

Prodotto T 2.1.1

“Documento di sintesi delle peculiarità turistiche
dell'area transfrontaliera e dei segmenti di
mercati potenziali”

1 Novembre 2017

Indice

Introduzione	3
Metodologia	7
Risultati	10
Corsica	10
Performance successive al 2012 e descrizione della domanda	13
Potenziale di ricettività e accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Corsica	13
Capitale umano	14
Liguria	16
Performance successive al 2012 e descrizione della domanda	25
Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Liguria	26
Capitale umano	27
Sardegna	29
Performance successive al 2012 e descrizione della domanda	35
Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Sardegna	36
Capitale umano	40
Toscana	41
Performance successive al 2012 e descrizione della domanda	47
Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Toscana	49
Capitale umano	51

Introduzione

Il turismo genera un valore importante per l'economia di ciascun territorio, in quanto aumenta la domanda di beni e servizi. In Europa, è molto forte la relazione tra le Istituzioni comunitarie e la cosiddetta industria del turismo. Il peso diretto dei fornitori tradizionali di viaggi e turismo nell'economia europea, infatti, è molto rilevante, con circa 1,8 milioni di PMI ed un contributo al PIL e all'occupazione, rispettivamente, del 5% (media paesi OCSE: 4,1%) e del 5,2% (media paesi OCSE: 5,9%).

Il turismo, pertanto, svolge un ruolo fondamentale nella crescita di molte regioni europee e, in particolare, di quelle più in ritardo viste le potenzialità di valore generato e di creazione di posti di lavoro, soprattutto, per i giovani. Il turismo è un settore ad alta intensità di lavoro, perché impiega molte persone, anche poco qualificate e in aree con scarso sviluppo industriale.

Tuttavia, le attività turistiche e la relativa capacità di impiego sono strettamente legate alla stagionalità, per cui il livello di occupazione del turismo varia durante l'anno in funzione dei flussi turistici. Questi temi evidenziano la necessità di monitorare e misurare il livello di occupazione e di sostenibilità del settore attraverso un adeguato insieme di indicatori complementari.

Nel 2014, con i suoi 582 milioni di arrivi, l'Europa ha rappresentato il 51% del mercato (+ 3% rispetto all'anno precedente), che ha registrato 1,133 miliardi di arrivi turistici in tutto il mondo. Cifre che spiegano chiaramente, da un lato, l'importanza economica del turismo per l'Europa e, dall'altra, la posizione dell'Europa come principale destinazione turistica del mondo (nonostante il calo al 41,1% del mercato mondiale entro il 2030). I dati sopra riportati provengono dall'elaborazione ufficiale della Direzione generale incaricata di fornire all'Unione europea le statistiche regionali¹. Inoltre, le statistiche europee (Eurostat) mostrano che nel 2013 un'impresa europea su dieci (escluso il settore finanziario) apparteneva al settore del turismo in senso lato: due milioni o più di organizzazioni che impiegano 12 milioni di persone (9,0% dell'occupazione totale, escludendo il settore finanziario, e del 21,7% rispetto al solo settore dei servizi), contribuendo al 3,6% del fatturato e al 5,5% del valore aggiunto dell'economia europea (pari al 16,5% e al 13,4% rispetto al settore dei servizi)².

Nonostante queste performance, il turismo non è uno degli argomenti trattati dalla Politica regionale, la principale politica d'investimento dell'UE volta a sostenere la creazione di posti di lavoro, la competitività tra le imprese, la crescita economica, lo sviluppo sostenibile e il miglioramento della qualità della vita dei cittadini europei. Ad esempio, il nuovo quadro finanziario pluriennale per raggiungere gli obiettivi della strategia Europa 2020 stanziava per la politica di coesione 351,8 miliardi di euro (circa un terzo del bilancio dell'UE), ma non prevede una linea di autofinanziamento per il settore turistico.

Una possibile spiegazione dell'importanza politica inversa del turismo in relazione al suo significato economico può essere riconducibile all'estrema frammentazione del prodotto turistico (mare, montagna, urbano o rurale, sport o spa religiosa, gastronomica o conferenza, ecc ...) e quindi nell'assenza di identità settoriale chiara. Ad ogni modo, il turismo ha il proprio riconoscimento giuridico nel Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE):

- Art. 6: L'Unione è competente a svolgere azioni per sostenere, coordinare o integrare le azioni degli Stati membri. Le aree di tale azione, a livello europeo, sono le seguenti: (...) d) il turismo;
- Art. 195: L'Unione completa l'azione degli Stati membri nel settore del turismo promuovendo la competitività delle imprese europee in questo settore. A tal fine, l'azione dell'Unione mira a: a) incoraggiare la creazione di un ambiente di sostegno allo sviluppo delle imprese del turismo; b) promuovere la cooperazione tra gli Stati membri, in particolare attraverso lo scambio di buone pratiche.

¹ http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuid=FTU_5.6.13.html

² Eurostat. 2015. Eurostat regional yearbook 2015. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7018888/KS-HA-15-001-EN-N.pdf/6f0d4095-5e7a-4aab-af28-d255e2bcb395>.

Due fasi principali hanno portato all'adeguato riconoscimento da parte dell'Unione Europea del contributo del turismo alla creazione di posti di lavoro e allo sviluppo economico in generale: nel novembre 1997, la concomitanza tra la Conferenza europea sul turismo e l'occupazione, il Consiglio europeo di Lussemburgo sull'occupazione e il Consiglio Ministri del turismo; e nel giugno 2009, l'istituzione di un gruppo ad alto livello sul turismo e l'occupazione.

Questi passaggi sono stati seguiti da una serie di misure e azioni concrete incluse in atti e norme specifici. In particolare, il turismo costiero e marittimo sono tra gli obiettivi principali e strategici della Commissione Junker. In una recente comunicazione del 2014, la Commissione ha sottolineato l'importanza del turismo costiero e marittimo, «la più grande (oltre un terzo) attività marittima in Europa» e «il settore del turismo più grande d'Europa: quasi 3,2 milioni di dipendenti e € 183 miliardi di valore aggiunto lordo; più di quattro delle nove notti trascorse nelle strutture di soggiorno dell'UE sono spesi nelle zone costiere. ... - inoltre - il turismo costiero copre attività turistiche e ricreative basate sulla spiaggia, ad es. nuotare e prendere il sole, e altre attività per le quali la vicinanza del mare è un vantaggio, come passeggiate lungomare e osservazione della fauna ... - mentre - il turismo marittimo copre prevalentemente attività basate sull'acqua, ad es. vela e sport nautici (spesso effettuati nelle acque costiere) e le crociere».

L'Europa è sicuramente un continente marittimo, con una linea costiera che si estende dall'Artide al Mediterraneo e dall'Atlantico al Mar Nero, ed è per questo motivo che il turismo costiero e marittimo non può essere considerato un'entità economica autonoma o come un sotto-settore dell'industria del turismo, ma è strettamente connesso ad altri segmenti dell'economia. Pertanto, il turismo costiero e marittimo subisce - direttamente o indirettamente - politiche settoriali europee, come la connettività IT, il trasporto sostenibile, le questioni relative alla sicurezza e la libera circolazione dei lavoratori³.

Essendo un settore trasversale, **la Commissione ritiene che per attuare la strategia sul turismo costiero e marittimo sia necessario sostenere lo sviluppo di partenariati, reti, cluster e azioni di specializzazione transnazionale e interregionale**. Infatti, con la Comunicazione del 2014, la Commissione ha inteso superare la frammentazione del settore, che impedisce di sfruttare completamente i vantaggi economici derivanti da attività in crescita (come, ad esempio, il turismo crocieristico), evidenziando come la cosiddetta cooperazione transfrontaliera sia fondamentale per le politiche di sviluppo regionale, in quanto consente di conseguire efficacemente lo scopo di rafforzare la coesione territoriale.

Il programma (o l'iniziativa comunitaria) volto a sostenere e rafforzare l'obiettivo della cooperazione transfrontaliera è stato chiamato INTERREG e ha risposto alla necessità di aiutare le aree lungo le frontiere interne ed esterne dell'Unione a superare i problemi derivanti dal loro isolamento. Sin dai primi anni del nuovo millennio, la prospettiva dell'allargamento dell'UE ai nuovi Stati membri ha spinto le istituzioni europee a ripensare e rafforzare gli strumenti di coesione territoriale. A partire dal programma 2000-2006, le istituzioni europee hanno accompagnato la cooperazione transfrontaliera con la cooperazione interregionale e transnazionale per rispondere adeguatamente alle modifiche interne ed esterne.

Pertanto, «con l'intensificazione dell'integrazione economica globale, la cooperazione transfrontaliera diventerà ancora più importante e, nel caso di economie sempre più interconnesse, può essere opportuno considerare nuovi strumenti di cooperazione multilaterale per affrontare i bisogni e le necessità emergenti⁴».

L'area transfrontaliera tra Italia e Francia rappresenta bene il triangolo che mostra il potenziale di crescita della combinazione tra turismo, risorse blu e coesione territoriale. L'Italia e la Francia condividono un'area del mare lungo la quale esiste un confine invisibile - fisico e simbolico - che incoraggia le azioni e gli strumenti di cooperazione transfrontaliera.

³ European Commission. 2014. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism. http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/documents/com_2014_86_en.pdf

⁴ Haxton P. 2015. A Review of Effective Policies for Tourism Growth. OECD Tourism Papers, 2015/01. OECD Publishing: Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5js4vmp5n5r8-en>

Questi Paesi hanno il numero maggiore - in termini assoluti e relativi alla loro dimensione – di strutture alberghiere e di alloggio per i visitatori, dati che evidenziano l'importanza di questi due paesi come destinazioni per diverse forme di turismo, tra cui il marittimo e costiero.

Secondo i dati Eurostat presentati nel novembre del 2015⁵ (rispetto al 2014), l'Italia e la Francia, infatti, guidano la classifica europea del numero di letti con, rispettivamente, il 16% e il 17% del totale e un tasso di utilizzo del 40,4% e del 46,5%, in confronto con una media europea del 43,3%. Inoltre, il 28% delle strutture turistiche dell'UE-28 si trova in Italia, mentre il 5% è in Francia, quota comunque molto più elevata rispetto ad altri 21 paesi membri.

La zona marittima transfrontaliera tra Francia e Italia è, inoltre, una delle macro-regioni più popolari per il turismo costiero e marittimo, in quanto comprende convenzionalmente:

- Toscana e PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur), con oltre 20 milioni di notti trascorse in hotel all'anno;
- Sardegna e Liguria, con un flusso turistico compreso tra dieci e venti milioni di pernottamenti;
- Corsica, che registra ogni anno tra i cinque e i dieci milioni di pernottamenti.

Le prime 20 destinazioni turistiche europee per il 2014 comprendono PACA e Toscana con, rispettivamente, 53,7 milioni (34,7% rappresentato da turisti stranieri) e 43,2 milioni (53,7% rappresentato da turisti stranieri) di notti trascorse in diversi tipi di strutture. Queste cifre sono ancora più significative se misurate in termini relativi. Ad esempio, confrontando i tre miliardi di soggiorni notturni del 2013 con il numero di residenti, Corsica, Toscana e PACA appartengono alla categoria con l'intensità turistica più alta (più di 10.000 soggiorni pro-capite), mentre la Sardegna e la Liguria appartengono alla prossima classe inferiore (tra 5.000 e 10.000 soggiorni pro-capite, superiore o al pari della media europea di 5.209).

In Corsica, Sardegna e Liguria, i turisti trascorrono oltre il 95% delle notti negli hotel situati sulla costa, nella regione PACA lo stesso dato è tra il 50% e il 75%, mentre in Toscana è meno della metà.

I tassi di occupazione delle camere sono tra il 50% e il 60% per la Corsica e la regione PACA, tra il 40% e il 50% per la Liguria e la Sardegna e tra il 30% e il 40% per la Toscana. Va notato che nel 2013 i tassi di occupazione della camera da letto negli alberghi erano inferiori al 50% in circa la metà delle regioni dell'UE.

Le prestazioni delle regioni transfrontaliere Italia-Francia nell'area sono coerenti con le cifre del turismo costiero e marittimo, che in termini di notti trascorse in strutture turistiche pesa quasi quanto l'urbano e il rurale considerati insieme (46,4% vs 53,6%, in Italia rispettivamente 53,5% e 46,5%, in Francia rispettivamente 34,1% e 65,9%). A dimostrazione di quanto il turismo supporti il mercato del lavoro locale, si evidenzia, che nonostante Corsica e Sardegna siano fra le regioni considerate "in transizione", il tasso di disoccupazione in Corsica è dello 0,4% inferiore alla media nazionale. Francia e Italia e, in particolare, la zona marittima transfrontaliera compresa tra i due Stati membri, si dimostrano il terreno ideale per costruire i partenariati che l'Unione ritiene strategici per la crescita blu⁶.

Tuttavia, il turismo costiero e marittimo in questi paesi non riesce ad esprimere pienamente il suo enorme potenziale. Entro il 2020, gli arrivi turistici, nazionali e internazionali, nelle zone costiere aumenteranno di meno della media UE. Di conseguenza, la durata media del soggiorno dovrebbe rimanere invariata, mentre la spesa per notte, nominale ed effettiva, continuerà a diminuire di circa l'1% all'anno. Le motivazioni di questi ritardi possono essere riassunte nel modo seguente⁷:

- Volatilità della domanda tra le stagioni e tra gli anni
- Estrema frammentazione e mancanza di coordinamento del settore
- Problemi permanenti nell'accessibilità e nella visibilità
- Crescenti preoccupazioni ambientali e sociali

⁵ http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics

⁶ European Commission. 2012. Blue Growth. Opportunities for marine and maritime sustainable growth. http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/documentation/publications/documents/blue-growth_en.pdf

⁷ Ecorys. 2013. Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level.

http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/documentation/studies/documents/study-maritime-and-coastal-tourism_en.pdf

- Mancanza strutturale di competenze specifiche che limita l'innovazione e l'accesso alle risorse.

Come già sottolineato, **una delle barriere più importanti per lo sviluppo del turismo marittimo e costiero è la frammentazione, ovvero la mancanza di cooperazione tra gli operatori**. Un settore che non è in grado di stabilire sinergie appropriate tra gli operatori non può massimizzare l'innovazione e la competitività. Proprio per questo motivo la comunicazione della Commissione del 2014 ha evidenziato la necessità di politiche volte a sostenere la creazione di reti e cluster fra operatori del turismo costiero e marittimo, sensibilizzando le istituzioni europee nel facilitare la cooperazione tra soggetti che possono lavorare insieme per creare un turismo integrato e innovativo: università e centri di ricerca, imprese del turismo, pesca e acquacoltura, musei, strutture alberghiere e per il soggiorno.

La frammentazione del turismo costiero e marittimo è interna, in quanto mancanza di coordinamento tra attori e stakeholder, e esterna, ossia frammentazione tra il turismo costiero e marittimo e altri sotto-settori del turismo costiero, come il turismo culturale, il turismo gastronomico, il turismo religioso, ecc. In molti casi, la frammentazione è anche geografica, come nel caso dell'area transfrontaliera compresa tra la Francia e l'Italia che, pur appartenendo allo stesso bacino marittimo, comprende regioni di diversi Stati membri, determinando così la diversificazione reciproca delle offerte turistiche. La Toscana è generalmente inclusa nel tipo di "turismo di massa" (alto volume di turisti - basso valore), mentre la Costa Azzurra e la Sardegna hanno adottato un modello di "turismo di alto profilo" (alto volume, alto valore).

A questo proposito, alcuni studi hanno rilevato la mancanza di volontà della zona transfrontaliera tra l'Italia e la Francia di stabilire accordi di cooperazione finalizzati a migliorare la competitività del comparto turistico⁸. Infatti, tra i 117 cluster mappati sulla base di quattro criteri specifici (massa critica, esistenza di numerose attività economiche marittime, presenza di centri di ricerca, di formazione e altre infrastrutture di supporto, potenziale di sviluppo futuro), solo 11 sono nell'area del Mediterraneo occidentale (Capenergies, Pôle Mer Méditerranée, Pôle Risques, Porto di Tolone, Porto di Marsiglia-Fos, Porti della Costa Azzurra, in Francia; Genova - Porto e Cluster della città, La Spezia - Distretto Ligure della Tecnologia marina, Porto di Cagliari, Livorno – GreenPort Esteso, Viareggio - NAVIGO, Porto di Civitavecchia, in Italia).

In un settore in cui l'innovazione non è così comune, dato che le risorse economiche sono spesso molto limitate e l'organizzazione aziendale solitamente include solo componenti della famiglia, la cooperazione – attraverso reti formali o informali – diventa fondamentale per mantenere o accrescere la competitività poiché consente di condividere risorse, strutture e l'offerta turistica nel suo complesso. Attraverso la cooperazione tra gli attori transfrontalieri sarebbe possibile rilanciare l'importanza del turismo sostenibile in ogni regione coinvolta, attirando anche nuovi investimenti.

La competitività del turismo, infine, è strettamente connessa anche al **coinvolgimento diretto della popolazione locale**. La partecipazione delle comunità, infatti, è fondamentale per migliorare la sostenibilità del settore turistico e il suo successo. L'attrattività a lungo termine dei territori, che assicura lo sviluppo e la competitività dei sistemi turistici locali dell'area transfrontaliera, dovrà essere sempre più mantenuta e migliorata attraverso la creazione di reti di turismo sostenibile, basati su collaborazioni innovative tra operatori del settore, università e centri di ricerca, le comunità locali, gli attori delle filiere interconnesse al turismo e le istituzioni responsabili della politica del turismo e della pianificazione territoriale.

⁸ Ecorys. 2014. Support activities for the development of maritime clusters in the Mediterranean and Black Sea areas. https://webgate.ec.europa.eu/maritimeforum/sites/maritimeforum/files/Med%20clusters%20-%20Annexes%20def_0.pdf

Metodologia

La peculiarità, per definizione, indica il tratto distintivo della parola a cui si accompagna. Può connotare anche lo stile di un artista o, più in generale, dell'autore di un determinato lavoro. Pertanto, peculiarità turistica di un territorio è la specificità di una determinata area che è suscettibile di valorizzazione nel settore turistico, o, più sinteticamente, una caratteristica territoriale capace di attrarre turisti.

Di fatto, le peculiarità turistiche sono l'insieme, il pacchetto, degli elementi rilevanti per il turista e che l'offerta territoriale dovrebbe promuovere e veicolare sul mercato. **Per comprendere appieno quali peculiarità turistiche territoriali rilevare e analizzare è opportuno approfondire il concetto di domanda e offerta turistica a partire dalle due prospettive d'osservazione del prodotto turistico, quella del turista e quella dell'operatore.**

Il **turista** percepisce la vacanza secondo una dimensione orizzontale, nella sua complessità di esperienza di vita. Il prodotto turistico è per il turista la sintesi sistemica di servizi offerti da diversi soggetti (strutture ricettive, attrazioni, beni naturali, trasporti ecc.) che compongono, più o meno casualmente, l'offerta turistica del territorio. Pertanto, il turista ricerca una vera e propria esperienza di vita che emerge dagli stimoli prodotti più o meno consapevolmente da un insieme di fattori (di attrattiva, di servizi, di modalità d'accesso, d'immagine e d'informazione, ecc.).

Il **produttore di servizi turistici** concepisce il prodotto secondo una dimensione verticale (di servizio), focalizzando l'attenzione alla soddisfazione di esigenze particolari (es. ristorazione, pernottamento ecc...). Pone quindi maggiore attenzione alle fasi della filiera di produzione ed erogazione che stanno a monte ed a valle della propria piuttosto che alle altre componenti che assieme al suo servizio compongono l'esperienza-vacanza⁹.

Sintetizzando queste prospettive, mentre la domanda ricerca nella vacanza un'esperienza, un flusso di emozioni, nel quale è co-attore (co-produttore), l'offerta propone una serie di servizi che individuano il turista come un cliente-consumatore-fruttore. L'esistenza di queste **diverse prospettive** evidenzia quanto il turismo sia un settore complesso, nel quale i confini fortemente sfumati tra domanda e offerta portano alla definizione di prodotto sistemico, poiché composto da tanti elementi eterogenei che, attraverso la fusione dei processi di produzione e consumo, portano alla costruzione di un'unità coerente¹⁰.

Nessuna attività turistica, infatti, può prescindere dal **coinvolgimento diretto del turista al processo produttivo** e, quindi, la costruzione dell'offerta dovrebbe diventare una veicolazione di input eterogenei, ma coerenti, al cliente che sarà il vero creatore del valore del prodotto turistico e non un semplice consumatore-distruttore del valore di un bene¹¹. Il prodotto turistico ha carattere sistemico-dinamico, poiché combina una pluralità di servizi offerti dalle singole aziende turistiche, dagli altri operatori, economici, dalla Pubblica Amministrazione, alle risorse presenti nell'ambiente, alle interazioni con la popolazione ecc. In questa prospettiva gli attori dell'offerta turistica non devono essere considerati elementi indipendenti i cui rapporti sono regolati solamente dalle leggi del mercato, ma unità interconnesse nell'ambito di un sistema relazionale complesso che emerge da un territorio specifico e delimitato¹². Il concetto di peculiarità turistica territoriale deve pertanto essere ricondotto a tali considerazioni e può essere declinato nei seguenti elementi costitutivi:

⁹ Brunetti F. 1999, Il turismo sulla via della qualità, Cedam, Padova.

¹⁰ Tamma M. 2002, Destination management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta, in Franch M. [2002], a cura di, Destination management. Governare il turismo tra locale e globale, Giappichelli, Torino.

¹¹ Normann R. 2002, Ridisegnare l'impresa. Quando la mappa cambia il paesaggio, Etas, Milano. Normann R., Ramirez R., [1995], Le strategie interattive d'impresa. Dalla catena alla costellazione del valore, Etas Libri, Milano.

¹² Pencarelli T. e Forlani F. 2002, Marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze, Sinergie, 58/02.

- Sintesi del sistema territoriale, costituita dalle principali modalità con cui vengono distribuite e allocate le risorse e, quindi, politiche, piani e programmi direttamente o indirettamente connessi alla valorizzazione turistica di un territorio.
- Capitale culturale materiale, rappresentato dall'insieme di beni materiali a connotazione culturale (musei, monumenti, chiese, siti archeologici, ecc...) e di potenziale attrattività turistica.
- Capitale culturale immateriale, rappresentato dalla dotazione di beni intangibili afferenti alla cultura del territorio (ad esempio, le tradizioni, gli usi, i costumi, gli eventi e le manifestazioni rievocative a carattere storico, le abitudini alimentari ed enogastronomiche, ecc...);
- Capitale naturale, descritto dai beni naturali (il suolo, l'aria, l'acqua, la flora e la fauna) ed i relativi servizi ecosistemici che caratterizzano un determinato territorio e che sono elementi di potenziale attrattività turistica;
- Gli asset strutturali e le facilities complementari alla fruizione dei diversi capitali territoriali (strutture alberghiere, di ospitalità e ristorazione, servizi di accoglienza e promozione, attività di entertainment, ma anche attività potenzialmente connesse al turismo o di attrattività turistica, le infrastrutture e i servizi di accesso al territorio e alle strutture, quali porti, aeroporti, stazioni ferroviarie, metropolitane e vari servizi di trasporto locale, ecc...);
- Capitale umano, individuabile nelle conoscenze, competenze, esperienze, capacità e, in generale, nel know how di un territorio in relazione alla gestione, promozione, valorizzazione del complesso delle peculiarità turistiche riportate ai precedenti punti. Nel capitale umano può essere ricompreso anche il livello di partecipazione della popolazione locale al sistema turistico territoriale, l'atteggiamento empatico o meno, la capacità di accettazione dei turisti e di relazionarsi efficacemente con essi.

L'analisi di suddette peculiarità consente di definire uno schema interpretativo del potenziale turistico del territorio, rilevando, in particolare, eventuali specializzazioni: il confronto con le performance del settore può dare indicazioni su aspetti da valorizzare ulteriormente o, al contrario, su quelli eccessivamente promossi, a discapito di altri tematismi¹³.

Essendo il turismo sostenibile e innovativo una delle filiere prioritarie per garantire una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva nell'area transfrontaliera e la valorizzazione del capitale naturale e culturale uno degli assi del Programma Interreg Italia-Francia Marittimo 2014-2020, il primo documento analizzato per individuare le peculiarità turistiche delle regioni coinvolte nel progetto è stato proprio il Programma Operativo e il relativo materiale allegato e di istruttoria. Inoltre, vista la rilevanza assunta dal turismo nei territori del partenariato, sono stati approfonditi anche i documenti programmatici a livello regionale di tutti i fondi strutturali europei che possono efficacemente sostenere questo settore.

