

Breve ricognizione sul rapporto Turismo e Calamità

di Gabriele Caldari

Nota introduttiva di Paolo Ansideri

Il periodo storico che stiamo vivendo caratterizzato dalla pandemia Covid19 è sicuramente vissuto all'insegna della paura globale. La paura costringe gli stati ad eccezionali misure di contenimento e prevenzione e la paura genera nelle persone diffidenza e ritrosia verso attività precedentemente praticate che comportavano contatti sociali.

Una di queste attività è il turismo che, come altri ambiti economici, vede in questi comportamenti la causa del drammatico arresto dell'impresa e del lavoro.

La drammaticità del momento obbliga però le istituzioni e le imprese a cercare soluzioni per il superamento della negatività. Quali misure adottare?

Qui si inserisce il presente contributo che, seguendo la metodologia che intende applicare la commissione Cultura e Turismo della Società Fortini, cerca di comprendere il contesto della domanda prima di dare risposte.

Partendo dalla sottintesa volontà e necessità di rapida ripresa, sarà il caso di capire quale sia lo stato del mercato turistico, per comprenderne, se possibile, dinamiche e comportamenti, propensioni e attitudini.

Abbiamo perciò individuato tre percorsi di analisi per meglio mettere a fuoco il comportamento del mercato, ricorrendo a strumenti di analisi storico-statistica applicati a fenomeni simili al presente e ricorrendo anche a competenze più specifiche. Analizzeremo comportamenti di mercato, ma anche l'efficacia di soluzioni o misure di incentivazione applicate nel passato e tuttora prospettate.

Questo primo contributo tenta quindi di rispondere a queste domande ed inserisce il problema corrente in un quadro più ampio: "Cosa ci dicono i dati storici statistici riguardo al turismo condizionato da fenomeni di calamità simili al Covid? In quanto tempo è stato superato il problema? La caduta degli arrivi da Covid, ha lo stesso andamento di quella da terremoto? O da terrorismo?".

Premessa d'obbligo: l'EPIDEMIA, geograficamente localizzata, è molto diversa dalla PANDEMIA, estesa su tutto il pianeta

Seguiranno:

- Paura e turismo. Analisi psicologica della predisposizione dell'utenza al viaggio turistico dopo eventi traumatici collettivi
- Quando conviene fare pubblicità per attrarre sul territorio dopo una calamità?
Analisi storica degli investimenti e risultati della comunicazione regionale post terremoto 2016. Indicazioni per il presente.

Modesta considerazione a margine: data la ciclicità costante dei fenomeni calamitosi che si abbattono sul settore turistico locale, non è il caso di uscire dalla logica dell'emergenza, in base alla quale si deve ricominciare ogni volta dall'inizio con soluzioni estemporanee? Inventando ogni volta qualcosa di avulso dal passato come se questo non avesse insegnato nulla?

Come esiste una protezione civile che si è dotata di un know how storico con tanto di procedure da applicare in caso di calamità naturali per i danni diretti, non si può pensare la stessa cosa per i danni indiretti? Cioè pensare ad un protocollo di misure e accorgimenti, non solo per le attività relative al periodo di piena calamità, ma anche precauzionali, preventive in attesa del prossimo evento?

Se la storia insegna che gli eventi calamitosi accadono con una certa frequenza, questi non sono più straordinari, ma strutturali e se sono strutturali sarà bene che sposti la mia capanna più a monte, visto che le periodiche piene me l'hanno ogni volta distrutta.

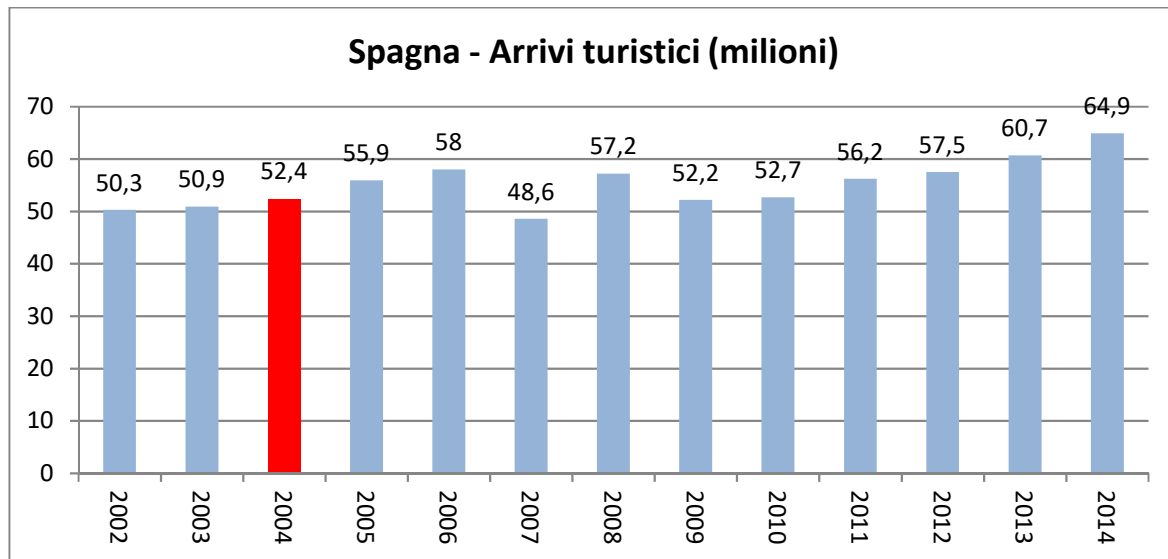
Comportamento del mercato turistico in caso di attentati terroristici

Il WTTC (World Travel & Tourism Council) in uno studio del 2016 mette in evidenza come il settore turistico riesce a recuperare molto prima a seguito di un attentato rispetto, ad esempio, a catastrofi naturali.

Lo studio, approfondito in una tesi di Laurea della Modul University di Vienna¹, prende in esame lo storico degli effetti e delle tempistiche necessarie per un completo ripristino della domanda a valori normali pre shock.

