-Istituto Piepoli

4. Il patrimonio artistico...

- In Italia il numero di visitatori a musei, monumenti e aree archeologiche è pari a quasi il doppio di quello dei residenti.
- **Genova tra le prime 20 città in Italia per spesa culturale degli stranieri.** A Genova la **spesa dei turisti stranieri in turismo culturale** è stata pari a **116 milioni di euro** (media 2017/2018); il dato relativo all'intera **Liguria** è di **256 milioni di euro**.

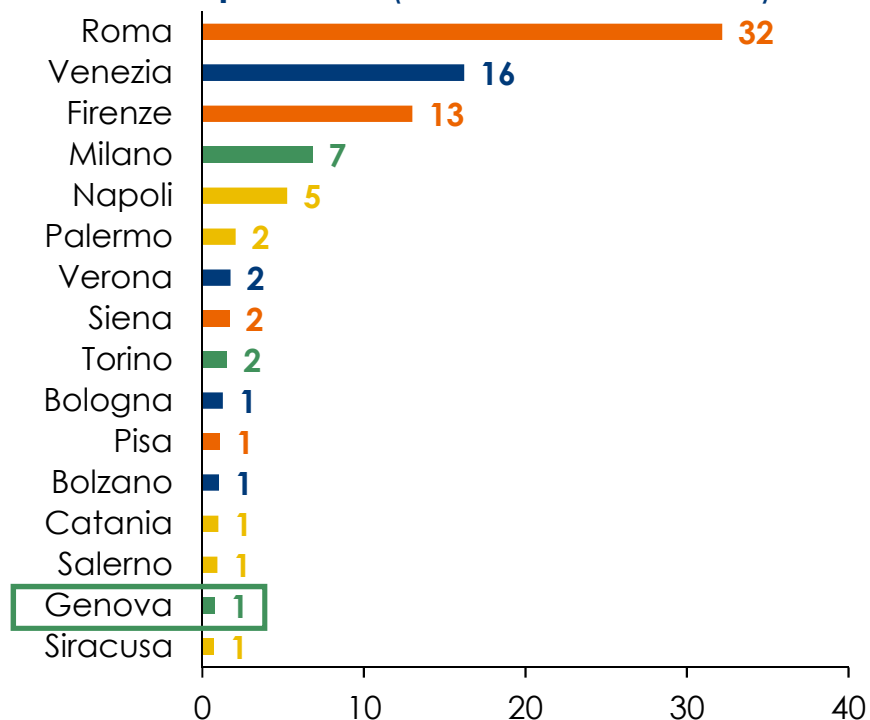
Musei, monumenti e aree archeologiche
(visitatori per residente)



Fonte: elaborazioni Banca d'Italia su dati Istat, EGMUS, Ministère de la Culture et de la Communication (FR).

Nota. Dati riferiti agli anni: 2015 per Italia e Germania; 2014 per Francia e Spagna; 2012 per il Regno Unito

La spesa per turismo culturale straniero: composizione per le prime 15 province (%; media 2017-2018)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Banca d'Italia

Nota. I colori rappresentano le macro-aree geografiche: blu: nord est; arancione: centro; verde: nord ovest; giallo: sud

...la cultura turistica diffusa, la promozione e gli eventi per aumentare l'attrattività del territorio

Le principali leve per aumentare l'attrattività del territorio
(% risposte «Alto» sul totale campione)



Domanda: quanto sono rilevanti le seguenti voci per innalzare l'attrattività del territorio? Risposte: basso, medio, alto

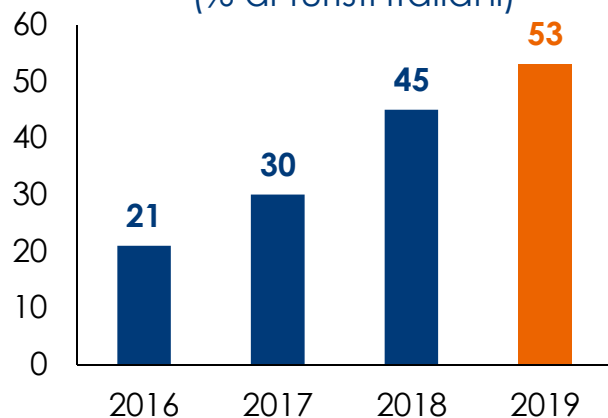
Fonte: indagine Intesa Sanpaolo su 588 imprese alberghiere Intesa Sanpaolo; di cui 30 liguri

