

Il peso del turismo in Ticino

Analisi Come si valuta il peso del turismo nell'economia ticinese. Istruzioni per l'uso, e qualche avvertenza



Secondo lo studio Rütter Soceco, in Ticino il turismo rappresenta, per effetto diretto, il 5,2% del PIL cantonale e il 6,2% dei posti di lavoro. (Keystone)

Daniele Besomi

L'impatto economico del turismo in Ticino è stato finalmente oggetto di uno studio serio, volto a valutare quanto contribuisca alla creazione di valore aggiunto e di posti di lavoro, sia direttamente che tramite le ripercussioni sul sistema economico nel suo complesso. Autori sono lo studio Rütter Soceco, con vasta esperienza in lavori di questo genere (oltre ad aver condotto esami di impatto economico del turismo in diversi cantoni, Rütter è coautore del primo conto satellite del turismo svizzero, pubblicato nel 2003, ed è ora incaricato dall'Ufficio Federale di Statistica (UST) di preparare le tavole input-output per la Svizzera), unitamente alle ticinesi tirisia e line@soft.

Questo genere di valutazioni sono difficili non solo da eseguire ma richiedono una grande cautela anche nell'interpretazione dei risultati, prudenza che è invece venuta a mancare nei resoconti stampa che si sono avuti nei giorni seguenti la pubblicazione. In questo articolo, visto che i principali risultati dello studio sono stati abbondantemente ripresi dai media, ci soffermeremo sugli aspetti metodologici, invece totalmente ignorati dai commentatori, e trarremo qualche prima indicazione implicita dai risultati.

La difficoltà negli studi di impatto economico del turismo

Il turismo non è un vero e proprio settore economico, come potrebbe essere l'industria farmaceutica o quella orologiera. Mentre queste sono caratterizzate dal fatto di produrre beni o servizi specifici (rispettivamente, nell'esempio, medicinali e orologi) con caratteristiche merceologiche comparabili (e tutte le imprese di questi settori li producono con tecnologie simili, impiegando lavoratori con formazione omogenea), non esiste un prodotto «turismo». Esistono i turisti, la cui attività economica consiste nell'esercitare una certa domanda per svariati beni e servizi: alloggio, ristorazione, trasporti e così via. L'indagine deve dunque estendersi sui diversi settori corrispondenti, con la difficoltà aggiuntiva che molti di questi non vendono solo ai turisti, ma anche ai residenti.

Esiste una procedura standardizzata per venire a capo del problema di

isolare la componente turistica dall'occupazione e dal valore aggiunto dell'intera economia: si tratta del cosiddetto *conto satellite del turismo*. L'idea è semplice (e si può applicare anche ad altre attività composite, come per esempio i sistemi sanitari): si individuano i principali settori nei quali i turisti spendono i loro soldi; si stima la spesa turistica in ciascun settore; si valuta quale percentuale (detta quota turistica) della produzione complessiva del settore viene acquistata dai turisti; e si ipotizza che se, per esempio, il 45% della produzione dei ristoranti è acquistata dai turisti, si può attribuire al turismo il 45% del valore aggiunto prodotto dai ristoranti nel loro insieme e il 45% dell'occupazione complessiva del settore – eventualmente con qualche aggiustamento per tener conto delle differenti produttività del lavoro in diversi settori. La procedura viene ripetuta per ogni settore; alla fine si sommano i risultati, e si ottiene il contributo complessivo *diretto* del turismo al PIL e all'occupazione. Nel caso della Svizzera, l'UST calcola che per il 2011 il turismo ha contribuito valore aggiunto per 15,8 miliardi, corrispondenti al 2,9% del PIL, e occupazione equivalente a 167 mila posti di lavoro a tempo pieno, il 4,3% dell'occupazione totale.

Questo risultato permette un primo confronto tra turismo e altre attività economiche, in particolare per valutare quale produca più valore aggiunto e/o più posti di lavoro. La metodologia del conto satellite è stata preparata proprio per questo: per inserire il turismo nella contabilità nazionale in modo compatibile con le procedure impiegate per gli altri settori, includendo nei conti le medesime grandezze una e una sola volta.