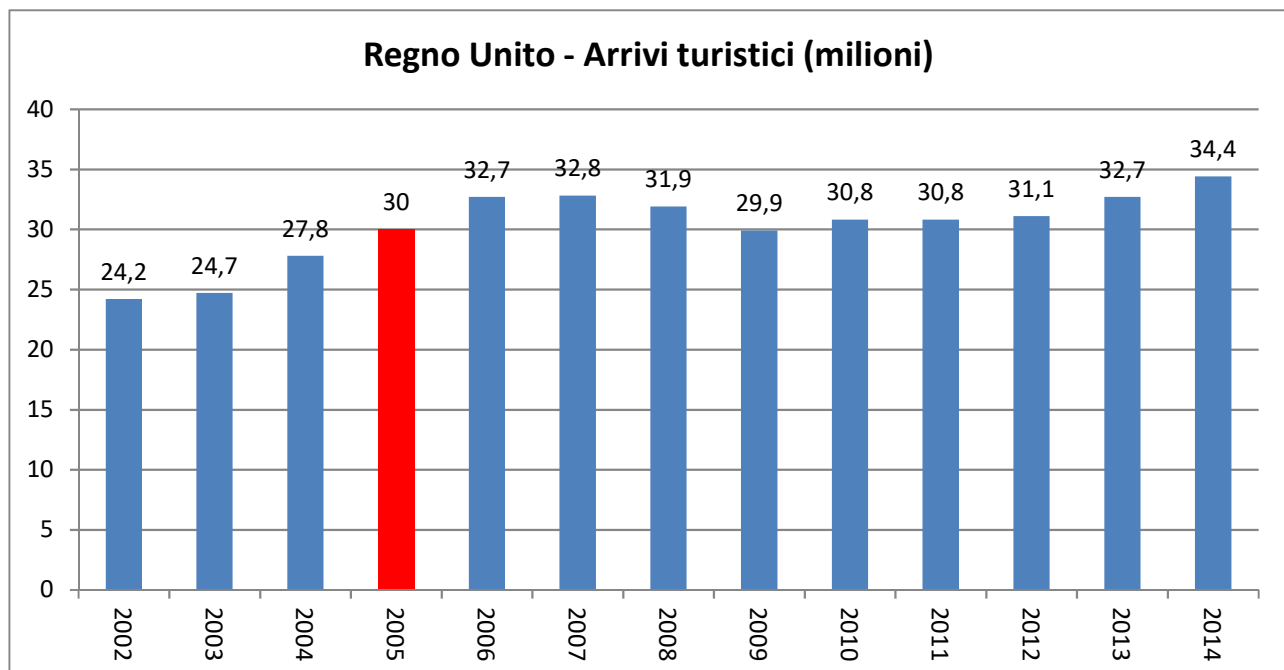
Il WTTC ha affermato che tutti gli attacchi terroristici, avvenuti in Europa, hanno comportato un impatto molto limitato in ambito turistico.

Prendiamo, ad esempio, l'esplosione avvenuta a Madrid (11 Marzo 2004). A seguito di questa gli arrivi turistici ritornarono a livello "pre" nel giro di alcune settimane e non minarono il trend di crescita per il successivo 2005.



<https://www.statista.com/markets/420/travel-tourism-hospitality/>

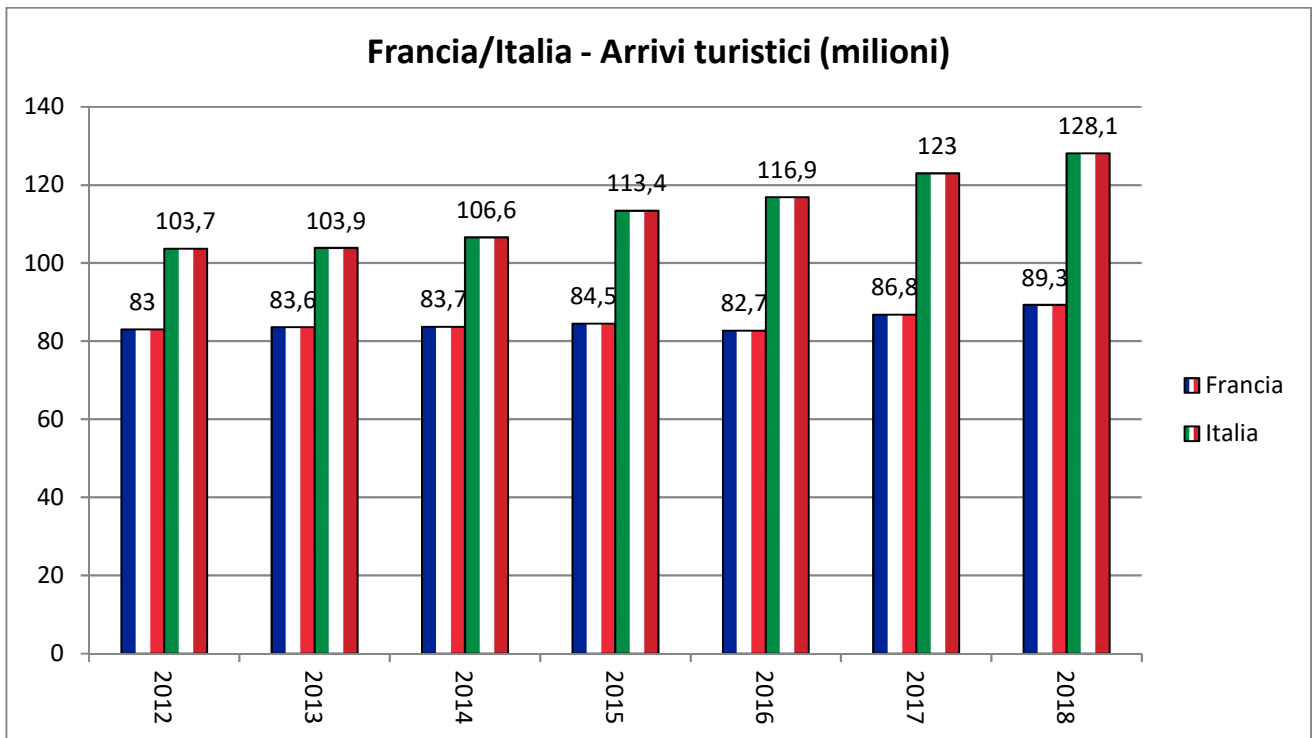
L'attacco esplosivo avvenuto a Londra del 7 luglio 2005, sempre secondo i dati della sede di Londra del WTTC, non ha addirittura avuto nessun impatto negativo degno di nota sul turismo.