Nota: le leve sono in ordine decrescente per la Liguria

5. Il turismo enogastronomico

- Nel 2019 salgono al **53% i turisti enogastronomici italiani**; circa la metà di questi cerca di abbinare al cibo altre attività ludiche e culturali o sportive: ad esempio trekking nei vigneti (già sperimentato nelle Langhe), fitness (Franciacorta) o bike tour con degustazioni (nell'area del Prosecco).
- **I clienti dei ristoranti stellati, oltre alla spesa che sostengono per un pranzo o una cena, lasciano sul territorio una cifra media di 256 euro se italiani, 612 euro se stranieri.** La Liguria conta 6 ristoranti stellati (Genova – The Cook; San Remo (IM) – Paolo e Barbara; Imperia-Porto Maurizio – Sarri; Ameglia (SP) – Mauro Ricciardi alla Locanda dell'Angelo; Bergeggi (SV) – Claudio; Noli (SV) – Il Vescovado).

Motivazione Enogastronomia
(% di turisti italiani)

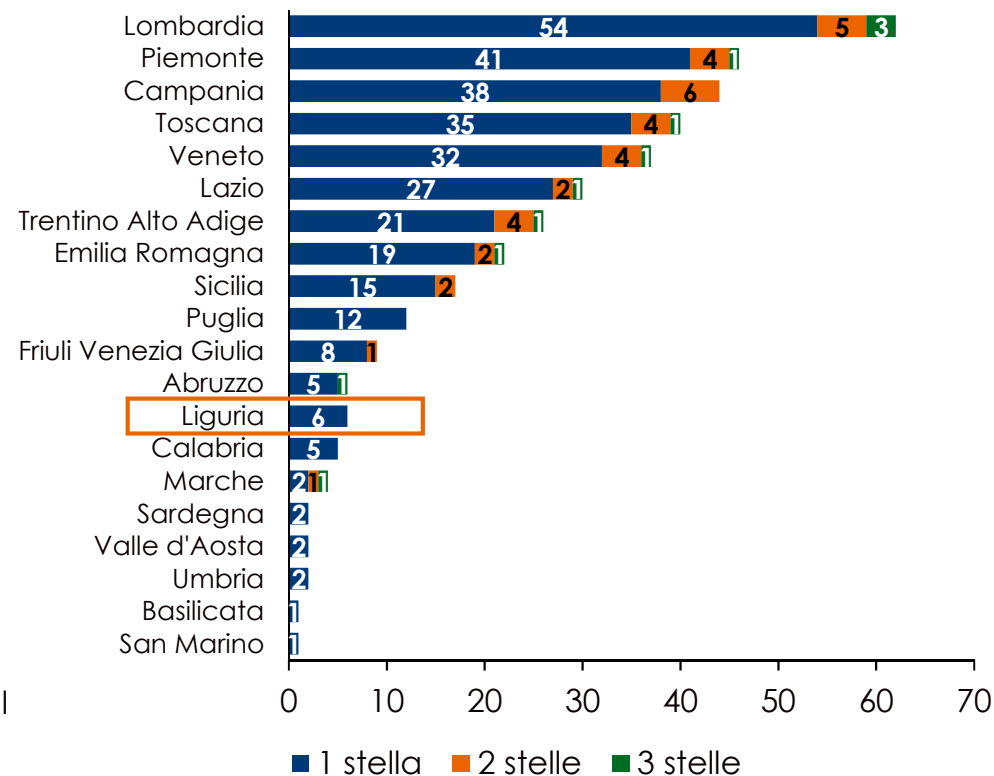


Specialità eno-gastronomiche liguri

DOP	10 (di cui 7 vini)
IGP	7 (di cui 4 vini)

