

*Per la Toscana il 2007 può essere considerato un anno di consolidamento dei flussi turistici, flussi che hanno oramai superato i 41 milioni di presenze, delle quali più di 20 milioni rappresentate da turisti di origine straniera.*

*Dopo due anni consecutivi, 2005 e 2006, di crescita robusta e sostenuta, nel 2007 la Toscana attenua di molto il ritmo della sua corsa, riuscendo comunque a capitalizzare, sempre sul 2006, un piccolo incremento delle presenze turistiche complessive (+1,9%). Tale incremento è frutto di un mercato straniero che, pur in presenza di difficoltà su singole nazionalità di rilievo (Germania, Svizzera, Giappone), si mantiene più vivace del mercato interno: le presenze straniere crescono in Toscana del +2,7% mentre quelle di origine nazionale dell'1,1%.*

*Tale performance, sia pure non esaltante nel 'numero', deve essere interpretata positivamente per una serie di motivi.*

*In primo luogo, l'andamento delle presenze turistiche nel 2007 è appunto caratterizzato da una variazione positiva che avrebbe potuto non essere tale, se fosse prevalso l'effetto "rimbalzo" che tipicamente contraddistingue i periodi successivi a quelli di crescita sostenuta.*

*In secondo luogo, la performance turistica regionale presenta (anche se dobbiamo tenere conto che i dati a scala nazionale sono provvisori) un differenziale di crescita positivo, ancorché modesto con il dato nazionale (+1,9% in Toscana versus 1,2% in Italia); prosegue quindi, sia pure impercettibilmente, quel recupero di quota iniziato con la ripresa degli ultimi anni e che porta la Toscana a rappresentare, nel 2007, ben l'11,3% delle presenze turistiche registrate in Italia.*

*In terzo luogo, il contesto macro-economico, e soprattutto il suo evolversi nel corso del 2007 (il reddito disponibile delle famiglie è cresciuto attorno all'1% in termini reali), avrebbe potuto penalizzare la domanda turistica, soprattutto sul mercato interno, ma fortunatamente le spese turistiche sembrano avere subito minori contraccolpi di altre categorie di consumo.*

*In quarto luogo, il fatto che la crescita delle presenze straniere (+2,7%) rallenti rispetto a quanto osservato nei due anni di recupero precedenti (+8,5 sia nel 2005 che nel 2006), non sembra particolarmente allarmante dato che a tale rallentamento fa fronte una crescita della spesa dei turisti stranieri. In base alle stime UIC, la spesa per turismo in Toscana dei visitatori internazionali cresce di oltre il 7% in termini nominali rispetto allo scorso anno.*

*Se si considera che la ripresa degli anni 2005-2006 si è, in larga misura, basata su strategie di contenimento dei prezzi (spesso iniziate negli anni di crisi più profonda) e più in generale sulla revisione dell'offerta in direzione di un rapporto qualità/prezzo più favorevole, allora sembra assai probabile che, dato il successo ottenuto nello scorso biennio, nel 2007 gli operatori siano tornati, in media, a rialzare le proprie tariffe (dai dati UIC si stima che la spesa giornaliera pro-capite dei turisti stranieri sia cresciuta nel 2007 di circa il 4,5%). In un quadro del genere una minor crescita delle presenze appare un fatto del tutto fisiologico e, dato che il percorso di crescita comunque si mantiene positivo, il giudizio complessivo non può che essere soddisfacente.*

*Inoltre le stime per il primo semestre 2008 indicano un proseguimento della fase di espansione e prevedono una ulteriore crescita delle presenze complessive (+1,7%) trainata, ancora una volta, da una componente straniera (+2,6%) più vivace di quella nazionale (+0,9%).*

*Infine, la nota forse più positiva tra quelle enunciate riguarda il modo con cui tale crescita si è prodotta. Questa crescita è venuta infatti a premiare i sistemi turistici ritenuti più deboli o*

