STUDI REGIONALI

L'impatto economico del turismo

Il Canton Vaud offre uno spaccato di come l'industria del turismo vada analizzata

Daniele Besomi

La pubblicazione di uno studio sull'impatto economico del turismo nel canton Vaud, eseguito su mandato del Cantone, della città di Losanna, nonché degli enti turistici di Losanna e del cantone, offre lo spunto per qualche riflessione sul ruolo dell'industria turistica nella politica regionale, e sull'importanza di analisi di questo fenomeno.

RIFERIMENTO

H. RÜTTER e altri, *L'importance du tourisme pour l'économie Vaudoise*, scaricabile in formato pdf da **http://www.economie.vd.ch/infos/news/rutter-etude.html**

Sono disponibili sempre più informazioni sull'impatto del turismo in varie regioni della Svizzera. Perché questi dati sono importanti

Questo studio si inserisce nell'ambito di una serie di analisi regionali già completate negli anni scorsi, riguardanti i cantoni di Berna, Vallese, Grigioni (Mittelbünden), Nidwaldo, Basilea Campagna, località turistiche come Arosa, o studi sul turismo nelle città, ricerche su branche specifiche (albergheria, ristorazione) o su eventi particolari – Expo02, alcuni eventi sportivi di rilievo (già analizzato su Azione) e ora il musical Heidi –, senza contare lo studio complessivo dell'impatto economico del turismo sull'insieme del paese effettuato con la metodologia del conto satellite.

Le procedure di analisi sono dunque ormai ben codificate, e offrono un quadro vieppiù coerente e dettagliato di questo fenomeno. È così possibile iniziare analisi comparate tra diverse regioni e sub-regioni, e riflettere sulla portata del turismo nello sviluppo regionale.

Diverse tipologie regionali

Il Canton Vaud non è trattato come un tutto unico, ma è analizzato in cinque sottoregioni. L'arco lemanico è la zona costiera, centrata attorno agli agglomerati urbani di Losanna e Vevey/Montreux. Vi sono poi l'area alpina, la fascia giurassiana, la zona dei laghi di Neuchâtel e Morat, e infine la campagna. È facilmente intuibile che ciascuna di queste sottoregioni ospita tipologie diverse di turisti, ciascuna con abitudini diverse nella spesa (sia in quantità che qualitativamente), con scopi diversi nella visita, di durata diversa. Inoltre l'effetto di una certa spesa turistica è diverso a seconda della struttura economica della sottoregione, che determina da una parte la quota di ricchezza e di occupazione creata direttamente per rispondere alla domanda turistica, e dall'altra gli effetti secondari, legati sia alla provenienza delle forniture (le forniture di provenienza locale creano occupazione e reddito) sia dall'ulteriore spesa del reddito dei residenti generato in prima istanza dalla spesa turistica (la parte di reddito spesa in prodotti locali genera ulteriore produzione e reddito).

Se è intuitivo che vi devono essere delle differenze, la tentazione di sottovalutarne la portata e parlare unicamente degli effetti complessivi è forte. Ciò, tuttavia, indurrebbe in errori di valutazione piuttosto grossolani, e soprattutto potrebbe indurre a decisioni strategicamente inopportune. Vediamone le ragioni considerando l'esempio concreto del Canton Vaud, ma ricordando che considerazioni analoghe si applicano anche all'intera Svizzera (giustamente lo studio è sottotitolato «Il Canton Vaud: cinque regioni turistiche, una Svizzera in condensato») ma anche ad altri cantoni. Nel caso del Ticino, è facile rendersi conto che vi sono tipologie ben distinte tra loro (basti pensare alle aree lacustri, alle colline, alle valli periferiche, all'area luganese e al basso Ceresio), che vanno identificate e studiate separatamente prima di poter ricomporre il mosaico cantonale.

Valore aggiunto e occupazione

Come in tutti gli studi sull'impatto economico, interessa misurare soprattutto due grandezze: il valore aggiunto e l'occupazione generati dalla spesa turistica. Queste due grandezze hanno un peso sia in assoluto che in percentuale sul valore aggiunto e sull'occupazione totali di una certa regione. In altre parole, vogliamo sapere quanta ricchezza e quanta occupazione producono il turismo, e renderci conto dell'importanza del turismo in una certa regione (o sottoregione) rispetto al resto della sua capacità produttiva.

La *figura 1* mostra l'apporto delle diverse regioni vodesi del turismo al PIL, in percentuale, rispetto anche ad alcune delle altre regioni svizzere già analizzate in precedenza. È dato sia l'apporto diretto che quello indiretto (occorre interpretare correttamente quest'ultimo dato: il ristoratore cucina la bistecca per il cliente, e in questo modo produce del valore aggiunto diretto. Il contadino che ha allevato la mucca produce altro valore aggiunto, riconducibile indirettamente al turismo. Tuttavia il valore aggiunto del contadino è già calcolato nella sezione «agricoltura» dei conti nazionali, così che imputando il medesimo valore aggiunto anche al turismo si sta calcolando in doppio).