Specialità gastronomiche liguri: Acciughe sotto sale del Mar Ligure, Basilico Genovese, Focaccia di Recco col Formaggio e Olio Extra-vergine di oliva Riviera Ligure

Numero di ristoranti stellati Michelin



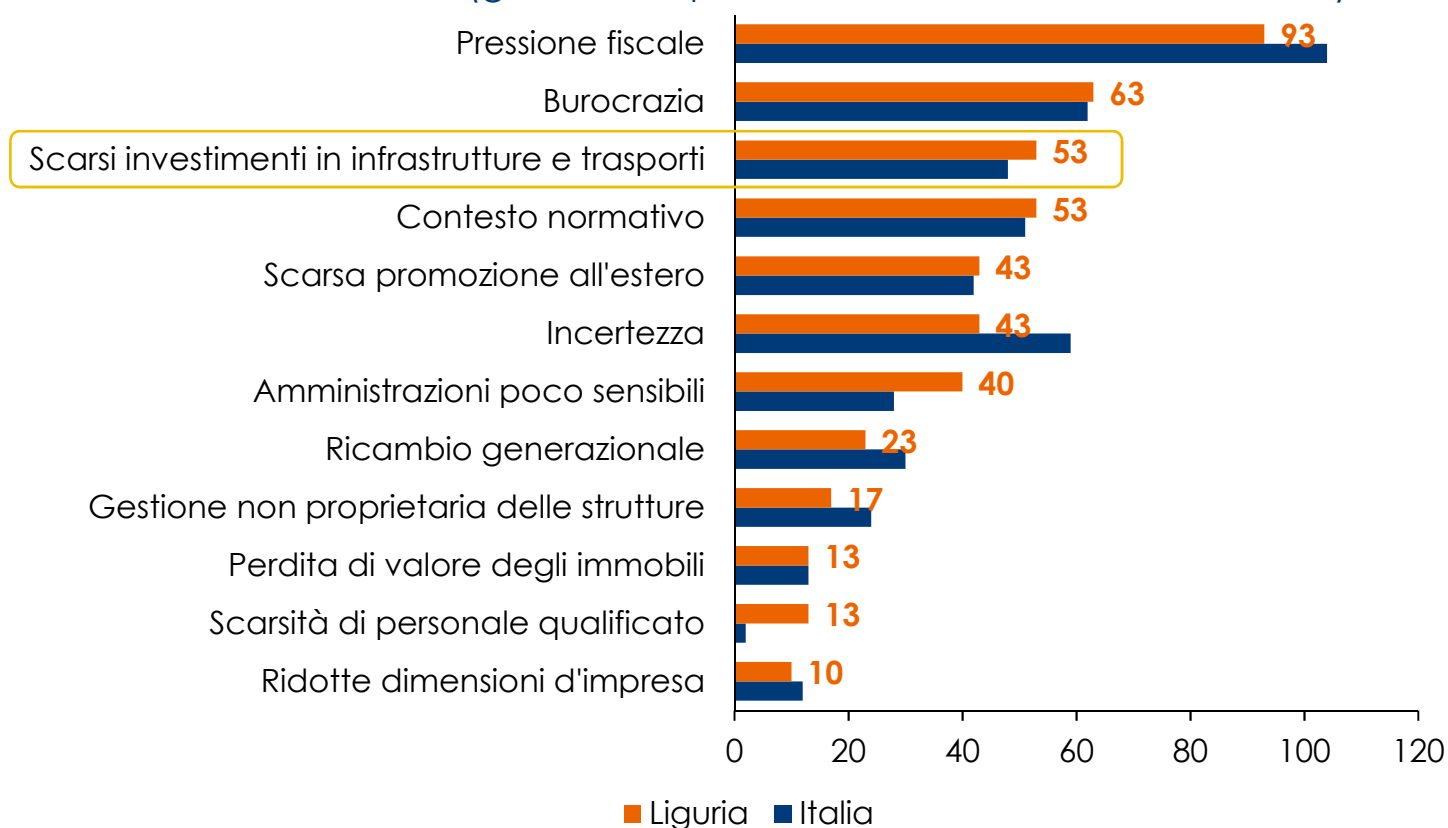
Fonte: Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2020