*in crisi: segnali positivi si sono avvertiti sul turismo di montagna e su quello termale, probabilmente anche per effetto di una diversificazione dell'offerta che va intercettare nuove e diverse tipologie di turisti. Se le località termali (ad es. Montecatini) cercano di valorizzare la propria abbondante capacità ricettiva in termini di posti letto rispetto a tipologie di domanda diverse dall'utenza delle strutture termali (gruppi e turismo organizzato), anche per il "prodotto montagna" (es. nella Montagna Pistoiese e sull'Amiata) prosegue una sorta di "rivoluzione verde" e va avanti il processo di rivisitazione in chiave rurale di un prodotto, quello della montagna toscana, sempre più estivo e meno invernale, almeno dal punto di vista delle presenze ufficiali in strutture turistico-ricettive.*

*Ma la moderata crescita del 2007 è il risultato di luci ed ombre, soprattutto per i prodotti ritenuti più forti e/o con maggiore massa critica sull'offerta turistica della nostra regione.*

*Le APT a vocazione balneare, prima risorsa per presenze in Toscana, offrono un quadro di difficoltà diffusa sui mercati stranieri; tuttavia sono proprio le realtà dove le presenze straniere hanno una maggior consistenza, come Livorno e la Versilia quelle dove il comparto internazionale tiene e che crescono di più sul versante nazionale. Viceversa le realtà più orientate al mercato italiano, quali Grosseto, l'Arcipelago, e Massa Carrara perdono su entrambi i fronti.*

*Le città d'arte realizzano performance che, pur sempre positive, sono assai diverse da caso a caso: le realtà urbane di maggior dimensione come Firenze rallentano leggermente (+0,5%) mentre quelle più piccole crescono in modo generalizzato: Lucca sperimenta una crescita a due cifre (+14,2%) mentre Arezzo, Siena e Pisa segnano risultati molto positivi anche se più contenuti (rispettivamente +6,7%, +4,8% e +4,6%).*

*Queste dinamiche di breve periodo devono però essere lette alla luce di quanto occorso negli anni precedenti: sul versante turismo di arte e affari il periodo 2000-2007 offre un quadro tutto sommato confortante con tutte le città d'arte in sostanziale crescita anche se sono le realtà minori a godere delle variazioni più positive; viceversa nel comparto balneare solo alcune realtà come Grosseto, Livorno e la Versilia, mostrano un percorso di sviluppo positivo nel medio periodo. Le perdite 2007 registrate dalle APT di Massa Carrara e dell'Arcipelago, di converso, ponendosi in continuità con una prolungata fase di calo rappresentano un campanello di allarme cui è opportuno prestare molta attenzione.*

*Nello specifico del turismo balneare, tuttavia, il rallentamento della crescita sembra associato, più che in altri casi, all'aumento della spesa pro-capite dei turisti. Dalle stime UIC si rileva infatti che la crescita della spesa pro-capite nelle province costiere che negli anni passati sono state più dinamiche -Grosseto, Livorno e Viareggio- è circa il doppio della media regionale. Considerando la dinamica dei prezzi, la performance di almeno questa parte del balneare toscano appare quindi tutto sommato positiva.*

*Naturalmente la dinamica dei consumi dei turisti è solo in parte spiegata da una effettiva revisione dei listini; dall'altro lato, infatti, influisce in modo sensibile la progressiva qualificazione delle strutture ricettive prescelte dai visitatori stranieri. In linea con le preferenze dei turisti stranieri prosegue quindi quel processo di riqualificazione delle strutture ricettive in atto da tempo che vede i turisti (anche nazionali) orientare sempre più la loro scelta dell'alloggio verso le categorie più elevate (5 e 4 stelle), a discapito delle strutture di categoria inferiore (1 e 2 stelle).*

*Archiviare con una valutazione tutto sommato serena l'annata turistica 2007 non deve però far dimenticare i vari elementi di preoccupazione che affliggono purtroppo in modo strutturale il sistema turistico del nostro paese e -sia pure in misura minore- anche quello della nostra regione. Come pure è difficile non temere un possibile peggioramento del quadro macro-*

