

SOCIOMETRICA

LA RICCHEZZA DEI COMUNI TURISTICI

(estratto)

ed. 2023

*RANKING SECONDO LA CREAZIONE DI VALORE
AGGIUNTO*

ANTONIO PREITI

3 agosto 2023

ATTRIBUZIONI

Il presente testo è stato realizzato da un gruppo di lavoro di Sociometrica, guidato da Antonio Preiti. Si ringrazia l'ISTAT e il suo dirigente, Fabrizio Arosio, per il prezioso contributo di dati.

www.sociometrica.it - apreiti@sociometrica.it - www.antoniopreiti.it -

<https://www.linkedin.com/in/antonio-n-preiti-288b20b/?originalSubdomain=it>

INDICE

1. Premessa: il focus sui comuni turistici	3
2. Il turismo italiano ben oltre i valori del 2019	5
3. Il <i>ranking</i> dei comuni: il primato di Roma	8
4. Le presenze non ufficiali: i casi di Milano e Napoli	11
5. Le tendenze di lungo periodo: i primati di Desenzano e Roma	15
6. Conclusioni: la scalata delle città	19
7. Metodologia	21
Appendice: i Top 100 comuni per valore aggiunto	22

1. Premessa: il focus sui comuni turistici

E' universalmente riconosciuto che il "turismo", inteso come il fenomeno sociale che alimenta direttamente e indirettamente l'economia dell'ospitalità e, di conseguenza, le economie locali in cui gli ospiti soggiornano (acquistando ogni tipo di servizio durante le loro vacanze, non limitandosi solo a vitto, alloggio o biglietti per attrazioni), riveste un ruolo di fondamentale importanza per il Paese e si configura come un pilastro imprescindibile per il benessere di centinaia e centinaia di comuni. Questa verità sarà ampiamente esplorata e confermata nel corso del nostro studio.

La sottovalutazione costante del turismo ha due origini fondamentali: una psicologia e una tecnica, quest'ultima da riferire alle statistiche economiche. Quella psicologica agisce, come spesso accade in questo ambito, con linee sottili, di cui non c'è sempre la sufficiente consapevolezza, con un "sillogismo" che, scarnificato, si può così riassumere: siccome il tempo del turismo è residuale nel nostro tempo, essendo subordinato al tempo di lavoro, allora non può che essere, esso stesso (e di conseguenza la sua economia) residuale. Se il tempo importante non è il tempo libero (su questo però i cambiamenti di prospettiva sono in rapido cambiamento, con capovolgimenti repentini nella gerarchia di valore da attribuire al tempo di lavoro e al tempo libero), allora neppure la sua economia è importante. Si tratta di una concezione vecchia che, ad esempio, solo chi ignora il peso economico dell'*entertainment*, può sostenere, ma che tuttavia agisce ancora come un riflesso "pavloviano", perciò inconsapevole e automatico, quando si guarda al turismo.

La ragione tecnica è dovuta alla circostanza che nella contabilità nazionale non esiste un settore "turismo" propriamente detto, ma sono computate nelle statistiche di settore solo la parte alberghi e ristorazione e quella relativa alle agenzie di viaggio. Non c'è perciò un calcolo onnicomprensivo che dia conto della dimensione economica generale che il fenomeno induce oltre questi tre settori. Questo avviene, non perché ci sia una particolare avversione a conteggiare la ricchezza prodotta dal turismo, ma per evitare le duplicazioni nella contabilità nazionale. Ad esempio, se si conteggia nella spesa turistica anche il viaggio, allora si dovrebbero togliere quelle poste dalla categoria generale dei trasporti. Siccome molte spese "turistiche" non hanno un elemento caratteristico (se escludiamo appunto la spesa per il soggiorno e gli eventuali servizi delle agenzie di viaggio), e tuttavia esistono, perché non ci sarebbero in assenza del fenomeno turistico, allora la soluzione è il calcolo del "conto satellite del turismo", vale a dire un conteggio che aggiunga alla parte caratteristica la quota-parte attribuibile al turismo nei settori non caratteristici (es. trasporti, servizi ospitali e culturali di vario tipo, servizi legati alle attrazioni (noleggi, impianti di risalita, guide, commercio, ecc.).

Così attraverso il “conto satellite”, che rappresenta il riferimento principale del nostro calcolo economico, è possibile tener conto dell’insieme della spesa turistica, la quale, per altro, è fondamentale proprio nella dimensione territoriale più piccola, cioè al livello comunale. È in questa dimensione che il peso del turismo, cioè della spesa turistica, assume una rilevanza in alcuni casi impressionante, perché garantisce livelli elevati di benessere e in altri casi è addirittura vitale, perché in sua assenza non ci sarebbe per quelle comunità un reddito sufficiente per vivere dignitosamente. È una tassonomia che vedremo meglio in seguito.

La dimensione comunale descrive la dinamica autentica della realtà dell’economia turistica in Italia. Le altre dimensioni, nazionale e anche regionale, danno ovviamente conto del peso generale del turismo, ma è nel dettaglio comunale che la geografia del valore aggiunto risalta nella sua grande varietà. Sarà così possibile vedere quali sono i comuni che apportano il maggior contributo alla ricchezza nazionale nel turismo; quanto la presenza del turismo contribuisca a elevare il reddito sia complessivo che pro-capite nei singoli comuni e quanto sia molto più promettente, dal punto di vista economico generale, quando nella destinazione prevale la dimensione alberghiera piuttosto che quella delle case in affitto. In questo lavoro è anche stimato il peso delle presenze turistiche in quella che possiamo definire – rifacendoci alla definizione ufficiale d’uso internazionale – dell’economia “non osservata”, cioè la parte, nel nostro caso, di presenze turistiche non registrate nelle statistiche ufficiali.