Fonte: Guida Michelin, 2019

6. Le infrastrutture per valorizzare al meglio il territorio

- Il tema delle **infrastrutture** è particolarmente rilevante in Liguria. Un miglioramento della rete infrastrutturale permetterebbe un **miglior inserimento della Liguria nelle catene produttive nazionali e internazionali e una più agevole circolazione delle persone e dei turisti**. Il miglioramento della rete dei trasporti costituirebbe, inoltre, un fattore abilitante in grado di **avvicinare costa ed entroterra**.

Liguria: i principali ostacoli per lo sviluppo del settore
(grado di importanza «alto», valori in % sul totale)

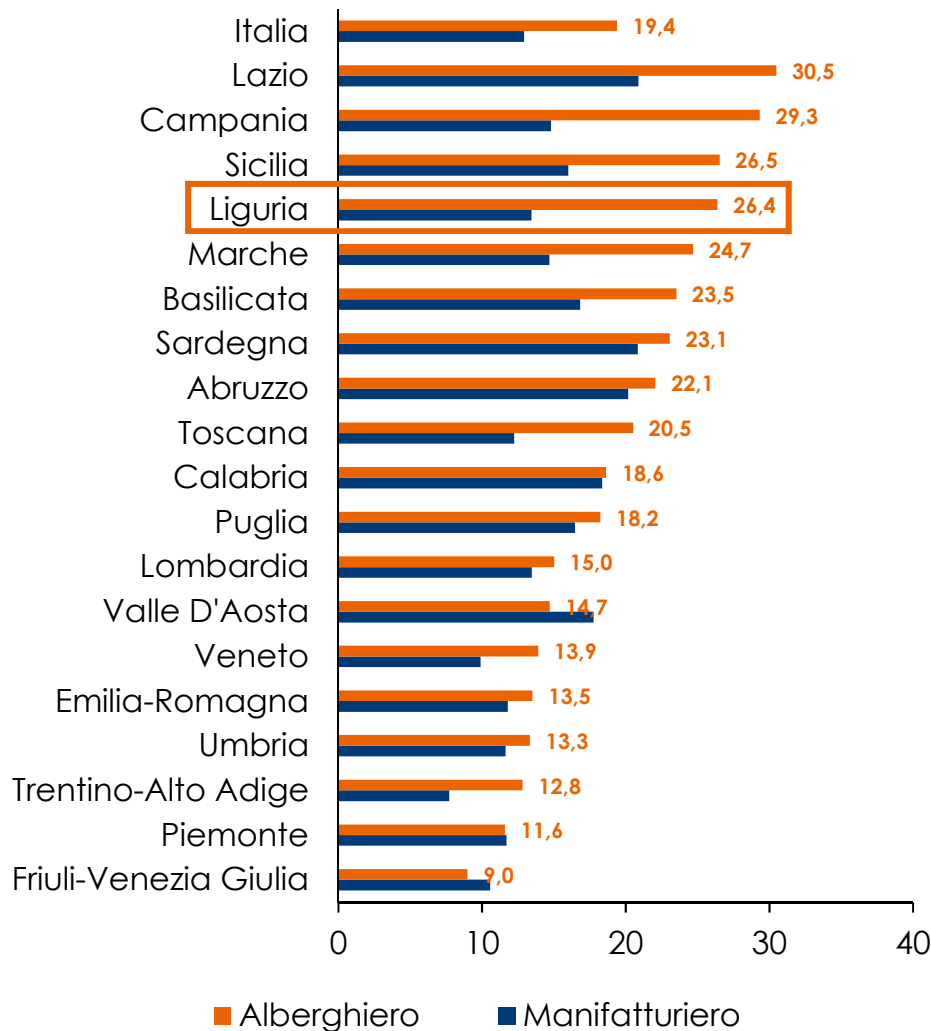


Nota: indagine condotta prima del crollo del Ponte Morandi

Fonte: indagine Intesa Sanpaolo su 588 imprese alberghiere Intesa Sanpaolo; di cui 30 liguri