<https://www.visitbritain.org/official-statistics>

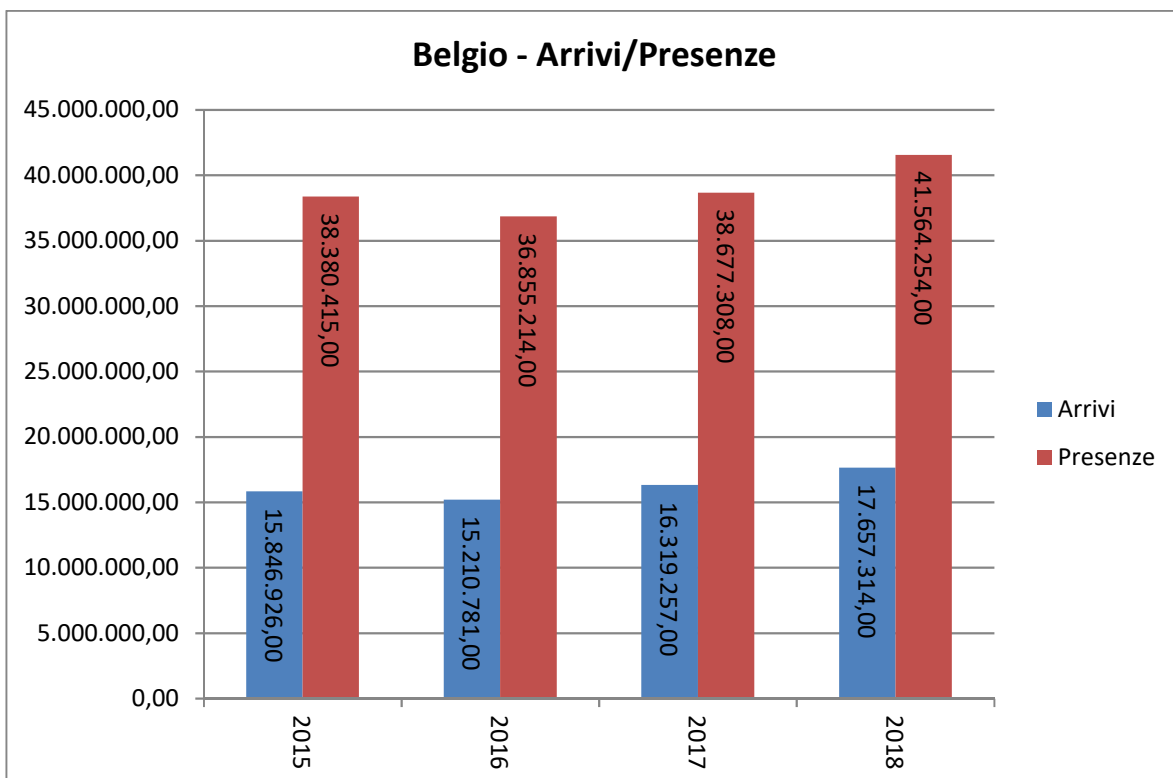
¹ The Impacts of Terrorism on Tourism in the EU, Alexander Meindl, 25 Aprile 2018

Considerazione analoga anche per l'attacco avvenuto a Parigi del 13 Novembre 2015, anche se, come riportato da alcune testate, le autorità dichiararono una perdita delle prenotazioni, in hotel di lusso, del 50% e una perdita di entrate turistiche di alcuni milioni di Euro, oltre che disagi e disservizi nelle immediate giornate successive all'attacco (Musei, concerti annullati, etc..), i flussi turistici non si arrestarono recuperando già dal mese di Maggio 2016.



<https://www.istat.it/it/archivio/arrivi> - <https://it.tradingeconomics.com/france/tourist-arrivals>

L'industria della ricettività presentò un calo di mercato nei mesi di Novembre e Dicembre 2015 (-40%, -50% delle prenotazioni), a fronte di una buona ripresa a partire dal mese di Gennaio 2016.² Rimane però nel 2016 una contrazione dei flussi turistici in arrivo (-2,1%) che pare essersi spostata in altri paesi Europei tra cui l'Italia che registrò nel 2016 un trend di crescita del 3,08%. Ripresa piuttosto veloce anche a Bruxelles dopo l'attentato del 22 marzo 2016. Quasi tutto il 2016 risentì dell'impatto per poi riprendersi definitivamente nel 2017 e poi sprintare ed aumentare il trend di crescita.



² The Telegraph, Natural disasters worse for tourism than terror attacks, 29 Marzo 2016

Caso a parte gli attentati dell' 11 Settembre 2001 negli Stati Uniti. Secondo il "Department of Homeland Security" si è dovuto aspettare almeno il 2007 per risollevare il turismo a valori pre-attacco. Nel rapporto è però anche specificato che il valore numerico derivante dalla diminuzione del turismo è stato influenzato anche da altri fattori economici, come il periodo di forte crisi, che hanno contribuito a mantenere un valore piuttosto basso.³

CONCLUSIONI

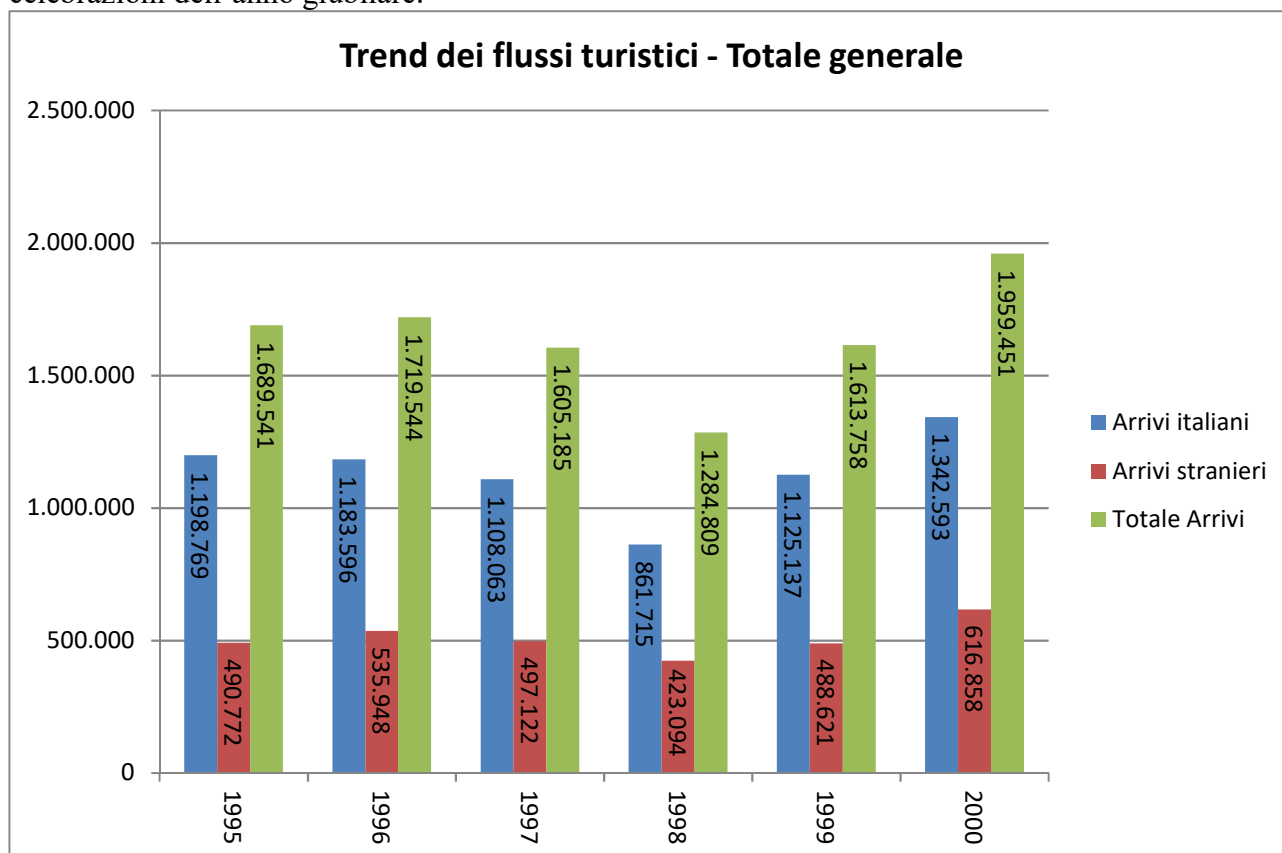
La domanda turistica sembra reagire in tempi discretamente brevi al fenomeno. Il terrorismo generalmente esaurisce il proprio impatto nell'arco di 1 anno.