La dimensione comunale è anche quella più naturale per le caratteristiche del fenomeno turistico e segue fortemente la percezione della domanda, insomma rispecchia come il mercato funziona davvero: il cuore dell’offerta turistica è fatto dalle “destinazioni turistiche”, cioè da luoghi con uno specifico *brand*, circoscritti, ben definiti, che molto spesso coincidono con i confini comunali. In alcuni casi una “destinazione turistica”, per come è percepita dal mercato, comprende anche più comuni, perciò in quel caso la destinazione somma più entità amministrative. Non succede spesso, perché l’Italia è percepita come molto differente al suo interno anche nelle situazioni più piccole, con distinzioni anche tra comuni vicini o addirittura limitrofi. Vediamo allora quali sono i comuni che contribuiscono maggiormente a creare ricchezza (in termini tecnici: valore aggiunto) nel nostro Paese.

2. Il turismo italiano ben oltre i valori del 2019

Il calcolo del valore aggiunto turistico comunale è fondato sul calcolo delle presenze turistiche, ufficiali e “sommese” e sul conto satellite del turismo realizzato dall’Istat. Vediamo anzitutto l’andamento delle presenze turistiche negli ultimi quattro anni. Com’è noto il biennio 2020-21 è stato segnato dall’epidemia del Covid per cui l’intero fenomeno turistico è stato fortemente ridimensionato, perciò è molto importante considerare il 2019 per i riferimenti fra i singoli comuni (Tab. 1). Qui sono riportate le presenze turistiche complessive ufficiali redatte dall’Istat. Come si può vedere, il 2022 ha quasi completamente recuperato le presenze del 2019, anno record del turismo italiano (record che tutto lascia prevedere potrebbe essere battuto nel 2023, almeno guardando all’andamento dei primi mesi dell’anno, che vedremo tra poco).

Secondo i dati Istat nel 2022 si è arrivati a registrare 412milioni di presenze turistiche in ogni tipo di esercizio alberghiero ed extra-alberghiero, pari al 94,3% del 2019. Recupero perciò realizzato. Nella nostra indagine non ci fermiamo però ai dati ufficiali, ma abbiamo fatto una stima anche del “turismo sommerso”, vale a dire una stima del numero delle presenze turistiche solitamente ospitate nell’offerta di affitti brevi nelle civili residenze. La nostra valutazione è che si tratti di un numero molto cospicuo, che stimiamo in 101milioni di presenze che non sono registrate nelle statistiche ufficiali. Aggiungendo queste presenze il reale movimento turistico in Italia sarebbe di 513milioni di presenze. Vedremo in un prossimo capitolo dati più specifici riferiti a singoli comuni.

Non abbiamo una stima di queste presenze non registrate relativamente al 2019, perciò non possiamo dire se e quanto il 2022 abbia superato il 2019. L’impressione è che l’abbia fatto, perché l’offerta di residenze sulle piattaforme digitali dove si vendono/acquistano affitti brevi è cresciuta. Possiamo solo aggiungere che se alle presenze ufficiali sommiamo anche quelle non registrate, nel 2022 avremmo il numero indice 117,5 rispetto al 100 del 2019. Per calcolare la crescita reale dovremmo aggiungere una stima (oggi impossibile fare) delle presenze non registrate nel 2019. Se fossero meno del 17%, allora il 2022 sarebbe comunque almeno, se non superiore, al 2019.

Quando, di seguito, faremo la stima del calcolo del valore aggiunto dei singoli comuni aggiungeremo alle presenze ufficiali anche la stima delle presenze turistiche non registrate nelle statistiche ufficiali per ciascun comune, questo a valere sul 2022. Le nostre stime del sommerso turistico si riferiscono ai 500 comuni turistici più importanti del Paese. Seguendo le statistiche ufficiali, sappiamo che i primi 500 comuni rappresentano l’82,3% del totale delle presenze turistiche.

Non possiamo eludere in questo report una valutazione, ovviamente predittiva, dell'andamento del fenomeno turistico anche per il 2023. Abbiamo a disposizione i dati dei primi cinque mesi del 2023 e possiamo confrontarli con quelli dell'anno precedente. Ovviamente ogni mese può contenere sue specificità: nei primi due mesi del 2022 c'era ancora una coda lunga del Covid, perciò nel 2023 abbiamo addirittura un + 50,9% in gennaio e un + 41,1 % in febbraio; a marzo la situazione Covid del 2022 si può dire sia stata sostanzialmente archiviata e nel 2023 si registra un + 17,4% in marzo e un + 13,4 in aprile. A maggio 2022 il Covid era un ricordo, ma nel maggio 2023 abbiamo avuto un meteo negativo inusuale, che ha falciato le prenotazioni balneari e i *city-break*, perciò fa registrare un – 10,1 % rispetto all'anno precedente. Nel complesso, sulla base dei dati oggi noti e del loro andamento mensile, possiamo stimare che il turismo italiano possa crescere nel 2023 in una misura intorno al 15,5%. Il che significa, al netto del calcolo delle presenze non registrate, una crescita del 9,7% rispetto all'anno record del turismo italiano del 2019.

Tab. 1 - Andamento complessivo presenze turistiche ufficiali su tutto il territorio nazionale

Anno	Numero totale presenze turistiche	valore percentuale (2019=100)
2019	436.739.271	100,0
2020	208.447.085	47,7
2021	289.178.142	66,2
2022	412.008.532	94,3
<i>2022 stima delle presenze turistiche non registrate</i>	<i>101.094.999</i>	
<i>2022 totale delle presenze ufficiali + stima presenze non registrate</i>	<i>513.103.534</i>	<i>117,5</i>
<i>2023 Stima annuale sulla base dei primi quattro mesi (uff. + non reg.)</i>	<i>592.634.582</i>	<i>+ 15,5%</i>

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2023

Guardiamo al secondo elemento del nostro calcolo del valore aggiunto turistico dei comuni italiani, il conto satellite Istat. Nel 2019 il calcolo del valore aggiunto turistico è stato di 99.903 milioni di euro; di conseguenza, seguendo i criteri prima esplicitati, abbiamo per il 2022 una stima del valore aggiunto complessivo del turismo di 94,2 miliardi di euro, a prezzi costanti, cioè non tenendo conto degli effetti

inflattivi, mentre a prezzi correnti è di 101,9 miliardi di euro.