Tali documenti regionali, infatti, possono riportare un maggior livello di dettaglio sull'analisi delle caratteristiche e delle risorse locali. A proposito dei fondi strutturali, in relazione alla possibilità di sostenere il turismo, si evidenziano le seguenti differenze:

- Il **Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR)** mira a rafforzare la coesione economica e sociale nell'Unione europea cercando di attenuare gli squilibri tra le sue regioni. Può supportare efficacemente la competitività e la qualità delle imprese a livello regionale e locale, in particolare nelle aree in declino o in fase di riqualificazione. Ogni regione definisce la strategia del proprio Programma Operativo sulla base delle priorità che maggiormente rispondono ai bisogni del territorio, e dei principi ai quali attenersi per la ripartizione dei fondi. Le regioni definiscono anche le tipologie di azioni specifiche da attivare e i risultati attesi in funzione delle policy regionali e dei cambiamenti perseguiti a livello locale. Possono accedere ai fondi tutti i tipi di persone giuridiche (singoli cittadini, PMI, enti pubblici, università, ONG).

¹³ Golinelli C. M., 2008, La Governance del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance, Giuffrè Editore, Milano.

- Il **Fondo Sociale Europeo (FSE)** è il principale strumento finanziario con cui l'Unione europea sostiene l'occupazione negli Stati membri e promuove la coesione economica e sociale. Le azioni finanziabili da parte del FSE sono elencate nei P.O. degli Stati membri e delle regioni. Possono accedere ai finanziamenti tutte le persone giuridiche attive nel campo dell'istruzione e formazione, incluse le PMI, Università, ONG, fondazioni, sindacati, enti pubblici, ecc. Le attività finanziabili e particolarmente rilevanti per il settore turistico nell'ambito del Fondo Sociale Europeo sono la formazione dei lavoratori in caso di ristrutturazioni aziendali o per mancanza di personale qualificato; la formazione delle persone in difficoltà e delle categorie svantaggiate per migliorarne le competenze e agevolarne l'occupabilità; il sostegno per l'apprendimento reciproco, la creazione di reti e la diffusione e promozione di buone prassi e di metodologie nel campo dell'innovazione sociale.
- Il **Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR)** promuove lo sviluppo economico nelle zone rurali. Come il FESR e il FSE, è gestito dalle Autorità di Gestione designate dagli Stati membri. A seconda delle esigenze e delle scelte di ciascuno Stato membro, le sovvenzioni possono essere concesse per la diversificazione dell'attività agricola, per lo sviluppo delle piccole e medie imprese non agricole nelle zone rurali, per il restauro o la riqualificazione del patrimonio culturale e naturale dei borghi e dei paesaggi rurali. Possono ottenere i finanziamenti le persone giuridiche o fisiche residenti o operanti nelle aree rurali (imprenditori, PMI, enti pubblici, ONG, ecc.).
- Il **Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP)** sostituisce nella programmazione 2014 – 2020 il FEP e ha tra le sue priorità quella di aumentare l'occupazione e la coesione territoriale nelle zone costiere e dell'entroterra, nonché delle comunità che dipendono dalla pesca e dall'acquacoltura. A tal fine, il FEAMP finanzia azioni rivolte alla promozione della crescita economica, dell'inclusione sociale, della creazione di posti di lavoro e di supporto alla mobilità lavorativa, nonché la diversificazione delle attività nel settore della pesca e in altri settori dell'economia marittima. Coerentemente con quanto definito dalla strategia europea denominata "Crescita Blu", il FEAMP prevede il finanziamento di progetti collegati al turismo con specifico riferimento alle attività relative all'eco-turismo, alla pesca-turismo, al diving, ecc...

A completamento dell'analisi delle peculiarità sono state anche studiate le politiche, i piani di indirizzo e i programmi regionali per individuare le linee e le modalità di supporto al turismo attuate da ogni singolo territorio, nonché i report e le statistiche degli osservatori regionali sul turismo. In particolare, in ogni documento di programmazione preso in esame si è cercato di rilevare i diversi elementi costitutivi delle peculiarità turistiche territoriali, come sopra riportati, creando per ogni regione una scheda sintetica. I risultati di queste analisi, riportando priorità, investimenti, risorse coinvolte e performance, dovrebbe dare un chiaro quadro delle peculiarità turistiche di ogni regione e della strategia di valorizzazione adottata: la presenza di una eventuale discordanza tra elementi costitutivi delle peculiarità turistiche e di quest'ultime con le performance del settore consente una valutazione delle criticità e delle opportunità per migliorare la competitività del turismo locale.

Infine, l'analisi è stata effettuata tenendo in considerazione gli obiettivi sovraordinati del progetto e, quindi, si è cercato di evidenziare maggiormente le peculiarità turistiche territoriali connesse al comparto agroalimentare e alla sinergia tra quest'ultimo alle diverse dimensioni del turismo costiero e marittimo che caratterizzano i territori coinvolti.

Risultati

Corsica

Di seguito si riporta la sintesi dell'analisi dei Programmi Operativi e delle politiche regionali.

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
PO INTERREG MARITTIMO (analisi e dati al 2012)	Sostegno alla partecipazione degli stakeholder alle politiche di conservazione della natura, finalizzate ad una maggiore fruizione sostenibile - soprattutto in chiave turistica - e condivisione delle iniziative di gestione e tutela attiva	Valorizzazione del capitale culturale attraverso la creazione di una grande itinerario transfrontaliero del patrimonio culturale		Elevata vulnerabilità ambientale ai cambiamenti climatici, con effetti diretti sul turismo, molto legato alla stagionalità Eccessiva pressione ambientale esercitata dal turismo di massa Necessità di un maggiore supporto a forme di turismo green	Il 40% delle quasi 32.000 imprese opera nei servizi, settore rappresentato soprattutto dal comparto turistico		Nel 2012, il numero passeggeri accolti in porti e aeroporti era pari a 8,2 milioni, con una flessione del 3% rispetto al 2011; Il traffico crocieristico ha sofferto un decremento del 23%, soprattutto per quanto riguardagli stranieri. L'ecoturismo è sempre più importante, con maggiore attenzione all'eco-costruzione.

POR FESR	Assistenza alla messa in opera e a studi di fattibilità per il rinnovo degli impianti e ad analisi per l'efficientamento termico anche delle strutture turistiche	La Corsica ha una storia, tradizioni e una cultura che contribuiscono alla costruzione di una forte identità turistica regionale (architettura, archeologia, lingua corsa, ...).					Il settore turistica rappresenta dal 13% al 20% del PIL regionale e impiega più del 9% degli occupati.
	Supporto alle iniziative di diversificazione verso il turismo sostenibile e per la destagionalizzazione						Il settore turistico comunque presenta alcune criticità: - forte concorrenza - dipendenza da una clientela soprattutto francese (70%) - forte stagionalità (maggio-settembre) - turismo fortemente localizzante lungo il litorale
	Sostegno a: - azioni per lo sviluppo e realizzazione di siti per l'organizzazione della ricezione e la valorizzazione delle risorse naturali e culturali - strumenti interattivi e attrezzature multimediali - investimenti di ammodernamento delle strutture per la creazione di nuovi servizi e prodotti e migliorare il patrimonio regionale - informazione e promozione di siti come prodotti turistici e circuiti regionali - studi di impatto dei progetti						

POR FEASR	Sostegno all'avviamento di piccole imprese agricole (ivi compresi gli agroturismi)						
	Sostegno agli investimenti per la realizzazione di attività non agricole (es agriturismo)						
	Aiuti agli investimenti pe sviluppare attività di pubblica utilità all'interno delle strutture ricreative, quali le informazioni turistiche e i servizi di supporto						

La **Corsica** occupa una posizione centrale nel Mediterraneo, una delle più importanti destinazioni turistiche a livello mondiale. L'insularità, e il suo patrimonio storico-culturale conferisce alla Corsica una caratterizzazione specifica e unica. La necessità di prendere la nave o l'aereo per recarsi in vacanza in Corsica crea nei turisti una sensazione di "distacco" ed è per questo che la maggior parte dei turisti non percepiscono l'isola come un sistema turistico francese, bensì come "Corsica". La Corsica è un'isola molto grande, la sua superficie di 8640 m² (1200 km di costa), che si contraddistingue per la contiguità tra "Mare e Montagna". Tale caratteristica ha creato i presupposti per la creazione di un'offerta turistica integrata che rende possibile la pianificazione di escursioni giornaliere "spiaggia-montagna". L'offerta turistica corsa è pertanto differenziata e adatta a tutti i tipi di clientela.

Nel 2016 sono stati registrati in Corsica circa **3 milioni di soggiorni turistici** e, nonostante le numerose iniziative attivate per supportare la destagionalizzazione turistica, il 72% delle presenze ha riguardato il periodo maggio-ottobre.

L'analisi dei flussi turistici evidenzia che il mercato "domestico" è nettamente prevalente su quello "straniero" (73% turisti francesi; 27% turisti stranieri, con una prevalenza di tedeschi ed italiani) e che il 40% hanno da 50 a 64 anni.

Potenziale di ricettività e accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Corsica

L'offerta turistica in Corsica si compone di circa 160.000 posti letto, redistribuiti in 451 hotels, 344 residence e villaggi turistici, 210 camping e 1347 case private.

Come tutti i sistemi insulari, anche per quanto riguarda la Corsica il **problema dell'accessibilità** è una sfida sempre aperta ed in cerca di soluzioni. L'isola dispone di 4 aeroporti internazionali (Bastia, Calvi, Figari, Ajaccio) serviti durante tutto l'anno con voli di linea dalle principali città francesi ed europee. Nel periodo dall'alta stagione turistica (aprile-ottobre) molti voli charter e low cost (Easy Jet, Ryanair, XL Airways, Volotea) completano l'offerta.

La Corsica ha anche sei porti commerciali (Bastia, Porto Vecchio Porticcio, Ajaccio, Calvi, Ile-Rousse) con collegamenti giornalieri dalla Francia continentale e con l'Italia (Marsiglia, Tolone, Nizza, Savona, Genova, Livorno e Piombino. A sud, il porto di Bonifacio collega la Corsica con la Sardegna. Le principali compagnie per raggiungere la Corsica sono la Corsica Ferries, la Corsica Linea, la Moby Lines e la Linee Sud.

Il sistema dei trasporti interni è caratterizzato da criticità riconducibili alla geomorfologia del territorio che rende impossibile lo sviluppo di una viabilità stradale e ferroviaria tale da consentire collegamenti rapidi e sicuri. Per quanto riguarda il trasporto stradale, fatto salvo alcune eccezioni come il collegamento Bastia-Ajaccio, ed alcuni tratti meglio curati lungo la piana orientale tra Bastia e Porto-Vecchio e tra Aleria e Corte, la gran parte delle comunicazioni stradali interne è caratterizzata da strade tortuose, strette e spesso prive di banchine e adeguate protezioni. Estremamente suggestive dal punto di vista paesaggistico, con il loro ricalcare fedelmente il profilo orografico e la loro manutenzione non sempre troppo frequente, le strade di Corsica, se da un lato rendono difficili i collegamenti, costringendo a lunghi e lunghissimi tempi di percorrenza, dall'altro prevengono l'antropizzazione eccessiva del territorio e aiutano a preservarlo dall'impatto del turismo estivo.

Il sistema ferroviario della Corsica è formato da una rete di linee ferroviarie a scartamento metrico le quali collegano tra loro i due capoluoghi dipartimentali della Corsica, Ajaccio e Bastia, e la costa della Balagna, con le località di Calvi e Isola Rossa. Il traffico è di tipo passeggeri, con una forte connotazione turistica, e comprende servizi interurbani e suburbani. Dall'autunno alla primavera il servizio è ridotto. Durante la stagione estiva e turistica, il servizio è organizzato in servizi inteurbani (quattro coppie di corse giornaliere tra Bastia e Ajaccio; una coppia giornaliera tra Bastia e Calvi; tre coppie giornaliere tra Ponte Leccia e Calvi) e servizi suburbani (Bastia – Casamozza: soprannominato métro bastiais, percorre ventun chilometri servendo venti stazioni intermedie in circa trenta minuti; Ajaccio – Mezzana; Calvi – Isola Rossa, detto

anche tramway de la Balagne, perché percorre un tratto di ventidue chilometri che affianca la costa ed è dotato di fermate a servizio delle spiagge presenti (serve sedici fermate intermedie in cinquanta minuti).

Per quanto riguarda le caratteristiche di attrattività della Corsica, si evidenzia che le ricchezze turistiche dell'isola sono l'espressione di un patrimonio naturale e culturale eccezionale. La Corsica è sicuramente l'eldorado dell'acqua. Dolce o salata, l'acqua è presente ovunque, a portata di mano per rinfrescarsi, tuffarsi e rilassarsi.

Spiagge, calette, scogliere, fiumi, cascate, laghi di montagna o sorgenti termali, l'acqua è una delle ricchezze della Corsica. Le sue coste meravigliosamente modellate dalle onde marine sono ricche di contrasti, insolite e selvagge, le sue spiagge lambite dalle brezze marine, si rivelano discrete, incontaminate, magiche, divine. Il golfo di Porto Vecchio, dichiarato patrimonio mondiale dall'UNESCO, è bello da mozzare il fiato. Le Bocche di Bonifacio che separano la Corsica dalla Sardegna, sono di tutt'altro genere ma anch'esse di una bellezza straordinaria. Da non perdere è anche "la scalinata del re Aragon" scavata, secondo la leggenda, in una sola notte. Le aree interne della Corsica sono caratterizzate dalla presenza di aree verdi e fertili, di magnifici boschi e foreste con alberi secolari, e da montagne imponenti. Nelle aree interne si trovano le cascate di Bujia (costa orientale), della Voile de la Mariée (Bocognano, regione di Ajaccio) e di Polischellu (nella Corsica meridionale), le sorgenti termali del Grand Valinco, i laghi di alta montagna come il Nino nel Niolo e il Creno (regione di Vico) e ancora il lago dell'Ospedale, vicino a Porto Vecchio. Di particolare interesse naturalistico e paesaggistico è l'area di Castigniccia, ricca di valli e meravigliosi boschi di castagni. Le aree interne e montane sono anche attraversate da numerosi percorsi da seguire a piedi o in bicicletta. Di particolare interesse è il "Sentier de grande randonnée 20 o GR 20", un percorso escursionistico che attraversa la Corsica da nord-ovest a sud-est facente parte del circuito Grande Randonnée. È stato definito dallo scrittore Paddy Dillon come "uno dei più bei percorsi del mondo" ed è spesso classificato come il "cammino più difficile d'Europa", adatto quindi solo ad escursionisti esperti e ben allenati.

La Corsica è anche la terra di profumi opulenti, degli **agrumi**, delle castagne e dei vitigni polposi, culla di una gastronomia dai molti sapori, luogo di pesca e di caccia, sede di un artigianato antico e dei saperi millenari.

Grazie all'allevamento allo stato brado dei maiali nei boschi di querce e castagni, i salumi corsi non hanno rivali (coppa, figatellu, lonzu...). In ogni vallata si producono i propri formaggi (il Venachese, il Niolo...) e ogni regione vanta vini e prodotti DOC diversi. Numerose sono le manifestazioni e gli eventi che durante l'arco dell'anno vengono proposti dal calendario culturale della Corsica: festival di canti, cinema, incontri internazionali di teatro, feste popolari, la scelta è ampia e permette di trovare ciò che ognuno cerca.

Capitale umano

Le testimonianze storiche che nel tempo hanno plasmato e forgiato la cultura della Corsica hanno contribuito alla creazione di un capitale umano ricco di tradizioni e artigianalità. La preistoria ha lasciato le sue tracce con i menhir di Filitosa, e con i siti archeologici di Capula e di Cucuruzzu. L'epoca romana è riscontrabile nel sito archeologico di Aleria. Molti sono anche i segni lasciati dalla religione. Dalla pastorale francescana agli affreschi della Corsica genovese. I pellegrinaggi più sentiti sono quelli della Madonuccia, di Notre Dame di Lavasina, di Santa di U Niolu. Molti fedeli sono devoti a Santa-Lucia di Pietrabugno. Tanti altri sono gli eventi religiosi da scoprire. A Sartène, "la città più corsa delle città corse", la processione del Catenacciu, il Venerdì Santo, è un momento popolare molto sentito. Ma accanto ai veri valori cristiani, resistono ancora superstizioni ancestrali tra realtà, sogno, sacro e profano come le "Signadore" che sconsigliano la malasorte, i "Mazzeri" dai sogni premonitori o le "streghe malefiche". Nel periodo "periodo genovese" sono state costruite le torri, che avevano il compito di difendere l'isola dai suoi assalitori, sorgono ai quattro angoli della Corsica.

Altro emblema della Corsica sono le Cittadelle, i Forti ed i Bastioni che con le loro mura di pietra, il maschio ed i ponti levatoi dominano il mare. Sono esempio di tale patrimonio la cittadella di Calvi, i forti genovesi di Matra, di Girolata e di Saint-Florent ed i bastioni di Porto-Vecchio.

La Corsica è la terra natale di grandi personaggi. L'imperatore Napoleone I°, nato in una viuzza di Ajaccio, non ha mai smesso di ricordare il suo legame viscerale con la Corsica. Lo zio materno di Napoleone, il Cardinale Fesch, grande esteta ed appassionato d'arte, lasciò alla città di Ajaccio numerose ed eccezionali collezioni di pitture e di sculture. Tanti altri hanno contribuito a formare il carattere forte ed austero dell'isola, ricordiamo Ghjuvan Petru Gaffory o Sampieru Corsu, la cui fama è legata alla liberazione di questa terra dall'oppressione.

La lingua, la musica ed il canto rappresentano un altro valore culturale della Corsica. Gli anziani amano pensare all'isola come ad una cattedrale che vibra al suono della vita. Il canto corso e la polifonia sono certo l'espressione più caratteristica di questa cultura che va fiera della propria identità. L'artigianato artistico è una vera e propria tradizione della Corsica. Nei dipartimenti dell'Alta Corsica (Haute Corse) e della Corsica meridionale (Corse du Sud) la creazione di coltelli e gioielli è particolarmente famosa.

Di seguito si riporta la sintesi dell'analisi dei Programmi Operativi e delle politiche regionali.

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
PO INTERREG MARITTIMO (analisi e dati al 2012)	Sostegno alla partecipazione degli stakeholder alle politiche di conservazione della natura, finalizzate ad una maggiore fruizione sostenibile - soprattutto in chiave turistica - e condivisione delle iniziative di gestione e tutela attiva Valorizzazione del capitale culturale attraverso la creazione di una grande itinerario transfrontaliero del patrimonio culturale			Elevata vulnerabilità ambientale ai cambiamenti climatici, con effetti diretti sul turismo, molto legato alla stagionalità Eccessiva pressione ambientale esercitata dal turismo di massa Necessità di un maggiore supporto a forme di turismo green			Diminuzione dei flussi (presenze in calo del 4,7%): l'unico settore in crescita è quello crocieristico; Nel turismo nautico la Liguria è al 1° posto per numero di posti barca, anche se l'accoglienza diportistica al transito è un'attività ancora poco sviluppata
POR FESR	Supporto ad azioni per la realizzazione di Soluzioni tecnologiche per la digitalizzazione e l'innovazione dei processi interni dei vari ambiti della Pubblica Amministrazione nel quadro del Sistema pubblico di connettività, quali ad esempio la giustizia, la sanità, il turismo, le			Difficile conformazione morfologica del territorio, con forte prevalenza di superfici di montagna e collinari rispetto alle poche aree di pianura e un'elevata superficie forestale, che copre quasi il 70% del territorio.	Sistema portuale molto sviluppato (la Liguria è la principale regione del Paese in termini di portualità e diporto, è in seconda posizione per la cantieristica navale e per la flotta armatoriale; soltanto nella pesca assume	Situazione abbastanza buona per quanto riguarda istruzione media, numero di laureati in scienza e tecnologia, competenze degli studenti, con alcuni sintomi preoccupanti, quali una crescita dell'abbandono scolastico più	Segnali contrastanti si registrano nel periodo 2008-2013 per il settore turistico, con un aumento degli arrivi del +4,9 ma un calo delle presenze del 4,4%, che indica una riduzione della

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	attività e i beni culturali, i servizi alle imprese				un'importanza piuttosto modesta) Sebbene il settore agricolo sia in forte contrazione, il floricolo ligure si conferma la realtà nazionale con la più alta specializzazione nella coltivazione di fiori e fronde in piena aria.	elevata della media nazionale. Buon posizionamento a livello nazionale sulle tematiche Ricerca innovazione, in miglioramento il grado di utilizzo di Internet da parte delle imprese, minore invece la diffusione della banda larga, abbastanza elevato il numero degli addetti alla ricerca e sviluppo. Meno positivo il posizionamento rispetto ai livelli medi europei.	durata media della vacanza. L'anno più critico è stato il 2009 Nelle sole province di Genova e della Spezia, il buon andamento di arrivi e presenze dall'estero compensa il dato interno negativo, facendo registrare un aumento complessivo di arrivi e presenze nel periodo.
	Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di microfinanza			Presenza di aree con ancor buona naturalità tali da far individuare come superficie tutelata come parco naturale o riserva naturale circa 33.414 ha (6,17% del territorio regionale), cui si aggiungono 1.206 ha di aree contigue. Un'importante parte del territorio è inoltre tutelata dal sistema della Rete	La dotazione infrastrutturale della Liguria appare buona rispetto la media nazionale, anche se forse non ancora sufficiente a compensare gli svantaggi di accessibilità.		

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
				Natura 2000 rappresentato da 126 SIC di cui 27 marini e 7 ZPS che rappresentano il 29,1% del territorio ligure			
	Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici				Il contesto infrastrutturale e urbano della Liguria comporta una relativa minore accessibilità ai servizi, ai negozi e ai supermercati per le famiglie; si riscontra una scarsità di verde pubblico nelle città, il maggior utilizzo dei mezzi di trasporto pubblico e la maggior presenza e densità delle linee pubbliche urbane e di parcheggio.		
	Sostegno all'avvio e rafforzamento di attività imprenditoriali che producono effetti socialmente desiderabili e beni pubblici						
POR FSE	Sostegno ad attività volte a migliorare l'offerta di istruzione tecnica e professionale						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	integrandola con il sistema delle imprese						
POR FEASR	La valorizzazione del patrimonio storico rurale fa parte integrante di una strategia di sviluppo locale volta all'integrazione di più settori (turismo, agricoltura, ambiente, cultura) determinanti per lo sviluppo del territorio.	La quasi totalità dei centri abitati rurali sono borghi storici risalenti ai primi secoli del medio evo. Altresì rilevanti risultano i siti storici ed archeologici non compresi nei centri abitati.		Il dissesto idrogeologico è una minaccia per l'agricoltura e per il territorio regionale e al tempo stesso un effetto dell'abbandono agricolo. Clima favorevole, forte integrazione fra turismo e agricoltura e presenza di aree ad alta visibilità (es. aree protette e aree Parco). Presenza di territorio boscato molto esteso. 72 dei 175 habitat individuati in Italia dalla direttiva habitat si trovano in Liguria a testimonianza della ricchezza degli ecosistemi liguri. Rete di fruizione escursionistica della	L'offerta di servizi di ospitalità e ristorazione attraverso l'utilizzazione della propria azienda in Liguria è molto diffusa su tutto il territorio. I posti letto assicurati dagli agriturismi rappresentano il 3% del totale (quelli degli alberghi il 42%). Le aree rurali con problemi di sviluppo registrano un rapporto di uno a due tra agriturismi e alberghi, in termini di strutture, e di uno a cinque in termini di posti letto. Nell'entroterra si assiste ad un continuo aumento degli agriturismi e della ricettività alternativa, mentre gli alberghi continuano a presidiare le aree urbane e quelle rurali intermedie	I settori economici a maggiore presenza femminile risultano essere l'agricoltura, il turismo, il commercio e i servizi alle imprese.	