Comportamento del mercato turistico in caso di calamità naturali

Archiviati in circa 12/13 mesi di media le tempistiche affinché la domanda turistica ritorni ai livelli precedenti il fenomeno terroristico, si registra invece un differente timing in caso di catastrofi naturali dove la stima è di 24 mesi (terremoto distruttivo avvenuto in Giappone nel 2011 con la catastrofe nucleare che colpì Fukushima⁴) o come in occasione dello tsunami avvenuto in Thailandia nel 2004 dove si è verificata una diminuzione degli arrivi turistici per almeno 14 mesi⁵

Se ne deduce che l'incidenza del maggior tempo di recupero nelle tempistiche, in caso di catastrofi naturali sia dovuta, anche, al ripristino delle aree devastate che è più impattante dell'aspetto psicologico registrato dopo un attentato terroristico.

In tale contesto si inseriscono anche i terremoti che hanno sconvolto l'Umbria nel 1997 e nel 2016. Il primo che causò danni materiali nelle principali mete turistiche vide il ritorno della normalità 24 mesi dopo le scosse del 26 Settembre e del 14 Ottobre 1997 riportando la domanda turistica, in termine di arrivi, ai livelli del 1996 soltanto nel 2000 complice anche l'effetto trainante delle celebrazioni dell'anno giubilare.



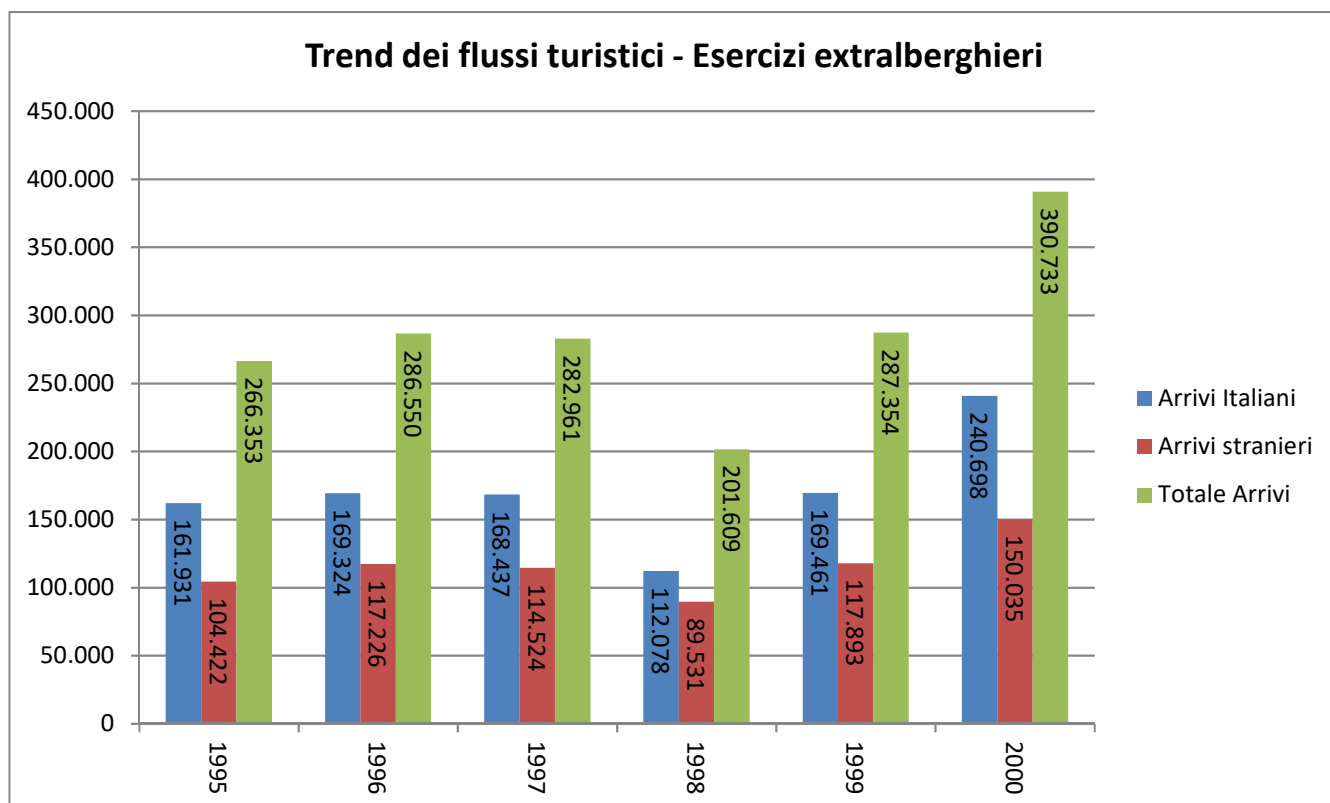
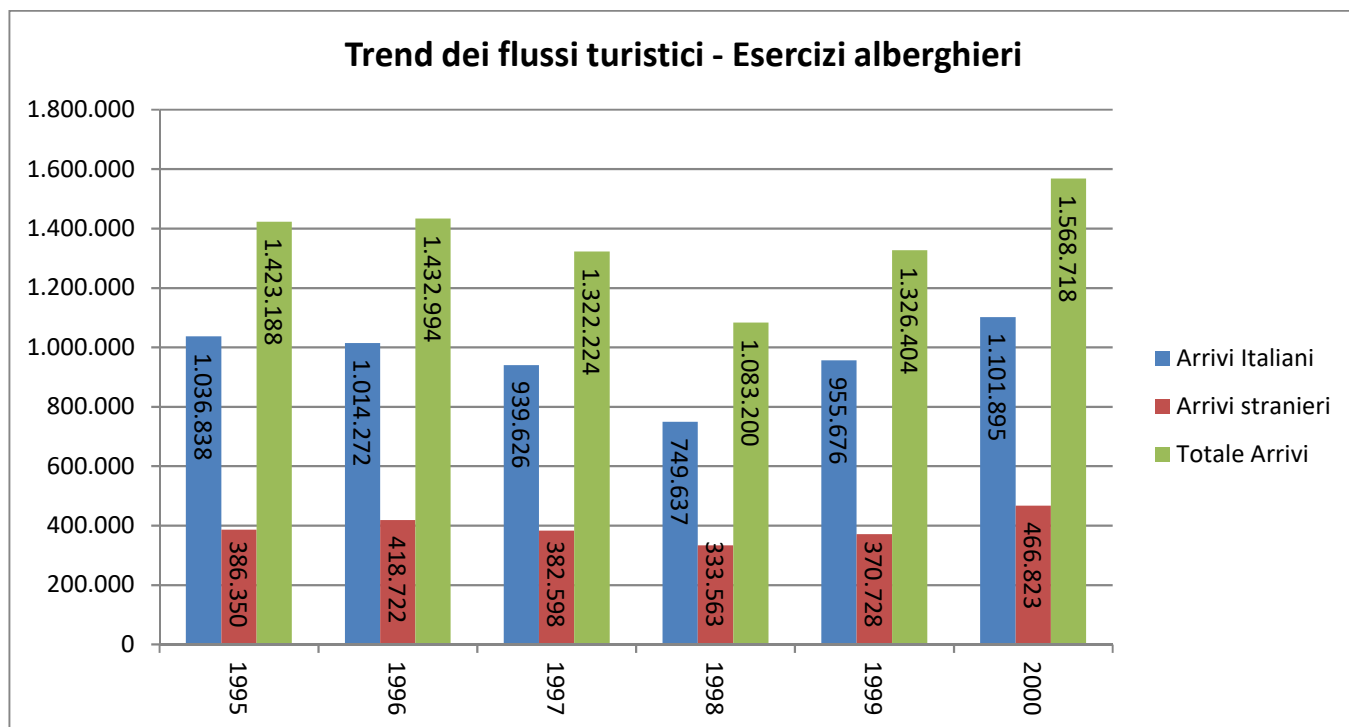
³ Overseas Travel to United States: Initial Impacts and Longer-Run Recovery, Derekh Cornwell - Bryan Roberts, Marzo 2010