7. Il passaggio generazionale come opportunità...

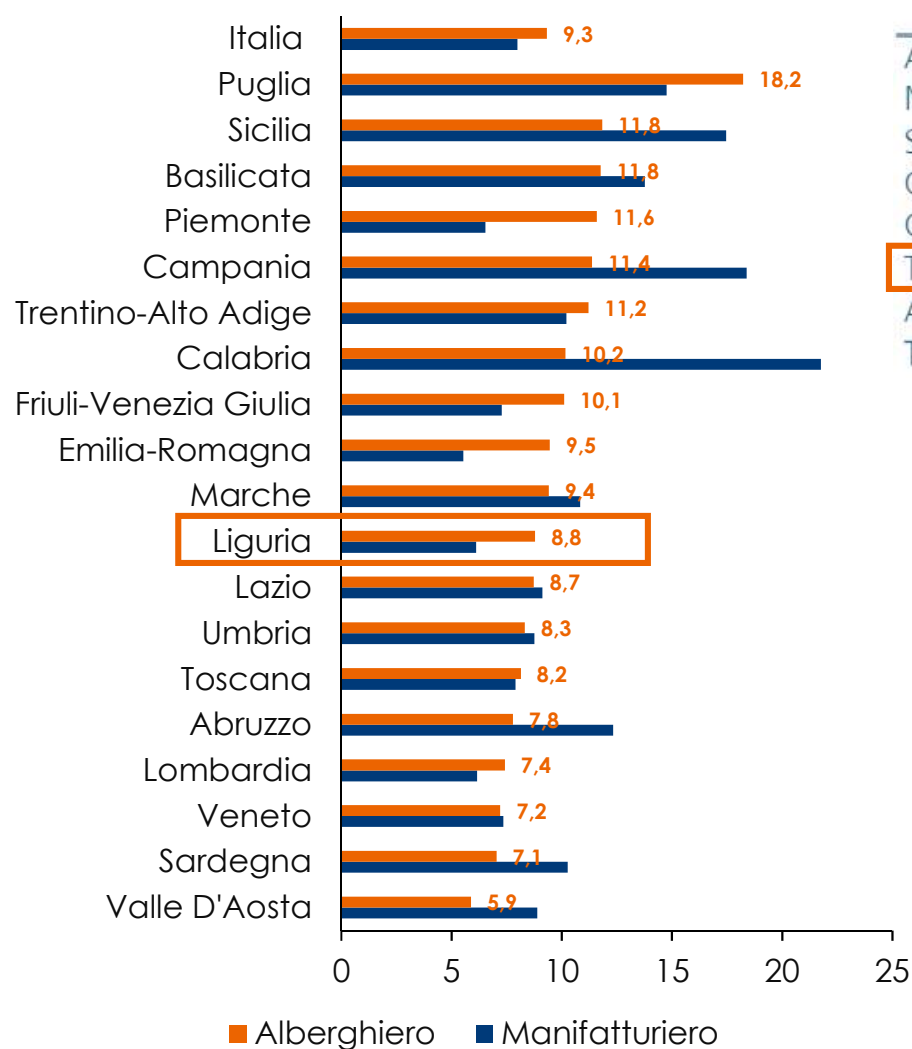
Alberghi con board composto interamente da over 65 (%)



- In Italia, nel settore alberghiero, quasi un'azienda su 5 ha un board composto interamente da over 65. Nel manifatturiero la percentuale si ferma al 13%.
- In Liguria, la percentuale di alberghi con board composto tutto da soggetti di età maggiore di 65 anni è ancora più alta (26%), anche nel confronto con il manifatturiero ligure, che risulta invece allineato al resto d'Italia.

Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

Alberghi con capo azienda under 40 (%)



Imprese attive in Liguria

	2017	2018	2019
Agricoltura	10.118	10.024	9.811
Manifatturiero	10.053	9.932	9.855
Servizi	37.661	38.029	38.314
Costruzioni	26.775	26.652	26.477
Commercio	37.627	37.232	36.528
Turismo	14.364	14.583	14.701
Altro	91	101	91
Totale attive	136.689	136.553	135.777

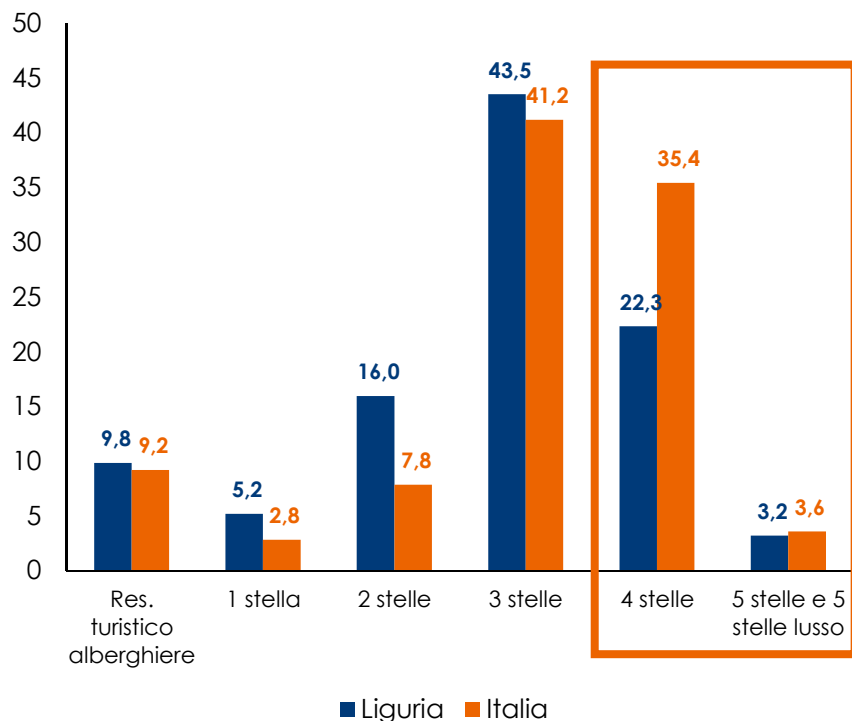
Fonte: Movimprese

- In Italia, nel settore alberghiero, meno di un'azienda su 10 ha un capo azienda under 40 (nel manifatturiero ancora meno: 8%).
- **In Liguria**, la percentuale di **alberghi con capo under 40** è pari all'**8,8%**. Anche in Liguria l'alberghiero, mostra una governance più giovane rispetto al manifatturiero, settore in cui solo il 6% delle imprese ha capo under 40.
- **In Liguria cresce il numero delle imprese attive nel turismo.**