Procediamo ora nell'esame dello studio sul turismo ticinese. In primo luogo, qui ci sono alcune difficoltà aggiuntive. A livello regionale, infatti, le statistiche sulle attività economiche sono molto meno dettagliate di quanto non si abbia a livello nazionale: solo da pochi anni disponiamo dei dati relativi al PIL cantonale, ma con un livello di dettaglio minimo. Rütter e i suoi collaboratori hanno dunque dovuto non solo raccogliere i dati relativi alla spesa dei turisti, ma anche a quelli della produzione delle aziende interessate, e poi incrociarli tra loro per valutarne la coerenza. Lo studio ci offre così uno spaccato della struttura produttiva cantonale e delle principali regioni (delineate seguendo i quattro comprensori turistici), seppure focalizzata sui rami di produzione che hanno a che vedere col turismo. Ma si tratta comunque di una valutazione quantitativa di un certo interesse, di cui non si può che auspicare un approfondimento relativo agli altri rami della produzione.

In secondo luogo, il mandato dello studio richiedeva di includere altre valutazioni sul turismo. Per cominciare, gli autori hanno preso in considerazione alcuni elementi trascurati dai conti satellite, in particolare le spese di manutenzione degli appartamenti di vacanza (che in contabilità nazionale sono incorporati invece tra gli effetti indiretti). Poi hanno incluso effetti diretti e indotti, tra cui anche gli investimenti. Qui il passaggio è cruciale e va seguito attentamente per poter interpretare correttamente il risultato.

Gli *effetti diretti* includono solamente il valore aggiunto e l'occupazione generati presso le imprese da cui i turisti hanno acquistato qualche cosa. Se si tratta di un pasto al ristorante, per esempio, vengono considerati solo il reddito di ristoratori, camerieri e altri lavoratori del ristorante medesimo. Esattamente come quando si acquista un medicinale in farmacia, si calcolano solo (e si riporta nella contabilità economica del paese) gli utili della farmacia e i salari degli impiegati relativi all'acquisto in questione. Il conto satellite *non* considera invece il valore aggiunto legato a tutti i fornitori del ristorante, i cosiddetti *effetti indiretti*: il macellaio e il verdureiere che hanno venduto bistecche e insalata; i contadini che le hanno prodotte; il produttore del trattore usato dal contadino, e così via. Tutti costoro diventano un po' più ricchi per il fatto di aver prodotto qualcosa che, alla fine della catena, è acquistato dal turista. Perché allora il conto satellite non li include? Per non calcolare le cose due volte: il valore aggiunto di macellaio e verdureiere, infatti, sono già elencati nel settore del commercio al dettaglio o all'ingrosso; quello del contadino nel conto dell'agricoltura; quello del fabbricante di trattori nel conto del settore delle macchine.

Un altro fattore trascurato dal conto satellite è il cosiddetto *indotto*, o *effetto di reddito*. Chi ottiene direttamente o indirettamente un reddito grazie alla spesa del turista, prima o poi ne spenderà almeno una parte. Questa spesa costituisce domanda per qualcun altro, rimette in moto il sistema produttivo facendo nascere altri redditi, a loro volta in parte spesi, e così via. Tutti questi redditi e i corrispondenti posti di lavoro sono già contabilizzati nei rispettivi settori economici: non sono dunque inclusi nel conto satellite per evitare duplicati nella contabilità.

La procedura di calcolo di questi effetti indiretti e indotti non è banale. Richiede l'uso di appropriati modelli economici che mettono in relazione quanto ciascun settore produttivo acquista per produrre da ciascun altro settore e quanto vende agli utilizzatori finali (*approccio input-output*, una delle specialità dell'ufficio ricerche di Rütter), accompagnato da ipotesi sulle modalità di spesa del reddito. Questi modelli permettono di stimare quanto una spesa iniziale da parte dei turisti comporti ripercussioni su altri settori economici, sia in termini quantitativi che qualitativi. Questa parte del modello non è esplicitata nella pubblicazione in esame, e non è pertanto possibile darne una valutazione. Nello studio si riporta solamente il risultato quantitativo.

