

I DATI

QUANTO VALE IL TURISMO: 25 MILIARDI DI PIL

DS118

di Emanuele Imperiali

IV

QUANTO VALE IL TURISMO: 25 MILIARDI DI PIL

Tra le novità le mete culturali. Secondo Srm, le presenze straniere al Sud sono circa il 22%, contro un'ancora netta predominanza del Centro Nord, dove l'offerta è più strutturata e sfiora il 37%

di Emanuele Imperiali

Il numero di presenze al Sud è pari a meno della metà del Centro-Nord **Si stima che siano necessari 445mila addetti nel settore**

La stagione estiva è alle porte e ci si interroga sul contributo che il turismo può offrire all'economia meridionale. Lo scorso anno, ha rivelato a Napoli qualche settimana fa il direttore di Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, Stefano Barrese, il Prodotto interno lordo turistico al Sud si è aggirato attorno ai 25 miliardi. Una cifra realistica, se si considera che uno studio di Srm, il centro studi guidato da Massimo Deandrea, quantificava la crescita del Pil settoriale su scala nazionale in 100 miliardi.

Archeologia e turismo

Che il turismo sia in netta ripresa, lo dimostrano i dati contenuti nel report presentato a febbraio a Firenze in occasione del Salone Archeologia e Turismo Culturale 2024. Le presenze a livello nazionale sono lievemente calate nel 2023 rispetto all'anno precedente, perché, complice l'inflazione, il forte innalzamento dei prezzi che ha interessato molte destinazioni culturali ha influenzato in negativo i soggiorni in alcuni periodi. Anche se il carovita ha penalizzato maggiormente il Centro Nord rispetto al Mezzogiorno, se si pensa che i prezzi medi degli alberghi, che Roma hanno subito aumenti del 37%, a Venezia del 20%, a Napoli sono rimasti molto più contenuti. Resta comunque

elevato l'interesse dei visitatori stranieri, in particolare da Germania, Francia, Regno Unito, Spagna, Stati Uniti, Brasile e Australia. Tra le mete maggiormente prescelte al Sud figurano la Reggia di Caserta, il parco Archeologico di Ercolano, la Cappella Sansevero a Napoli.

Il trend

La novità che si fa strada è quella del turismo culturale, che aggrega tanti italiani e stranieri i quali vengono nel Mezzogiorno per ammirare le bellezze storiche e archeologiche, e non solo quelle paesaggistiche e balneari. O, come più spesso capita, il viaggiatore che sceglie come meta delle proprie vacanze le regioni meridionali, lo fa coniugando i diversi aspetti e non sottovalutando neppure la enogastronomia, altra formidabile leva di sviluppo territoriale. Secondo Srm, le presenze straniere al Sud sono circa il 22%, contro un'ancora netta predominanza del Centro Nord, dove l'offerta turistica è più strutturata e sfiora il 37%. «Senza un'offerta turistica integrata e diversificata – spiegano gli economisti di Srm – il Mezzogiorno non riesce ad accrescere l'impatto economico sul territorio». Un'interessante tabella prova a selezionare i diversi tipi di offerta turistica meridionale: nel Sud i Comuni che possono a pieno titolo rientrare tra quelli del turismo culturale sono 280, consi-

derando anche Sicilia e Sardegna, sul totale italiano di 414, quindi ben più della metà. Di cui 4 grandi città, Napoli, Bari, Palermo e Catania.

Le proposte

La Svimez ha dedicato un capitolo del recente Rapporto alla filiera turistica. I dati non sono affatto confortanti: il numero di presenze turistiche per abitante del Mezzogiorno è pari a meno della metà del dato medio delle regioni centro-settentrionali. Complessivamente le regioni meridionali assorbono circa il 20% del totale delle presenze turistiche in Italia. Cosa serve per diventare competitivi? Innanzitutto, politiche di accompagnamento, poi un'adeguata infrastrutturazione, senza trascurare una seria formazione di qualità degli addetti del settore. Intendiamoci, gli strumenti ci sono ma spesso sono poco conosciuti. In prima fila figura Cultura Crea 2.0, l'agevolazione a disposizione delle imprese culturali, turistiche e creative del



Sud, gestita da Invitalia il cui Ceo è Bernardo Mattarella. Finora ha finanziato oltre 500 progetti, attivando investimenti superiori a 100 milioni. Ma si può andare oltre, in quanto spendere una quota delle risorse del Pnrr indirizzandole alle specifiche esigenze della filiera culturale è una modalità coraggiosa di affrontare il problema. Quali sono le attività culturali che richiedono maggiormente i turisti? La visita di città, borghi e paesi, del patrimonio naturale, dei siti storici e archeologici, dei mercati tipici locali, del patrimonio museale, nonché, pur se in misura più contenuta, spettacoli, manifestazioni culturali, folkloristiche o religiose e veri e propri tour gastronomici

Gli addetti

Se sono tutti d'accordo sul fatto che turismo e cultura costituiscono un binomio di grande potenzialità per lo sviluppo locale, con conseguenti effetti positivi su reddito e occupazione, allora vanno scandagliate le criticità nell'offerta e nella domanda di lavoro che mette in evidenza il report sulle imprese e professioni culturali e creative nel 2023, elaborato da Excelsior, realizzato da [Unioncamere](#) e Ministero del Lavoro in collaborazione con il [Centro Studi Tagliacarne](#). Si stima che siano necessari 445mila addetti nel turismo a vocazione culturale, di cui, per restare alle aree metropolitane meridionali, 34.500 nel napoletano, 18.960 nel salernitano, 17.600 nel barese, 17.450 nel Salento, 12.500 nella provincia palermitana, 11.600 nel messinese, 8.200 nel catanese, 7.450 nel trapanese, 5.300 nel siracusano, poco meno di 5mila nel casertano, 4.200 nel ragusano, 4.120 nell'agrigentino e 3.300 nel materano. Ma per essere in grado di soddisfare la domanda di lavoro nel turismo culturale bisogna avere profili professionali altamente qualificati, capaci di coniugare elevate conoscenze specializzate con talento e creatività. E su questo che la maggior parte dei giovani meridionali purtroppo non offrono gli skill adatti e a loro vengono preferiti altri, provenienti dal di fuori delle province meridionali, maggiormente in linea con le richieste del mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