Si osserva facilmente che il turismo ha un'importanza ben diversa nelle cinque regioni vodesi: nella campagna vodese il turismo produce direttamente solo l'1,5% del valore aggiunto; meglio va nel Giura (3,6%), nell'arco lemanico (4%, coincidente con la media cantonale) e nella zona del laghi (4,3%). Nelle Alpi, invece, il turismo costituisce un fattore di reddito importantissimo, quasi il 20%. In assoluto, la regione dove si produce la maggior parte del valore aggiunto turistico è naturalmente quella cittadina (72%), mentre nelle alpi si arriva al 16% del totale. Ma in città si produce molto altro, così che i 1670 milioni di franchi attribuibili al turismo sono una piccola parte del reddito prodotto. In montagna, al contrario, fonti alternative di reddito sono scarse, e i 370 milioni prodotti dal turismo sono una componente essenziale del reddito.

Lo stesso vale per l'occupazione. Il turismo spiega direttamente il 5,6% dell'occupazione cantonale vodese, includendo l'apporto indiretto (con le precauzioni interpretative menzionate sopra per il valore aggiunto) si arriva a 8,6%. Degli oltre 22 mila posti di lavoro a tempo pieno (i tempi parziali sono sommati, così che due metà tempo equivalgono a un tempo pieno), il 71% è situato nell'arco lemanico e il 16% sulle alpi, dunque in proporzioni più o meno simili alla ripartizione del valore aggiunto.

L'implicazione di questa osservazione è piuttosto ovvia: se il turismo è, in generale, un buon generatore di reddito, la sua funzione è però soprattutto quella di garantire una fonte di reddito e occupazione a zone (come quelle alpine) che altrimenti avrebbero serie difficoltà a sostentarsi. Corrispondentemente, le politiche turistiche hanno una doppia valenza: da una parte si può mirare ad incrementare il valore aggiunto totale prodotto, dall'altra si può impiegare il turismo come strumento di politica regionale. Quando i fondi a disposizione sono limitati, le due opzioni possono rivelarsi in concorrenza tra loro, poiché promuovere la quantità significa puntare sul turismo urbano (nel caso vodese, quello dell'Arco lemanico), più redditizio in assoluto, a scapito di quello nelle zone periferiche.

KEYSTONE

NELLE FOTO: *in alto a destra, un'immagine della campagna vodese; al centro (Fig. 1), apporto del turismo al PIL, diretto e indiretto, in varie regioni svizzere; sotto (Fig. 2), apporto dei vari settori al PIL turistico vodese, per regione. Entrambe le figure sono tratte da diagrammi dello studio di Rütter citato.*