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
				Liguria	che si affacciano sulla costa.		
	Sostegno alla creazione e l'aggiornamento di figure professionali utili alla multifunzionalità (es. fattorie didattiche, agriturismo, aziende agricole sociali).						
	Sostegno alla formazione di consulenti in grado di supportare la diversificazione delle produzioni e delle attività agricole per lo sviluppo della multifunzionalità (sociale, turistica, ambientale e culturale) al fine di creare nuove opportunità occupazionali e di mercato; -Sostegno alla formazione di consulenti in grado di						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	supportare l'efficienza gestionale delle filiere produttive legate ai prodotti legnosi e non legnosi, alla fruizione turistico ricreativa e culturale del patrimonio forestale						
	Sostegno a investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività extra-agricole						
	Sostegno agli investimenti in infrastrutture necessarie per la permanenza delle popolazioni locali e per lo sviluppo del turismo						
	Sostegno alle infrastrutture su piccola scala comprese quelle turistiche						
	Sostegno a investimenti finalizzati all'introduzione, al miglioramento o all'espansione di servizi di base a livello locale per la popolazione rurale, comprese le attività culturali e ricreative, e della relativa infrastruttura						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	Sostegno a investimenti di fruizione pubblica in infrastrutture ricreative, informazioni turistiche e infrastrutture turistiche su piccola scala						
	Sostegno per studi/investimenti relativi alla manutenzione, al restauro e alla riqualificazione del patrimonio culturale e naturale dei villaggi, del paesaggio rurale e dei siti ad alto valore naturalistico, compresi gli aspetti socioeconomici di tali attività, nonché azioni di sensibilizzazione in materia di ambiente						
	Sostegno agli investimenti destinati ad accrescere la resilienza e il pregio ambientale degli ecosistemi forestali						
	Sostegno per la diversificazione delle attività agricole in attività riguardanti l'assistenza sanitaria, l'integrazione sociale, l'agricoltura sostenuta dalla comunità e						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	l'educazione ambientale e alimentare						
	Sostegno allo sviluppo locale LEADER - (SLTP - sviluppo locale di tipo partecipativo)						
	Preparazione e realizzazione delle attività di cooperazione del gruppo di azione locale						
PO FEAMP	Sostegno a investimenti nei Porti, luoghi di sbarco, sale per la vendita all'asta e ripari di pesca						
	Attivazione dello strumento di sviluppo locale di tipo partecipativo che ha il turismo sostenibile come ambiti di intervento						
Altre politiche, piani e programmi regionali	Legge regionale n.15 del 6 giugno 2008 "Incentivi alle piccole e medie imprese per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica", sulla base della quale vengono previsti contributi a fondo perduto, mutui agevolati e aiuti rimborsabili;						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	La legge regionale n.34/2016 istituisce il Fondo strategico regionale destinato a interventi di supporto finanziario a favore di imprese e di investimenti infrastrutturali						

Dati più recenti, relativi al biennio 2015-2016, evidenziano un nuovo incremento degli **arrivi** e delle presenze in Liguria che nell'ultimo anno in analisi sono stati, rispettivamente, di **oltre 4,5 milioni** (+22% rispetto al 2012) e di quasi 15,1 milioni (+9% rispetto ai valori del 2012). Nel biennio 2014-2016 si è avuto, infatti, un incremento di oltre 511.000 arrivi (+12,5% nel biennio), equamente distribuiti fra italiani (+260.077 unità, pari al + 11,5%) e stranieri (+250.984 unità, pari al +13,8%); l'incremento riguarda inoltre in misura simile le diverse province, con la positiva eccezione della Spezia, che presenta un incremento quasi doppio rispetto alla media per gli italiani e ancora superiore per gli stranieri.

Del pari positiva l'evoluzione delle presenze, cresciute di oltre 1.618.000 unità (+12%), anche in questo caso con segno positivo sia per gli italiani (+886.252, pari al + 10,9%) che per gli stranieri (+732.715, pari al +13,8%) e con buone percentuali di crescita in tutte le province, e in particolare in quella della Spezia, che raggiunge performance analoghe a quelle descritte per gli arrivi. Prosegue la riduzione della durata media del soggiorno, in coerenza con i trend consolidati a livello mondiale. Molto importante la crescita più sostenuta del turismo straniero, che nel 2016 supera il 45% degli arrivi totali e il 40% delle presenze.

Si evidenzia, tuttavia, che rispetto al 2015, le presenze turistiche complessive considerando anche quelle delle seconde case sono diminuite del 3,4% a causa di un decremento maggiore delle presenze nelle abitazioni private (-5,6%) al confronto con l'aumento di quelle nelle strutture ricettive (+5,4%)¹⁵.

Nel comparto dell'extralberghiero aumentano sia gli arrivi che le presenze; meno brillante quello dell'alberghiero, in cui aumentano gli arrivi ma non le presenze, soprattutto con andamenti difforni nelle diverse province: migliore alla Spezia e peggiore a Imperia.

L'andamento delle presenze delle nazionalità più rappresentate nel 2016 mostra alcune peculiarità dei diversi "turismi": per quanto riguarda il turismo alberghiero, le presenze dei turisti tedeschi segnano due "picchi" durante aprile/maggio e settembre, delineando uno stile di fruizione della vacanza diverso da quello dei turisti delle altre nazionalità (francesi, gli olandesi, gli spagnoli, gli inglesi e gli statunitensi), maggiormente legato all'alta stagione balneare. I russi mostrano invece un picco di presenze a settembre, mentre i cinesi si distribuiscono in modo piuttosto costante in tutti i mesi dell'anno. Le presenze presso le strutture ricettive complementari risentono, ovviamente, in modo ancora maggiore della stagionalità, registrando generalmente i valori più elevati nel periodo giugno/settembre.

Le spese dei turisti per alloggio, ristorazione, beni e servizi acquistati nel corso della vacanza generano un impatto economico nella regione stimato in 5 miliardi e 658,6 milioni di euro, complessivamente in crescita del 6,4% rispetto al 2015 grazie ad un aumento di spese sostenute dai turisti che alloggiano in strutture ricettive ed in particolare di quelli stranieri. Nel dettaglio, si stima un impatto economico generato dal core business del turismo pari a 3 miliardi e 107 milioni di euro circa per alloggio e ristorazione (il 54,9% del totale), in crescita del 10,3% rispetto al 2015, mentre tra le altre spese emergono quelle in attività ricreative, culturali e di intrattenimento, stimate complessivamente in circa 1 miliardo e 156,2 milioni di euro (20,4% del totale) in crescita del 13,7%.

Nella scelta della località in cui soggiornare incidono maggiormente rispetto al passato la presenza di un patrimonio artistico, storico e monumentale di pregio (per l'85,1% dei turisti), la programmazione di eventi e occasioni di divertimento (per il 45,9%) e il desiderio di assaporare piatti tipici e prodotti dell'enogastronomia locale (per il 35,2%). Nel complesso, in una scala da 1 a 10, il voto medio espresso dai

¹⁴ Tratto dal Rapporto Annuale 2016 dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Giugno 2017. Consultabile: <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/osservatorio-turistico-regionale/le-nostre-analisi/rapporto-annuale-di-sintesi/document/10304.html?view=document&id=10304:rapporto-sintesi-anno-2016&Itemid=> [Ottobre 2017]

¹⁵ Tratto da Il Valore Aggiunto del Turismo dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Aprile 2017. Consultabile: <https://www.regione.liguria.it/component/publiccompetitions/document/9388.html?view=document&id=9388:il-valore-aggiunto-del-turismo-rapporto-anno-2016&Itemid=> [Ottobre 2017]

turisti che visitano la Liguria per l'offerta turistica locale è di 7,6 (7,5 per i turisti italiani, 7,7 per gli stranieri) e gli elementi che soddisfano di più sono l'attenzione alla sostenibilità ambientale, la raggiungibilità delle destinazioni, l'accoglienza ed i servizi offerti nei porti turistici, i servizi, la professionalità, l'accessibilità e la qualità delle strutture di alloggio.

Da potenziare la diffusione di connessioni wi fi gratuite sul territorio (che riceve la votazione più bassa, 6,9). Confrontando i dati 2016 a quelli 2015 si nota un generale incremento nella soddisfazione, pari a + 0,3 punti complessivi (da un voto di 7,3 a uno di 7,6), di cui + 0,2 nel territorio/destinazione e + 0,1 nelle strutture di alloggio e altrettanto nelle strutture di ristorazione. Gli incrementi maggiori si registrano per la "facilità di raggiungere la destinazione", che occupa il primo posto assieme all'attenzione alla sostenibilità ambientale e all'accoglienza nei porti turistici (tutti con 7,6 di voto medio).

Considerando anche quali aspetti della vacanza i turisti considerano più importanti, si vede che tra il 2015 e il 2016 aumenta il peso assegnato all'accessibilità del territorio e delle strutture e rimane elevata l'attenzione all'offerta enogastronomica del territorio. Con riferimento a quest'ultima, i giudizi medi sul soggiorno espressi dai turisti sulle loro vacanze in Liguria nel 2015, indicano la necessità di ulteriore valorizzazione della qualità delle produzioni locali, insieme alla necessità di porre una maggiore attenzione alla sostenibilità ambientale da parte delle strutture di alloggio e di tutto il comparto della ristorazione.

Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Liguria

La consistenza degli esercizi ricettivi liguri raggiunge, al 2016, le 4.458 unità, con una variazione percentuale positiva pari a +2,9% rispetto all'anno precedente e questo dato si costruisce in relazione alla chiusura di 41 strutture alberghiere⁵ e alla contestuale apertura di 165 nuove strutture extra alberghiere. Considerando anche il dato del passaggio tra il 2014 e il 2015, prosegue quindi la leggera riduzione del peso percentuale delle strutture alberghiere sul totale degli esercizi ricettivi liguri (29,9% vs. il 31,7% del 2015). Fermandosi a 151.270 unità, i posti letto complessivi risultano leggermente ridotti rispetto al 2015 (-590 unità) e anche questa contrazione è dovuta alla componente alberghiera che perde 1.133 posti letto, a fronte di una crescita di 543 unità dei letti extra alberghieri¹⁶.

La filiera del turismo ligure, oltre alle strutture di alloggio e ricettività, coinvolge la ristorazione, l'enogastronomia, lo shopping di prodotti manifatturieri, altro shopping, cultura e divertimenti, i trasporti locali. In particolare, è possibile ricostruire suddetta filiera in base alla ripartizione del Prodotto Interno Lordo generato dal turismo in Liguria, tra le varie attività coinvolte¹⁷:

- Industria dell'ospitalità ricettiva e della ristorazione nel 2016 ha contribuito al 39,8% del turismo nella regione;
- le attività immobiliari (affitti e attività di intermediazione immobiliare) pesano per il 15,5%;
- le attività amministrative ed i servizi di supporto incidono per il 7%;
- il trasporto e il magazzinaggio pari al 6,3% del totale;
- il commercio per il 6,2%;
- le attività artistiche, di intrattenimento e divertimento per il 4,6% (174 milioni di euro), gli altri servizi per il 4,4%, le attività professionali, scientifiche e tecniche per il 3,9%.

Dall'analisi delle politiche e dei programmi operativi è emersa una dotazione infrastrutturale della Liguria abbastanza buona, con un sistema portuale molto sviluppato, a fronte comunque di problemi di accessibilità che permangono, anche se nel tempo sono stati in gran parte compensati dalla presenza di servizi di trasporto pubblico efficienti. Infatti, nel 2016 anche la valutazione complessiva dei turisti

¹⁶ Si veda nota n°14

¹⁷ Si veda nota n°15

sull'accessibilità al territorio è migliorata e questo rappresenta un risultato importante perché tale criterio è fra i prioritari nella valutazione della soddisfazione del turista; inoltre, nello stesso anno, la "facilità di raggiungimento" è stata indicata fra le prime dieci motivazioni del soggiorno.

I tematismi scelti dalla regione per l'offerta turistica corrispondono sostanzialmente alle motivazioni indicate dai turisti che hanno preferito la Liguria, oltre che per il mare (che rimane comunque la motivazione principale, in quanto attira il 78,9% dei vacanzieri), per l'offerta culturale, enogastronomica e naturalistica (in ordine, le località più visitate sono state i centri storici delle città più grandi, i parchi naturali, i siti archeologici, le aree marine protette, castelli e cattedrali) e la possibilità di praticare attività sportive, fare escursioni e gite in barca¹⁸.

Infatti, "**Mare, sapori, vacanza attiva e cultura**" sono i prodotti sui quali la Liguria basa le azioni e le strategie per lo sviluppo in chiave turistica della regione¹⁹. Sebbene la riviera sia ancora il traino del turismo in Liguria, il turista che sceglie il mare è anche attratto dalle ricchezze naturali e culturali della regione e durante il soggiorno vuole fruire di una vacanza attiva, in località ricche di eventi e di tradizioni enogastronomiche di eccellenza ed alla ricerca di qualità soprattutto sulla ristorazione. Si evidenzia, inoltre, che le città e i loro centri storici attirano in via esclusiva oltre il 16% dei turisti e quasi il 5% sceglie le possibilità di turismo verde nell'entroterra ligure²⁰.

Capitale umano

La produzione che viene attivata dalla spesa turistica in Liguria ha richiesto l'impiego di 116.000 unità di lavoro (ULA) nel 2016, di queste il 65% sono impiegate nelle imprese liguri (75.000 ULA) ed il 35% nel resto d'Italia (41.000 ULA). Rispetto al 2015 aumentano del +15,3% le ULA impiegate nelle imprese liguri mentre diminuiscono quelle nelle altre imprese italiane (-10,5%).

Considerando la sola regione Liguria, le 75.000 unità di lavoro impiegate nel 2016 per la produzione dei beni e servizi acquistati dai turisti corrispondono all'11,7% delle unità di lavoro impiegate complessivamente dalle imprese attive nella regione, quota più elevata di quella del PIL turistico (8% del PIL regionale), a conferma della connotazione del turismo come un settore produttivo ad alta intensità di lavoro. D

elle 75 mila unità di lavoro impiegate nella regione il 62,7% è composto da lavoratori dipendenti (47 mila ULA) ed il 37,3% da lavoratori autonomi (28 mila ULA). I settori produttivi legati al PIL turistico che impiegano maggiormente risorse umane sono il ricettivo e ristorativo (50,3% delle ULA impiegate in Liguria), seguiti a distanza dalle altre attività di servizi (12%), dalle attività amministrative e servizi di supporto (10,5%), dal commercio (6,8%), dalle attività artistiche, di intrattenimento e divertimento (4,8%), dal trasporto e magazzinaggio (3,5%)²¹.

¹⁸ Si veda nota n°14

¹⁹ <http://www.regione.liguria.it/sep-servizi-online/catalogo-servizi-online/sitiregionali/item/1254-turismo-in-liguria.html>

²⁰ Tratto da La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo nella Regione Liguria. Focus sui prodotti principali del territorio, Maggio 2017. Consultabile:

<https://www.regione.liguria.it/component/publiccompetitions/document/9387.html?view=document&id=9387:2016-focus-prodotti-principali-territorio&Itemid=> [Ottobre 2017].

²¹ Si veda nota n°15.

Occupazione attivata dalla spesa turistica per tipologia di alloggio (2016)

Valori in milioni di €

	Liguria			Resto d'Italia		
	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale
Unità di lavoro dipendenti	16.000	31.000	47.000	9.000	17.000	26.000
Unità di lavoro autonome	9.000	19.000	28.000	5.000	10.000	15.000
Totale unità di lavoro	25.000	50.000	75.000	14.000	27.000	41.000

Tabella 1: Occupazione e spesa turistica. Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Regione Liguria – Unioncamere Liguria, 2017

Gli addetti al turismo nel 2015 hanno ricevuto una buona valutazione da parte dei turisti, soprattutto stranieri, che hanno apprezzato la professionalità del personale delle strutture di alloggio, intesa in particolare come conoscenza delle lingue e capacità di problem solving, e la qualità dell'accoglienza delle stesse strutture²². Tuttavia, si evidenzia come tra lavoratori del settore turistico in Liguria è decisamente cospicua la quota di precari e/o di figure professionali non sufficientemente strutturate; si delinea quindi un panorama decisamente produttivo in termini di opportunità di impiego, ma scarsamente garantito in termini di "cultura del lavoro", con ricadute variabili rispetto alla qualità dei servizi offerti e alla definizione delle "identità professionali" delle persone coinvolte nei propri processi produttivi²³. Per quanto riguarda, invece, il rapporto con la popolazione locale, la cortesia e l'ospitalità della gente, sebbene registrino una valutazione discreta, sono stati classificati fra gli ultimi posti del giudizio di gradimento espresso dai turisti relativamente all'anno 2015.

²² Si veda nota n°14.

²³ Tratto da Le figure professionali del turismo sul mercato del lavoro ligure nel biennio 2009-2010, Giugno 2011. Consultabile: <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/osservatorio-turistico-regionale/le-nostre-analisi/altri-studi-e-ricerche-sul-turismo-in-liguria/indagine-sulle-figure-professionali-del-turismo/document/4828.html?view=document&id=4828:studi-ricerche-turismo-indagine-fig-prof&Itemid=> [Ottobre 2017]

Sardegna

Di seguito si riporta la sintesi dell'analisi dei Programmi Operativi e delle politiche regionali.

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
PO INTERREG MARITTIMO (analisi e dati al 2012)	Sostegno alla partecipazione degli stakeholder alle politiche di conservazione della natura, finalizzate ad una maggiore fruizione sostenibile - soprattutto in chiave turistica - e condivisione delle iniziative di gestione e tutela attiva Valorizzazione del capitale culturale attraverso la creazione di una grande itinerario transfrontaliero del patrimonio culturale			Elevata vulnerabilità ambientale ai cambiamenti climatici, con effetti diretti sul turismo, molto legato alla stagionalità Eccessiva pressione ambientale esercitata dal turismo di massa -Necessità di un maggiore supporto a forme di turismo green			Tenuta del turismo internazionale, nonostante la crisi, ma forte calo della componente italiana
POR FESR	La strategia turistica sarà orientata al perseguimento dei seguenti obiettivi: (i) migliorare la fruizione e gestione integrata degli attrattori ambientali in connessione con gli attrattori culturali e i servizi turistici per l'incremento dell'attrattività territoriale; (ii) aumentare i flussi "qualificati di visitatori"; (iii) consolidare i flussi turistici nei mesi estivi e incrementarli nei mesi non	Due macro aree di rilevanza strategica (combinazione di risorse naturali, culturali materiali e immateriali, servizi e facilities) sperimentali: -il territorio dei Comuni del Parco Regionale di Tepilora e del sito della Rete Natura 2000 del Supramonte di Oliena, Orgosolo e Urzulei – Su Sercone, nonché i territori dei comuni ad essi limitrofi; -il territorio dei comuni dell'Area Marina Protetta Penisola del Sinis-Isola del Mal di Ventre, nonché i territori dei comuni ad essi limitrofi.					Si registrano problemi sia dal lato della domanda, che mostra uno squilibrio temporale, con una concentrazione di presenze turistiche nei mesi tra giugno e settembre (circa l'83%) e un picco massimo nel mese di agosto, sia da quello dell'offerta, che evidenzia una capacità ricettiva in massima

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	estivi, in termini di arrivi e presenze.						parte localizzata lungo la fascia costiera e una inadeguata consistenza e funzionalità degli esercizi ricettivi in termini di standard e comfort offerti in bassa stagione. Inoltre, risulta insufficiente l'offerta di servizi al turista in prossimità degli attrattori culturali e turistici, al pari della promozione dei luoghi del turismo attivo o naturalistico, del turismo culturale, dei siti identitari e dei beni culturali.
	Soluzioni tecnologiche per l'alfabetizzazione e l'inclusione digitale ... per stimolare la diffusione e l'utilizzo del web, dei servizi pubblici digitali, dei dati e delle informazioni (es sul turismo) e degli strumenti di dialogo per la partecipazione civica in rete						
	Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese operanti nell'industria, turismo, nel commercio, nella cultura e nel terziario, sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di micro-finanza						
	Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio anche attraverso						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici						
	Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica e organizzativa.						
	Interventi per la tutela e la valorizzazione di aree di attrazione naturale di rilevanza strategica (aree protette in ambito terrestre e marino, paesaggi tutelati) tali da consolidare e promuovere processi di sviluppo.						
	Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo						
	Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche						
POR FSE	Misure di politica attiva con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita (ad esempio sviluppo dell'offerta turistica sostenibile)						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	Misure di politica attiva con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita (ad esempio nell'ambito della valorizzazione del patrimonio culturale)						
POR FEASR	Eliminare del tutto il digital divide nelle zone rurali e favorire l'utilizzo delle TIC						
	Rafforzare la conoscenza, la diversificazione delle attività e lo sviluppo di piccole imprese nelle zone rurali con particolare riferimento allo sviluppo di mercati legati ai flussi turistici e la valorizzazione multifunzionale delle risorse agricole e forestali						
	Favorire il cambiamento e l'innovazione per l'occupazione e l'inclusione sociale nello specifico per la creazione di micro e piccole imprese innovative, soprattutto giovani						
	Favorire il cambiamento e l'innovazione per l'occupazione e l'inclusione sociale						
	Promuovere strategie integrate e partecipate di sviluppo locale						
PO FEAMP	Sostegno ad attività di diversificazione del reddito (esempio: ittiturismo, pescaturismo, ecc.) sia per la pesca in mare, sia per la pesca in acque interne						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	Promuovere la qualità e il valore aggiunto delle produzioni ittiche, attraverso la tracciabilità, la certificazione, la commercializzazione e le campagne di comunicazione e promozione dei settori di pesca e acquacoltura (esempi: degustazione prodotti ittici, percorsi di gusto, corsi di cucina con degustazione, attività ludico - didattiche creative, piattaforme web, indagini e ricerche di mercato, fiere e manifestazioni)						
PRS 2014-2020	Avviare un percorso strutturato di condivisione delle reali potenzialità della Sardegna, rafforzando la componente immateriale del prodotto economico territoriale a vocazione turistica valorizzando la forte identità che integra i fattori di coesione culturale e spirituale, gli stili di vita e le tradizioni. Nel contempo il progetto prevede lo sviluppo del settore inteso quale servizio ed infrastruttura economica direttamente connessa agli altri settori produttivi isolani, in particolare il manifatturiero di qualità, i servizi avanzati e l'agroalimentare: -Politiche di marchio, posizionamento dell'immagine e comunicazione; -Governance del sistema di offerta del prodotto turistico Sardegna;	Alta attrattività ambientale e paesaggistica, grazie anche a un patrimonio costiero unico, a cui possono essere ricollegati il settore turistico e per effetto moltiplicativo quello alimentare e dei prodotti tipici.				Il sistema possiede le competenze distintive necessarie per confrontarsi con successo sul mercato nazionale e internazionale, seguendo un percorso che crea sinergia tra i portatori d'interesse e prevede la stretta collaborazione tra gli operatori economici del turismo, dei servizi, delle produzioni agroalimentari, dell'artigianato e del commercio.	

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	-Riorganizzazione del sistema di informazione e accoglienza; -Nuovi tematismi per la destagionalizzazione; -Nuovi mercati turistici; -Consolidamento del marino balneare: la ricettività, il diporto; -Osservatorio Economico Turistico; -Rafforzamento del settore turistico e gli altri comparti economici (artigianato e altre produzioni artistiche locali).						

Il settore turistico in **Sardegna** è in forte espansione dal 2014 con una buona crescita dei flussi di passeggeri e di merci nei porti e negli aeroporti regionali. Rispetto al 2014 gli arrivi e le presenze nelle strutture ricettive sarde sono aumentati di circa il 9%; per i pernottamenti, in particolare, sono cresciuti sia quelli delle strutture alberghiere (+8,8%) sia quelli degli esercizi complementari (+9,9%). Si evidenzia come, sebbene dal 2003 al 2015 gli arrivi siano cresciuti ad un ritmo superiore a quello nazionale, nei singoli anni l'andamento sia stato molto variabile: notevoli flessioni si sono avute nel 2005 e tra il 2010 e il 2012, in controtendenza ai corrispondenti dati a livello nazionale per quegli anni.

La crescita dei turisti stranieri è stata molto accentuata negli ultimi anni, ma nell'ultimo anno in analisi, il 2015, la media è stata inferiore a quella nazionale. Tuttavia, la disaggregazione della domanda turistica tra residenti e non residenti mostra un peso sempre maggiore della domanda estera, che mostra anche un buon andamento della spesa.

Osservando la spesa dei turisti stranieri per le varie province sarde, si nota come Carbonia Iglesias, Medio Campidano, Ogliastra e Oristano abbiano dei valori molto bassi mentre Cagliari, Sassari e Olbia Tempio hanno rappresentato da sole, per l'anno 2015, l'80% della spesa straniera complessiva. Nel complesso, i turisti che visitano la Sardegna preferiscono gli esercizi alberghieri agli esercizi complementari e ciò vale sia per i residenti sia per i non residenti. Analizzando gli arrivi del 2015, infatti, oltre 1 milione di turisti italiani e 883.697 turisti stranieri hanno alloggiato in esercizi alberghieri, mentre solo 333.456 turisti italiani e 325.027 turisti stranieri hanno preferito gli esercizi complementari.

Dal 2004 al 2015 la permanenza media in Sardegna è scesa da 5,3 a 4,7 notti; nello stesso periodo in Italia è diminuita da 4 a 3,5 notti. Si osserva come fino al 2008 la situazione era piuttosto stabile in entrambe le aree di interesse; il calo è iniziato nel 2009, per poi accentuarsi nel 2013 e nel 2014; nel 2015 invece la situazione è rimasta stabile. La permanenza media risulta comunque più elevata in Sardegna che in Italia. In tutti gli anni esaminati, infatti, i valori registrati nell'isola sono superiori a quelli nazionali.

Per quanto riguarda la stagionalità, complessivamente la Sardegna presenta una concentrazione di turisti nei mesi estivi decisamente superiore all'Italia. Gli arrivi sono pochi nei mesi che vanno da novembre a marzo, dove prevalgono nettamente i turisti italiani rispetto agli stranieri, ed iniziano ad aumentare da aprile in poi. La maggior parte degli arrivi è concentrata nel periodo maggio-settembre dove nel 2015 si è raggiunto l'81,3% delle presenze di tutto l'anno; in Italia nello stesso periodo si è avuto il 60,4% della clientela totale.

Guardando ad alcuni anni precedenti si nota per la Sardegna una **costante crescita della concentrazione di turisti nel periodo estivo**. Le presenze della clientela residente si concentrano prevalentemente nei mesi di giugno, luglio e agosto, con quest'ultimo che rappresenta il periodo di picco in tutti gli anni considerati, sia in Sardegna sia in Italia. Per quanto riguarda i turisti non residenti invece la situazione è più variabile.