*economico che finora sembra fortunatamente non incidere sensibilmente sui flussi e sulla spesa turistica ma che potrebbe cominciare a farlo nel prossimo futuro.*

*Guardando al futuro, infatti, il rallentamento della crescita e della dinamica dei consumi aggregati nei mercati di maggiore riferimento (in primis il nostro paese) e l'andamento dei cambi con la significativa rivalutazione dell'Euro potranno in futuro far sentire i loro effetti, con ovvi contraccolpi soprattutto sul turismo extra-europeo e statunitense, oltre che su quello interno.*

*Anche se le previsioni relative al turismo internazionale del WTO (World Tourism Organization), per il 2008, sono ancora positive (ma la stima del tasso di crescita risulta inferiore a quella fatta segnare nel 2007), vi sono però alcuni elementi di incertezza legati all'andamento dell'economia americana e alle dinamiche dei prezzi dei beni energetici, che alla fine potrebbero avere riflessi non trascurabili sulla domanda turistica internazionale, in termini di numero di partenze, durata dei soggiorni e più complessivamente di spesa turistica.*

*Inoltre in un quadro in cui la domanda rallenta la crescita e i costi intermedi per la produzione dei beni e servizi turistici aumentano, una strategia di rialzo dei prezzi quale quella che, in base ai reperti empirici disponibili, sembra aver caratterizzato il 2007 e che, stando al dibattito giornalistico, sembra proseguire anche nel 2008, potrebbe rapidamente esaurire la spinta di sviluppo delle presenze turistiche straniere, specie in quelle realtà turistiche (soprattutto balneari) le cui attrattive si pongono oggi in diretta competizione con quelle di nuovi paesi, anche del bacino mediterraneo, che offrono un livello di servizio paragonabile ed a prezzi inferiori.*

*Infine, passando ad una prospettiva di più di lungo periodo, è doveroso ricordare il graduale e progressivo allontanamento che il mercato tedesco (o germanico, visto che anche la Svizzera segue la stessa tendenza) sperimenta rispetto alla nostra regione, segno forse di un crescente gap di competitività che colpisce alcuni target ben rappresentati in questo mercato. I buoni -e talvolta ottimi- risultati ottenuti su altri mercati (es. iberico, francese, olandese, statunitense, ecc.) hanno compensato le flessioni sostenute su questo particolare turismo d'oltralpe, ma come 'digerire' in un'ottica strategica il declino ormai quasi decennale su questo mercato? A tale proposito va ricordato che, malgrado le flessioni degli ultimi anni, l'area germanica, ancora rappresenta il primo mercato estero di riferimento per l'offerta turistica toscana, quindi per definizione non può essere trascurato. Questo declino, per certi versi inevitabile e fisiologico, può essere in parte interpretato come un processo di ribilanciamento dei flussi turistici dalla Germania a favore di altri paesi europei, in passato meno presenti nel turismo in Toscana. Tuttavia, ci possiamo chiedere se questo fenomeno contenga anche qualche elemento patologico, rappresentando anche la spia d'allarme di una perdita di competitività più generale su alcune fasce di turisti-consumatori (sia del mercato tedesco che di altri importanti mercati), magari meno ricche e qualificate, di quelle a cui l'immagine turistica della Toscana è tipicamente associata. In relazione a questa ipotesi, ci possiamo quindi domandare se la Toscana possa permettersi di ritirarsi da certi spazi di mercato, contando sugli effetti compensativi derivanti da una crescita su fasce di mercato più selezionate e meno sensibili al fattore prezzo ed operando anche una diversificazione rispetto ai mercati turistici di riferimento. Da questo punto di vista sarebbe interessante isolare gli elementi più determinati nel gap di competitività, considerando, non solo i prezzi delle strutture ricettive, ma tutti i fattori che concorrono a definire il prezzo della vacanza per il turista, compreso il costo del viaggio sul quale sempre di più le scelte strategiche di vettori, quali ad es. le compagnie aeree low-cost, possono risultare determinanti, anche per un mercato quale quello tedesco tradizionalmente orientato allo spostamento in auto.*