Ragioniamo ora sul risultato che si ottiene compilando tutti gli effetti del turismo – risultato espresso sotto forma di percentuale rispetto al PIL che dovrebbe rappresentare l'intero impatto economico del turismo, diretto + indiretto + indotto. Il numero così ottenuto segue il turismo lungo la sua intera filiera, ricostruendo numericamente il contributo in valore aggiunto e occupazione di tutti gli stadi della produzione, includendo il successivo uso di questo valore aggiunto sotto forma di spesa (v. diagramma). Il risultato che si ottiene va letto in questo modo: la spesa dei turisti produce direttamente un certo valore aggiunto e occupazione nei settori economici che vendono qualche cosa ai turisti, e lascia tracce in termini di altro valore aggiunto e occupazione in altri settori della produzione, attivati per far fronte alla domanda di beni e servizi originariamente nata dalla domanda turistica.

Qui occorre esercitare molta cautela. Se si vuole confrontare il turismo con altri settori, o valutare la

sua importanza rispetto al resto dell'economia, va ricordato che i confronti possono essere fatti solo tra cose paragonabili, cioè calcolate secondo il medesimo criterio. La prima possibilità è che l'intero sistema economico venga valutato in termini di impatto diretto. È la via più semplice perché possiamo semplicemente usare i risultati del conto satellite per le attività composite come il turismo, e i dati che leggiamo nella contabilità nazionale per i settori omogenei.

La seconda possibilità è che per tutti i settori si considerino anche gli effetti indiretti, che possono essere calcolati di nuovo tramite l'analisi input-output. Tutte le attività produttive, infatti, esercitano domanda di beni e servizi a scopo produttivo, e quindi indirettamente attivano la produzione di altri settori. L'economia è un sistema fortemente interconnesso: la filiera di ciascun settore, tramite i meccanismi descritti per il turismo, coinvolge indirettamente e tramite l'indotto praticamente tutto il resto dell'economia. Naturalmente ciascun settore ha le sue particolarità, e coinvolge settori diversi in misura diversa. Per questa ragione, esaminare congiuntamente effetti diretti e indiretti permette di effettuare confronti più articolati.

Tuttavia sono chiare due cose. La prima è che non possiamo confrontare gli effetti diretti+indiretti del turismo con gli effetti solo diretti degli altri settori. La seconda è che esprimere il risultato del calcolo degli effetti complessivi del turismo (diretti, indiretti e indotti) come rapporto al PIL non ha molto senso contabile. Il denominatore non è più uguale al PIL, ma maggiore di esso: conteremmo infatti anche la produzione intermedia (vale a dire, tutto quanto è usato come materie prime, macchinari, edifici), così che il totale corrisponderebbe non al PIL (la somma dei valori aggiunti di tutti i settori) ma alla produzione totale (cioè il fatturato totale dell'intera economia).

L'unico modo in cui si potrebbe interpretare correttamente la formulazione degli effetti totali come percentuale del PIL è questo: dividiamo l'economia in ciò che è legato al turismo e ciò che non lo è. Gli altri settori, dunque, vengono divisi in componente turistica e componente non turistica: per esempio, c'è la viticoltura che vende

ai ristoranti che servono i turisti, e c'è l'altra viticoltura per il resto del mondo. In tal caso evitiamo temporaneamente i duplicati, ma otteniamo un sistema contabile chiuso su se stesso, inutile per ogni altro scopo. Non appena si volesse calcolare, per esempio, il contributo diretto + indiretto dell'agricoltura per l'economia, cadremmo in duplicati perché parte di essa è già stata calcolata negli effetti indiretti del turismo. O ancora: la domanda turistica include il turismo d'affari, che è già calcolato tra le spese delle imprese i cui lavoratori o manager viaggiano per lavoro; la parte business della filiera turistica duplica dunque parzialmente quella delle imprese corrispondenti.