Nel 2015 i turisti non residenti hanno scelto per lo più i mesi di luglio (235.432 arrivi), agosto (225.338), e settembre (225.555) per le loro vacanze in Sardegna. Ed è stato ancora luglio il mese con il maggior numero di presenze (1.344.516). In tale anno si registrano differenze più marcate tra le due componenti della domanda nei periodi maggio/giugno e settembre/ottobre, dove le presenze di stranieri superano quelle dei residenti.

²⁴ Tratto da Il turismo in Sardegna, caratteristiche del settore. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Ottobre 2016. Consultabile: <https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/Dati-Turismo-Sardegna.pdf> [Novembre 2017].

In Sardegna la maggior parte dei viaggi avviene per vacanza. Nell'ultimo anno considerato, infatti, tali viaggi sono circa il 3,9% del totale nazionale contro una percentuale di 2,2% dei viaggi di lavoro. Dal 2004 il peso dei viaggi per vacanza è leggermente diminuito sul totale nazionale: il numero di viaggi è passato dal 6,5% al 6% e le notti trascorse in viaggio sono diminuite dal 7,7% al 5,6%. Il numero di viaggi di lavoro invece si è mantenuto stabile, ammontando al 2,2% del totale nazionale sia nel 2004 e sia nell'ultimo anno considerato. Il numero delle notti trascorse per viaggi di lavoro è invece cresciuto dal 2,6% al 3,7% del totale nazionale. Infine è diminuita anche l'incidenza dei viaggi per vacanza breve, con il numero dei viaggi sceso dal 2,3% all'1,8% ed il numero delle notti in flessione dal 2,3% al 2% del totale nazionale.

Nel 2015, con 288.860 arrivi e 1.559.875 presenze **la Germania rappresenta di gran lunga il maggior fruitore estero del turismo sardo**. La Germania era la principale provenienza di turisti stranieri anche nel 2004. Gli altri principali paesi di provenienza sono Francia, Svizzera, Regno Unito e Spagna sia nel 2015 sia nel 2004. Tutti i paesi mostrano variazioni positive notevoli in termini sia di arrivi sia di presenze. Dalla Spagna ad esempio crescono del 163% gli arrivi e del 203% le presenze. Risultano in forte crescita anche gli arrivi e le presenze di turisti russi (rispettivamente +199,5% e +176,4%), polacchi (+561,7% e +623,7%) e del Nord Europa (Norvegia, Svezia e Danimarca). Altri paesi con rilevanti incrementi di arrivi nel periodo 2004-2015 sono la Slovacchia (+1104,7%) e la Cina (+427%), seguiti da Brasile, Argentina, Israele, e Turchia (tutti con aumenti superiori al 200%) e da Australia, Slovenia ed Egitto (dove si registrano incrementi superiori al 100%). In termini assoluti hanno raggiunto discreti volumi nel 2015 gli arrivi da Slovacchia, Slovenia e Australia, mentre, nonostante il forte tasso di crescita, appaiono ancora bassi i flussi di turisti provenienti da Egitto Turchia e Cina.

I turisti stranieri sembrano essere più orientati a soggiornare in strutture alberghiere di lusso, intese come alberghi con 4 e 5 stelle, rispetto ai turisti italiani. Nel 2015, infatti, circa il 49,4% degli stranieri ha optato per strutture alberghiere di lusso; la percentuale di turisti italiani è stata invece del 45,7%.

In generale va comunque evidenziato che la percentuale di turisti che sceglie strutture di lusso in Sardegna, a prescindere dalla provenienza, è piuttosto elevata.

Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Sardegna

L'attrattività di un territorio si misura sull'appetibilità e la dotazione di risorse naturali e culturali, ma anche dalla percezione della sua accessibilità nel momento della scelta della vacanza e questo secondo aspetto è ancor più rilevante per un'isola come la Sardegna. Pertanto, un'adeguata dotazione strutturale, delle infrastrutture di trasporto e dei servizi connessi risulta ancor più fondamentale per migliorare la competitività internazionale e l'ulteriore sviluppo del sistema turistico sardo²⁵.

Per quanto riguarda le strutture turistiche, nel 2015 in Sardegna si contavano **4.648 esercizi ricettivi, con 212.220 posti letto**. Per entrambe le variabili il trend è decisamente positivo, sia nel breve e sia nel lungo periodo. I tassi di crescita rispetto al 2004 sono notevolmente superiori e, confrontati con quelli registrati a livello nazionale, testimoniano la forte crescita del turismo sardo: in Sardegna il numero di esercizi è aumentato del 168,5% ed i posti letto sono cresciuti del 27,3% circa; in Italia il numero di esercizi è salito del 46,4% ed i posti letto del 16%. La composizione dell'offerta turistica della Sardegna ha privilegiato gli esercizi alberghieri rispetto agli esercizi ricettivi complementari, puntando molto su strutture di lusso, cioè

²⁵ Tratto da Il turismo in Sardegna, Infrastrutture per il turismo. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Ottobre 2016. Consultabile: <https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/Infrastrutture-per-il-turismo.pdf> [Novembre 2017]

di 4 e 5 stelle. Sebbene, la percentuale delle strutture alberghiere di lusso è aumentata costantemente nel periodo considerato, sia in Sardegna sia in Italia, la crescita è stata però decisamente maggiore in Sardegna dove gli esercizi alberghieri di lusso sono passati dal 20,4% del 2004 al 31,7% del 2015. In Italia, negli stessi anni, si sono registrate percentuali notevolmente inferiori e pari a 10,9% e 18,2%. Il divario appare ancora più marcato se si considerano i posti letto, con la Sardegna che è passata dal 39,9% al 56,5%, mentre l'Italia dal 25,8% al 36,7%.

Tra gli esercizi ricettivi **complementari** hanno una buona rilevanza in Sardegna i campeggi e i villaggi turistici, gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale e i bed and breakfast. Tutte queste tipologie di strutture ricettive mostrano un trend costante di crescita negli anni considerati ed hanno raggiunto nel 2015, tranne che per il segmento "Agriturismo", il valore assoluto maggiore in termini di numero di esercizi.

Rispetto al 2004 c'è stata, comunque, una buona crescita del numero di agriturismi attestandosi nel 2015 a 596 unità. Non sembrano invece avere ampia diffusione gli ostelli della gioventù, appena 13 nel 2015 e sostanzialmente stabili rispetto al 2004, né le case per ferie che, sebbene in crescita nel periodo in esame, nel 2015 sono appena 21 in tutta la regione. Analizzando la distribuzione provinciale delle tipologie di strutture ricettive si rileva come, nel 2015, la provincia con il maggior numero di esercizi ricettivi e di posti letto è stata Olbia Tempio, seguita da Cagliari e da Sassari. Ad Olbia Tempio si nota la forte incidenza degli esercizi alberghieri sul totale (29%), caratteristica che riguarda anche la provincia di Ogliastra. A Oristano, Cagliari e Sassari, invece, prevalgono gli esercizi extra-alberghieri, con percentuali rispettivamente dell'88,8%, del 2,2% e dell'87,6%. Infine, il settore turistico appare poco sviluppato nelle province di Carbonia Iglesias e di Medio Campidano dove si contano solo 276 e 131 esercizi ricettivi²⁶.

Nel caso della Sardegna le principali le **infrastrutture di accesso** all'isola per il turismo internazionale, nazionale e locale sono rappresentate dalla modalità marittima e aerea.

Riguardo al turismo marittimo in premessa va evidenziato che uno degli ambiti più interessanti di sviluppo è il settore delle **crociere** che sta conoscendo una crescita importante negli ultimi anni. Tale settore impone un'adeguata dotazione di infrastrutture portuali, in considerazione anche del gigantismo delle nuove navi da crociera. In base ad uno studio CLIA, l'economia italiana è quella che, in Europa, trae maggiore beneficio dal settore crocieristico con oltre 4,5 mld€ in termini di impatto diretto nel 2015.

Anche per la Sardegna il turismo che viaggia su navi da crociera sta assumendo un peso sempre più significativo così come interessanti sono le potenzialità, in particolare nel segmento luxury. Infatti, nel contesto italiano che vede la crescita consolidata del turismo crocieristico, giunto nel 2015 a 10,8 milioni di passeggeri, la città di Cagliari è diventata nel tempo una tappa importante sfruttando la sua posizione al centro del Mediterraneo, prima come scalo tecnico di poche ore e poi come scalo di sosta per le navi. Il traffico passeggeri è cresciuto proprio grazie agli investimenti destinati al turismo crocieristico, attraverso progetti di riqualificazione del porto che hanno contribuito a consolidare la classificazione di "home port" (porto di origine per la partenza delle navi da crociera) per alcune compagnie presenti a Cagliari.

Questa classificazione per lo scalo sardo ha un rilevante significato economico poichè l'home port garantisce una spesa media giornaliera dei crocieristi di 170 euro, che corrisponde ad una spesa pro capite pari a 175,3 euro²⁷. Nel caso di Cagliari, inoltre, vi sono vantaggi aggiuntivi poichè far partire una nave crociera vuol dire fare arrivare i turisti in città almeno una sera prima della partenza e quindi un utilizzo maggiore dei servizi a terra con un impatto importante sull'economia locale.

A contribuire allo sviluppo turistico del porto è la sua posizione strategica all'interno della città e rispetto al centro storico, inoltre la vicinanza alle infrastrutture viarie, alla stazione ferroviaria e all'Aeroporto di Elmas favorisce lo spostamento veloce dei turisti all'interno della Regione. Un altro aspetto particolarmente positivo del turismo crocieristico del capoluogo sardo è la destagionalizzazione: soltanto il 42,3% dei

²⁶ Si veda nota n° 24.

²⁷ Dosi C., Musu I., Rizzi D., Zannette M. 2013, Impatto economico della crocieristica a Venezia.

passaggeri è concentrato nei mesi estivi; ciò significa che l'impatto di questo segmento turistico si estende lungo tutto l'anno. Anche il porto di Olbia è un principale scalo crocieristico destinato ad accogliere grandi navi, sfruttando la profondità dei fondali, e nel 2012 è stato designato home port da Costa Crociere.

Gli altri due scali del Nord Sardegna, Golfo Aranci e Porto Torres, ospitano principalmente alcune compagnie crocieristiche specializzate nel turismo di lusso. Pertanto, la Sardegna conferma le sue potenzialità nell'industria crocieristica e la Gallura sfonda nel mercato del lusso delle grandi navi. Per quanto riguarda la nautica da diporto, un business molto interessante per il notevole impatto sull'economia e l'occupazione, la Sardegna vanta 31 porti turistici con 17.105 posti barca offrendo da un lato, una densità sensibilmente inferiore alla media nazionale con 9,2 posti barca/Km di costa (dato Italia = 19,4), e dall'altro, un numero di punti di attracco notevolmente superiore a quello delle unità da diporto iscritte.

Dato, quest'ultimo, che mette in luce un assetto infrastrutturale destinato a soddisfare l'elevata domanda di posti barca per le imbarcazioni turistiche provenienti nei mesi estivi dall'Estero o da altre Regioni. Un ulteriore aspetto da evidenziare concerne i 334 posti barca oltre i 24 m che offre la Sardegna, il 10% dell'Italia.

Questo segmento di offerta è molto importante perché la spesa di queste unità, nelle acque italiane, è stata valutata in 209 mln€ (stima basata su un campione di 1.200 unità in transito, per una permanenza media di 3,8 giorni e con una spesa media giornaliera di 8.900 €). Accanto al sistema della portualità, e sempre nel quadro della evidente interconnessione tra livelli/qualità della dotazione infrastrutturale e sviluppo potenziale del turismo, gli aeroporti rappresentano oggi un asset strategico per lo sviluppo dell'offerta turistica nazionale e della Sardegna.

Riguardo al trasporto **aereo**, la rapida e considerevole espansione che negli ultimi anni ha avuto in Europa e anche in Sardegna il settore low cost ha modificato in maniera determinante le abitudini dei viaggiatori e contribuito a creare nuova domanda e nuovi comportamenti nella fruizione turistica. Per quanto riguarda la Sardegna, basti pensare che si è passati da 1 milione di passeggeri su vettori low cost del 2006 (su un totale di 5,3 milioni) ai 4,1 milioni del 2015 (su un totale di 7,6 milioni) favorendo il grado di internazionalizzazione della regione²⁸.

Il **tematismo** prioritario del turismo sardo è sicuramente quello balneare, in quanto è tra le destinazioni aeree più richieste della domanda prettamente balneare, che si concentra esclusivamente nei mesi estivi. Tuttavia, la Sardegna è un territorio dalla forte base culturale, dal grande pregio naturalistico e ambientale, con una bassa pressione antropica e una prevalenza di attività economiche sostenibili. L'isola, pertanto, presenta tutte le potenzialità necessarie allo sviluppo di altre forme di turismo, potendo contare su:

- una diffusa base ricettiva, sebbene sia attualmente a supporto della domanda turistico balneare, quindi concentrata nei mesi estivi;
- un considerevole patrimonio culturale costituito da musei e siti di cui alcuni esprimono unicità, altri sono delle testimonianze distintive, altri ancora rappresentano configurazioni architettoniche originali;
- un ampio capitale naturale rappresentato dal paesaggio: nella regione si trovano i Parchi Nazionali de La Maddalena e de L'Asinara, 11 Parchi Regionali, 5 Aree Marine protette, 26 monumenti naturali, 1 sito patrimonio dell'UNESCO, diverse aree di Rilevante Interesse Naturalistico e Ambientale, Oasi di Protezione Faunistica.

²⁸ Si veda nota n°25.

Tematismi	Caratteristiche attrattive della Sardegna						
	Mare	Ambiente	Cultura	Identità	Socialità	Stile di vita	Accoglienza
Turismo enogastronomico	X	X	X	X	X	X	X
Turismo archeologico		X	X	X			
Cineturismo	X	X	X	X			
Turismo degli eventi sportivi	X	X			X		X
Turismo degli eventi culturali			X	X	X	X	X
Turismo congressuale		X	X	X			X
Cicloturismo	X	X	X		X		X
Turismo del golf	X	X				X	X
Crocierismo	X	X	X		X	X	X
Minicrocierismo	X	X	X		X	X	X
Turismo wellness	X	X	X		X	X	
Turismo residenziale	X	X	X	X	X	X	X

Tabella 2: Matrice tematismi-caratteristiche attrattive della Sardegna. Fonte: SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, 2016

Date le ricchezze, la posizione, le caratteristiche della Sardegna, sarebbe possibile elaborare dei nuovi prodotti turistici in grado di destagionalizzare i flussi anche alla luce dei nuovi target da studiare per progettare un'offerta adatta. Tra quelli più significativi si possono individuare:

- i “Golden Oldies”, ossia gli over 65 che entro il 2030 saranno 1 miliardo, che considerano l'età della pensione come un'ottima occasione per viaggiare e per i quali è importante che accessibilità e servizi siano adeguati ai loro bisogni;
- turisti che cercano vacanze “bleisure”, ossia mix tra viaggio d'affari e vacanze;
- turisti che aspirano ad una vacanza culturale, che non è più solo conoscenza del patrimonio del passato, ma anche possibilità di fare esperienza ed imparare nuove cose legate in particolare alla tradizione locale;
- turisti che desiderano vacanze attive con la possibilità di praticare discipline sportive e competizioni;
- i turisti “stop and go”, che preferiscono diluire le vacanze lungo tutto l'arco dell'anno prendendosi delle pause nei mesi lavorativi e/o facendo qualche week-end lungo (venerdì-domenica). Sono turisti che prediligono l'affitto di case-vacanza (prenotando su siti tipo Airbnb) e che si affidano molto ai giudizi dei social network sia per la scelta delle località che per la scelta degli alloggi.

I tematismi turistici sopra esposti oltre ad essere in grado di legarsi alle varie caratteristiche attrattive peculiari della Sardegna capaci di destagionalizzare il turismo, riescono a consolidare in modo ancora più saldo il segmento balneare²⁹. L'ampliamento e la diversificazione dell'offerta turistica, inoltre, possono favorire il rafforzamento dei flussi turistici internazionali, i processi di destagionalizzazione e delocalizzazione, l'attivazione di sinergie di filiera con altri settori. Un binomio sicuramente vincente potrebbe essere quello tra Turismo ed Agroalimentare, dato che la regione si caratterizza per diverse produzioni di qualità³⁰.

²⁹ Tratto da Il turismo in Sardegna, Quali tematismi per un turismo destagionalizzato. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Ottobre 2016. Consultabile: <https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/Tematismi.pdf> [Novembre 2017]

³⁰ Tratto da Il turismo in Sardegna: le opportunità di crescita del sistema. Come costruire un turismo stabile tutto l'anno. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Ottobre 2016. Consultabile: https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/TUR_sardegna.pdf [Novembre 2017]

Capitale umano

La performance positiva registrata dalla Sardegna negli ultimi anni si deve all'elevata soddisfazione del turista ovvero alla buona percezione soggettiva di come è stato un viaggio o una vacanza, che posiziona l'isola al primo posto nella classifica nazionale.

La Sardegna è giudicata in modo estremamente positivo da quote consistenti di visitatori in tutti gli aspetti: il giudizio positivo è rivolto soprattutto agli aspetti connessi al capitale umano e, quindi, all'accoglienza e alla cortesia degli abitanti, nonché alla sicurezza dei turisti, oltre che agli elementi di maggior attrattività, quali pasti e cucina, paesaggio e ambiente naturale, alberghi, città e opere d'arte³¹.

Di fatto, quasi il 90% dei turisti intervistati dall'Osservatorio economico della Sardegna che nel 2007 avevano trascorso le proprie vacanze sull'isola si è dichiarato soddisfatto (dal piuttosto al pienamente) della cordialità degli operatori e, in generale, della popolazione locale³².

Dall'indagine svolta tra gli operatori sardi del turismo, nel 2016, da SRM per rilevare il loro sentiment sui trend del futuro sono emerse anche alcune tematiche di sviluppo relative al fattore umano. In particolare, secondo gli addetti del settore, risorse e competenze su cui dovrà puntare maggiormente il sistema turistico sardo nei prossimi anni sono riconducibili a:

- valorizzare l'esperienza e la motivazione che accomuna il settore nell'intera isola, rafforzando l'unicità dell'offerta turistica;
- potenziare e mettere a sistema gli aspetti di sicurezza che sembrano caratterizzare tutto il territorio italiano rispetto al fenomeno del terrorismo come ulteriore elemento di attrattività;
- migliorare la professionalità degli addetti all'industria del turismo, dalla ricettività alla ristorazione, attraverso anche la diffusione nel settore di una maggiore cultura manageriale, che sappia coniugare l'esperienza e le tradizioni dell'isola con i nuovi strumenti di marketing turistico necessari per vincere la sfida della concorrenza globale delle destinazioni³³.

³¹ Si veda nota n°30.

³² Tratto da Vacanze in Sardegna: il comportamento dei turisti, il gradimento della vacanza, la spesa. Risultati di un'indagine campionaria. Osservatorio Economico della Sardegna, 2008. Consultabile:

http://www.sardegna statistiche.it/documenti/12_103_20090219153505.pdf [Novembre 2017]

³³ Si veda nota n°30.

Di seguito si riporta la sintesi dell'analisi dei Programmi Operativi e delle politiche regionali.

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
PO INTERREG MARITTIMO (analisi e dati al 2012)	Sostegno alla partecipazione degli stakeholder alle politiche di conservazione della natura, finalizzate ad una maggiore fruizione sostenibile - soprattutto in chiave turistica - e condivisione delle iniziative di gestione e tutela attiva Valorizzazione del capitale culturale attraverso la creazione di una grande itinerario transfrontaliero del patrimonio culturale			Elevata vulnerabilità ambientale ai cambiamenti climatici, con effetti diretti sul turismo, molto legato alla stagionalità Eccessiva pressione ambientale esercitata dal turismo di massa -Necessità di un maggiore supporto a forme di turismo green		Maggiore necessità di lavoro specializzato sia per il turismo costiero, sia per il turismo green	Tenuta del turismo internazionale, nonostante la crisi
POR FESR	Sostegno ai processi di innovazione nelle MPMI settori turismo-commercio-cultura: aiuti agli investimenti per l'innovazione	Patrimonio ambientale, culturale e territoriale di eccezionale rilievo che costituisce una fonte primaria di sviluppo, attrazione e valorizzazione della Toscana			Necessità di investimenti per rinnovare la ricettività a fronte di tassi di occupazione delle strutture insufficienti a garantire la remuneratività dell'investimento		Domanda internazionale in crescita e capacità dell'offerta turistica dei principali sistemi turistici toscani di attrarre i flussi crescenti dai nuovi mercati emergenti e di mantenere le proprie quote sui mercati Europe

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
	Sviluppo e potenziamento delle infrastrutture per l'integrazione e la pubblicazione dei dati della PA in formato aperto per le imprese del settore IT in modo che abbiano a disposizione risorse e dati per poter sviluppare nuove applicazioni e nuovi servizi in ogni settore d'interesse (turismo, trasporti, ecc.)	Frammentazione del sistema di offerta culturale in realtà museali di piccola dimensione e bassa capacità di attrazione					Debolezza della domanda interna, derivata dalla diminuzione del reddito disponibile delle famiglie italiane
	Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese operanti nell'industria, turismo, nel commercio, nella cultura e nel terziario, sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di micro-finanza						Destinazioni e prodotti turistici maturi, non più rispondenti ai gusti dei consumatori
	Incentivi all'acquisto di servizi di supporto all'internazionalizzazione e alla promozione sui mercati esteri del sistema dell'offerta turistica delle MPMI						
	Aiuti per investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili per la competitività e la crescita delle MPMI mediante interventi di sostegno all'accesso al credito						
	Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
POR FSE	Misure di politica attiva, tra le quali l'apprendistato, incentivi all'assunzione, tirocini e altre misure di integrazione istruzione/formazione/lavoro, azioni di mobilità professionale, con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita (es valorizzazione del patrimonio culturale)						
	Incentivi all'assunzione ed altre misure di politica attiva, tra cui azioni di mobilità professionale, con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita (es valorizzazione del patrimonio culturale)						
	Interventi formativi strettamente collegati alle esigenze di inserimento e reinserimento lavorativo, prioritariamente indirizzati ai target maggiormente sensibili e alle iniziative di formazione specialistica (es valorizzazione del patrimonio culturale e delle attività culturali) e per l'imprenditorialità.						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
POR FEASR	Sostegno per aiutare gli aventi diritto ad avvalersi di servizi di consulenza			L'agricoltura costituisce il motore di un più ampio sistema economico agroalimentare che ha importanti ricadute nel commercio, nella ristorazione, nell'artigianato, nel turismo.			Nel settore agriturismo la Toscana riveste una posizione di leadership a livello nazionale, totalizzando, negli ultimi anni, circa un terzo delle presenze agrituristiche italiane e, solo nel 2010, circa 3 milioni di presenze (65% stranieri). Dal lato dell'offerta opera in Toscana oltre il 20% delle aziende italiane autorizzate all'esercizio dell'agriturismo.
	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole per la creazione e sviluppo di attività extra – agricole	La capacità delle aree rurali di attrarre tante presenze turistiche è determinata dal loro grande pregio naturalistico e paesaggistico, che si aggiunge al patrimonio storico e culturale.					
	Sostegno a investimenti di fruizione pubblica in infrastruttura ricreative, informazioni turistiche e infrastrutture turistiche su piccola scala					Nuove associazioni di produttori, cooperative, Consorzi di tutela, e di altre reti come ad esempio le strade del vino e dei sapori (dell'olio, dei prodotti tipici), il Movimento del Turismo del Vino, Slow Food, ecc. hanno acquisito un ruolo importante nella valorizzazione dei prodotti locali e tipici e del vino e, di	

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
						conseguenza, nella valorizzazione delle zone rurali e nel loro sviluppo economico.	
	Sostegno a studi e investimenti relativi alla manutenzione, al restauro e alla riqualificazione del patrimonio culturale e naturale dei villaggi, del paesaggio rurale e dei siti ad alto valore naturalistico, compresi gli aspetti socioeconomici di tali attività, nonché azioni di sensibilizzazione in materia ambientale						
	Sostegno alla cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune e per condividere strumenti e risorse e per lo sviluppo e/o commercializzazione di servizi turistici						
PO FEAMP	Attivazione dello strumento di sviluppo locale di tipo partecipativo che ha il turismo sostenibile come ambiti di intervento						

	Sintesi sistema territoriale	Capitale culturale materiale	Capitale culturale immateriale	Capitale naturale	Assets e facilities	Capitale umano	Performance
PRS 2016-2020	Progetto "Grandi attori culturali, promozione del sistema delle arti e degli istituti culturali" in sinergia con il progetto "Turismo e commercio" volto a rendere il sistema turistico della Toscana in grado di rispondere ad una domanda sempre più diversificata e personalizzata facendo leva sulle peculiarità che lo caratterizzano (patrimonio culturale e ambientale in primis)						
	Il progetto Turismo e Commercio punta alla valorizzazione delle specificità e delle identità locali, sfruttando anche produzioni artigianali ed enogastronomiche, le realtà rurali e le connessioni del turismo con lo sport. L'approccio al sistema turistico è ripensato in un'ottica di integrazione pubblico/privato, di sviluppo del marketing, anche in chiave territoriale e di promozione di progetti di sviluppo turistico integrato su macro aree, anche di respiro interregionale.						