⁴ Giappone, terremoto e tsunami: impatti sul turismo, da puretourism, 24 Luglio 2011

(<http://www.puretourism.it/statistiche-turismo/statistiche-e-dati-turismo-asia-e-pacifico/giappone-terremoto-e-tsunami-impatti-sul-turismo/>)

⁵ WYSE (World Youth Student and Educational Travel Confederation), Terrorism's effect on tourism doesn't last very long. 7 dic 2015

Come si evince dai grafici successivi molto più reattiva la domanda del settore extralberghiero che pur scontando, in valore assoluto, “numeri” più piccoli del settore alberghiero rispose più velocemente nell’arco di 12 mesi

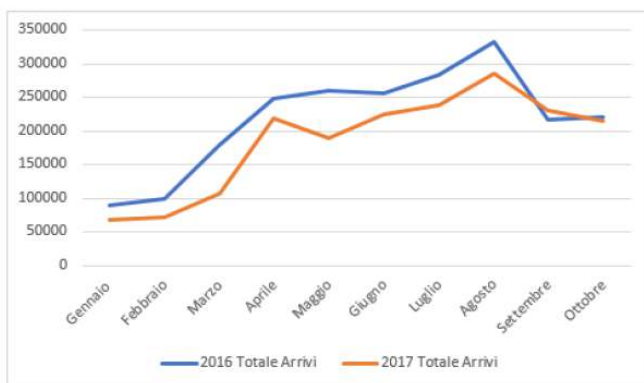


Completamente differente la risposta della domanda di fronte agli eventi sismici del 30 Ottobre 2016

In questo caso l'analisi verte sul comprensorio di Assisi dove non vennero rilevati importanti danni strutturali. In questo caso il danno indiretto, dovuto alla percezione psicologica di soggiornare in un'area poco sicura e quello mediatico provocato da una comunicazione poco precisa, provocò un periodo di latenza della domanda di 10 mesi che ritornò ai livelli precedenti al sisma solo nel mese di settembre, anche se il mercato estero sembrò risentirne meno con una risposta positiva già dopo 5 mesi.⁶

ASSISI COMPRESORIO TOTALE ARRIVI

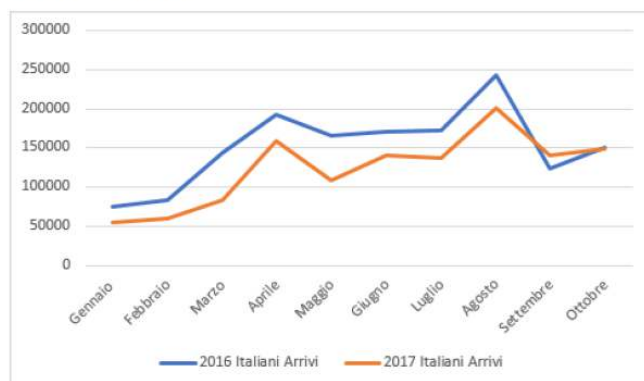
2017 - 2016



	2016	2017	2017/2016
	Totale Arrivi	Totale Arrivi	Variazione %
Gennaio	89125	67189	-32,65
Febbraio	99257	72229	-37,42
Marzo	180132	107773	-67,14
Aprile	248990	219208	-13,59
Maggio	259752	190236	-36,54
Giugno	257086	225271	-14,12
Luglio	284362	238591	-19,18
Agosto	333202	286209	-16,42
Settembre	217493	230715	5,73
Ottobre	221383	215012	-2,96
Novembre			
Dicembre			
Marzo -Aprile	429122	326981	-31,24