Possiamo allora analizzare come si distribuisca la creazione di ricchezza da parte del turismo in ogni singolo comune. In Italia abbiamo 8.092 comuni. I comuni valutati dall'Istat come turistici, ovvero che abbiano una qualche attività turistica, cioè abbiano un minimo di ospitalità imprenditoriale, sono 3.625, pari al 44,7%, perciò possiamo dire che quasi un comune su due in Italia è considerato oggettivamente come un comune presente sul mercato turistico. Non disponiamo di statistiche di altri paesi, ma intuitivamente quella italiana appare una percentuale molto elevata, comparata con paesi europei analoghi al nostro, come la Francia, la Spagna, la Germania o la Gran Bretagna.

Tab. 2 – Andamento dei flussi turistici ufficiali: confronto primi mesi 2023/2022

Anno	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Totale
2022	11.981.957	13.442.993	16.002.578	24.559.355	29.179.070	95.167.975
2023	18.076.900	18.966.490	18.794.605	27.860.941	26.243.257	109.944.216
Diff. %	+50,9	+41,1	+17,4	+13,4	-10,1	+15,5

Fonte: Dati Istat, elaborazioni Sociometrica, 2023

Per le nostre stime sul valore aggiunto turistico ci siamo concentrati sui primi 500 comuni per numero di presenze turistiche, che rappresentano l'82,3% del totale delle presenze turistiche. Questa scelta elimina alcune anomalie statistiche che si registrano quando si tratta di comuni molto piccoli o con appena una minima traccia di presenze turistiche. Come già detto, alle presenze turistiche ufficiali abbiamo aggiunto anche una stima delle presenze turistiche non registrate ufficialmente, che sono attribuibili all'attività di offerta di affitti brevi attraverso le piattaforme digitali. In questo modo avremo un quadro complessivo completo del peso economico del turismo nella dimensione comunale. Passiamo allora all'analisi del valore aggiunto generato da ogni singolo comune italiano.

3. Il ranking dei comuni: il primato di Roma

Nel turismo sembra che nulla si muova, perché vengono sempre citate le stesse destinazioni, ad esempio, Roma, Venezia e Firenze come “capitali” fra le città d’arte, o le consuete “piccole capitali” del turismo balneare della tradizione italiana: Capri, Positano, Taormina, ecc. ma il ranking dei primi 500 comuni turistici d’Italia (Tab. 3) ci fa scoprire alcuni aspetti inattesi, oltre ad alcune conferme, come il primato di Roma; ma andiamo con ordine. Al primo posto per creazione di ricchezza turistica c’è appunto Roma, che da sola genera 8,5 miliardi di ricchezza dal turismo. Il Comune di Roma da solo produce perciò quasi il 10 % (esattamente il 9,8%) della ricchezza generata dai primi 500 comuni turistici italiani. Al secondo posto non c’è nessuna delle due “superstar” del turismo culturale in senso stretto, come Venezia e Firenze, ma Milano, che genera nel turismo 3,6 miliardi di euro, seguita appunto dalle due grandi città d’arte appena citate, Venezia con 3,3 miliardi e Firenze con 2,7 miliardi di euro. Quindi la prima novità è che Milano è la seconda città “turistica” italiana, questo dovuto anche alla crescita enorme dell’offerta di abitazioni e residenze in affitto breve, che comunque vedremo nel prossimo capitolo. Lo stesso fenomeno dell’esplosione dell’offerta di abitazioni private date in affitto ai turisti sulle piattaforme digitali porta Napoli a scalare la graduatoria, portandosi al sesto posto, proprio dopo Roma, Milano, Venezia, Firenze e Rimini. Da notare anche il gruppo di comuni balneari del Veneto (Jesolo, Caorle, Cavallino-Treporti e San Michele al Tagliamento) che sommati porterebbero questa area al secondo posto della graduatoria, superando persino Milano. Potrebbero essere aggregati anche i comuni di Rimini, Riccione, Cesenati e Cervia, che rappresentano la tradizionale riviera romagnola: anche loro sarebbero sopra Milano, ma leggermente. La classifica è però fatta su base comunale, perciò torniamo ai singoli comuni.

Dopo le quattro grandi città menzionate, e le due più grandi aree balneari del Paese, troviamo in classifica a breve distanza tra loro Torino e Bologna, dove la seconda, rispetto al passato, ha guadagnato varie posizioni. Lo vedremo più avanti quanto Bologna sia cresciuta conquistando varie posizioni nel ranking dei comuni turistici. Alte due città si trovano tra le prime venti: Verona e Ravenna, mentre al di fuori delle città e delle due aree balneari più grandi, trovano spazio solo Sorrento e Lignano Sabbiadoro, come destinazioni balneari e Lazise, come destinazione lacuale. Dal punto di vista macro-geografico, tra le prime venti destinazioni turistiche per capacità di generare valore aggiunto solo due sono meridionali: le citate Napoli e Sorrento.

Tab. 3 – Ranking del valore aggiunto turistico dei singoli comuni (Top 20)

Ranking	Comune	Valore aggiunto (euro)	Percentuale (su top 500 comuni)
1	Roma	8.523.423.056	9,08
2	Milano	3.625.560.074	3,86
3	Venezia	3.089.141.348	3,29
4	Firenze	2.541.406.369	2,71
5	Rimini	1.481.114.745	1,58
6	Napoli	1.466.819.094	1,56
7	Cavallino-Treporti	1.381.751.037	1,47
8	San Michele al Tagliamento	1.323.270.968	1,41
9	Jesolo	1.179.379.689	1,26
10	Torino	1.113.124.442	1,19
11	Bologna	1.024.110.637	1,09
12	Caorle	986.259.791	1,05
13	Lignano Sabbiadoro	882.412.529	0,94
14	Lazise	834.146.349	0,89
15	Palermo	814.905.341	0,87
16	Cesenatico	768.416.328	0,82
17	Riccione	756.797.747	0,81
18	Cervia	742.370.475	0,79
19	Verona	739.246.801	0,79
20	Sorrento	728.415.022	0,78

Fonte: Elaborazione e stime di Sociometrica, su dati Istat, 2023

La considerazione che viene naturale dallo scorrere le prime venti posizioni è la progressiva conquista della classifica da parte delle città. Vogliamo chiamarle città d'arte, perché ci facilita la comprensione, ma si potrebbe dire delle città che hanno a disposizione una gamma ampia di possibilità: l'offerta culturale con i musei, ma anche altri tipi di attrazione, gli eventi, lo sport, la musica, la qualità dello shopping, l'opportunità per viaggi di lavoro, per la formazione e così via; questo insieme di opportunità, che talvolta comprendono anche il mare e la balneazione tende a soppiantare le destinazioni puramente balneari.