8. La riqualificazione dell'offerta alberghiera...

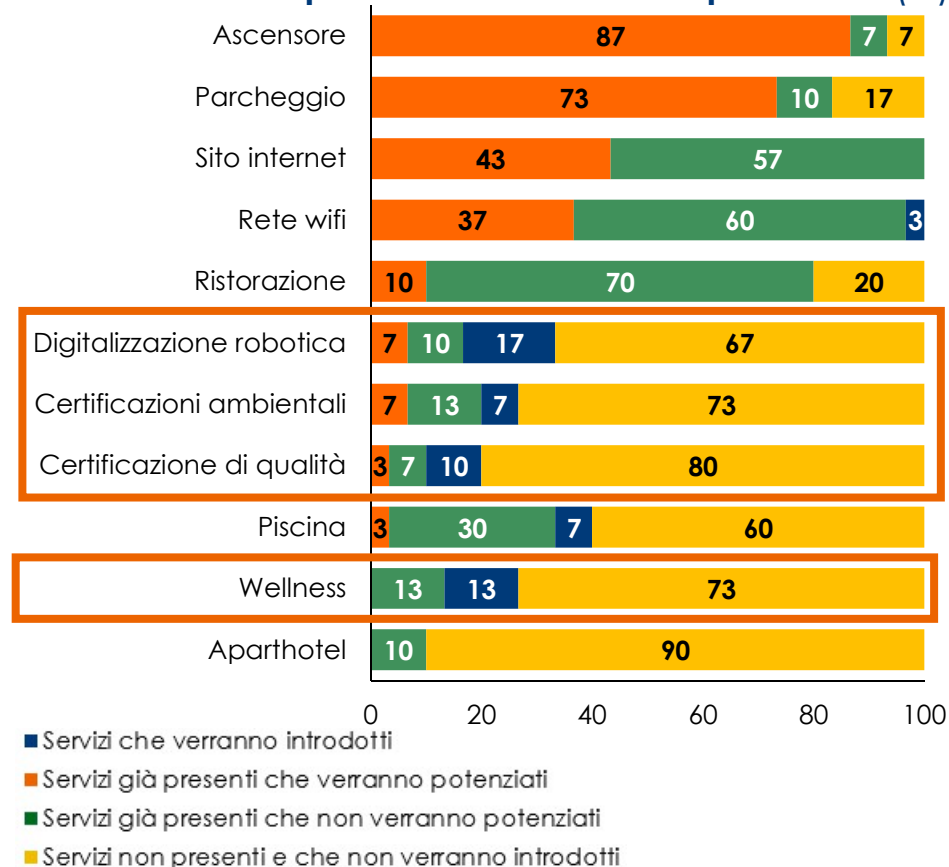
■ In Liguria si contano 1.324 strutture alberghiere (con una quota sul totale nazionale del 4%) e 62.308 posti letto, il 2,8% del totale Italiano. **L'offerta delle strutture alberghiere liguri è concentrata sulla fascia medio-bassa (74,5% del totale).** Le strutture 4 stelle sono nettamente meno presenti rispetto alla media italiana. Gli hotel 5 stelle liguri dispongono di 1.991 posti letto, di cui 1.178 in provincia di Genova.

Strutture ricettive alberghiere
(% numero letti, anno 2018)



Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati ISTAT

Servizi disponibili e investimenti pianificati (%)



Domande: quali servizi/caratteristiche sono presenti nell'albergo? Tipologia di investimento realizzato nel triennio 2015-2017/programmato nel triennio 2018-2020

Nota: i servizi sono in ordine decrescente per somma di «nuovi» e «incrementali»

Fonte: indagine Intesa Sanpaolo su 588 imprese alberghiere Intesa Sanpaolo; di cui 30 liguri

Benefici degli interventi di efficienza energetica degli edifici

Benefici diretti

✓ Risparmio in bolletta

Intervento	Risparmio energetico
cappotto esterno pareti verticali	47%
sostituzione infissi	15%
isolamento tetto piano	13%
sostituzione caldaia esistente con caldaia a condensazione	19%

Benefici indiretti

Ospiti, condomini, proprietari

- ✓ Miglioramento della qualità indoor degli spazi abitati
- ✓ Aumento del comfort abitativo
- ✓ Aumento del livello di sicurezza dell'abitazione
- ✓ Miglioramento estetico dell'edificio
- ✓ Aumento del valore di mercato dell'immobile

Collettività

- ✓ Riduzione degli impatti ambientali degli edifici
- ✓ Aumento della sicurezza del sistema energetico
- ✓ Miglioramento della bilancia dei pagamenti
- ✓ Ricadute positive in termini economici e occupazionali sulla filiera

Importanti comunicazioni

Gli economisti che hanno redatto il presente documento dichiarano che le opinioni, previsioni o stime contenute nel documento stesso sono il risultato di un autonomo e soggettivo apprezzamento dei dati, degli elementi e delle informazioni acquisite e che nessuna parte del proprio compenso è stata, è o sarà, direttamente o indirettamente, collegata alle opinioni espresse.

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo S.p.A. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo S.p.A.

La presente pubblicazione non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti ai quali si rivolge. Intesa Sanpaolo S.p.A. e le rispettive controllate e/o qualsiasi altro soggetto ad esse collegato hanno la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi materiale sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della clientela.

A cura di:

Giovanni Foresti e Romina Galleri, Direzione Studi e Ricerche, *Intesa Sanpaolo*