ASSISI COMPRESORIO TOTALE ARRIVI ITALIANI

2017 - 2016

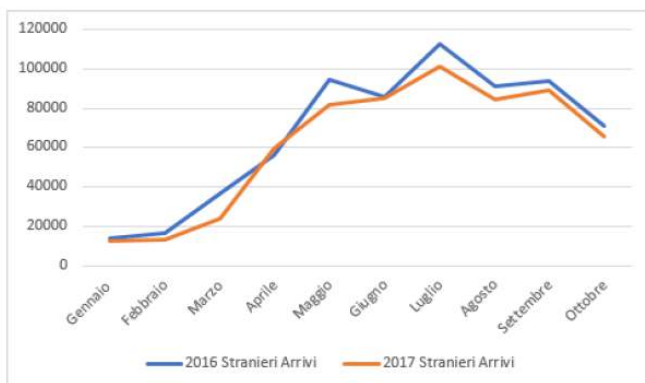


	2016	2017	2017/2016
	Italiani Arrivi	Italiani Arrivi	Variazione %
Gennaio	75024	54745	-37,04
Febbraio	82587	59364	-39,12
Marzo	143530	83898	-71,08
Aprile	192512	159607	-20,62
Maggio	165118	108176	-52,64
Giugno	171422	140097	-22,36
Luglio	171739	137121	-25,25
Agosto	242311	201803	-20,07
Settembre	123624	141341	12,53
Ottobre	150357	149377	-0,66
Novembre			
Dicembre			
Marzo -Aprile	336042	243505	-38,00

⁶ Sono stati omessi dal calcolo I mesi di Novembre e Dicembre 2016 in quanto non significativi, visto il drastico calo successivo all'evento sismico ed ininfluenti per lo studio del recupero della domanda turistica

ASSISI COMPENSORIO TOTALE ARRIVI STRANIERI

2017 - 2016



	2016	2017	2017/2016
	Stranieri Arrivi	Stranieri Arrivi	Variazione %
Gennaio	14101	12441	-13,34
Febbraio	16670	12865	-29,58
Marzo	36602	23875	-53,31
Aprile	56478	59601	5,24
Maggio	94634	82060	-15,32
Giugno	85664	85174	-0,58
Luglio	112623	101470	-10,99
Agosto	90891	84406	-7,68
Settembre	93869	89374	-5,03
Ottobre	71026	65635	-8,21
Novembre			
Dicembre			
Marzo - Aprile	93080	83476	-11,51

PREVISIONE DEL MODELLO

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINI DI ARRIVI AL TERROMOTO DEL SETTEMBRE 1997: 24 MESI

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINI DI ARRIVI AL TERROMOTO DEL SETTEMBRE 2016: 10 MESI

Comportamento del mercato turistico in caso di calamità sanitaria Confronto tra epidemia Mers 2015 – pandemia Covid19 2020

REPUBLIC OF KOREA – CASE HISTORY

I dati relativi alle tabelle ed i grafici sono stati estrapolati ed elaborati da
<http://kto.visitkorea.or.kr/kor/ktom/stat/stat.kto>

MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*): primo caso segnalato il 24 settembre 2012 a Jeddah - Arabia Saudita.

Maggio 2015 : Corea del Sud, il primo paziente positivo è riscontrato il 20 maggio 2015⁷

Luglio 2015: Ultimo caso rilevato nella prima settimana per un totale 186 casi, 36/38 morti al 26 luglio 2015.

PERSONE IN QUARANTENA: circa 17.000

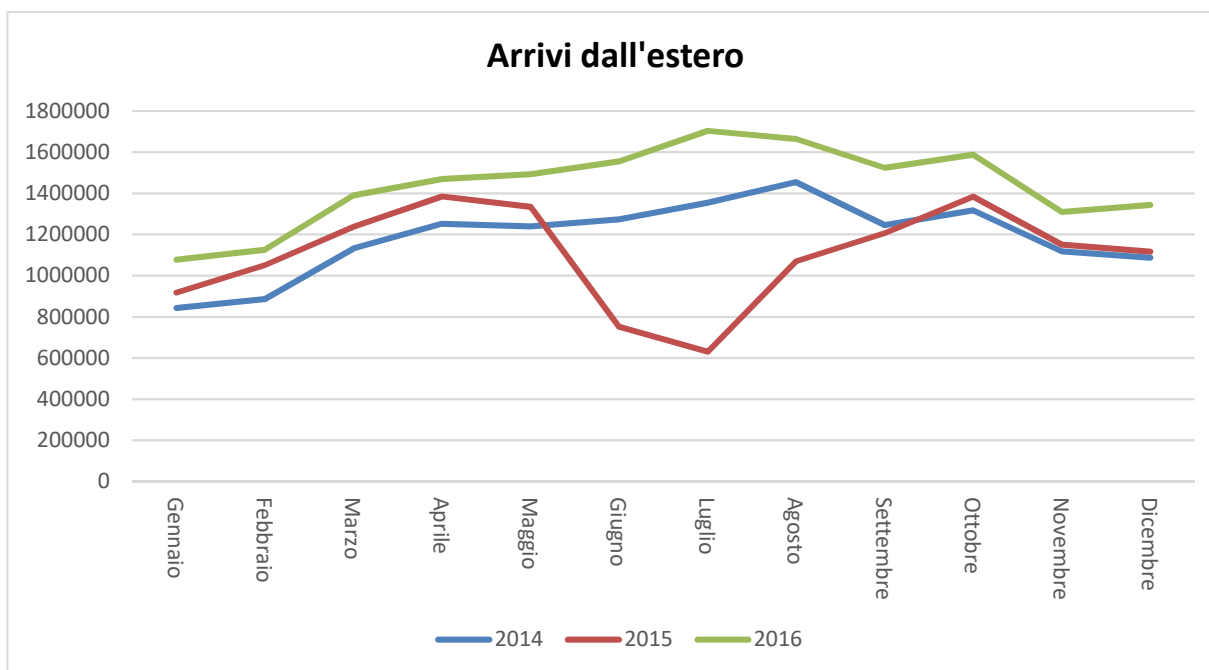
ZONA COLPITA: Essenzialmente la parte occidentale

Effetti sul turismo in termini di arrivi dall'estero

Arrivi dall'estero					
	2014	2015	2016	Variazione 2015/2014 (%)	Variazione 2016/2015 (%)
Gennaio	842.671	917.054	1.077.431	8,83	17,49
Febbraio	886.026	1.050.706	1.126.250	18,59	7,19
Marzo	1.132.155	1.238.144	1.389.399	9,36	12,22
Aprile	1.251.374	1.384.567	1.469.674	10,64	6,15
Maggio	1.239.606	1.334.212	1.492.680	7,63	11,88
Giugno	1.273.627	750.925	1.554.413	-41,04	107,00
Luglio	1.354.753	629.737	1.703.495	-53,52	170,51
Agosto	1.454.078	1.069.314	1.664.303	-26,46	55,64
Settembre	1.245.777	1.206.764	1.523.928	-3,13	26,28
Ottobre	1.317.482	1.383.704	1.587.797	5,03	14,75
Novembre	1.117.398	1.150.074	1.309.055	2,92	13,82
Dicembre	1.086.569	1.116.450	1.343.398	2,75	20,33
Totale	14.201.516	13.231.651	17.241.823	-6,83	30,31

Si evince che in pieno corso dell'epidemia, senza lockdown del Paese, il turismo estero ha perso più del 40 % della domanda estera. Il mese di Luglio è crollata nell'incertezza di una comunicazione puntuale per scontare ancora punti percentuali nei mesi di Agosto e Settembre per poi riportarsi ai livelli dell'anno precedente il mese di Ottobre. Appare evidente che, però nei mesi di Ottobre, Novembre, Dicembre 2015 la domanda estera non raggiunga lo stesso trend di crescita percentuale che si era riscontrati nel periodo Gennaio – Aprile 2015 rispetto allo stesso periodo 2014. Per tornare a questi livelli, come da grafico seguente, bisogna attendere Gennaio 2016. Di fatto dal primo caso di MERS registrato, prima di riprendere un trend di crescita assimilabile ai periodi precedenti, sono intercorsi 7 mesi.