Questo fenomeno rispecchia sia i cambiamenti del turismo che i cambiamenti sociali in generale: da un lato si fa vacanza sempre (anche se per brevi *city-break*) e non solo ad agosto, anche se agosto in Italia resta ancora il re dei mesi per il turismo *leisure*; dall'altro lato, è cresciuta la mobilità generale delle persone: si viaggia per i più vari motivi, in ogni periodo dell'anno, e secondo combinazioni diverse (giorni a disposizione; tipologia della destinazione; nucleo delle persone in viaggio; finalità della vacanza; ecc.). Il turismo è così entrato nel paniere dei consumi degli italiani quasi come un bene essenziale: perciò in qualche modo, e secondo opportunità diverse, è sempre presente.

4. Le presenze non ufficiali: i casi di Milano e Napoli

Per calcolare il valore aggiunto di ciascun singolo comune o destinazione turistica è fondamentale la stima del peso delle presenze turistiche non ufficiali o “non osservate”, cioè non registrate nelle statistiche ufficiali. Il processo di stima non è immediato, però è possibile farlo con una certa accuratezza. Quello che si scopre, e si tratta di una scoperta estremamente importante, è che in alcune destinazioni turistiche il peso delle presenze non ufficiali è preponderante rispetto alle classiche presenze turistiche alberghiere e nelle strutture extra-alberghiere ufficiali. Si tratta di un fenomeno che sta trasformando completamente l’offerta turistica italiana, addirittura creando due “modelli”, uno trainato dagli alberghi e l’altro dagli affitti brevi.

Prima però di approfondire questo punto è utile dare un’idea della crescita dell’offerta di residenze private proprio in questo ultimo anno. Abbiamo considerato l’andamento dell’offerta sulle piattaforme *on line* dove vengono venduti case e appartamenti e abbiamo visto che negli ultimi dieci mesi l’incremento è stato notevole. Consideriamo, ad esempio le prime dieci destinazioni turistiche per numero ufficiale di turisti: a Roma da meno di 19mila “units” offerte si è passati a oltre 22mila; a Milano da 12mila a 17mila; a Napoli da 6mila a 8mila. In termini percentuali, in dieci mesi, la crescita è stata del 26,3% a Milano, del 23,9% a Napoli; del 15,4% a Firenze; del 15,3% a Torino e del 15,0% a Roma. Se si tien conto che il numero degli alberghi in ciascuna di queste città non supera le mille unità (tranne Roma che sta su questa soglia), ci si rende conto dell’incidenza di questa nuova e non regolata offerta di soggiorno turistico.

Per altro, uno degli aspetti critici che viene sollevato in quest’ultimo periodo, è quello dell’*overtourism*. Resta, naturalmente, da stabilire se, quando e come si verifichi effettivamente un “*overtourism*” (non ci sono parametri oggettivi, che andrebbero però studiati e utilizzati), perché spesso rispecchia un problema di gestione (lo stesso numero di ospiti mal gestiti crea una sensazione di “occupazione della città”, se ben gestito viene visto con simpatia e con naturalezza), tuttavia essendo il numero degli alberghi sostanzialmente lo stesso da alcuni decenni, la componente fondamentale dell’*overtourism* è data proprio da questa nuova offerta (e in taluni casi specifici come Venezia, dalle escursioni giornaliere). Senza un’offerta aggiuntiva di posti-letto gli ospiti dovrebbero rinunciare al viaggio o posticiparlo quando ci saranno nuove disponibilità. Il ragionamento sull’*overtourism* va perciò emendato dalle riflessioni poggiate sull’apparenza, o peggio, su una discriminante quasi “morale” secondo cui il gran numero di ospiti li trasforma, solo per il fatto di essere in gran numero, in “turisti di massa”, come se la quantità trasformasse la qualità delle persone.

Tab. 4 - Destinazioni con maggior numero di presenze non osservate

Comune	2021*	2022-23*	Differenza percentuale (%)
Roma	18.966	22.313	15,0
Milano	12.658	17.178	26,3
Firenze	8.318	9.837	15,4
Napoli	6.609	8.689	23,9
Venezia	7.474	7.849	4,8
Palermo	5.250	5.774	9,1
Torino	4.279	5.054	15,3
Bologna	3.256	3.908	16,7
Siracusa	3.803	3.600	-5,6
Catania	2.979	3.419	12,9

Fonte: Stime Sociometrica, 2023. Il confronto è operato sul numero di “units” registrato nell’agosto 2022 e giugno 2023

Dal punto di vista economico, e da molti altri punti di vista, non è la stessa cosa l’impatto di una presenza alberghiera rispetto a una presenza che si registra (o non si registra) nell’affitto di una seconda casa o di una camera in un’abitazione residenziale. Un albergo, anche di dimensioni medio-piccole ha bisogno di personale, non solo per le pulizie delle camere, ma anche per tutti gli altri servizi. Per la gestione di un albergo, che nel tempo si è fatta più complessa, c’è sempre bisogno di un direttore, di più *receptionist*, magari con elevate conoscenze linguistiche, di operatori esperti nel campo digitale, di manutentori esperti, di una consulenza finanziaria, di una consulenza sul piano pubblicitario e promozionale e così via. Nel caso dell’offerta di affitto, oltre la necessità delle pulizie alla fine di ogni cambio di ospiti, non c’è bisogno di altre professionalità, anche per l’elevatissimo livello di automazione raggiunto in questo ambito, perciò l’impatto sul piano dell’occupazione e su quello della crescita delle professionalità legate all’ospitalità è minimo o del tutto assente. Perciò troviamo che l’impatto economico, a parità di presenze turistiche, sull’economia dell’ospitalità è molto diverso e di gran lunga inferiore nel caso dell’affitto *tout-court* di una casa rispetto alla tipica ospitalità alberghiera.