Fig. 1

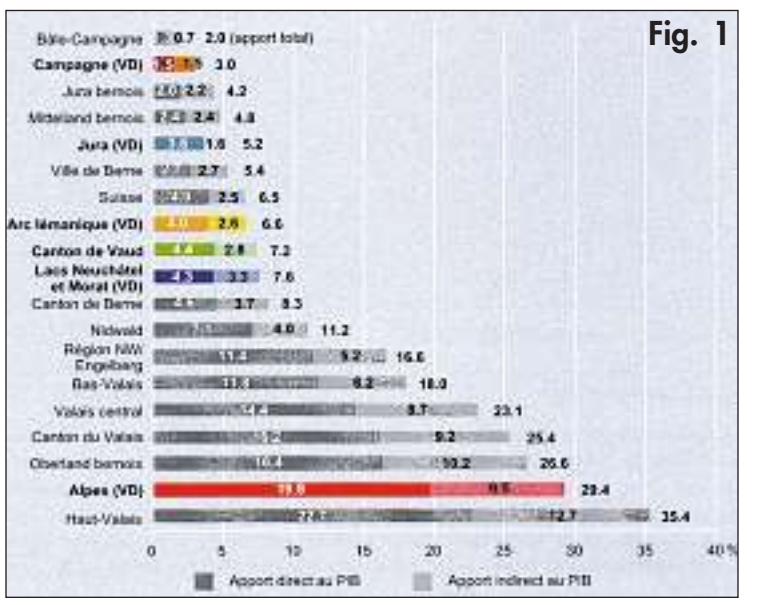
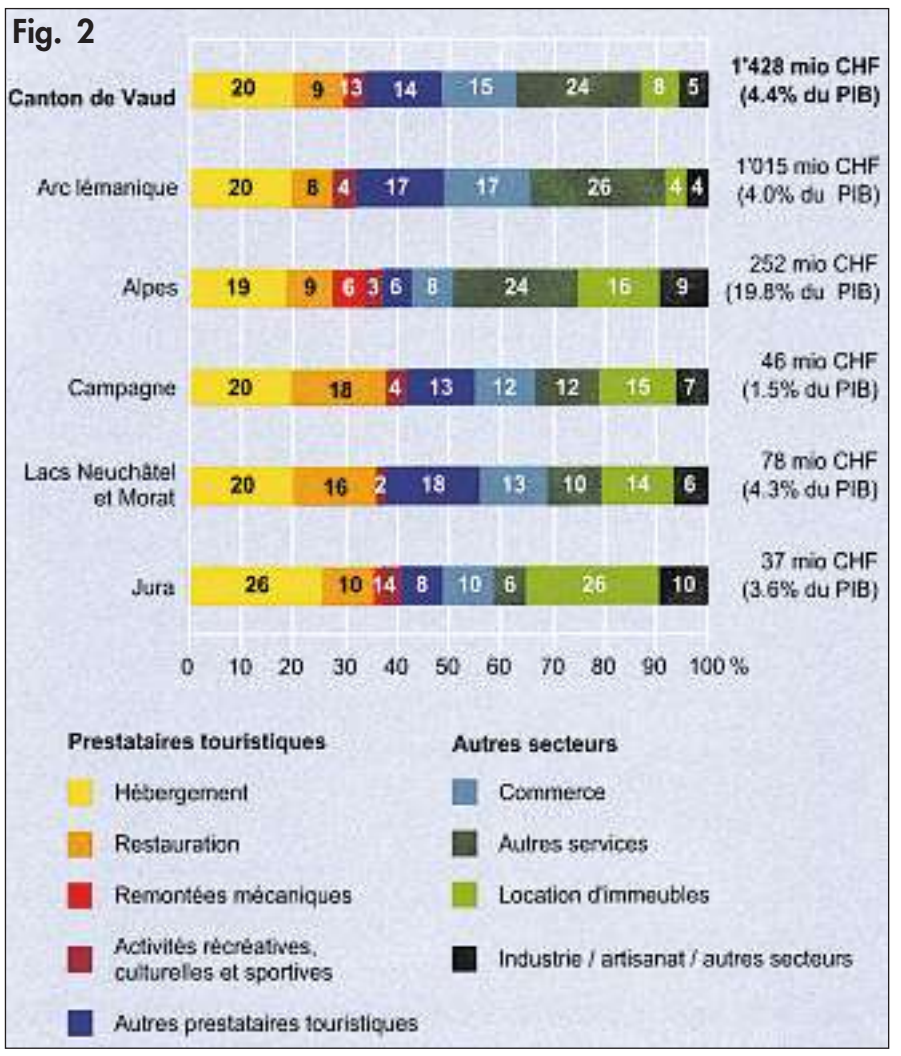


Fig. 2



Il caso del turismo d'affari

Come scegliere, dunque, tra diverse opzioni di politica turistica? La portata delle decisioni politiche generali (puntare più sul volume del valore aggiunto o più sulla ripartizione regionale, per esempio) possono essere valutate in base alle diverse tipologie di spesa degli ospiti, a seconda delle regioni, della stagione, della motivazione della visita, e delle modalità di spesa. Lo studio sul Canton Vaud offre diverse analisi disaggregate, che qui non è possibile riassumere. Riproduciamo comunque un diagramma (*figura 2*) che mostra come il valore aggiunto generato direttamente dal turismo nelle varie regioni abbia una provenienza diversa.

Ognuna di queste voci può essere analizzata più in dettaglio. Lo studio si sofferma in particolare sull'importanza del turismo d'affari nella regione cittadina di Losanna e Vevey/Montreux. Risulta che a Losanna il 36% della spesa turistica totale è generata da questo tipo di visitatori, mentre nella regione di Montreux/Vevey essi costituiscono oltre un quarto (26%) della cifra d'affari turistica. L'importanza generale di questo tipo di turismo è dunque incontestabile per le aree urbane, ma questo era facile da indovinare. Meno intuitivo un risultato specifico: i tre quarti della spesa del turismo d'affari sono destinati ad alloggio e ristorazione. Confrontando questo dato con quello riportato nella figura 2, dalla quale risulta che nei medesimi settori sull'arco lemanico si genera il 28% del valore aggiunto totale, risulta evidente l'importanza del turismo d'affari per il settore alberghiero cittadino. A Losanna, infatti, quasi i due terzi della domanda alberghiera sono dovuti a chi viaggia per lavoro, mentre a Montreux/Vevey quasi la metà.

Anche qui le implicazioni sono chiare: la cifra d'affari degli alberghi cittadini è strettamente legata all'andamento della situazione economica generale, più che alla politica turistica.

L'IMPORTANZA DEGLI STUDI REGIONALI

Questo esempio mostra chiaramente l'importanza, per la formulazione di strategie turistiche, di una solida e dettagliata analisi delle componenti turistiche, regione per regione. Alcune delle considerazioni formulate in questo studio sono estrapolabili ad altre situazioni, altre sono più specifiche. La stima degli effetti indiretti, in particolare, dipende dalla struttura economica locale oltre che dalla tipologia di spesa dei visitatori, ed è dunque indispensabile analizzare i dettaglio entrambi gli aspetti: non è certo possibile ragionare per analogia a partire da uno solo di questi elementi (per esempio adottando «moltiplicatori» sviluppati per altri contesti).