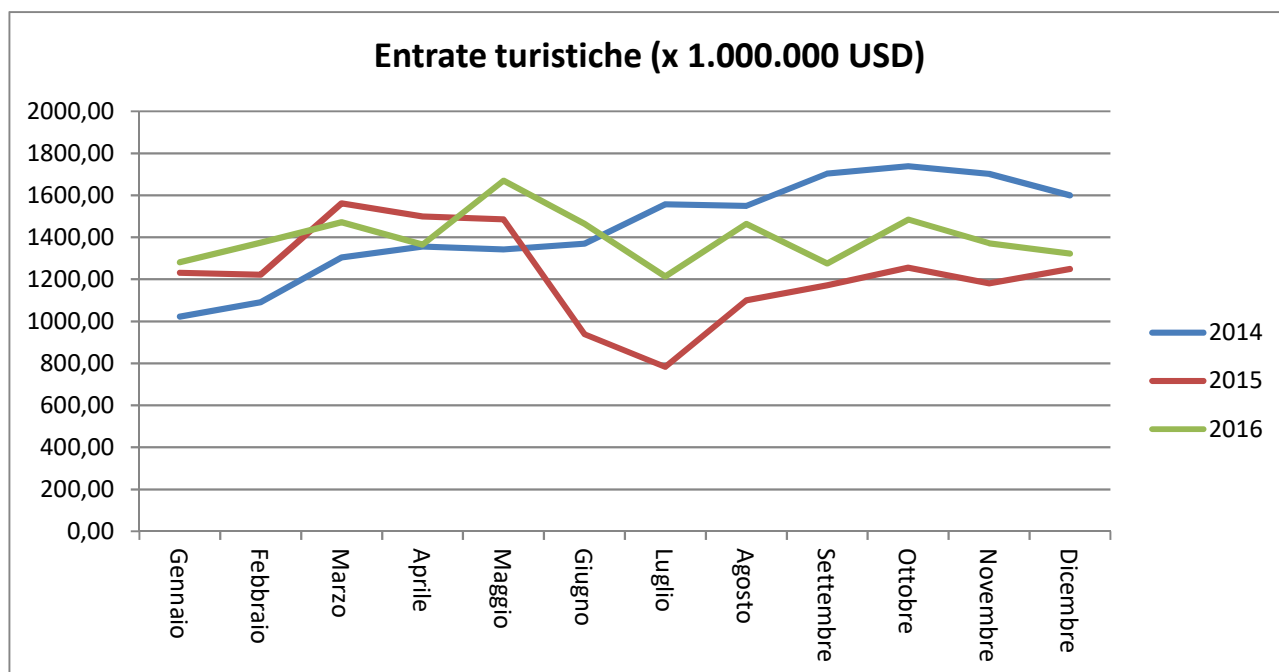
⁷"South Korea MERS Outbreak Began With a Cough". *The Wall Street Journal*. 8 June 2015. Retrieved 12 June 2015



Discorso analogo anche per le entrate economiche turistiche che hanno dimostrato un tempo di latenza più ampio rispetto al riequilibrio della domanda in termine di arrivi. Vediamo infatti dal confronto tra grafici e tabelle come ad Ottobre 2015 gli arrivi siano tornati ai livelli dello stesso periodo del 2014 ma le entrate si sono mantenute negative fino a Dicembre e comunque hanno condizionato pesantemente anche tutto il 2016

Effetti sul turismo in termini economici

Entrate turistiche (x 1.000.000 USD)			
	2014	2015	2016
Gennaio	121,80	1.230,50	1.281,60
Febbraio	1.091,20	1.221,30	1.374,50
Marzo	1.304,70	1.561,50	1.471,10
Aprile	1.356,40	1.499,60	1.364,30
Maggio	1.342,60	1.485,50	1.669,40
Giugno	1.369,90	938,00	1.464,50
Luglio	1.557,30	783,10	1.213,30
Agosto	1.549,00	1.099,80	1.464,10
Settembre	1.703,70	1.171,40	1.274,50
Ottobre	1.738,00	1.255,40	1.483,90
Novembre	1.702,10	1.180,70	1.370,50
Dicembre	1.599,20	1.249,00	1.322,20
Totale	17.335,90	14.675,80	16.753,90



PREVISIONE DEL MODELLO

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINI DI ARRIVI: 4 MESI dall'inizio dell'epidemia, 3 MESI dall'ultimo caso riscontrato

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINE DI ENTRATE ECONOMICHE: 7 MESI con pesanti condizionamenti sui 12 mesi dell'anno successivo.

COVID19 (*CO*rona*V*irus *D*isease 19): primo caso segnalato il 31 dicembre 2019 a Whuan - Cina.⁸

Gennaio 2020 : Corea del Sud, il primo paziente positivo è riscontrato il 20 gennaio 2020⁹

Maggio 2020 : Totale 11.110 casi di contagio, 263 morti al 20 maggio 2020.¹⁰

MISURE DI CONTENIMENTO E PERSONE IN QUARANTENA: Scuole chiuse, distanziamento nella vita quotidiana, contact tracing, nessun lockdown