Su questa base è allora utile, come si diceva prima, capire se si stia andando verso due modelli di crescita turistica, uno fondato sull’offerta alberghiera e il secondo su quella delle case private in affitto

breve. Se nel caso delle grandi città d'arte sono compresenti naturalmente entrambi le forme di offerta, nel caso delle destinazioni balneari sembra di trovarsi in due modelli contrapposti. Abbiamo considerato da un lato dieci fra le più note, solide e famose destinazioni turistiche, fra cui Forte dei Marmi, Rapallo, Capri, Alassio, Rimini, Jesolo, Cesenatico e altri e dall'altro destinazioni balneari, tutte le Mezzogiorno, dove c'è una notevole presenza di offerte di abitazioni in affitto breve. I numeri sono clamorosi: se a Rimini, la principale e più nota destinazione balneare italiana le abitazioni in offerta sono 1.443, a Ostuni sono il doppio con 2.870; se a Cervia, che è tra le prime venti destinazioni turistiche italiane come capacità di creare ricchezza, sono presenti solo 288 abitazioni in affitto breve, a Olbia che non compare tra i primi venti comuni, sono offerte addirittura 3.241 abitazioni. Riccione è anch'esso tra i primi venti comuni che produce ricchezza dal turismo, ma ha solo 433 abitazioni in offerta, ma Gallipoli che non fa parte dei primi venti principali comuni, ne offre 2.109.

Tab. 5 - Destinazioni balneari e offerta di residenze private in affitto breve

Comuni di solida attrazione	2022-23*	Comuni di nuova attrazione	2022-23*
Rimini	1.443	Olbia	3.241
Jesolo	884	Ostuni	2.870
Riccione	433	Alghero	2.547
Cesenatico	262	Gallipoli	2.109
Cervia	288	San Teodoro	1.849
Cattolica	243	Porto Cesareo	1.848
Alassio	457	Arzachena	1.801
Capri	542	Monopoli	1.607
Forte dei Marmi	376	Nardò	1.528
Rapallo	964	Lipari	1.383

Fonte: Stime Sociometrica, 2023. Il confronto è operato sul numero di "units" registrato nell'agosto 2021 e giugno 2023

Da questi dati emerge con grande evidenza che la creazione di ricchezza non è data solo dal numero

degli ospiti, cioè dal numero dei turisti, ma dall'insieme dell'organizzazione turistica che vi è collegata, perciò dalla capacità delle destinazioni di costruire intorno al soggiorno, anzi a partire dalla tipologia del soggiorno, un'offerta con effetti moltiplicati sull'economia di valore maggiore, come fanno le destinazioni che stanno sul lato sinistro della Tab. 5. Vero è che si tratta di destinazioni che hanno una lunga storia turistica, quindi di economia dell'ospitalità, mentre quelle del lato destro sono, relativamente, più "recenti". Tuttavia, il loro passaggio dal modello guidato dagli affitti brevi a quello guidato dagli alberghi sembra un elemento necessario per allineare le presenze turistiche alla loro capacità di generare reddito per la collettività.

5. Le tendenze di lungo periodo: i primati di Desenzano e Roma

Abbiamo visto quanto ciascun comune generi ricchezza nel turismo, in una sorta di fotografia che inquadra i dati del 2022, i primi mesi del 2023, e il riferimento costante al 2019 che è l'anno record prima dell'epidemia del Covid, ma conviene avere uno sguardo più lungo per cogliere i cambiamenti costanti nel tempo, che si manifestano con chiarezza solo quando l'arco temporale è più ampio. Allora abbiamo considerato quasi un decennio, dal 2014 al 2022 per capire se e come sono cambiate le dinamiche fra i maggiori comuni turistici italiani. Non essendo disponibile una serie storica di stime sugli affitti brevi dal 2014, quando erano quasi irrilevanti, a oggi che sono molto rilevanti, il confronto è fatto solo sui dati ufficiali, alberghieri ed extra-alberghieri, forniti da Istat.

La destinazione turistica italiana che in questi quasi dieci anni è cresciuta di più è Desenzano sul Garda, che aveva nel 2014 765mila turisti e nel 2022 va oltre il raddoppio (+ 113%): un risultato straordinario, che rappresenta l'unico comune in cui c'è il raddoppio delle presenze turistiche. Al secondo posto c'è Bologna, la città che è cresciuta maggiormente fra le più grandi, passando da 2,1 milioni di presenze a 3,1 milioni, con un aumento perciò del 46,2%. Al terzo posto una città per molti versi analoga a Bologna, cioè Verona, con una crescita leggermente inferiore al capoluogo emiliano (43,9%). Anche Genova, per restare a città comparabili per dimensioni, è cresciuta molto, facendo registrare una crescita del 29,9%.

Se consideriamo la graduatoria delle prime venti destinazioni turistiche cresciute maggiormente, vediamo che solo due sono collocate nel sud del paese: Sorrento (+ 18,1%) e Palermo (+ 15,5%). C'è però il caso di Napoli, che abbiamo visto aver scalato le classifiche della creazione di valore aggiunto nel turismo, che non compare in questa classifica. Questo succede perché qui sono considerati solo i dati ufficiali, e non anche le presenze non registrate, derivanti in gran parte dal fenomeno degli affitti brevi. Se fossero considerati anche queste, Napoli con Milano entrerebbero sicuramente in questa classifica, e anche con posizioni di rilievo. Lo stesso può dirsi di alcune specifiche destinazioni balneari del sud, soprattutto dove la tradizione alberghiera è meno radicata nel tempo e la sua estensione quantitativa è ancora insufficiente.