Negli ultimi anni le performance del settore turistico toscano sono state molto positive e superiori alla media registrata in Italia. Nel 2015 gli arrivi sono aumentati del 3,1%, consolidando il risultato dell'anno precedente (+2,9%), mentre le presenze hanno più che raddoppiato la crescita del 2014.

Nel 2015 si è registrato dunque ad un nuovo record di presenze turistiche in Toscana: **44,8 milioni** in strutture ufficiali, cui devono esserne aggiunte circa 40 milioni stimate da Irpet in alloggi non ufficiali e ulteriori 3,5 milioni in strutture ricettive inadempienti l'obbligo di comunicazione delle presenze: **in tutto poco meno di 90 milioni**.

Come nel periodo precedente, anche nel 2015 la dinamica regionale è stata trainata dalla domanda internazionale (rispettivamente +3,5 le presenze e +3,6% gli arrivi), ma, dopo due anni negativi ed uno di sostanziale stagnazione, si muove finalmente anche la componente domestica.

Aumentano arrivi (+2,6%) e presenze (+2,2%) degli italiani e soprattutto aumenta il turismo dei toscani in Toscana (+4,1% le presenze), segno di una ripresa dei consumi turistici dei residenti che fa il paio con un andamento finalmente positivo dei consumi complessivi delle famiglie (+1,1%). La crescita dei connazionali si intensifica lungo i trimestri.

Se nel 2014 gli italiani sembravano aver visitato soprattutto la Toscana delle città d'arte durante gli short break primaverili, il 2015 si caratterizza finalmente per il ritorno degli italiani in estate e autunno, al mare (+3,4%), ma soprattutto in montagna (+7,4%) ed in campagna collina (+7,8%), preferendo per lo più alloggiare in alberghi di fascia media e bassa o in strutture ricettive più in grado di accogliere le esigenze di anziani e bambini (RTA, residence, villaggi e campeggi al mare), pur se continua in ogni caso a crescere di importanza la scelta dell'agriturismo in contesti rurali e di montagna (+4,5% e +8,9% rispettivamente le presenze).

Sul fronte internazionale quattro sono i fatti stilizzati più importanti nel determinare la ripresa della crescita del comparto straniero in Toscana:

1. L'accelerazione, dopo un 2014 più contrastato, della crescita delle presenze dai paesi extraeuropei; in particolare dall'India (+38%) e dall'Argentina (+17,1%) ma anche l'ulteriore incremento dell'intensità della crescita dei flussi provenienti dalla Cina (+25,7%) e la ripresa, dopo un 2014 negativo (-0,5%), della crescita delle presenze anche dall'Australia (+2,7%) e il recupero del Sud Africa (+24,3%).
2. Il rafforzarsi ulteriore, dopo un discreto 2014, della crescita di presenze dai paesi anglosassoni Nord America (+5,6%) e Regno Unito (+2,9%).
3. La ripresa della crescita delle presenze dall'Europa centrale – Germania (+3,1%), Austria (+8,2%) e Svizzera (+2%) – dopo il lieve calo dello scorso anno.
4. Il consolidarsi, dopo un ottimo 2014 (+8%) della crescita delle presenze dai paesi dell'Europa orientale (+6,2%) e dai cosiddetti PIGS – con l'esclusione della Grecia ancora economicamente in crisi – che realizzano aumenti di presenze a doppia cifra intorno al 10%. Anche queste dinamiche congiunturali, naturalmente, sono ascrivibili al recupero di soddisfacenti ritmi di crescita economica, particolarmente elevati per Irlanda e est Europa.

³⁴ Tratto da Rapporto sul turismo in Toscana. La congiuntura 2015, Irpet e Regione Toscana Settore Sistemi Informativi e Servizi – Ufficio Regionale di Statistica, Luglio 2016. Consultabile: <http://www.irpet.it/wp-content/uploads/2016/09/rapporto-turismo-congiuntura-2015.pdf> [Novembre 2017]

Quattro sono invece gli elementi che frenano la tendenza espansiva delle presenze internazionali:

1. La diminuzione per il secondo anno consecutivo delle presenze da Olanda e Belgio (-3,2% dopo il -6,1% dello scorso 2014), non imputabile direttamente all'andamento delle rispettive economie e per ciò stesso da tenere sotto più stretta osservazione.
2. Il crollo delle presenze dalla Russia (-37,5%), le cui cause sono da rintracciarsi in elementi di carattere geopolitico ancor prima che economico, ed i cui effetti si manifesteranno probabilmente ancora quest'anno.
3. Il persistente e consistente declino delle presenze dal Giappone (-12,2% tra il 2013 e il 2014, -13% quest'anno), solo parzialmente da imputarsi alla stagnazione di lungo periodo attraversata dal paese.
4. La più contenuta diminuzione delle presenze di nord europei negli ultimi due anni (-0,7% quest'anno dopo il -3,1% del 2014), determinata quest'anno esclusivamente dal pesante calo dei norvegesi (-17,5%) mentre gli svedesi aumentano del 3,8% e i danesi del 6,7%, recuperando i livelli del 2013.

Anche nel 2015, dunque, i due maggiori contributi alla crescita provengono da un lato dai paesi emergenti, europei ed extraeuropei, dall'altro dai "clienti" storici della Toscana, europei occidentali e statunitensi, infine dal "ritorno" degli italiani e dei toscani.

I primi viaggiano per lo più organizzati da tour operator, alloggiano in strutture a 4 e 5 stelle e visitano, in particolare se extraeuropei, quasi esclusivamente le città d'arte e i borghi principali della Toscana, i secondi sono per la maggior parte turisti "esperienziali", sono auto organizzati perché familiarizzati con il nostro territorio, e visitano anche le aree meno note dell'interno oltre a frequentare la costa meridionale della regione, soggiornando in strutture anche extra alberghiere ed anche in campeggio, purché di fascia qualitativa medio alta. Infine gli italiani, che come già detto poc'anzi, crescono nelle località balneari ma anche di montagna e collina.

Le dinamiche **provinciali** riflettono gli andamenti regionali con **Firenze** che costituisce la destinazione top della regione (+5,2% e +5,8% il capoluogo), cui è strettamente correlato il risultato di **Prato** (+4%). Il ritorno in primo luogo degli italiani al mare e in subordine degli stranieri nell'interno favorisce il buon risultato della provincia di **Grosseto** che realizza un +4,6%, ma anche di **Livorno** (+2,1%), di **Massa Carrara** (+0,7%), e alla tenuta di **Lucca** (-0,1%) dove il crollo dei russi in Versilia, è compensato dalla crescita dei connazionali sulla costa e in Garfagnana e degli stranieri nella collina lucchese. Le due provincie interne di Arezzo e Siena, caratterizzate da un territorio prevalentemente collinare e rurale e dalla presenza di una importante città d'arte, realizzano entrambe un ottimo risultato. Ad Arezzo la crescita è in parte un effetto ottico dovuto alla forte diminuzione delle inadempienze, scontato l'effetto delle quali il sorprendente +9,8% di quest'anno si riduce ad un più realistico +3,7%, ma si azzera anche la perdita registrata nel 2014. Qui incide positivamente soprattutto l'aumento degli italiani in Casentino e Val di Chiana, mentre in provincia di **Siena** (+4,4%) è la componente straniera che cresce di più (+6,7%), in particolare nel Chianti e nei comuni circostanti il capoluogo, che invece resta stazionario.

Due sono le aree territoriali in **sofferenza**. Una, la provincia di **Pistoia**, lo è in termini strutturali (-19,4% dal 2007 le presenze) e anche quest'anno perde il 2,1%, penalizzata dal declino del termalismo a Montecatini e dalla diminuzione degli stranieri nel capoluogo, non compensati sufficientemente dall'aumento delle presenze nelle aree montane. L'altra, **Pisa**, appare congiunturalmente in difficoltà stando ai dati ufficiali disponibili, ma il concentrarsi delle diminuzioni sul segmento degli italiani (-10%), in controtendenza con la dinamica regionale, e in specifici territori circostanti il capoluogo, fa pensare a possibili problemi nella filiera di costruzione dell'informazione statistica.

Nel complesso, i non brillantissimi risultati dei comuni capoluogo sede di città d'arte, escluso Firenze, a fronte degli incrementi dei territori circostanti, sottolineano il diffondersi di un **pendolarismo turistico** sempre più accentuato, che premia i contesti rurali limitrofi a scapito dei centri d'arte maggiori, forse da mettere in relazione con effetti di congestione e dinamica dei prezzi.

L'analisi della domanda in termini di tipologie ricettive conferma il gradimento, in particolare da parte dei turisti internazionali extraeuropei, delle strutture alberghiere di fascia alta. Nel 2015 gli hotel a cinque stelle realizzano rispettivamente un incremento di presenze pari al +11,8%, i quattro stelle, e del +5,1%. Altresì confermato è il declino delle tipologie alberghiere di livello inferiore, mentre la tenuta delle strutture alberghiere di categoria intermedia (+1,2% gli RTA e +1,4% i tre stelle) è aiutata dal ritorno al mare e in montagna degli italiani e dei toscani in particolare.

Molto buoni anche i risultati delle strutture agrituristiche (+4,4%) sostenute dall'aumento dei turisti esperienziali per lo più stranieri, che crescono di più nelle città d'arte (+8,3%) ma anche in campagna (+4,2%).

Nella categoria residuale delle "Altre strutture" infine, le presenze negli affittacamere, che ne costituiscono il nucleo principale, crescono ma in modo più moderato, +2,3% nel complesso, ed esclusivamente nei contesti urbani (+5,6%).

Potenziale di ricettività, accessibilità e di intrattenimento del sistema del turismo in Toscana

Secondo i dati Unioncamere Toscana, alla fine del 2014 le **imprese del turismo in Toscana erano 33.058**, il 79% registrate nella somministrazione (44% ristoranti, 32% bar), circa il 17% come strutture ricettive ed il 4% come agenzie di viaggio.

In termini di unità locali il quadro si modifica di poco, con un maggior peso delle strutture ricettive rispetto alla ristorazione – dato che appare abbastanza naturale considerando che, come tipologia di imprese, queste risultano maggiormente dimensionate – mentre le agenzie di viaggio confermano la stessa quota riferita in termini di imprese.

La Toscana, nel 2014, pesava sul totale nazionale per il 7,6% in quanto ad imprese e poco più (7,9%) se si considerano le unità locali. Il turismo toscano si conferma un settore in crescita dal punto di vista imprenditoriale, con una regolarità sorprendente. Nel 2012 e 2013 sia per le imprese che per le unità locali, la dinamica era stata identica e pari a tre p.p. in positivo; nel 2014 le unità locali hanno confermato sostanzialmente tale risultato (+2,9%), mentre le imprese si fermano appena al di sotto (+2,6%).

Quanto è accaduto su scala regionale è stato perfettamente in linea, ancora una volta, con il dato nazionale, confermando un impulso costante al ricorso a questa forma di auto-imprenditorialità come opportunità per tamponare gli effetti delle criticità sul fronte occupazionale.

Fra i principali comparti, l'espansione più rilevante è stata quella dei ristoranti che – su scala nazionale e regionale e sia in termini di imprese che di unità locali – si sono attestati su valori compresi fra i 3,5 ed i 4 punti percentuali.

Nel 2014 è aumentata anche la quota delle imprese del turismo che hanno realizzato investimenti, attività fondamentale per mantenere un posizionamento di rilievo rispetto agli attuali scenari competitivi: si è passati dal 19,2% del 2013 al 26,8% del 2014, evidenziando un'accelerazione rispetto ai più moderati incrementi di tale indicatore osservati a partire dal 2011.

La ripresa dell'attività di investimento da parte delle imprese del turismo si inserisce in un più generale ed accentuato recupero di tale indicatore anche riguardo al complesso dell'economia toscana: malgrado ciò il

turismo mantiene un differenziale positivo rispetto al benchmark regionale, evidenziando una propensione ad investire stabilmente più elevata rispetto ad altri settori della regione.

Si evidenzia, tuttavia, che gli investimenti effettuati hanno interessato meno l'aspetto dell'innovazione. Infatti, nel 2014 si è ridotto di quattro p.p. il numero delle imprese del turismo che hanno dichiarato di voler proseguire sulla strada dell'innovazione e della qualità del servizio per affrontare le sfide competitive: dal 60,5% del 2013 si è passati al 56,6% del 2014, comunque cinque p.p. al di sopra del corrispondente valore calcolato sul totale imprese. Al di là del ridimensionamento della dinamica annuale, ancora una volta si conferma una specifica percentuale comunque ben superiore rispetto al 50% ed a quanto di registra per il totale imprese, indicativa comunque di una tendenza al rinnovamento, all'affinamento delle strategie competitive in una logica di riposizionamento sui mercati che passa dalla qualità piuttosto che dalla speculazione sul solo fattore prezzo³⁵.

Per quanto riguarda le **modalità con cui i turisti raggiungono la Toscana**, l'auto e l'aereo rappresentano i mezzi più utilizzati: la prima soprattutto dai vacanzieri italiani (62,8% nel 2014); il secondo dalla maggior parte degli stranieri (70,5%). Si evidenzia che oltre un quarto dei turisti italiani fa ricorso anche al traghetto³⁶.

La Toscana si dimostra ben collegata sia con il resto delle regioni italiane, grazie alla presenza di buon reticolo viario, stante ancora alcune criticità nell'area costiera del centro-sud, e di numerosi porti, sia con l'Europa e il mondo in generale, vista la presenza di due aeroporti internazionali. Oltre alla presenza di buone infrastrutture, la Toscana è dotata di un sistema generalmente efficiente di servizi pubblici che insieme alla presenza di numerosi centri abitati di pregio e di piccola dimensione, distanti dal caos della grande città, alla ridottissima presenza di aree degradate sotto il profilo paesaggistico e ai ridotti tassi di criminalità costituiscono un set importante di attrattività, a completamento del ben sviluppato sistema dell'offerta turistica e della relativa filiera³⁷.

Sebbene l'accessibilità e la fruibilità del territorio, nel 2014 abbiano ricevuto valutazioni contrastanti in termini di soddisfazione dei turisti, la facilità di accesso grazie ai collegamenti e ai servizi è stata, infatti, la terza motivazione più importante che ha spinto turisti italiani e stranieri a preferire la Toscana nel 2014, subito dopo il riconoscimento alla ricchezza del patrimonio artistico e culturale che caratterizza la regione.

La motivazione più importante, tuttavia, è stata la partecipazione a seminari e workshop tematici, confermando la vocazione della Toscana anche come meta primaria per il turismo convegnistico, grazie alla presenza nella regione di numerosi centri di eccellenza in molte discipline. Tale dato rappresenta la media tra turisti italiani e stranieri, quest'ultimi, tuttavia, hanno indicato come scopo principale la possibilità di visitare e conoscere il patrimonio culturale e artistico, che distanzia ancora di molto la scelta per le amenità naturali della regione, sebbene che questo aspetto sia in aumento nei livelli di preferenza, come l'interesse nell'enogastronomia locale e nelle possibilità di shopping.

Fra le motivazioni di "nicchia" che hanno portato i turisti a visitare la Toscana nel 2014 erano maggioritari la possibilità di assistere a eventi religiosi, di praticare golf ed equitazione e di partecipare a seminari tematici sul cibo³⁸.

³⁵ Tratto da Le imprese del Turismo in Toscana: performance, aspettative ed orientamenti, Unioncamere Toscana e Osservatorio Regionale del Turismo in Toscana, Luglio 2015. Consultabile: http://www.starnet.unioncamere.it/Turismo-Aspetti-strutturali-e-Survey-PMI-2014_7A14480B191C472 [Novembre 2017]

³⁶ Tratto da Turismo&Toscana. Bilancio del 2014 e tendenze per il 2015. Prodotti turistici innovativi: opportunità e prospettive di sviluppo del turismo in Toscana, Unioncamere Toscana e Si.Camera, Luglio 2015. Consultabile: http://www.starnet.unioncamere.it/Prodotti-turistici-innovativisviluppo-turistico_7A14479B191C472 [Novembre 2017]

³⁷ Tratto da Il Turismo nelle Province della Toscana, Regione Toscana Settore politiche di Sviluppo e Promozione del Turismo, Giugno 2006. Consultabile: <http://www.regione.toscana.it/documents/10180/70224/Il%20turismo%20nelle%20province%20della%20Toscana/b105264c-54d1-48fe-985c-6a29eeb43f5d> [Novembre 2017]

³⁸ Si veda nota n°36.

Le priorità di scelta dei turisti connotano le dimensioni del prodotto turistico toscano e le tendenze, soprattutto delle nicchie, indicano le possibili opportunità future per un'ulteriore valorizzazione di tutto il sistema.

Capitale umano

Le imprese toscane del turismo, alla fine del 2014, occupavano **circa 128.000 addetti concentrati, nell'88% dei casi, in tre comparti: ristoranti (48%), bar (24%) e alberghi (16%)**. Il turismo si conferma anche un settore ad elevata presenza di imprese giovanili e femminili in Toscana: alla fine del 2014 le prime incidevano per il 13,1% sul settore (9,7% il corrispondente valore riferito al totale imprese), le seconde per il 43,8%, incidenza quasi doppia di quella calcolata sul totale imprese.

Le imprese straniere, invece, non superavano in Toscana la soglia del 9% (12,1% per il totale imprese) con una concentrazione particolare nella ristorazione. Rispetto al 2011, l'incidenza delle imprese giovanili è rimasta sostanzialmente invariata; si è ridotto, invece, di quasi cinque punti la presenza di quelle femminili (dal 48,5% a 43,8%). In crescita di circa un punto percentuale e mezzo, infine, la componente straniera 8dal 7,4% all'8,9%.

Le previsioni occupazionali stimate per il 2015 lasciavano trapelare segnali di miglioramento, visto che la quota delle imprese del turismo che in Toscana avevano dichiarato di voler ridurre il numero di addetti era rimasta sostanzialmente immutata tra il 2014 e il 2015) mentre era cresciuta in misura rilevante la percentuale di quanti prevedevano di assumere di più (da l'1,1% all'8,8%). Nel 2015, di fatto, i settori ad elevata intensità turistica hanno creato in Toscana un saldo positivo di circa 6.055 posizioni lavorative in più, confermando il settore come un importante ammortizzatore della crisi occupazionale ancora in corso³⁹.

Il capitale umano impiegato nella filiera turistica sembra anche essere uno degli elementi cardine della maggior soddisfazione dei turisti che hanno scelto la Toscana nel 2014, che hanno positivamente valutato la cortesia della gente e la ristorazione e di come quest'ultima, in particolare, e come anche tutta l'offerta ricettiva ponga grande attenzione alle persone con esigenze particolari⁴⁰.

³⁹ Si veda nota n°35.

⁴⁰ Si veda nota n° 36.

Produit T 2.1.1

« Document de synthèse des particularités touristiques de l'aire transfrontalière et des segments de marchés potentiels »

1er Novembre 2017

Index

Introduction	2
Méthodologie	5
Résultats	7
Corse	7
Performances successives à 2012 et description de la demande	10
Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique corse	10
Capital humain	111
Ligurie	122
Performances successives à 2012 et description de la demande	222
Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique ligure	222
Capital humain	243
Sardaigne	255
Performances successives à 2012 et description de la demande	32
Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique sarde	32
Capital humain	34
Toscane	36
Performances successives à 2012 et description de la demande	43
Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique toscan	44
Capital humain	45

Introduction

Le tourisme génère une valeur importante pour l'économie de chaque territoire, car il accroît la demande de biens et de services. En Europe, la relation entre les institutions communautaires et l'industrie touristique est particulièrement forte. En effet, le poids direct des fournisseurs traditionnels de voyages et de tourisme dans l'économie européenne est très important, comme le démontrent les quelque 1,8 millions de PMI et une contribution au PIB et à l'emploi respectivement de 5 % (moyenne des pays OCDE : 4,1 %) et de 5,2 % (moyenne des pays de l'OCDE : 5,9 %).

Dès lors, le tourisme joue un rôle fondamental dans la croissance de nombreuses régions européennes et, en particulier, des régions les plus en retard au niveau des potentialités de valeur générée et de création d'emplois, et ce, surtout en ce qui concerne les jeunes. Le tourisme est un secteur à haute intensité de travail, car il emploie un grand nombre de personnes, également peu qualifiées, et dans des zones à faible développement industriel.

Toutefois, les activités touristiques et la capacité d'emploi correspondante sont étroitement liées à la saisonnalité, ce qui signifie que le niveau d'emploi dans le secteur du tourisme varie au cours de l'année en fonction des flux touristiques. Ces thèmes soulignent la nécessité de monitorer et de mesurer le niveau d'emploi et de durabilité du secteur à travers un système approprié d'indicateurs complémentaires.

En 2014, avec 582 millions d'arrivées, l'Europe a représenté 51 % du marché (+ 3 % par rapport à l'année précédente), ce dernier ayant enregistré 1,133 milliard d'arrivées dans le monde entier. Des chiffres qui expliquent clairement, d'une part, l'importance économique du tourisme pour l'Europe et, d'autre part, la position de l'Europe en tant que principale destination touristique du monde (en dépit de la baisse du marché mondial à 41,1 % prévue d'ici 2030). Les données énoncées ci-dessus sont issues de l'élaboration officielle de la Direction générale chargée de fournir à l'Union Européenne les statistiques régionales¹. En outre, les statistiques européennes (Eurostat) montrent qu'en 2013 une entreprise européenne sur dix (à l'exclusion du secteur financier) appartenait au secteur du tourisme au sens large : deux millions ou plus d'organisations qui emploient 12 millions de personnes (ce qui représente 9,0 % de l'emploi total, en excluant le secteur financier, et 21,7 % par rapport au secteur des services), contribuant à raison de 3,6 % au chiffre d'affaires et de 5,5 % à la valeur ajoutée de l'économie européenne (équivalant à 16,5 % et à 13,4 % par rapport au secteur des services)².

En 2014, les vingt premières destinations touristiques européennes comprennent la Région PACA et la Toscane avec, respectivement, 53,7 millions (dont 34,7 % représente la part de touristes étrangers) et 43,2 millions (dont 53,7 % représente la part de touristes étrangers) de nuits passées dans différents types de structures. Ces chiffres sont encore plus significatifs si on les mesure en termes relatifs. Par exemple, si l'on compare les 3 milliards de séjours nocturnes de 2013 avec le nombre de résidents, la Corse, la Toscane et la Région PACA appartiennent à la catégorie qui présente l'intensité touristique la plus élevée (plus de 10.000 séjours par tête d'habitant), tandis que la Sardaigne et la Ligurie appartiennent à la classe inférieure successive (entre 5.000 et 10.000 séjours par tête d'habitant, supérieure ou égale à la moyenne européenne de 5.209).

En Corse, en Sardaigne et en Ligurie, les touristes passent plus de 95 % des nuits dans les hôtels situés sur la côte ; en Région PACA cette donnée se situe entre 50 % et 75 %, tandis qu'en Toscane, elle se situe à moins de la moitié.

Les taux d'occupation des chambres se situe entre 50 % et 60 % pour la Corse et la Région PACA, entre 40 % et 50 % pour la Ligurie et la Sardaigne, et entre 30 % et 40 % pour la Toscane. Il convient de noter, qu'en 2013, les taux d'occupation des chambres dans les hôtels étaient inférieurs à 50 % dans environ la moitié des régions de l'UE.

¹ http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.6.13.html

² Eurostat. 2015. Eurostat regional yearbook 2015. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7018888/KS-HA-15-001-EN-N.pdf/6f0d4095-5e7a-4aab-af28-d255e2bcb395>.

Les prestations des régions transfrontalières Italie–France dans l’aire de coopération sont cohérentes avec les chiffres du tourisme côtier et maritime qui, en termes de nuits passées dans des structures touristiques, a un poids pratiquement identique au tourisme urbain et rural mis ensemble (46,4 % contre 53,6 %, en Italie respectivement 53,5 % et 46,5 %, et en France respectivement 34,1 % et 65,9 %). Afin d’illustrer l’importance du tourisme à l’égard du marché de l’emploi local, on souligne que, bien que la Corse et la Sardaigne figurent parmi les régions dites « de transition », le taux de chômage en Corse est inférieur de 0,4 % à la moyenne nationale. La France et l’Italie et, en particulier, la zone maritime transfrontalière comprise entre les deux États, sont le terrain idéal pour construire les partenariats que l’Union estime stratégiques pour la croissance bleue³.