I dati ticinesi

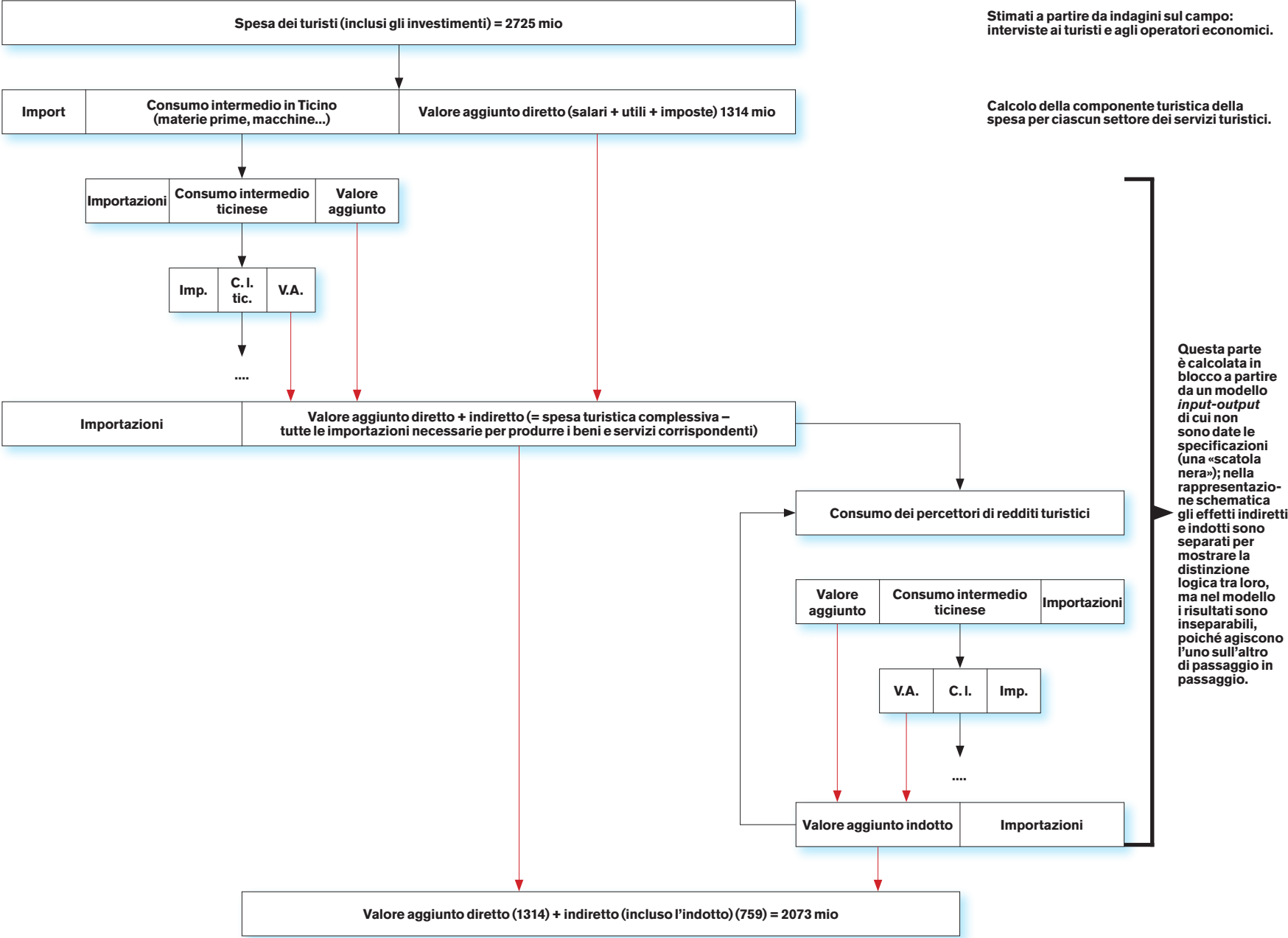
Chiarite le precauzioni generali da tenere, possiamo riportare i risultati principali e trarre qualche considerazione. Cominciamo dagli effetti *diretti* del turismo. Lo studio li elenca in due modalità: una corrispondente al conto satellite da cui risulta un valore aggiunto di 1134 milioni, che rapportato al PIL cantonale di 21'679 milioni porta a una percentuale di 5,2%. I posti di lavoro, in questa modalità, sono 11'298 a tempo pieno, il 6,2% dei 183 mila posti di lavoro occupati nel cantone. Queste sono le cifre da considerare se si vuole paragonare il turismo ad altri settori economici – una delle variabili che probabilmente interessa alla politica economica del governo quando deve decidere se sostenere l'una o l'altra attività economica.