Tab. 6 – Top 20 destinazioni turistiche con la migliore performance dal 2014 al 2022*

Comune	2014	2019	2021	2022	Diff. 2022-14
Desenzano del Garda	765.136	881.502	666.982	1.636.727	113,9
Bologna	2.159.351	3.188.040	1.883.475	3.157.590	46,2
Verona	1.681.443	2.743.943	1.424.680	2.419.287	43,9
Livigno	1.104.467	1.337.223	718.704	1.551.723	40,5
Bibbona	999.102	1.086.188	1.095.053	1.302.108	30,3
Genova	1.581.097	1.905.777	1.427.520	2.053.325	29,9
Bardolino	1.824.865	2.101.596	1.727.860	2.310.956	26,6
Cesenatico	2.785.444	3.403.237	2.903.667	3.508.389	26,0
Badia/Abtei	974.109	1.178.014	705.687	1.216.199	24,9
Grado	1.051.065	1.398.262	1.042.006	1.299.255	23,6
Roma	23.727.249	30.980.083	8.957.938	29.246.038	23,3
Merano/Meran	971.457	1.148.867	863.480	1.182.763	21,8
Chioggia	1.234.303	1.376.237	1.415.488	1.475.435	19,5
Peschiera del Garda	1.865.575	2.379.705	1.742.677	2.217.494	18,9
Castelrotto/Kastelruth	1.379.257	1.584.220	1.019.837	1.632.291	18,3
Sorrento	2.182.601	2.756.578	1.040.504	2.578.014	18,1
Lazise	3.102.598	3.606.249	2.957.876	3.657.044	17,9
Riva del Garda	1.391.557	1.590.189	1.198.418	1.615.910	16,1
Palermo	1.427.388	1.594.187	987.055	1.649.297	15,5
Sirmione	1.156.514	1.209.423	928.012	1.326.961	14,7

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2023. *Dati registrazioni ufficiali Istat

Questa sottolineatura ci porta a fare una considerazione più generale: a parte le prime 10-12 posizioni per le quali la crescita supera il 20%, per il resto delle destinazioni la crescita dal 2014 al 2022 è abbastanza contenuta, diventa però eclatante se ci aggiungiamo – come dovremmo – anche le presenze non registrate. La sensazione molto netta è che le statistiche ufficiali, per quanto accurate, anzi imbattibili per serietà e precisione dell'Istat, non rispecchiano la realtà del fenomeno turistico proprio perché lasciano fuori (inevitabilmente) una parte consistente delle presenze. Non possiamo neppure dire che le presenze non registrate seguano con una percentuale più o meno costante quelle ufficiali, perché la quota-parte non osservata statisticamente pesa in maniera molto diversa: nelle grandi città d'arte oscilla tra il 25% e il 40%; in alcune destinazioni balneari del sud duplica o addirittura va ancora oltre le presenze ufficiali; in altre destinazioni balneari del nord est è al di sotto del 10%. Si tratta perciò di comprendere l'intera gamma delle tipologie di presenze turistiche per avere un quadro esaustivo del fenomeno.

Abbiamo considerato l'insieme dei maggiori comuni turistici per capire quali corrono di più, ma concentriamoci adesso sulle dinamiche dei primi dieci comuni turistici italiani. Scopriamo così che Roma è nettamente la destinazione che cresce di più, perché fa registrare un + 23,3% nel 2022 rispetto al 2014. Le altre crescono meno, addirittura due destinazioni turistiche importantissime come Firenze e Rimini fanno registrare una flessione rispetto al 2014: Firenze (- 14,2%) e Rimini (-7,2%). Nel caso di Firenze il dato è sorprendente, perché in questi ultimi mesi addirittura si parla di *overtourism* per Firenze. Certo questa sensazione è più pubblicizzata nel 2023 che nel 2022, ma certo non si può pensare, sulla base delle statistiche ufficiali, che a Firenze ci siano meno turisti che nel 2014. Anche in questo caso – crediamo – vada messo in conto la quota-parte delle presenze turistiche non registrate; per altro Firenze nella graduatoria dei comuni con la massima offerta di abitazioni private in affitto breve è la terza in Italia, per numero di “*units*” offerte, superata solo da Roma e Milano. Da qui il paradosso che le statistiche ufficiali mostrano una destinazione che perde turisti, mentre nella realtà ne ha molti di più.

Un fenomeno analogo si evidenzia anche per Milano, perché le presenze turistiche ufficiali crescono dell'1,7% dal 2014 al 2022, ma il capoluogo lombardo è al secondo posto in Italia nell'offerta di abitazioni private per affitti brevi, perciò la crescita effettiva è molto più grande. Lo stesso vale per Roma, che in realtà ha un vero e proprio “*boom*” dovuto sia alla crescita – come visto – delle presenze ufficiali sia per la crescita, ancora maggiore, delle presenze turistiche non registrate, visto che in meno di un anno l'offerta di questa tipologia è cresciuta (come numero di “*units*” offerte) del 17,6%.

Tab. 7 – Andamento delle Top 10 destinazioni turistiche dal 2014 al 2022*

Comune	2014	2019	2021	2022	Diff. 2022-14
Roma	23.727.249	30.980.083	8.957.938	29.246.038	23,3
Venezia	9.983.416	12.948.519	5.727.887	10.946.464	9,6
Milano	10.232.396	12.474.208	5.002.526	10.407.509	1,7
Firenze	8.603.876	10.955.345	3.135.440	7.384.354	-14,2
Cavallino-Treporti	6.140.520	6.269.451	5.521.085	6.697.898	9,1
Rimini	6.993.861	7.548.135	5.222.151	6.491.230	-7,2
San Michele al Tagl.	5.636.338	5.851.482	4.632.666	5.474.146	-2,9
Jesolo	5.209.331	5.438.519	4.694.759	5.188.712	-0,4
Caorle	4.272.496	4.319.483	3.913.376	4.297.996	0,6
Lignano Sabbiadoro	3.409.901	3.495.091	2.998.813	3.672.200	7,7

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2023. *Solo dati ufficiali Istat

6. Conclusioni: la scalata delle città

La dimensione comunale ci ha permesso di scandagliare e di scoprire nuovi fenomeni sul mercato turistico. In questo Report abbiamo voluto mostrare alcuni aspetti, anche inattesi, della capacità del turismo di generare ricchezza (valore aggiunto) a un livello molto dettagliato.