Toutefois, le tourisme côtier et maritime de ces deux pays ne parvient pas à exprimer pleinement son énorme potentiel. D’ici 2020, les arrivées touristiques, nationales et internationales dans les zones côtières connaîtront une augmentation inférieure à la moyenne UE. Par conséquent, la durée moyenne du séjour devrait rester inchangée, tandis que la dépense par nuit, nominale et effective, continuera à diminuer d’environ 1 % l’an. Les raisons de ces retards peuvent être résumées comme suit ⁴:

- Volatilité de la demande d’une saison à l’autre et d’une année à l’autre
- Fragmentation excessive et manque de coordination du secteur
- Problèmes permanents au niveau de l’accessibilité et de la visibilité
- Préoccupations environnementales et sociales croissantes
- Manque structurel de compétences spécifiques qui limite l’innovation et l’accès aux ressources.

Comme nous l’avons déjà souligné, **l’une des barrières les plus importantes au développement du tourisme maritime et côtier est la fragmentation, soit le manque de coopération entre les opérateurs**. Un secteur qui n’est pas en mesure d’établir des synergies appropriées entre les opérateurs ne peut optimiser l’innovation et la compétitivité. Précisément pour cette raison, la communication de la Commission de 2014 a souligné **la nécessité de ???**

La fragmentation du tourisme côtier et maritime est interne, et se traduit par un manque de coordination entre les acteurs et les parties prenantes, mais également externe, et se manifeste par une dispersion entre le tourisme côtier et maritime et les autres sous-secteurs du tourisme côtier, tels que le tourisme culturel, gastronomique, religieux, etc. Dans bon nombre de cas, la fragmentation est également géographique, comme dans le cas de l’aire transfrontalière comprise entre la France et l’Italie qui, bien qu’appartenant au même bassin maritime, comprend des régions de différents États membres, déterminant ainsi la diversification réciproque des offres touristiques. La Toscane est généralement incluse dans le type de “tourisme de masse” (volume de touriste élevé > valeur basse), tandis que la Côte d’Azur et la Sardaigne ont adopté un modèle de « tourisme de haut niveau » (volume élevé, valeur élevée).

Enfin, la compétitivité du tourisme est également étroitement liée à **l’implication directe de la population locale**. En effet, la participation des communautés est fondamentale pour améliorer la durabilité du secteur touristique et assurer sa réussite. L’attractivité à long terme des territoires, destinée à garantir le développement et la compétitivité des systèmes touristiques locaux de l’aire transfrontalière, devra toujours être davantage soutenue et améliorée à travers la création de réseaux de tourisme durable, basés sur des collaborations innovantes entre les opérateurs du secteur, les universités et les centres de recherche, les communautés locales, les acteurs des filières interconnectées au tourisme, et les institutions responsables de la politique du tourisme et de la planification territoriale.

³ European Commission. 2012. Blue Growth. Opportunities for marine and maritime sustainable growth.
http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/documentation/publications/documents/blue-growth_en.pdf

⁴ Ecorys. 2013. Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level.
http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/documentation/studies/documents/study-maritime-and-coastal-tourism_en.pdf

Méthodologie

Le particularisme, par définition, indique le trait distinctif du mot avec lequel il va de pair. Il peut également caractériser le style d'un artiste ou, de manière plus générale, de l'auteur d'un travail spécifique. Dès lors, le particularisme touristique d'un territoire est la spécificité d'une zone déterminée qui est susceptible de produire de la valorisation dans le secteur touristique ou, de manière plus synthétique, une caractéristique territoriale capable d'attirer des touristes.

En fait, les particularités touristiques sont l'ensemble, le paquet des éléments importants aux yeux du touriste que l'offre territoriale devrait promouvoir et véhiculer sur le marché. **Afin de bien comprendre quelles sont les particularités touristiques territoriales à identifier et à analyser, il est opportun d'approfondir le concept de la demande et de l'offre touristique à partir de deux perspectives d'observation du produit touristique, celle du touriste et celle de l'opérateur.**

Le **touriste** perçoit les vacances selon une dimension horizontale, dans sa complexité d'expérience de vie. Pour le touriste, le produit touristique est la synthèse systématique de services offerts par différents sujets (structures réceptives, attractions, biens naturels, transports, etc.) qui composent, plus ou moins de manière aléatoire, l'offre touristique du territoire. Par conséquent, le touriste est à la recherche d'une véritable expérience de vie qui ressort des stimuli produits de manière plus ou moins consciente par un ensemble de facteurs (d'intérêt, de services, de modes d'accès, d'image et d'information, etc.).

Le **producteur de services touristiques** conçoit le produit selon une dimension verticale (de service), en concentrant l'attention sur la satisfaction d'exigences particulières (ex. restauration, hébergement, etc.). Il accorde donc plus d'attention aux phases de la filière de production et de distribution situées en amont et en aval de sa propre filière, et aux autres composantes qui, conjointement à son service, composent l'expérience-vacances⁵.

En synthétisant ces perspectives, alors que la demande est à la recherche d'une expérience à vivre, d'un flux d'émotions dont elle est le co-auteur (coproducteur), l'offre propose une série de services qui identifie le touriste comme un client-consommateur-utilisateur. L'existence de ces **deux perspectives** souligne la grande complexité du secteur touristique, dans lequel les limites fortement nuancées entre la demande et l'offre conduisent à la définition d'un produit systémique composé de nombreux éléments hétérogènes qui, à travers la fusion des processus de production et de consommation, débouchent sur une unité cohérente⁶.

En effet, aucune activité touristique ne peut faire abstraction de la **participation directe du touriste au processus productif** et, par conséquent, la construction de l'offre devrait consister à transmettre des inputs hétérogènes mais cohérents au client qui sera le véritable créateur de la valeur du produit touristique et non un simple consommateur-destructeur de la valeur d'un bien⁷. Le produit touristique a un caractère systémico-dynamique, car il associe une pluralité de services offerts par les différentes structures touristiques, des opérateurs économiques, de l'Administration publique, aux ressources présentes dans l'environnement, aux interactions avec la population, etc. Dans cette optique, les acteurs de l'offre touristique ne doivent pas être considérés comme des éléments indépendants, dont les rapports sont réglementés uniquement par les lois du marché, mais comme des unités interconnectées dans le cadre d'un système relationnel complexe qui émerge d'un territoire spécifique et délimité⁸. Dès lors, le concept

⁵ Brunetti F. 1999, Le tourisme sur la voie de la qualité, Cedam, Padova.

⁶ Tamma M. 2002, Destination management : gérer des produits et des systèmes locaux d'offre, in Franch M. [2002], a cura di, Destination management. Gouverner le tourisme entre local et global, Giappichelli, Torino.

⁷ Normann R. 2002, Redessiner l'entreprise. Quand la carte modifie le paysage, Etas, Milano. Normann R., Ramirez R., [1995], Les stratégies interactives d'entreprise. De la chaîne à la constellation de la valeur, Etas Libri, Milano.

⁸ Pencarelli T. e Forlani F. 2002, Marketing des districts touristiques-systèmes vitaux de l'économie des expériences, Synergies, 58/02.

de particularisme touristique territorial doit être ramené à ces considérations, et peut être décliné dans les éléments constitutifs suivants :

- Synthèse du système territoire, constituée des principaux modes de distribution et d'octroi des ressources et, donc, des politiques, des plans et programmes directement ou indirectement liés à la valorisation touristique d'un territoire.
- Capital culturel matériel, représenté par l'ensemble des biens matériels à connotation culturelle (musées, monuments, églises, sites archéologiques, etc.) et par un potentiel d'attractivité touristique.
- Capital culturel immatériel, représenté par la présence de biens intangibles afférents à la culture du territoire (par exemple, les traditions, les us et coutumes, les événements et les manifestations de reconstruction historique, les habitudes alimentaires et œnogastronomique, etc.).
- Capital naturel, représenté par les biens naturels (le sol, l'eau, l'air, la flore et la faune) et les services écosystémiques correspondants qui caractérisent un territoire donné et qui constituent les éléments d'une attractivité touristique potentielle.
- Les équipements structurels et les installations complémentaires permettant l'utilisation des différents capitaux territoriaux (structures hôtelières, d'accueil et de restauration, services d'accueil et de promotion, activités de divertissement, mais aussi des activités potentiellement liées au tourisme ou d'attractivité touristique, les infrastructures et les services d'accès au territoire et aux structures, tels que ports, aéroports, gares ferroviaires, métropolitaines et services de transport local divers, etc.).
- Capital humain, identifiable à travers les connaissances, les compétences, les expériences, les capacités et, en général, le savoir-faire d'un territoire en matière de gestion, promotion et valorisation de l'ensemble des particularités touristiques citées précédemment. Le capital humain peut également inclure le niveau de participation de la population locale au système touristique territorial, le comportement empathique ou non de celle-ci, sa capacité d'acceptation des touristes et de se rapporter efficacement avec eux.

L'analyse des particularités susmentionnée permet de définir un schéma interprétatif du potentiel touristique du territoire en identifiant, en particulier, les éventuelles spécialisations : la comparaison avec les performances du secteur peut fournir des indications sur les aspects à valoriser davantage ou, au contraire, sur les aspects ayant bénéficié d'une promotion excessive au détriment d'autres thèmes⁹.

⁹ Golinelli C. M., 2008, La gouvernance du patrimoine culturel. Vers la définition d'un modèle de gouvernance, Giuffrè Editore, Milano.

Résultats

Corse

On rapporte ci-après la synthèse de l'analyse des Programmes Opérationnels et des politiques régionales.

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
PO INTERREG MARITIME (analyse et données relatives à 2012)	Aide à la participation des parties prenantes aux politiques de conservation de la nature, visant à accroître l'utilisation durable - surtout du point de vue touristique – et partage des initiatives de gestion et de protection active	Valorisation du capital culturel à travers la création d'un grand itinéraire transfrontalier du patrimoine culturel		Vulnérabilité environnementale élevée à l'égard des changements climatiques, ayant des effets directs sur le secteur touristique fortement lié à la saisonnalité Pression environnementale excessive exercée par le tourisme de masse Nécessité de favoriser les formes de tourisme vert	40 % des quelque 32.000 entreprises travaillent dans le domaine des services, essentiellement représenté par le secteur touristique		En 2012, le nombre de passagers accueillis dans les ports et les aéroports a été de 8,2 millions, affichant un fléchissement de 3 % par rapport à 2011. Le trafic des croisiéristes a subi une réduction de 23 %, surtout en ce qui concerne les étrangers. L'écotourisme prend de plus en plus d'importance, et a pour effet une attention accrue à l'égard de l'écoconstruction.

PO FEDER	Aide à la mise en œuvre et à la réalisation d'études de faisabilité pour le renouvellement des équipements, et d'analyses destinées à accroître l'efficacité thermique également au sein des structures touristiques	La Corse possède une histoire, des traditions et une culture qui donnent lieu à une forte identité touristique régionale (architecture, archéologie, langue corse, ...).					Le secteur touristique représente de 13 à 20 % de PIB régional, et emploie plus de 9 % des travailleurs.
	Aide aux initiatives de diversification en faveur d'un tourisme durable et de la désaisonnalisation						Le secteur touristique connaît toutefois quelques problèmes : - forte concurrence - dépendance d'une clientèle essentiellement française (70 %) - forte saisonnalité (mai-septembre) - tourisme fortement localisé le long du littoral
	Soutien en faveur : - d'actions pour le développement et la réalisation de sites pour la réception, et la valorisation des ressources naturelles et culturelles - d'instruments interactifs et d'équipements multimédias - d'investissements de modernisation des structures en vue de créer de nouveaux services et produits, et d'améliorer le patrimoine régional - de l'information et de la promotion de sites, tels que produits touristiques et circuits régionaux - d'études d'impact des projets						

PO FEADER	Aide au démarrage de petites entreprises agricoles (y compris les agritourismes)						
	Aide aux investissements pour la réalisation d'activités non agricoles (ex. agritourisme)						
	Aide aux investissements pour développer des activités d'utilité publique au sein des structures récréatives, telles que les informations touristiques et les services de support à celles-ci						

Performances successives à 2012 et description de la demande

La **Corse** occupe une position centrale en Méditerranée et est l'une des plus importantes destinations touristiques au niveau mondial. L'insularité et le patrimoine historico-culturel de l'île confèrent à la Corse une caractérisation spécifique et unique. La nécessité de prendre le bateau ou l'avion pour se rendre en vacances en Corse crée auprès de touristes une sensation de "détachement", et c'est pour cette raison que la majeure partie des touristes ne perçoivent pas l'île comme un système touristique français, mais bien « corse ». La Corse est une très grande île d'une superficie de 8640 m² (1200 km de côte), caractérisée par la continuité entre « Mer et Montagne ». Cette caractéristique a créé la condition idéale pour la création d'une offre touristique intégrée qui permet de planifier des excursions journalières « plage-montagne ». L'offre touristique corse est donc différenciée et adaptée à tous les types de clientèle.

En 2016, on a enregistré en Corse environ **3 millions de séjours touristiques** et, en dépit des nombreuses initiatives activées pour soutenir la désaisonnalisation touristique, 72 % des présences a concerné la période mai-octobre.

L'analyse des flux touristiques révèle que le marché "domestique" prévaut nettement sur le marché "étranger" (73 % de touristes français contre 27 % de touristes étrangers, essentiellement allemands et italiens) et que 40 % ont entre 50 et 64 ans.

Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique corse

L'offre touristique corse se compose d'environ 160.000 lits, répartis dans 451 hôtels, 344 résidences et villages touristiques, 210 campings et 1347 maisons privées.

Comme pour tous les systèmes insulaires, le **problème de l'accessibilité** est, également pour la Corse, un défi constamment ouvert et en quête de solutions. L'île dispose de 4 aéroports internationaux (Bastia, Calvi, Figari, Ajaccio).

La Corse possède également six ports commerciaux (Bastia, Porto Vecchio, Porticcio, Ajaccio, Calvi, Île Rousse) qui ont des liaisons journalières avec la France continentale et avec l'Italie (Marseille, Toulon, Nice, Savone, Gênes, Livourne et Piombino). Au sud, le port de Bonifacio relie la Corse avec la Sardaigne. Les principales compagnies pour rejoindre la Corse sont la Corsica Ferries, la Corsica Linea, la Moby Lines et la Linea Sud.

Le système de transport interne est caractérisé par des problématiques liées à la géomorphologie du territoire qui rend impossible le développement d'une viabilité routière et ferroviaire telle à permettre des liaisons rapides et sûres. En ce qui concerne le transport routier, exception faite de la liaison Bastia-Ajaccio, et de quelques tronçons mieux entretenus le long de la plaine orientale entre Bastia et Porto-Vecchio et entre Aleria et Corte, la majorité des communications routières intérieures est caractérisée par des routes tortueuses, étroites et souvent dépourvues de bas-côtés stabilisés et de protections appropriées.

Le système ferroviaire de la Corse est formé d'un réseau de lignes ferroviaires à écartement métrique, qui relie entre eux les chefs-lieux des départements de la Corse, Ajaccio et Bastia, et la côte de la Balagna avec les localités de Calvi et Île Rousse.

En ce qui concerne les caractéristiques de l'attractivité de la Corse, on souligne que les richesses touristiques de l'île sont l'expression d'un patrimoine naturel et culturel exceptionnel. La Corse est certainement l'eldorado de l'eau. Douce ou salée, l'eau est présente partout, à portée de main pour se rafraîchir, faire un plongeon et se relaxer.

Plages, criques, falaises, fleuves, cascades, lacs de montagne ou sources thermales, l'eau est sans nul doute l'une des richesses de la Corse. Ses côtes merveilleusement modelées par les vagues sont riches de contrastes, insolites et sauvages ; ses plages effleurées par les brises marines s'avèrent discrètes, incontaminées, magiques, divines. Le golfe de Porto Vecchio, classé sur la liste du patrimoine mondial par l'UNESCO, est d'une beauté à en couper le souffle. Les Bouches de Bonifacio qui séparent la Corse de la

Sardaigne sont d'un tout autre genre, mais également d'une beauté extraordinaire. À ne pas manquer, l'« Escalier du Roi d'Aragon », creusé, selon la légende, en une seule nuit. Les zones intérieures de la Corse sont caractérisées par la présence d'aires vertes et fertiles, de magnifiques bois et forêts abritant des arbres séculaires, et par d'imposantes montagnes. À l'intérieur des terres, on trouve les cascades La Bujia (côte orientale), du Voile de la Mariée (Bocognano, région d'Ajaccio) et de Polischellu (en Corse méridionale), les sources thermales du Grand Valinco, les lacs de haute montagne comme le Nino del Niolo et il Creno (région de Vico), ou encore le lac de l'Ospedale, près de Porto Vecchio. D'un point de vue naturel et paysager, la zone de la Castigniccia est particulièrement digne d'intérêt grâce à ses riches vallées et à ses merveilleux bois de châtaigniers. Les zones intérieures et les montagnes sont également traversées par de nombreux parcours à effectuer à pied ou à vélo. On citera à cet égard, le « Sentier de grande randonnée 20 ou GR 20 », un parcours d'excursion qui traverse la Corse du nord-ouest au sud-est, faisant partie du circuit Grande Randonnée. Il a été défini par l'écrivain Paddy Dillon comme l'« un des plus beaux parcours du monde » et, étant souvent classé comme le « chemin le plus difficile d'Europe », il s'adresse principalement aux excursionnistes chevronnés et correctement entraînés.

La Corse est également la terre des parfums opulents, des **agrumes**, des châtaignes et des vignes pulpeuses, berceau d'une gastronomie aux multiples saveurs, lieu de pêche et de chasse, d'un artisanat antique et de savoirs millénaires. Grâce à l'élevage à l'état sauvage des porcs dans les bois de chênes et de châtaigniers, la charcuterie corse n'a pas son égal (coppa, figatellu, lonzu...). Chaque vallée a sa production de fromages (le Venachese, le Niolo...), et chaque région offre des vins et des produits DOC différents. Nombreuses sont les manifestations et les événements proposés pendant toute l'année par le calendrier culturel de la Corse : festivals de chants, cinéma, rencontres internationales de théâtre, fêtes populaires. Le choix est vaste et chacun peut y trouver ce qu'il recherche.

Capital humain

Les témoignages historiques qui, au fil du temps, ont façonné et forgé la culture de la Corse ont contribué à la création d'un capital humain riche de traditions et d'artisanat. La préhistoire a laissé des traces, telles que les menhirs de Filitosa et les sites archéologiques de Capula et de Cucuruzzu. L'époque romaine est perceptible dans le site archéologique d'Aleria. Nombreux sont également les signes laissés par la religion, de la pastorale franciscaine aux fresques de la Corse génoise. Les pèlerinages les plus suivis sont ceux de la Madonuccia, de Notre-Dame de Lavasina, de Santa di U Niolu. De nombreux fidèles sont voués à Santa-Lucia di Pietrabugno. Nombreux sont les autres événements religieux à découvrir. À Sartène, « la ville la plus corse des villes corses », la procession du Catenacciu, le Vendredi Saint, est un moment populaire particulièrement suivi. Mais à côté des véritables valeurs chrétiennes, des superstitions ancestrales subsistent encore entre réalité, rêve, sacré et profane, comme les « Signadore » qui conjurent le mauvais œil, les « Mazzeri » aux rêves prémonitoires ou les « sorcières maléfiques ». Au cours de la période génoise, des tours furent construites aux quatre coins de la Corse dans le but de défendre l'île contre les assaillants.

Autre emblème de la Corse, les Citadelles, les Forts et les Bastions qui, avec leurs enceintes en pierres, le donjon « il Maschio » et les ponts-levis, dominent la mer. Témoignages de ce patrimoine, la citadelle de Calvi, les forts génois de Matra, de Girolata et de Saint-Florent, et les bastions de Porto-Vecchio.

Ligurie

On rapporte ci-après la synthèse de l'analyse des Programmes Opérationnels et des politiques régionales.

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
PO INTERREG MARITIME (analyse et données relatives à 2012)	Aide à la participation des parties prenantes aux politiques de conservation de la nature, visant à accroître l'utilisation durable des ressources – surtout du point de vue touristique – et favoriser le partage des initiatives de gestion et de protection active Valorisation du capital culturel à travers la création d'un grand itinéraire transfrontalier du patrimoine culturel			Vulnérabilité environnementale élevée à l'égard des changements climatiques, ayant des effets directs sur le secteur touristique fortement lié à la saisonnalité Pression environnementale excessive exercée par le tourisme de masse Nécessité de favoriser les formes de tourisme vert			Diminution des flux (présences en baisse de 4,7 %) : l'unique secteur qui enregistre une croissance est celui des croisières. En matière de tourisme nautique, la Ligurie occupe la 1^{re} place au niveau du nombre de postes d'amarrage, même si l'accueil des plaisanciers en transit est une activité encore peu développée.

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
POR FEDER	Aide aux actions en faveur de la réalisation de solutions technologiques pour la digitalisation et l'innovation des processus internes des différents secteurs de l'Administration publique dans le cadre du Système public de connectivité, tels que, par exemple, la justice, la santé, le tourisme, les activités et les biens culturels, les services aux entreprises			Conformation morphologique complexe du territoire, constituée essentiellement de montagnes et de collines, comptant peu de zones de plaine et présentant une superficie forestière couvrant près de 70 % du territoire.	Système portuaire très développé (la Ligurie est la principale région du pays en termes de portualité et de navigation de plaisance, occupe la 2e place en ce qui concerne les chantiers navals et la flotte des navires militaires. Sa position dans le secteur de la pêche est toutefois relativement modeste.) Bien que le secteur agricole soit de plus en plus restreint, le secteur de la floriculture ligure se confirme comme étant la réalité nationale affichant le plus haut degré de spécialisation dans la culture à l'air libre de fleurs et de plantes à feuilles palmées.	Situation relativement bonne en ce qui concerne le niveau moyen d'instruction, le nombre de diplômés en sciences et en technologies, les compétences des étudiants, et présentant quelques symptômes inquiétants, tels qu'un abandon scolaire croissant plus élevé que la moyenne nationale. Bon positionnement au niveau national sur le thème Recherche innovante, en amélioration le niveau d'utilisation d'Internet par les entreprises, en revanche diffusion insuffisante de la bande large, relativement élevé le nombre d'experts de la recherche et du développement. Moins positif le positionnement par rapport aux niveaux moyens européens.	On enregistre des signaux contrastants au cours de la période 2008-2013 pour le secteur touristique, avec une augmentation des arrivées de + 4,9 mais une baisse des présences de 4,4 %, indiquant une réduction de la durée moyenne des vacances. L'année la plus critique a été 2009. Dans les provinces de Gênes et de La Spezia, l'évolution positive des arrivées et des présences étrangères compense la donnée interne négative, en enregistrant une augmentation globale des

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
							arrivées et des présences au cours de la période.
	Interventions de soutien à la création de nouvelles entreprises à travers des mesures incitatives, l'offre de services et des interventions de microfinance			Présence de zones encore relativement intactes d'un point de vue naturel, telles à être qualifiées de « surface protégée » (parc naturel ou réserve naturelle) sur environ 33.414 ha (6,17 % du territoire régional), auxquels s'ajoutent 1.206 ha d'aires contiguës. Une partie importante du territoire est, en outre, protégée par le système du réseau des sites Natura 2000, représenté par 126 SIC dont 27 marins et 7 ZPS qui	L'équipement infrastructurel de la Ligurie est d'un bon niveau par rapport à la moyenne nationale, bien qu'encore insuffisant pour compenser les désavantages en matière d'accessibilité.		

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
				représentent 29,1 % du territoire ligure.			
	Aide au développement de produits et de services complémentaires à la valorisation d'éléments naturels et culturels du territoire digne d'intérêt, également à travers l'intégration entre les entreprises des filières culturelles, touristiques, créatives et du spectacle, et des filières des produits traditionnels et typiques				Le contexte infrastructurel et urbain de la Ligurie comporte, pour les familles, une moindre accessibilité relative aux services, aux magasins et aux supermarchés. On relève un manque d'espaces verts publics dans les villes. On y constate la plus grande utilisation des moyens de transport public et la plus grande présence et densité de lignes publiques urbaines et de parkings.		
	Aide au démarrage et au renforcement d'activités entrepreneuriales qui produisent des effets socialement désirables et des biens publics						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
POR FSE	Soutien en faveur d'activités visant à améliorer l'offre d'instruction technique et professionnelle en intégrant celle-ci dans le système des entreprises						
POR FEADER	La valorisation du patrimoine historique rural est partie intégrante d'une stratégie de développement local ayant pour but d'intégrer plusieurs secteurs (tourisme, agriculture, environnement, culture) déterminants pour le développement du territoire.	La quasi-totalité des centres habités ruraux sont des bourgs historiques remontant aux premiers siècles du Moyen-Âge. Les sites historiques et archéologiques non compris dans les centres habités sont également de grande valeur.		La dégradation hydrogéologique est à la fois une menace pour l'agriculture et le territoire régional et un effet de l'abandon de l'activité agricole. Climat favorable, forte intégration entre tourisme et agriculture, et présence de zones à forte visibilité (ex. zones protégées et Parcs). Présence de territoires boisés très étendus 72 des 175 habitats identifiés en Italie par la Directive Habitat sont situés en Ligurie, ce qui témoigne de la richesse des écosystèmes	L'offre de services d'accueil et de restauration à travers l'utilisation de la propre structure est particulièrement répandue sur tout le territoire ligure. Le nombre de lits garanti par les agritourismes représente 3 % du total (celui des hôtels, 42 %). Les aires rurales défavorisées enregistrent un rapport de un à deux entre agritourismes et hôtels en termes de structures, et de un à cinq en termes de lits. Dans l'arrière-pays, on assiste à une augmentation constante des agritourismes et de la réceptivité	Les secteurs économiques où la présence féminine est la plus importante sont l'agriculture, le tourisme, le commerce et les services aux entreprises.	