Questo risultato incorpora qualche «anomalia» – non nel senso che vi sono degli errori, ma nel senso che alcune delle sue componenti sono riconosciute come poco pertinenti al turismo nazionale dallo stesso UST (nel conto satellite del turismo svizzero sono dunque elencate in colonne particolari). Tra queste vi sono le agenzie di viaggio, che hanno ovviamente a che vedere col turismo ma non quello che ha luogo in Ticino: le agenzie si usano per prenotare vacanze all'estero, e riguardano dunque il turismo dei ticinesi che escono dal territorio. Lo stesso vale per i voli aerei di linea. Ma soprattutto vi è una voce molto pesante sul totale: il valore locativo delle case secondarie, 310 milioni. Questi nominalmente figurano come valore aggiunto, ma sono cifre che nessuno paga e nessuno incassa, ad eccezione di una piccola parte che incide sulle imposte; contabilmente devono esserci, ma sono denari virtuali quanto i soldi del Monopoly. Il reale contributo diretto del turismo all'economia, nella modalità conto satellite, si riduce dunque a 824 milioni, il 3,8% del PIL (mi si conceda di togliermi una piccola soddisfazione: nel 2011 avevo stimato per *Azione* l'impatto del turismo al PIL nella modalità conto satellite, concludendo che il contributo al PIL si sarebbe rivelato al più 4,5% e quello all'occupazione il 6%. Poiché ero partito dal conto satellite nazionale 2005, questo risultato dimostra che, fatte le debite proporzioni, il turismo ticinese non ha nel complesso caratteristiche quantitative tanto diverse da quelle nazionali, che possono dunque essere usate come indicatori).

Una seconda modalità incorpora una voce non inclusa nel conto satellite: spese di manutenzione degli appartamenti per 179 milioni. In questo caso il peso del turismo sale al 6,1% del PIL (ma rimarrebbero da depurare dei 310 milioni del valore locativo, scendendo così a 4,6% del PIL) e l'occupazione al

La filiera del turismo

RICOSTRUZIONE CONCETTUALE



Lo schema rappresenta il valore aggiunto generato dalla filiera turistica. Il punto iniziale è la spesa dei turisti, per esempio per un pasto al ristorante. Il ristoratore ha acquistato materie prime (prodotti alimentari, vino), macchinari, arredamento ecc. (il *consumo intermedio*); al valore di queste, aggiunge quello del suo lavoro e dei suoi collaboratori: il *valore aggiunto diretto*. I beni e servizi che costituiscono il consumo intermedio del ristorante sono stati acquistati presso i suoi fornitori: macellaro, verduriero, falegname, eccetera. Essi a loro volta sono partiti da altri prodotti (alcuni dei quali acquistati all'esterno del sistema economico), e hanno aggiunto del valore grazie al loro lavoro. Questo è un primo stadio di *valore aggiunto indiretto*. I beni e servizi di consumo intermedio, a loro volta sono stati prodotti da qualcun altro (gli agricoltori che hanno allevato il vitello e coltivato le

verdure, ecc.), e così via risalendo. Alla fine della scomposizione, il valore della spesa iniziale si riduce a valore aggiunto (diretto + indiretto), salvo la componente di importazioni (che per un cantone come il Ticino sono estremamente elevate). Il valore aggiunto così ottenuto sarà poi speso (in parte) in beni di consumo da chi l'ha ricevuto. Si riattiva così la catena produttiva, il cui valore, come in precedenza, si scompone in valore aggiunto e importazioni. Il valore aggiunto totale incorporato nella spesa turistica è dato dalla somma di tutti questi valori aggiunti ad ogni stadio della produzione. Lo stesso ragionamento si può fare sul lavoro impiegato per produrre i vari beni e servizi acquistati dai turisti. Questa procedura naturalmente non si applica solo al turismo, ma a qualsiasi attività produttiva.

7,2%. Queste cifre non sono paragonabili con quelle di altri settori, a meno di incorporare anche in essi le spese di manutenzione, incorrendo in qualche duplicazione contabile col settore dell'edilizia.