È nella dimensione comunale che il turismo, o meglio l'economia dell'ospitalità o industria dell'ospitalità, appare in maniera nitida, perché questa è la sua dimensione naturale. Il mercato turistico è un mercato delle destinazioni turistiche, di *brand* specifici, che è il nome giusto con cui definire quelle località che accanto a qualità naturali, storiche e culturali, assumono anche una "personalità", ovvero sono attrattive perché percepite come rare, uniche, insomma posti dove bisogna andarci.

Inoltre, il livello comunale ci permette di vedere qui e ora, dettagliatamente, dove la ricchezza turistica viene effettivamente prodotta; ci permette di vedere quali comuni sono "turismo-dipendenti", nel senso che la loro economia, anzi talvolta la loro stessa esistenza, dipenda solo o soprattutto dall'esistenza di un'economia fondata sull'ospitalità.

Quali sono allora, a conclusione del lavoro le considerazioni più importanti? Sono molte, perché a mano a mano che si entra nel dettaglio, si incrociano i dati e si confrontano gli indicatori emergono *insight* sempre più interessanti e importanti, talvolta addirittura sorprendenti. Qui vogliamo sintetizzare quelli che hanno il maggior valore generale:

- l'indagine si basa sui dati comunali del 2022, ma abbiamo avuto anche la possibilità di valutare i primi dati del 2023 (fino a maggio incluso). Siamo davanti a una crescita notevole del fenomeno turistico, stimabile per il 2023 complessivamente in un + 15,5%, tuttavia il 2022 ha permesso il pieno recupero delle presenze turistiche rispetto al 2019, anno record del turismo italiano;
- le statistiche ufficiali non rispecchiano l'effettiva realtà del fenomeno, perché le presenze turistiche non registrate modificano ampiamente sia i termini assoluti (se consideriamo anche quest'ultime, secondo la nostra stima inedita, il 2022 avrebbe già superato il 2019), sia in termini relativi, perché le presenze non registrate non si distribuiscono in maniera uniforme, ma in maniera molto differenziata, tanto che in alcuni casi non arrivano al 10% del totale delle presenze, ma in altri duplicano o triplicano addirittura quelle ufficiali;
- questo elemento offre un contesto di grande incertezza rispetto sia all'andamento effettivo del fenomeno turistico, in quanto non vi è una conoscenza esaustiva dei dati di base fondamentali per le valutazioni; sia rispetto ai provvedimenti di governo da varare per rendere l'economia dell'ospitalità più redditizia e più efficace;

- si vanno delineando due “modelli” di crescita turistica, uno fondato sul “driver” degli alberghi e un altro sul “driver” degli affitti brevi, soprattutto nelle destinazioni balneari del sud: nel primo caso l’impatto economico per le economie locali e per le imprese è notevole, nel secondo è nettamente inferiore e non contribuisce a creare e sviluppare aziende specifiche che operino nell’economia dell’ospitalità;
- l’economia dell’ospitalità coinvolge un numero estesissimo di comuni, 3.625, pari al 44,7% dei comuni italiani e si delinea come una piramide con una larghissima base: l’82,3% dell’intero valore aggiunto turistico nazionale si distribuisce nei primi 500 comuni, perciò un numero molto molto ampio, che in qualche modo delinea anche la caratteristica peculiare del modello turistico del nostro Paese;
- Roma è il comune nettamente al primo posto per la capacità di creare ricchezza turistica. Con i suoi 8,5 miliardi di euro distanzia nettamente gli altri che la seguono in graduatoria: Milano, Venezia e Firenze. Anzi, in qualche modo, forse inatteso, Milano si inserisce al secondo posto del ranking, collocandosi davanti alle due città “superstar” del turismo culturale come Venezia e Firenze;
- c’è da segnalare la presenza di un numero elevatissimo di comuni (alcune centinaia), soprattutto montani, che non avrebbero un reddito sufficiente a garantire un buon livello di vita collettiva se non ci fosse un’offerta di ospitalità organizzata, anzi sarebbero destinati a spopolarsi, come accade per comuni montani dove, invece, il fenomeno turistico non si manifesta.

Quelle appena descritte sono le conclusioni più generali che si possono trarre dallo studio.

Naturalmente molte altre potrebbero essere presentate non appena si dovesse passare a un’analisi più dettagliata di singole aree, o di singoli indicatori specifici, o ancora di singole tipologie di destinazione turistica. Quelle descritte mostrano che si tratta di un settore che ha bisogno, per essere sviluppato ulteriormente, e affinato nella sua capacità di generare reddito e occupazione, di analisi molto approfondite, dettagliate, oggettive, le uniche che possano offrire un riferimento utile, anzi essenziale e spesso decisivo, alle decisioni degli operatori di mercato e dei decisori pubblici

7. Metodologia

La stima del valore aggiunto dei singoli comuni italiani parte dall'esame del conto satellite generale del turismo italiano così come definito dall'Istat. Si considerano poi i **dati relativi a 3.625 comuni**, tutti quelli che l'Istat segnala come comuni "turistici", ovverosia comuni in cui è presente almeno una struttura ricettiva di qualunque tipo. In Italia i comuni nel complesso sono 8.092, perciò i comuni turistici in senso statistico rappresentano il 44,7% del totale. Dai 3.390 comuni abbiamo concentrato l'attenzione sui **dati dei primi 500 comuni più rappresentativi**, che nel complesso rappresentano l'82,3% del valore aggiunto turistico nazionale. Abbiamo limitato ai primi 500 comuni per tre ordini di ragioni: a) rappresentano la stragrande maggioranza del movimento turistico; b) si eliminano i dati "outlier", cioè valori degli indicatori "abnormi" dovuti però solo al numero estremamente basso di abitanti del comune o altre aporie statistiche; c) concentra la significatività dei confronti.