Effetti sul turismo in termini di arrivi dall'estero

Arrivi dall'estero

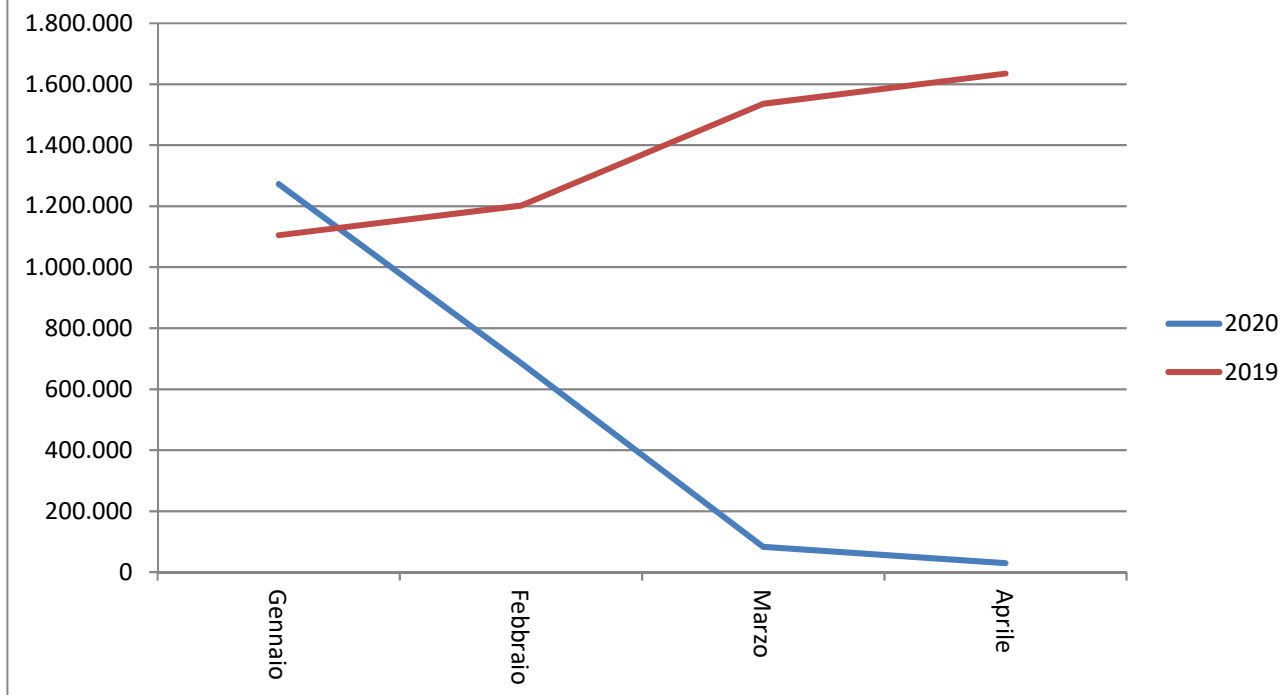
	2020	2019	Variazione 2019/2020 (%)
Gennaio	1.272.708	1.104.803	15,20
Febbraio	685.212	1.201.802	-42,98
Marzo	83.497	1.535.641	-94,56
Aprile	29.415	1.635.066	-98,20
Totale	2.070.832	5.477.312	-62,19

⁸ [WHO Timeline - COVID-19](https://www.who.int), su www.who.int. URL consultato il 29 aprile 2020 ([archiviato](#) il 29 aprile 2020).

⁹ [▲ \(KO\) 신종 코로나바이러스 한국인 첫환자 확인](#), su [MK](http://MK.com), [서진우](#). URL consultato il 24 gennaio 2020 ([archiviato](#) il 24 gennaio 2020).

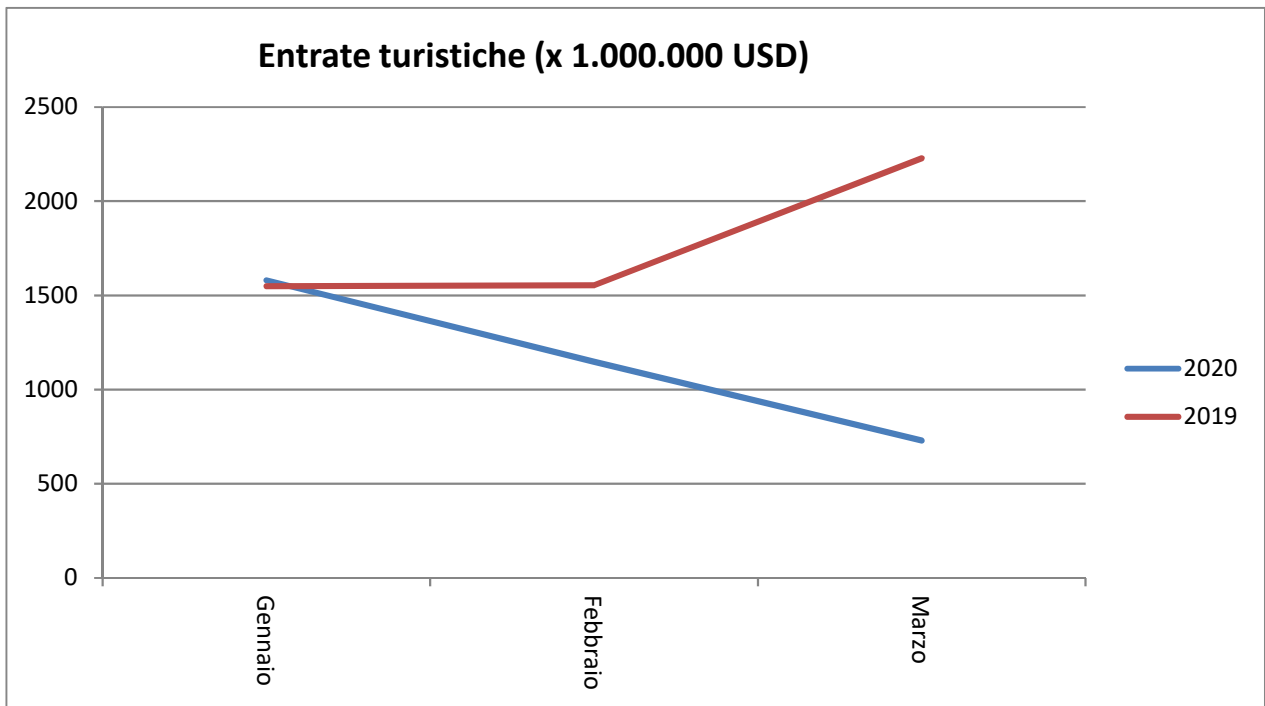
¹⁰ Johns Hopkins University, 20/05/2020

Arrivi dall'estero



Effetti sul turismo in termini economici

	2020	2019	Variazione 2019/2020 (%)
Gennaio	1.579,7	1.548,8	2,00
Febbraio	1.147,5	1.554,4	-26,18
Marzo	729,8	2.227,9	-67,24
Totale	3.457	5.331,1	-35,15



PREVISIONE DEL MODELLO

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINI DI ARRIVI: NESSUNA – PANDEMIA IN CORSO

RISPOSTA DELLA DOMANDA IN TERMINE DI ENTRATE: NESSUNA – PANDEMIA IN CORSO