Infine, è dato il risultato del calcolo dell'impatto indiretto e indotto. Oltre a generare tra 1 e 1,3 miliardi di valore aggiunto diretto (a seconda che si includano o meno i soldi del Monopoly) nei settori che vendono beni e servizi ai turisti, le imprese fornitrici di questi settori unitamente a coloro che vendono beni di consumo ai percettori dei redditi precedenti producono valore aggiunto stimato in altri 760 milioni circa e lavoro per altri 8800 posti. Se, nonostante le controindicazioni discusse qui, si volesse esprimere questi dati in proporzione a PIL e occupazione totale del Cantone, si otterrebbero percentuali di 9,6% e 12% rispettivamente. Le cifre che, senza alcuna precauzione, sono le uniche citate nei commenti sui media (parziale eccezione il «Corriere del Ticino», che ha specificato almeno che in queste cifre sono inclusi gli effetti indiretti). È un peccato che gli avvertimenti nella parte metodologica dello studio, nella quale

si avverte che sono i valori *diretti* a permettere di determinare l'importanza economica del turismo, in particolare quelli inclusi nel conto satellite (pp. 27 e 28), non siano stati letti con la dovuta attenzione.

Uno strumento analitico

Sarebbe riduttivo limitarsi a riportare le cifre di sintesi: il conto satellite, nella versione standardizzata e dunque identica per vari Paesi e regioni, offre la possibilità di confrontare varie cose, tra cui il comportamento di spesa del turista in Ticino e nelle regioni ticinesi con quello di turisti in altre parti del mondo, e in particolare con la nostra concorrenza diretta. Per esempio: il turista in Ticino spende il suo budget più o meno allo stesso modo del turista in Italia, o ci sono delle voci di spesa che nella penisola assorbono maggiori risorse, indicando possibilmente che il settore corrispondente offre maggiori attrattive? A questo proposito va segnalata con dispiacere un'omissione: la caratterizzazione della spesa turistica per turisti svizzeri e stranieri (quanto spendono? Come spendono?), magari addirittura per stranieri di diverse naziona-

lità, che avrebbe permesso di fare delle stime sull'impatto del rafforzamento del franco nella legittima presupposizione che gli ospiti stranieri diminuiscano più dei nostri connazionali.

Faremo forse qualche esercizio in questo senso in futuro. Intanto possiamo ricavare un dato indicativo tra quelli già presentati. Partendo dalla spesa turistica globale (2,7 miliardi) e mettendola in relazione con la produzione di valore aggiunto, ricaviamo dei coefficienti che permettono di valutare, seppure rozzamente, in quale misura una spesa addizionale da parte dei turisti attivi il sistema economico. Ogni 1000 Fr. spesi dai turisti, si generano direttamente 482 Fr. di valore aggiunto (nella modalità più ottimista descritta sopra; 302 Fr. nella modalità conto satellite depurata dal valore locativo) per i produttori di servizi turistici, e altri 278 Fr. di valore aggiunto per i fornitori di questi ultimi. Si può così valutare il valore del cosiddetto moltiplicatore turistico per il Canton Ticino, pari a 0,76, che dice appunto che per ogni 1000 Fr spesi dai turisti complessivamente all'interno della filiera turistica se ne generano 760 di valore aggiunto,

di cui una parte contabilizzata a favore dell'industria turistica e un'altra parte a favore del resto dell'economia. In questa promettente prospettiva sarebbe estremamente utile che gli autori mettessero al lavoro il proprio modello per ricavare delle indicazioni più specifiche a partire dalle principali tipologie di turista: pernottante (e in quale tipo di struttura) e di giornata, svizzero o straniero, e per regione turistica (nello studio sono dati gli effetti indiretti del turismo cantonale su ciascuna regione, mentre sarebbe anche interessante isolare gli effetti sul Locarnese del turismo Locarnese, distinguendoli dall'effetto di quest'ultimo su altre regioni e l'effetto del turismo in altre regioni sul Locarnese). Questo permetterebbe di valutare non solo gli effetti di variazioni del turismo nel tempo, per esempio a partire da indicazioni come il numero dei pernottamenti oppure da nuovi sondaggi su scala minore, ma anche di stimare l'impatto specifico di eventi e manifestazioni.

È questa una delle caratteristiche di uno studio ricco e ben fatto: ci mostra implicitamente dove potremmo arrivare, e stimola l'appetito per altri dati.