Per ciascuno dei 500 comuni più turistici abbiamo calcolato il valore aggiunto attraverso le seguenti variabili: a) tutte le informazioni di carattere turistico, ad esempio gli arrivi e le presenze per comune, la consistenza dell'offerta turistica, sia alberghiera che extra-alberghiera; b) una stima delle presenze turistiche non ufficiali.

Lavorando con i dati comunali abbiamo creato un ranking dei comuni turistici, ovvero una classifica calcolata sulla base della loro performance turistica nel 2022, abbiamo poi fatto una stima (solo generale, non comunale) per l'anno 2023 basato sui dati Istat dal gennaio a maggio incluso.

Appendice: Top 100 comuni turistici per valore aggiunto

Tab. 8 – Ranking delle destinazioni secondo il valore aggiunto (euro)

Ranking	Comune	Valore aggiunto	Valore percentuale*
1	Roma	8.523.423.056	9,08
2	Milano	3.625.560.074	3,29
3	Venezia	3.089.141.348	3,86
4	Firenze	2.541.406.369	2,71
5	Rimini	1.481.114.745	1,56
6	Napoli	1.466.819.094	1,58
7	Cavallino-Treporti	1.381.751.037	1,47
8	San Michele al Tagliamento	1.323.270.968	1,26
9	Jesolo	1.179.379.689	1,05
10	Torino	1.113.124.442	0,94
11	Bologna	1.024.110.637	0,89
12	Caorle	986.259.791	0,82
13	Lignano Sabbiadoro	882.412.529	1,19
14	Lazise	834.146.349	0,81
15	Palermo	814.905.341	0,79
16	Cesenatico	768.416.328	1,09
17	Riccione	756.797.747	1,41
18	Cervia	742.370.475	0,65
19	Verona	739.246.801	0,78
20	Sorrento	728.415.022	0,79
21	Genova	637.719.645	0,58
22	Ravenna	611.986.225	0,56
23	Bardolino	541.800.696	0,55
24	Peschiera del Garda	526.778.317	0,49
25	Comacchio	519.803.009	0,68
26	Vieste	481.858.651	0,51
27	Catania	466.200.533	0,44
28	Bellaria-Igea Marina	462.538.217	0,48
29	Pisa	452.216.267	0,87
30	Bari	417.911.638	0,44
31	Desenzano del Garda	417.458.921	0,40
32	Alghero	416.489.001	0,42
33	Abano Terme	413.711.082	0,38

34	Riva del Garda	394.236.007	0,41
35	Siracusa	388.840.385	0,37
36	Padova	385.186.343	0,41
37	Livigno	380.738.525	0,38
38	Castelrotto/Kastelruth	371.874.597	0,36
39	Castiglione della Pescaia	360.921.458	0,31
40	Arzachena	355.594.492	0,32
41	Cattolica	354.328.438	0,32
42	Olbia	351.569.587	0,29
43	Chioggia	343.106.159	0,34
44	Sirmione	342.656.632	0,31
45	Taormina	326.074.940	0,29
46	Trieste	318.055.883	0,38
47	Forio	317.652.580	0,31
48	Siena	313.113.390	0,30
49	Capoliveri	309.238.631	0,27
50	Bibbona	303.783.202	0,31
51	Grado	298.175.422	0,44
52	Ostuni	295.825.527	0,31
53	Assisi	295.374.482	0,26
54	Selva di Val Gardena	292.169.978	0,34
55	Grosseto	290.820.742	0,28
56	Merano/Meran	290.566.898	0,28
57	Perugia	290.542.389	0,33
58	Malcesine	289.312.411	0,27
59	La Spezia	285.219.360	0,45
60	San Vincenzo	283.700.923	0,33
61	Cagliari	283.500.926	0,35
62	Viareggio	280.997.731	0,24
63	Cefalù	280.592.959	0,28
64	Badia/Abtei	274.623.749	0,24
65	Como	273.128.874	0,31
66	Montecatini-Terme	268.080.615	0,24
67	Castagneto Carducci	267.169.980	0,26
68	San Teodoro	266.563.532	0,30
69	Rosolina	264.206.677	0,22
70	Lecce	260.096.109	0,27
71	Orbetello	259.221.656	0,50
72	Trento	256.170.814	0,24

73	Ugento	252.371.542	0,23
74	Limone sul Garda	251.292.067	0,24
75	Fiumicino	247.965.530	0,23
76	Scena/Schenna	245.236.370	0,22
77	Gallipoli	242.407.824	0,23
78	Orosei	239.637.162	0,21
79	Villasimius	239.334.548	0,24
80	Finale Ligure	235.186.816	0,23
81	Massa	229.513.488	0,25
82	Verbania	228.981.122	0,22
83	Sanremo	226.287.762	0,20
84	Castelnuovo del Garda	225.681.568	0,22
85	Bergamo	224.627.307	0,19
86	Ischia	223.377.107	0,19
87	Pinzolo	223.146.192	0,30
88	Corvara in Badia/Corvara	221.068.744	0,26
89	Piombino	220.183.050	0,19
90	Cortina d'Ampezzo	220.162.929	0,21
91	Garda	217.682.196	0,21
92	Budoni	215.673.270	0,20
93	Canazei	211.780.457	0,29
94	San Giovanni di Fassa	209.975.287	0,20
95	Ricadi	209.669.283	0,19
96	Diano Marina	208.186.180	0,22
97	Manerba del Garda	204.957.100	0,24
98	Parma	203.843.519	0,41
99	Arco	202.310.367	0,20
100	Bolzano/Bozen	200.359.182	0,19

Fonte: Elaborazione e stime Sociometrica, su dati Istat, 2022