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
				ligures. Réseau de circuits pour excursionnistes de la Ligurie	alternative, tandis que les hôtels continuent d'occuper la première place dans les zones urbaines et dans les zones rurales situées sur la côte.		
	Aide à la création et à la mise à jour de figures professionnelles utiles à la multifonctionnalité (ex. fermes didactiques, agritourismes, exploitations agricoles sociales)						
	Aide à la formation de conseillers en mesure de supporter la diversification des productions et des activités agricoles en faveur du développement de la multifonctionnalité (sociale, touristique environnementale et culturelle), afin de créer de nouvelles opportunités d'emploi et de marché						
	Aide à la formation de						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	conseillers en mesure de supporter l'efficacité de la gestion des filières productives liées aux produits ligneux et non ligneux, à l'utilisation touristique récréative et culturelle du patrimoine forestier						
	Aide aux investissements destinés à créer et à développer des activités extra-agricoles						
	Aide aux investissements en faveur des infrastructures nécessaires à la permanence des populations locales et au développement du tourisme						
	Aide aux infrastructures à petite échelle, y compris les infrastructures touristiques						
	Aide aux investissements visant à introduire, améliorer ou étoffer l'offre de services de base au niveau local pour la population rurale, y compris les activités culturelles et récréatives, et de l'infrastructure						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	correspondante						
	Aide aux investissements en faveur de l'utilisation publique d'infrastructures récréatives, d'information touristique et d'infrastructures touristiques à petite échelle						
	Aide à la réalisation d'études/investissements pour l'entretien, la restauration et la requalification du patrimoine culturel et naturel des villages, du paysage et des sites à haute valeur naturelle, y compris les aspects socio-économiques de ces activités, ainsi que pour des actions de sensibilisation en matière d'environnement						
	Aide aux investissements destinés à accroître la résilience et la valeur environnementale des écosystèmes forestiers						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	Aide à la diversification des activités agricoles en activités concernant l'assistance sanitaire, l'intégration sociale, l'agriculture soutenue par la communauté et l'éducation environnementale et alimentaire						
	Aide au développement local LEADER - (DLAL – Développement local mené par les acteurs locaux)						
	Préparation et réalisation des activités de coopération du groupe d'action local						
PO FEAMP	Aide aux investissements dans les ports, les lieux de débarquement, les salles pour la vente aux enchères, et les abris de pêche						
	Activation de l'instrument de développement local de type participatif qui a pour domaine d'intervention le tourisme durable						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
Autres politiques, plans et programmes régionaux	Loi régionale n° 15 du 6 juin 2008 "Mesure d'aide et d'incitation aux PME pour la qualification et le développement de l'offre touristique », sur base de laquelle sont prévus des subventions à fonds perdu, des prêts préférentiels et des aides remboursables La loi régionale n° 34/2016 institue le Fonds stratégique régional destiné à des interventions d'aide financière en faveur d'entreprises et d'investissements infrastructurels.						

Performances successives à 2012 et description de la demande¹⁰

Des données plus récentes relatives aux années 2015 et 2016 soulignent une nouvelle hausse des **arrivées** et des présences en Ligurie qui, au cours de la dernière année analysée, ont été respectivement de **plus de 4,5 millions** (+ 22 % par rapport à 2012) et de près de 15,1 millions (+ 9 % par rapport aux valeurs de 2012). Au cours des deux années 2014 et 2016, on a en effet relevé une augmentation de plus de 511.000 arrivées (+ 12,5 % au cours de la période), réparties de manière égale entre italiens (+ 260.077 unités, égale à + 11,5%) et étrangers (+ 250.984 unités, égale à + 13,8 %). L'augmentation concerne de manière semblable les différentes provinces, à la différence positive de La Spezia qui enregistre une augmentation de près du double par rapport à la moyenne en ce qui concerne les italiens, et encore supérieure en ce qui concerne les étrangers.

Les dépenses des touristes pour le logement, la restauration, les biens et services achetés au cours de leurs vacances génèrent un impact économique dans la région estimé à 5 milliards et 658,6 millions d'euros, dans l'ensemble en hausse de 6,4 % par rapport à 2015 grâce à un accroissement des dépenses soutenues par les touristes logeant dans des structures d'accueil et, en particulier, les touristes étrangers. Dans le détail, on estime que l'impact économique généré par les activités fondamentales du tourisme s'élève à 3 milliards et 107 millions d'euros environ pour le logement et la restauration (54,9 % du total), en hausse de 10,3 % par rapport à 2015, tandis que les autres dépenses relatives aux activités récréatives, culturelles et de divertissement représentent environ 1 milliard et 156,2 millions d'euros (20,4 % du total), en hausse de 13,7 %.

Le choix du lieu dans lequel séjourner est dicté, davantage que par le passé, par la présence d'un patrimoine artistique, historique et monumental de valeur (pour 85,1 % des touristes), la programmation d'événements et d'occasions de divertissement (pour 45,9 % d'entre eux), et le désir de savourer des plats typiques et des produits œnogastronomiques locaux (pour 35,2 % d'entre eux). Dans l'ensemble, sur une échelle de 1 à 10, la note moyenne exprimée par les touristes qui visitent la Ligurie en ce qui concerne l'offre touristique locale est de 7,6 (7,5 pour les touristes italiens, 7,7 pour les étrangers), et les éléments qu'ils apprécient le plus sont l'attention accordée à la durabilité environnementale, la facilité d'accès aux destinations, l'accueil et les services offerts dans les ports touristiques, les services, le professionnalisme, l'accessibilité et la qualité des établissements d'hébergement.

Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique ligure

En 2016, le nombre de structures réceptives ligures a atteint 4.458 unités, affichant une variation en pourcentage positive de + 2,9 % par rapport à l'année précédente, et cette donnée se construit en rapport avec la fermeture de 41 structures hôtelières et l'ouverture concomitante de 165 nouvelles structures extra hôtelières. En tenant compte également de la donnée du passage entre 2014 et 2015, la légère réduction du poids en pourcentage des structures hôtelières sur le total des établissements d'hébergement ligures se poursuit (29,9 % contre 31,7 % en 2015). En ce qui concerne le nombre de lits qui s'affiche à 151.270 unités, celui-ci se réduit légèrement par rapport à 2015 (- 590 unités), et cette contraction est également due à la composante hôtelière qui perd 1.133 lits, face à une hausse de 543 unités des lits extra hôteliers¹¹.

La filière du tourisme en Ligurie comprend, outre les établissements d'hébergement, également la restauration, la gastronomie et l'œnologie, le shopping de produits manufacturiers et autres, la culture, le

¹⁰ Extrait du Rapport annuel 2016 de l'Observatoire touristique régional de la Ligurie, juin 2017. Consultable sur le site : <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/osservatorio-turistico-regionale/le-nostre-analisi/rapporto-annuale-di-sintesi/document/10304.html?view=document&id=10304:rapporto-sintesi-anno-2016&Itemid=> [Octobre 2017]

¹¹ Voir note n° 14

divertissement et les transports locaux. En particulier, il est possible de reconstruire cette filière en fonction de la répartition du Produit Intérieur Brut généré par le tourisme en Ligurie entre les différentes activités concernées¹²:

- l'industrie de l'hébergement et de la restauration a contribué, en 2016, à raison de 39,8 % au tourisme dans la région ;
- les activités immobilières (locations et activités d'intermédiation immobilière) représentent 15,5 % ;
- les activités administratives et les services de support contribuent à raison de 7 % ;
- le transport et l'entreposage présentent une part de 6,3 % du total ;
- le commerce intervient à raison de 6,2 % ;
- les activités artistiques, de spectacle et de divertissement contribuent à raison de 4,6 % (174 millions d'euros) ; les autres services, à raison de 4,4 % ; les activités professionnelles, scientifiques et techniques, à raison de 3,9 %.

Il résulte de l'analyse des politiques et des programmes opérationnels que la Ligurie dispose d'un équipement infrastructurel relativement satisfaisant et d'un système portuaire très développé, en dépit du fait que des problèmes d'accessibilité subsistent, et que ceux-ci aient été dans le temps en grande partie compensés par la mise en place de services de transport public efficaces. En effet, en 2016, l'évaluation globale des touristes relativement au facteur d'accessibilité au territoire s'est améliorée, ce qui représente un résultat important, car ce critère fait partie des critères fondamentaux dans l'évaluation de la satisfaction du touriste. En outre, au cours de la même année, la "facilité d'accès" a été indiquée comme l'une des dix premières motivations du séjour.

Les thèmes choisis par la Région en matière d'offre touristique correspondent fondamentalement aux motivations indiquées par les touristes qui ont préféré la Ligurie non seulement pour la mer (qui reste toutefois la motivation principale, en ce sens qu'elle attire 78,9 % des vacanciers), mais également pour l'offre culturelle, œnogastronomique et naturelle (dans l'ordre, les localités les plus visitées ont été les centres historiques des villes de plus grande dimension, les parcs naturels, les sites archéologiques, les aires marines protégées, les châteaux et les cathédrales) et la possibilité de pratiquer des activités sportives, faire des excursions à terre et en mer¹³.

En effet, "**Mer, saveurs, vacances actives et culture**" sont les produits sur lesquels la Ligurie base les actions et les stratégies de développement du territoire en matière touristique¹⁴. Bien que la riviéra draine encore la majorité de la clientèle touristique en Ligurie, le touriste qui choisit la mer est également attiré par les richesses naturelles et culturelles de la région et souhaite vivre, au cours de son séjour, des vacances actives, dans des lieux riches d'événements et de traditions œnogastronomiques d'excellence, car il recherche la qualité surtout au niveau de la restauration. On souligne, en outre, que les villes et leurs centres historiques attirent de façon exclusive plus de 16 % des touristes, et que près de 5 % opte pour le tourisme vert dans l'arrière-pays ligure¹⁵.

¹² Voir note n° 15

¹³ Voir note n° 14

¹⁴ <http://www.regione.liguria.it/sep-servizi-online/catalogo-servizi-online/sitiregionali/item/1254-turismo-in-liguria.html>

¹⁵ Extrait de "La satisfaction du client et les retombées économiques du tourisme dans la Région Ligurie. Focus sur les produits principaux du territoire, Mai 2017. Consultable : <https://www.regione.liguria.it/component/publiccompetitions/document/9387.html?view=document&id=9387:2016-focus-prodotti-principali-territorio&Itemid=> [Octobre 2017].

Capital humain

En prenant en compte uniquement la Région Ligurie, les 75.000 unités de travailleurs employés en 2016 pour la production des biens et services achetés par les touristes correspondent à 11,7 % du nombre d'unités employées globalement par les entreprises actives dans la région, une part plus importante que celle du PIB touristique (8 % du PIB régional), confirmant la connotation du tourisme comme un secteur productif à forte intensité de travail.

Occupazione attivata dalla spesa turistica per tipologia di alloggio (2016)

Valori in milioni di €

	Liguria			Resto d'Italia		
	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale
Unità di lavoro dipendenti	16.000	31.000	47.000	9.000	17.000	26.000
Unità di lavoro autonome	9.000	19.000	28.000	5.000	10.000	15.000
Totale unità di lavoro	25.000	50.000	75.000	14.000	27.000	41.000

Tableau 1 : Effectifs et dépenses touristiques. Source : Observatoire touristique régional de la Ligurie, Région Ligurie – Unioncamere Liguria, 2017

En 2015, les employés de l'industrie touristique ont reçu une bonne évaluation de la part des touristes, surtout étrangers, qui ont apprécié le professionnalisme du personnel des établissements d'hébergement, entendu, en particulier, comme la connaissance des langues et la capacité de résoudre les problèmes, et la qualité d'accueil de ces mêmes structures¹⁶. Toutefois, on souligne que, parmi les travailleurs du secteur touristique en Ligurie, la part des emplois précaires et/ou de figures professionnelles non suffisamment structurées est assez importante. On définit, par conséquent, un panorama fortement productif en termes d'opportunités d'emploi, mais faiblement garanti en termes de "culture du travail", avec des retombées variables par rapport à la qualité des services offerts et à la définition des « identités professionnelles » des personnes impliquées dans les processus productifs¹⁷. En revanche, le rapport avec la population locale, la courtoisie et l'hospitalité des personnes, bien qu'enregistrant une appréciation moyenne, se sont classés aux dernières places de l'échelle du niveau de satisfaction exprimé par les touristes relativement à l'année 2015.

¹⁶ Voir note n° 14.

¹⁷ Extrait de "Les figures professionnelles du tourisme sur le marché du travail ligure au cours de la période 2009-2010, juin 2011. Consultable : <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/osservatorio-turistico-regionale/le-nostre-analisi/altri-studi-e-ricerche-sul-turismo-in-liguria/indagine-sulle-figure-professionali-del-turismo/document/4828.html?view=document&id=4828:studi-ricerche-turismo-indagine-fig-prof&Itemid=> [Octobre 2017]

Sardaigne

On rapporte ci-après la synthèse de l'analyse des Programmes Opérationnels et des politiques régionales.

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
PO INTERREG MARITIME (analyse et données relatives à 2012)	Aide à la participation des parties prenantes aux politiques de conservation de la nature, visant à accroître l'utilisation durable – surtout du point de vue touristique – et à favoriser le partage des initiatives de gestion et de protection active Valorisation du capital culturel à travers la création d'un grand itinéraire transfrontalier du patrimoine culturel			Vulnérabilité environnementale élevée à l'égard des changements climatiques, ayant des effets directs sur le secteur touristique fortement lié à la saisonnalité Pression environnementale excessive exercée par le tourisme de masse Nécessité de favoriser les formes de tourisme vert			Maintien du tourisme international en dépit de la crise, mais forte baisse de la composante italienne
POR FEDER	La stratégie touristique sera orientée vers la poursuite des objectifs suivants : (i) améliorer l'utilisation et la gestion intégrée des facteurs d'attraction environnementale en rapport avec les facteurs d'attraction culturelle et les services touristiques, dans le but de favoriser l'attractivité territoriale ; (ii) accroître les « flux qualifiés de visiteurs » ;	Deux macro-zones d'importance stratégique (combinaison de ressources naturelles, culturelles matérielles et immatérielles, services et installations) expérimentales : -le territoire des communes du Parc régional de Tepilora et du site du réseau « Rete Natura 2000 » du Supramonte di Oliena, Orgosolo et Urzulei – Su Sercone, et le territoire des communes limitrophes ; -le territoire des communes de l'Aire marine protégée de la péninsule du Sinis-Isola del Mal di Ventre, et les territoires des communes limitrophes.					On enregistre des problèmes au niveau de la demande, qui affiche un déséquilibre temporel, avec une forte concentration de la présence touristique au cours de la période juin-septembre (environ 83 %) et un pic maximum au mois d'août, et au niveau de l'offre qui présente une capacité d'hébergement

Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
(iii) consolider les flux touristiques au cours des mois d'été et accroître ceux-ci au cours des mois restants de l'année, en termes d'arrivée et de présences.						essentiellement localisée le long de la bande côtière, et une consistance inadéquate des établissements d'hébergement en termes de standard et de confort offerts en basse saison. En outre, l'offre touristique à proximité des centres d'attraction culturelle et touristique s'avère insuffisante, de même que la promotion des lieux du tourisme actif ou naturel, du tourisme culturel, des sites identitaires et des biens culturels.
Solutions technologiques pour l'alphabétisation et l'inclusion numérique ... afin de stimuler la diffusion et l'utilisation du web, des services publics numériques, des données et des informations (ex. sur le tourisme), et des instruments de dialogue pour la participation en réseau des citoyens						
Interventions d'aide à la création de nouvelles entreprises opérant dans les secteurs du tourisme, du commerce, de la culture et des services, à travers des mesures d'incitations directes, l'offre de services et des interventions de micro-finance						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
	Aide au développement de produits et de services complémentaires à la valorisation d'éléments naturels et culturels du territoire digne d'intérêt, également à travers l'intégration entre les entreprises des filières culturelles, touristiques, créatives et du spectacle, et des filières des produits traditionnels et typiques						
	Aide à la compétitivité des entreprises au niveau des destinations touristiques, à travers des interventions de qualification de l'offre et l'innovation de produits/services, stratégie et organisationnelle.						
	Interventions en faveur de la protection et de la valorisation d'aires d'attractivité naturelle d'importance stratégique (aires protégées terrestres et marines, paysages protégés) destinées à consolider et à promouvoir des processus de développement.						
	Interventions en faveur de la protection, de la valorisation et de la mise en réseau du patrimoine culturel, matériel et immatériel, dans les aires d'attractivité d'importance stratégique, destinées à consolider et à promouvoir des						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
	processus de développement						
	Aide à l'utilisation intégrée des ressources culturelles et naturelles, et à la promotion des destinations touristiques						
POR FSE	Mesures de politique active orientée, en particulier, vers les secteurs qui offrent de plus grandes perspectives de croissance (par exemple, développement de l'offre touristique durable)						
	Mesures de politique active orientée, en particulier, vers les secteurs qui offrent de plus grandes perspectives de croissance (par exemple, dans le cadre de la valorisation du patrimoine culturel)						
POR FEADER	Éliminer complètement l'écart existant au niveau du numérique dans les zones rurales et favoriser l'utilisation des TIC						
	Renforcer les connaissances, la diversification des activités et le développement de petites entreprises dans les zones rurales, dans un but de développement des marchés liés aux flux touristiques et de valorisation multifonctionnelle des ressources agricoles et						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
	forestières						
	Favoriser le changement et l'innovation en faveur de l'emploi et de l'inclusion sociale en vue de créer des micro-entreprises et de petites entreprises innovantes, action s'adressant surtout aux jeunes						
	Favoriser le changement et l'innovation en faveur de l'emploi et de l'inclusion sociale						
	Promouvoir des stratégies intégrées et participatives de développement local						
PO FEAMP	Aide en faveur d'activités de diversification du revenu, par exemple, en développant le tourisme de la pêche en mer et également dans des eaux intérieures						
	Promouvoir la qualité et la valeur ajoutée des productions des secteurs de la pêche et de l'aquaculture, à travers la traçabilité, la certification, la commercialisation et des campagnes de communication et de promotion de ces secteurs (par exemple : dégustation de produits à base de poisson,						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
	parcours du goût, cours de cuisine avec dégustation, activités ludiques, didactiques et récréatives, plateformes, études et recherches de marchés, foires et manifestations)						
PRD 2014-2020	Démarrer un parcours structuré de partage des réalités potentielles de la Sardaigne, en renforçant la composante immatérielle du produit économique territorial à vocation touristique, en valorisant la forte identité qui intègre les facteurs de cohésion culturelle et spirituelle, les styles de vie et les traditions. Parallèlement, le projet prévoit le développement du secteur, en tant que service et infrastructure économique directement liée aux autres secteurs productifs insulaires et, en particulier, au secteur manufacturier de qualité, aux services de pointe et à l'agroalimentaire : -Politiques des marques, positionnement de l'image et communication ; -Gestion du système de l'offre du produit touristique Sardaigne ; -Réorganisation du système	Attractivité environnementale et paysagère très forte grâce à un patrimoine côtier unique, auquel peuvent être rattachés le secteur touristique et, par effet de multiplication, le secteur alimentaire et des produits typiques.				Le système possède les compétences distinctives nécessaires pour être compétitif sur le marché national et international, en suivant un parcours qui crée des synergies entre les porteurs d'intérêt, et qui prévoit une étroite collaboration entre les opérateurs économiques du tourisme, des services, des productions agroalimentaires, de l'artisanat et du commerce.	

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installation	Capital humain	Performances
	d'information et d'accueil ; -Nouveaux thèmes relatifs à la désaisonnalisation ; -Nouveaux marchés touristiques ; -Consolidation du balnéaire marin : réceptivité, navigation de plaisance ; -Observatoire économique touristique ; -Renforcement du secteur touristique et des autres secteurs économiques (artisanat et autres productions artistiques locales).						

Performances successives à 2012 et description de la demande ¹⁸

Le secteur touristique en **Sardaigne** connaît une forte expansion depuis 2014, caractérisée par une bonne augmentation des flux de passagers et de marchandises dans les ports et les aéroports régionaux. Par rapport à 2014, les arrivées et les présences dans les établissements d'hébergement ont augmenté d'environ 9 %. En ce qui concerne les nuitées, on constate une augmentation tant au niveau des structures hôtelières (+ 8,8 %) que des structures complémentaires (+ 9,9 %). On souligne que, en dépit du fait que les arrivées aient augmenté à un rythme supérieur par rapport à la moyenne nationale entre 2003 et 2015, l'évolution a été très variable d'une année à l'autre : des baisses importantes ont été enregistrées en 2005 et entre 2010 et 2012, à contre-courant par rapport aux données correspondantes enregistrées au niveau national au cours de ces mêmes années.

La présence des touristes étrangers s'est fortement accrue ces dernières années, mais au cours de la dernière année analysée, à savoir 2015, la moyenne a été inférieure à la moyenne nationale. Toutefois, la dissociation de la demande touristique entre résidents et non-résidents confirme un poids toujours plus important de la demande étrangère, qui montre également une bonne évolution des dépenses.

En regardant les chiffres relatifs à quelques années précédentes, on remarque une **hausse constante de la concentration de touristes au cours de la période estivale**. Les présences de la clientèle résidente se concentrent essentiellement aux mois de juin, juillet et août, ce dernier représentant la période de pointe dans toutes les années prises en compte, tant en Sardaigne qu'en Italie continentale. En ce qui concerne les touristes non-résidents, la situation est plus variable.

En 2015, avec 288.860 arrivées et 1.559.875 présences, **les touristes allemands sont de loin les plus grands bénéficiaires du tourisme sarde**. L'Allemagne représentait la principale provenance de touristes étrangers également en 2004. Les autres principaux pays de provenance sont la France, la Suisse, le Royaume-Uni et l'Espagne, tant en 2015 qu'en 2004. Tous les pays affichent des variations positives considérables en termes d'arrivées et également de présences. De l'Espagne, par exemple, les arrivées augmentent de 163 % et les présences de 203 %. En forte hausse également les arrivées et les présences de touristes russes (respectivement + 199,5 % et + 176,4 %), polonais (+ 561,7 % et + 623,7 %) et de l'Europe du Nord (Norvège, Suède et Danemark). Les autres pays qui enregistrent une hausse importante au niveau des arrivées au cours de la période 2004-2015 sont la Slovaquie (+ 1104,7 %) et la Chine (+ 427 %), suivis du Brésil, de l'Argentine, d'Israël, de la Turquie (tous affichant des hausses supérieures à 200 %), et de l'Australie, de la Slovénie et de l'Égypte (pour lesquels on enregistre des hausses supérieures à 100 %). En termes absolus, les arrivées en provenance de la Slovaquie, de la Slovénie et de l'Australie ont atteint des volumes satisfaisants, tandis que les flux de touristes en provenance d'Égypte, de la Turquie et de la Chine apparaissent encore bas en dépit du fort taux de croissance.

Les touristes étrangers semblent être davantage orientés vers un séjour dans des établissements d'hébergement de luxe, entendus comme hôtels 4 et 5 étoiles, par rapport aux touristes italiens. En 2015, environ 49,4 % des touristes étrangers ont opté pour des structures hôtelières de luxe, contre 45,7 % des touristes italiens.

En général, il convient toutefois de souligner que le pourcentage de touristes qui choisissent des structures de luxe en Sardaigne, quelle que soit leur provenance, est relativement élevée.

Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique sarde

¹⁸ Extrait de Le tourisme en Sardaigne, caractéristiques du secteur. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Octobre 2016. Consultable : <https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/Dati-Turismo-Sardegna.pdf> [Novembre 2017].

En ce qui concerne les structures touristiques, en 2015, la Sardaigne comptait **4.648 établissements d'hébergement, pour un total de 212.220 lits**. La tendance est nettement positive pour les deux variables, tant à court qu'à long terme.

Dans le cas de la Sardaigne, les principales **infrastructures d'accès** à l'île pour le tourisme international, national et local sont représentées par les modes de transport maritime et aérien.

En ce qui concerne le tourisme maritime, on précise, en prémisses, que l'un des secteurs de développement les plus intéressants est celui des **croisières** en forte expansion au cours de ces dernières années. Ce secteur nécessite un équipement adéquat en termes d'infrastructures portuaires, compte tenu également du gigantisme des navires de croisière de construction récente. Sur base d'une étude CLIA, l'économie italienne est celle qui, en Europe, bénéficie le plus du secteur des croisières avec plus de 4,5 milliards d'euros en termes d'impact direct en 2015.

Également pour la Sardaigne, le tourisme à bord des navires des croisières est en pleine expansion, ce qui engendre des potentialités intéressantes, notamment dans le segment du luxe. En effet, dans le contexte italien qui voit se consolider le tourisme des croisières, qui en 2015 a atteint 10,8 millions de passagers, la ville de Cagliari est devenue, dans le temps, une étape importante du fait de sa position au centre de la Méditerranée, tout d'abord comme escale technique de quelques heures, et ensuite comme escale de stationnement des navires. Le trafic passagers a augmenté précisément grâce aux investissements destinés au tourisme des croisières, à travers des projets de requalification du port qui ont contribué à consolider la classification de « port d'attache » (port d'origine pour le départ des navires de croisière) pour quelques compagnies présentes à Cagliari.

Les deux autres escales du Nord de la Sardaigne, Golfo Aranci et Porto Torres, accueillent principalement quelques compagnies de croisière spécialisées dans le tourisme de luxe. Dès lors, la Sardaigne confirme ses potentialités dans l'industrie des croisières, et la Gallura s'octroie la part belle du marché de luxe des grands navires. En ce qui concerne le nautisme de plaisance, une activité très intéressante en raison de son impact considérable sur l'économie et l'emploi, la Sardaigne est dotée de 31 ports touristiques disposant de 17.105 emplacements de mouillage, qui offrent, d'une part, une densité sensiblement inférieure à la moyenne nationale avec 9,2 emplacements de mouillage/Km de côte (donnée nationale = 19,4), et d'autre part, un nombre de points d'accostage nettement supérieur à celui des unités de bateau de plaisance inscrites.

En ce qui concerne le transport **aérien**, l'expansion rapide et importante que le secteur low cost a connu au cours de ces dernières années, en Europe et également en Sardaigne, a modifié de manière significative les habitudes des voyageurs, et a contribué à créer une nouvelle demande et de nouveaux comportements au niveau de l'utilisation touristique. En ce qui concerne la Sardaigne, il suffit de penser que l'on est passé de 1 million de passagers sur des compagnies à bas prix en 2006 (sur un total de 5,3 millions) à 4,1 millions en 2015 (sur un total de 7,6 millions), favorisant le degré d'internationalisation de la région¹⁹.

Le **thème** prioritaire du tourisme sarde est très certainement le balnéaire, car la Sardaigne compte parmi les destinations aériennes les plus requises au niveau de la demande strictement balnéaire, qui se concentre exclusivement au cours de la période estivale. Toutefois, ce territoire possède également une forte base culturelle, de grande valeur naturelle et environnementale, et présente une basse pression anthropique et une prédominance d'activités économiques durables. Par conséquent, l'île présente toutes les potentialités nécessaires au développement d'autres formes de tourisme, car elle peut compter sur :

- une base de réceptivité diffuse, bien qu'actuellement celle-ci soit concentrée principalement sur la demande touristique balnéaire de la période estivale ;

¹⁹ Voir note n° 25.

- un patrimoine culturel important, constitué de musées et de sites dont certains expriment une unicité, d'autres sont des témoignages distinctifs, tandis que d'autres encore représentent des configurations architecturales originales ;
- un vaste capital naturel représenté par le paysage : la région abritent les Parcs nationaux de la Maddalena et de L'Asinara, 11 Parcs régionaux, 5 Aires marines protégées, 26 monuments naturels, 1 site patrimoine de l'UNESCO, différentes aires d'intérêt naturel et environnemental important et des oasis de protection de la faune.

Étant donné les richesses, la position et les caractéristiques de la Sardaigne, il serait possible d'élaborer de nouveaux produits touristiques en mesure de désaisonnaliser les flux, également à la lumière de nouvelles cibles à étudier en vue de concevoir une offre appropriée. On citera parmi les plus importants :

- les "Golden Oldies", à savoir les plus de 65 ans qui, d'ici 2030, seront 1 milliard, qui considèrent l'âge de la pension comme une excellente occasion de voyager, et pour lesquels il est important que l'accessibilité et les services soient adaptés à leurs besoins ;
- les touristes à la recherche de vacances "bleisure", la tendance qui permet d'allier voyage d'affaires et loisirs ;
- les touristes qui aspirent à vivre des vacances culturelles, qui ne se traduisent plus désormais uniquement par la connaissance du patrimoine du passé, mais également par la possibilité de faire des expériences et d'apprendre de nouvelles choses liées, en particulier, à la tradition locale ;
- les touristes qui souhaitent vivre des vacances actives, leur donnant la possibilité de pratiquer des disciplines sportives et de participer à des compétitions ;
- les touristes "stop and go", qui préfèrent diluer les vacances tout au long de l'année en se prenant des pauses au cours des mois de travail, ou en effectuant quelques week-ends longs (vendredi-dimanche). Ces touristes optent généralement pour la location d'une maison de vacances (en réservant sur des sites, tels que Airbnb) et tiennent compte généralement des critiques postées sur les réseaux sociaux, tant pour le choix de la localité que pour celui de l'hébergement.

Les thèmes touristiques exposés ci-dessus, outre à être en mesure de se lier aux différentes caractéristiques d'attractivité spécifiques de la Sardaigne qui visent à désaisonnaliser le tourisme, parviennent à consolider de manière encore plus forte le segment balnéaire²⁰. L'étoffement et la diversification de l'offre touristique peuvent, en outre, favoriser le renforcement des flux touristiques internationaux, les processus de désaisonnalisation et de délocalisation, l'activité de synergies de filières avec d'autres secteurs. Un binôme très certainement gagnant consisterait à allier Tourisme et Agroalimentaire, vu que la région offre différentes productions de qualité²¹.

Capital humain

La performance positive enregistrée par la Sardaigne ces dernières années est due au degré élevé de satisfaction des touristes, à savoir à la bonne perception suggestive de la façon dont s'est déroulé un voyage ou le séjour, qui place l'île en première position dans le classement national.

²⁰ Extrait de Le tourisme en Sardaigne, Quels thèmes pour un tourisme désaisonnalisé. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Octobre 2016. Consultable : <https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/Tematismi.pdf> [Novembre 2017]

²¹ Extrait de Le tourisme en Sardaigne : les opportunités de croissance du système. Comment construire un tourisme stable toute l'année. SRM, Intesa San Paolo, Confindustria Sardegna, Confindustria Sardegna Meridionale, Octobre 2016. Consultable : https://www.sr-m.it/wp-content/uploads/2016/10/TUR_sardegna.pdf [Novembre 2017]

De l'enquête réalisée par les opérateurs sardes du tourisme, en 2016, et de l'association d'études et de recherche pour le Mezzogiorno (SRM) en vue de connaître leur sentiment sur l'évolution des tendances du futur, des thèmes de développement relatifs au facteur humain sont apparus. En particulier, selon les spécialistes du secteur, les ressources et les compétences auxquelles le système tourisme devra davantage faire appel au cours des prochaines années sont liées aux actions suivantes :

- valoriser l'expérience et la motivation qui caractérisent le secteur dans l'ensemble de l'île, en renforçant l'unicité de l'offre touristique ;
- renforcer et prendre en compte les aspects de sécurité qui semblent caractériser l'ensemble du territoire italien par rapport au phénomène du terrorisme, en tant qu'autre élément d'attractivité ;
- améliorer le professionnalisme des salariés de l'industrie du tourisme, de la réceptivité à la restauration, également à travers la diffusion dans le secteur d'une plus grande culture de gestion, en mesure d'allier l'expérience et les traditions de l'île avec les nouveaux instruments de marketing touristique nécessaires pour relever le défi de la concurrence globale des destinations²².

²² Voir note n° 30.

Toscane

On rapporte ci-après la synthèse de l'analyse des Programmes Opérationnels et des politiques régionales.

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
PO INTERREG MARITIME (analyse et données relatives à 2012)	Aide à la participation des parties prenantes aux politiques de conservation de la nature, visant à accroître l'utilisation durable - surtout du point de vue touristique – et partage des initiatives de gestion et de protection active Valorisation du capital culturel à travers la création d'un grand itinéraire transfrontalier du patrimoine culturel			Vulnérabilité environnementale élevée à l'égard des changements climatiques, ayant des effets directs sur le secteur touristique fortement lié à la saisonnalité Pression environnementale excessive exercée par le tourisme de masse Nécessité de favoriser les formes de tourisme vert		Nécessité majeure de travail spécialisé, tant pour le tourisme côtier que pour le tourisme vert	Maintien du tourisme international en dépit de la crise
POR FEDER	Aide aux processus d'innovation des macro-entreprises et des PME dans les secteurs du tourisme, du commerce et de la culture : aides aux investissements en faveur de l'innovation	Patrimoine environnemental, culturel et territorial d'importance extraordinaire, qui constitue une source primaire de développement, d'attractivité et de valorisation de la Toscane			Nécessité d'investir afin de rénover la réceptivité qui doit faire face à des taux d'occupation des structures insuffisants pour garantir un retour sur investissement		Demande internationale en hausse et capacité de l'offre touristique des principaux systèmes touristiques toscans d'attirer des flux croissants en provenance de nouveaux pays émergents, et de

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
							maintenir ses parts sur les marchés européens
	Développement et renforcement des infrastructures destinées à l'intégration et à la publication des données de l'Administration publique en format ouvert pour les entreprises du secteur des technologies de l'information, de façon à ce que celles-ci disposent de ressources et de données pour pouvoir mettre au point de nouvelles applications et de nouveaux services dans tous les secteurs d'intérêt (tourisme, transports, etc.)	Fragmentation du système de l'offre culturelle en réalités constituées de musées de petite dimension et à faible capacité d'attraction					Faiblesse de la demande intérieure dérivant de la diminution du revenu disponible des familles italiennes
	Interventions d'aide à la création de nouvelles entreprises opérant dans les secteurs du tourisme, du commerce, de la culture et des services, à travers des mesures d'incitations directes, l'offre de services et des interventions de microfinance						Destinations et produits touristiques ne répondant plus aux goûts des consommateurs
	Mesures d'incitation pour l'achat de services destinés à favoriser l'internationalisation et la promotion sur les marchés étrangers du système de l'offre touristique des micro-entreprises et des PME						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	Aides aux investissements pour l'acquisition de machines, d'installations et de biens immatériels destinés à favoriser la compétitivité et la croissance des micro-entreprises et des PME par le biais d'interventions d'aide à l'accès au crédit						
	Interventions en faveur de la protection, de la valorisation et de la mise en réseau du patrimoine culturel, matériel et immatériel, dans les aires d'attractivité d'importance stratégique, destinées à consolider et à promouvoir des processus de développement						
POR FSE	Mesures de politique active en matière de formation, d'aides à l'embauche, stages et autres mesures d'intégration instruction/formation/travail, actions de mobilité professionnelle, en accordant une attention particulière aux secteurs offrant de meilleures perspectives de croissance (ex. valorisation du patrimoine culturel)						
	Aides à l'embauche et autres mesures de politique active, dont des actions de mobilité professionnelle en accordant une attention particulière aux secteurs offrant de meilleures perspectives de croissance (ex. valorisation du patrimoine culturel)						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	Interventions de formation étroitement liées aux exigences d'insertion et de réinsertion professionnelle, orientées prioritairement vers les cibles plus sensibles et des initiatives de formation spécialisée (ex. valorisation du patrimoine culturel et des activités culturelles) et en faveur de l'entrepreneuriat.						
				L'agriculture constitue le moteur d'un système économique agroalimentaire plus vaste, qui a des retombées importantes dans les secteurs du commerce, de la restauration, de l'artisanat et du tourisme.			Dans le secteur de l'agritourisme, la Toscane occupe une position de leadership à l'échelon national en totalisant, au cours de ces dernières années, environ un tiers des présences italiennes en agritourisme et, uniquement en 2010, environ 3 millions de présences (65 % de présences étrangères). Du côté de l'offre, plus de 20 % des exploitations italiennes autorisées à pratiquer l'agritourisme sont situées en Toscane.
POR FEADER	Aides visant à favoriser l'accès aux services de conseil aux ayants droits						
	Aides aux investissements dans les exploitations agricoles afin de créer et de développer des activités extra-agricoles	La capacité des zones rurales d'attirer un si grand nombre de touristes réside dans la grande valeur naturelle et paysagère du territoire, qui vient s'ajouter au patrimoine historique et culturel.					

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	Aides aux investissements en faveur de l'utilisation publique d'infrastructures récréatives, d'informations touristiques et d'infrastructures touristiques à petite échelle					Nouvelles associations de producteurs, coopératives, groupements de protection, et d'autres réseaux tels que, par exemple, les routes du vin et des saveurs (de l'huile, des produits typiques), le Mouvement du tourisme du vin, Slow Food, etc. ont acquis un rôle important dans la valorisation des produits locaux, typiques et du vin, et, par conséquent, dans la valorisation des zones rurales et dans leur développement économique.	
	Aides en faveur d'études et d'investissements destinés à l'entretien, à la remise en état et à la requalification du patrimoine culturel et naturel des villages, du paysage rural et des sites à haute valeur naturelle, y compris les aspects socio-économiques de ces actions, et en faveur d'actions de sensibilisation en matière environnementale						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	Aides en faveur de la coopération entre petits exploitants, afin d'organiser des processus de travail en commun et de partager des instruments et des ressources, en vue de développer et/ou de commercialiser des services touristiques						
PO FEAMP	Activation de l'instrument de développement local de type participatif ayant comme domaine d'action le tourisme durable						
PRD 2016-2020	Projet "Grands acteurs culturels, promotion du système des arts et des instituts culturels" en synergie avec le projet "Tourisme et commerce", ayant pour objectif d'adapter le système touristique de la Toscane à une demande toujours plus diversifiée et personnalisées en s'appuyant sur les particularités qui le caractérisent (patrimoine culturel et environnemental en premier lieu)						
	Le projet "Tourisme et commerce" vise à valoriser les spécificités et les identités locales, en diffusant la connaissance des produits de l'artisanat, de la gastronomie et de l'œnologie, les réalités culturelles et les connexions du tourisme avec le sport. L'approche au système touristique est repensée dans une optique d'intégration public/privé, de développement du marketing, également du point de vue territorial, et de promotion de projets de						

	Synthèse du système territorial	Capital culturel matériel	Capital culturel immatériel	Capital naturel	Biens et installations	Capital humain	Performances
	développement touristique intégré sur des macro zones, et également de dimension interrégionale.						

Performances successives à 2012 et description de la demande²³

Au cours de ces dernières années, les performances du secteur touristique toscan ont été particulièrement positives, et supérieures à la moyenne enregistrée en Italie. En 2015, les arrivées ont augmenté de 3,1 %, consolidant le résultat de l'année précédente (+ 2,9 %), tandis que les présences ont plus que doublé la hausse de 2014.

En 2015, on a donc assisté à un nouveau record de présences touristiques en Toscane : **44,8 millions** dans des structures officielles, auxquelles il faut ajouter environ 40 millions (estimation Irpet – Institut régional de la programmation économique toscane) dans des logements non officiels, et 3,5 autres millions dans des structures d'hébergement qui ont manqué de communiquer les présences : **au total, un peu moins de 90 millions.**

Sur le front international, les faits stylisés qui ont joué un rôle prépondérant dans la reprise de la croissance du secteur touristique étranger en Toscane sont au nombre de quatre :

1. L'accélération, après une année 2014 plus contrastée, de la hausse des présences de pays extra-européens. En particulier, de l'Inde (+38%) et de l'Argentine (+ 17,1 %), mais aussi l'accroissement ultérieur de l'intensité de la croissance des flux en provenance de la Chine (+ 25,7 %) et la reprise, après une année 2014 négative (- 0,5 %), de la hausse des présences également de l'Australie (+ 2,7 %) et de l'Afrique du Sud (+ 24,3 %).
2. Le renforcement ultérieur, après une année 2014 relativement bonne, de la hausse des présences provenant des pays anglosaxons : Amérique du Nord (+ 5,6 %) et Royaume-Uni (+ 2,9 %).
3. La reprise de la hausse des présences provenant de l'Europe Centrale – Allemagne (+ 3,1 %), Autriche (+ 8,2 %) et Suisse (+ 2 %) – après la légère baisse de l'année dernière.
4. La consolidation, après une excellente année 2014 (+ 8 %) de la hausse des présences en provenance de l'Europe Orientale (+ 6,2 %) et de ce qu'on appelle les PIGS – à l'exclusion de la Grèce qui se trouve encore dans une période de crise économique – qui réalisent des augmentations de présences à deux chiffres, autour de 10 %. Il va de soi que ces dynamiques conjoncturelles découlent également de la récupération de rythmes de croissance économique satisfaisants, particulièrement élevés en ce qui concerne l'Irlande et les pays de l'Europe de l'Est.

En revanche, quatre éléments freinent la tendance d'expansion des présences internationales :

1. La diminution pour la deuxième année consécutive des présences de Hollande et Belgique (- 3,2 % après le - 6,1 % de 2014), non directement imputable à l'évolution des économies respectives et, par conséquent, à suivre de près.
2. La chute des présences de la Russie (-37,5 %), dont les causes sont à rechercher dans des éléments à caractère géopolitique en premier lieu, économique en second lieu, et dont les effets se manifesteront probablement également cette année.
3. Le déclin persistant et consistant des présences japonaises (- 12,2 % entre 2013 et 2014, - 13 % cette année), à imputer seulement en partie à la stagnation de longue durée que traverse le pays.
4. La diminution plus faible des présences en provenance de l'Europe du Nord au cours de ces deux dernières années (- 0,7 % cette année après le - 3,1 % de 2014), déterminée cette année exclusivement par la baisse importante des norvégiens (- 17,5 %), tandis que celles des suédois augmentent de 3,8 % et des danois de 6,7 %, récupérant les niveaux atteints en 2013.

²³ Extrait de Rapport sur le tourisme en Toscane. La conjoncture en 2015, Irpet et Région Toscane Secteur des Systèmes informatiques et des services – Bureau régional de statistique, juillet 2016. Consultable : http://www.irpet.it/wp-content/uploads/2016/09/rapporto-turismo_congiuntura-2015.pdf [Novembre 2017]

L'analyse de la demande en termes de typologies d'hébergement confirme la satisfaction, en particulier des touristes internationaux extra-européens, des établissements hôteliers haut de gamme. En 2015, les hôtels cinq étoiles réalisent une hausse des présences égale à + 11,8 %, et les quatre étoiles de + 5,1 %. Le déclin des types d'hébergement de niveau inférieur se confirme, tandis que le maintien des structures hôtelières de niveau intermédiaire (+ 1,2 % les résidences de tourisme hôtelier et + 1,4 % les trois étoiles) est dû au retour des italiens, et des toscans en particulier, vers des destinations de mer et de montagne.

Très satisfaisant également le résultat des agritourismes (+ 4,4 %) renforcé par le nombre de touristes, surtout étrangers, désireux de vivre une expérience différente, un résultat qui croît davantage dans les villes d'art (+ 8,3 %) mais également à la campagne (+ 4,2 %).

Dans la catégorie d'hébergement "Autres structures", les présences dans les appartements, qui en constituent le noyau principal, augmentent mais de façon plus modérée, + 2,3 % dans l'ensemble, et exclusivement dans les contextes urbains (+ 5,6 %).

Potentiel de réceptivité, d'accessibilité et de l'offre de divertissement du système touristique toscane

Selon les données fournies par Unioncamere Toscana, fin 2014, les **entreprises du tourisme en Toscane étaient au nombre de 33.058**, dont 79 % enregistrées dans la branche café (32 %) – restaurant (44 %), environ 17% comme structures d'hébergement et 4 % comme agences de voyage.

En termes d'unités locales, le cadre se modifie peu, affichant un poids majeur des structures d'hébergement par rapport à la restauration – une donnée somme toute normale compte tenu du fait que ce type d'entreprise est davantage dimensionné – tandis que les agences de voyage confirment le même nombre en termes d'entreprises.

En ce qui concerne les **modes de transport utilisés par les touristes pour rejoindre la Toscane**, la voiture et l'avion représentent les moyens les plus employés : la première surtout par les vacanciers italiens (62,8 % en 2014) ; le second par la majorité des étrangers (70,5 %). On souligne que plus d'un quart des touristes italiens a recours également au ferry²⁴.

La Toscane est correctement reliée aux autres régions italiennes, et ce grâce à la présence d'un bon réseau routier, en dépit de quelques situations encore critiques dans l'aire côtière du centre-sud, et de nombreux ports, et à l'Europe et au monde en général grâce à deux aéroports internationaux. Parallèlement à la présence de bonnes infrastructures, la Toscane est dotée d'un système généralement efficace de services publics qui, conjointement à la présence de nombreux centres habités de valeur de petite dimension situés loin du chaos des grandes villes, à la présence réduite de zones dégradées sous le profil paysager et aux faibles taux de criminalité, constituent un important groupe d'éléments d'attractivité sur le territoire, en complément d'un système bien développé de l'offre touristique et de la filière correspondante²⁵.

Bien que les estimations en matière d'accessibilité et d'utilisation du territoire aient été plutôt contrastantes en 2014 en termes de satisfaction des touristes, la facilité d'accès grâce aux liaisons et aux services a été, en fait, la troisième motivation la plus importante qui a poussé les touristes italiens et étrangers à préférer la Toscane cette même année, immédiatement après la reconnaissance de la richesse du patrimoine artistique et culturel qui caractérise la région.

Cependant, la motivation la plus importante a été la participation à des séminaires et à des ateliers thématiques, confirmant ainsi la vocation de la Toscane également comme première destination pour le

²⁴ Extrait de Turismo et Toscane. Bilan de l'année 2014 et tendances pour 2015. Produits touristiques innovants : opportunités et perspectives de développement du tourisme en Toscane, Unioncamere Toscana et Si.Camera, juillet 2015. Consultable : http://www.starnet.unioncamere.it/Prodotti-turistici-innovativisviluppo-turistico_7A14479B191C472 [Novembre 2017]

²⁵ Extrait de Le Tourisme dans les provinces de la Toscane, Région Toscane Secteur des politiques de développement et de promotion du tourisme, juin 2006. Consultable : <http://www.regione.toscana.it/documents/10180/70224/Il%20turismo%20nelle%20province%20della%20Toscana/b105264c-54d1-48fe-985c-6a29eeb43f5d> [Novembre 2017]

tourisme de congrès, et ce grâce à la présence dans la région de nombreux centres d'excellence dans de multiples disciplines. Cette donnée représente la moyenne entre touristes italiens et touristes étrangers, ces derniers ayant cependant indiqué comme objectif principal la possibilité de visiter et de connaître le patrimoine culturel et artistique, qui se situe encore loin devant le choix pour les zones naturelles de la région, bien que cet aspect soit en augmentation dans les niveaux de préférence, tout comme l'intérêt à l'égard de la gastronomie et l'œnologie locales, et les possibilités de shopping.

Parmi les motivations de "niche" qui ont incité les touristes à visiter la Toscane en 2014, on citera en tout premier lieu la possibilité d'assister à des événements religieux, ensuite de pratiquer le golf et l'équitation, et de participer à des séminaires thématiques sur la nourriture²⁶.

Les priorités de choix des touristes caractérisent les dimensions du produit touristique toscan et les tendances, surtout des niches, en indiquant les éventuelles opportunités futures susceptibles de contribuer à une valorisation ultérieure de tout le système.

Capital humain

Les entreprises toscanes du tourisme employaient, fin 2014, environ **128.000 salariés répartis, pour 88 % des cas, dans trois secteurs : restaurants (48 %), bars (24 %) et hôtels (16 %)**. Le tourisme en Toscane est également un secteur qui compte une forte présence d'entreprises jeunes et d'entreprises féminines : fin 2014, les premières représentaient 13,1 % du secteur (9,7 % la valeur correspondant par rapport au total des entreprises), et les secondes représentaient 43,8 %, une incidence pratiquement double de celle calculée sur le total des entreprises.

En revanche, les entreprises étrangères présentes en Toscane ne dépassaient par le seuil des 9 % (12,1 % pour le total des entreprises), et se concentraient essentiellement dans la restauration. Par rapport à 2011, l'incidence des entreprises jeunes est restée en substance inchangée. En revanche, la présence des entreprises féminines a été réduite de près de cinq points (de 48,5 % à 43,8 %). En hausse d'environ un point et demi en pourcentage, la composante étrangère (de 7,4 % à 8,9 %).

Les prévisions en matière d'emploi estimées pour 2015 laissaient présager des signes d'amélioration vu que le nombre des entreprises du tourisme qui, en Toscane, avaient déclaré vouloir réduire le nombre de salariés était resté pratiquement inchangé entre 2014 et 2015, alors que le pourcentage de celles qui prévoyaient d'accroître l'embauche avait augmenté de façon importante (de 1,1 % à 8,8 %). En effet, en 2015, les secteurs à forte intensité touristique ont créé, en Toscane, un solde positif d'environ 6.055 emplois en plus, confirmant que ce secteur est un important amortisseur de la crise de l'emploi qui continue de sévir²⁷.

Le capital humain employé dans la filière touristique semble être l'un des éléments clés dans l'échelle de satisfaction des touristes qui ont choisi la Toscane en 2014, et qui ont noté de manière positive la courtoisie du personnel, également la restauration et la grande attention accordée aux personnes ayant des exigences particulières²⁸.

²⁶ Voir note n° 36.

²⁷ Voir note n° 35.

²⁸ Voir note n° 36.