

R *u* **R**

ITALIA FRA “LOCKDOWN” E “OPENUP”

Note di ricerca nel vivo della pandemia

Roma, giugno 2020

PRESENTAZIONE

Nel corso dei mesi di chiusura e distanziamento sociale la RUR ha elaborato alcuni Short Paper e Note per la stampa su tematiche di stretta attualità per contribuire alla comprensione dei fenomeni in atto e delle prevedibili conseguenze.

I temi affrontati hanno riguardato:

- la **ripartenza nel turismo** (giugno 2020)
- il ruolo fondamentale delle **donne** (aprile 2020)
- la **situazione abitativa** nel “confinamento” (marzo 2020)
- il peso economico delle **aree più colpite** (marzo 2020).

Pur avendo diversi gradi di approfondimento, si è pensato di raccogliere i vari testi in un dossier, come contributo di analisi e proposte per la ripartenza.

INDICE

L'economia del turismo nelle mani dei viaggiatori italiani	Pag.	1
Le energie femminili indispensabili per ripartire	"	18
Più di un terzo degli italiani vive in case troppo piccole	"	27
Nelle aree a maggior contagio gran parte dell'export e del Pil italiano	"	31

L'ECONOMIA DEL TURISMO NELLE MANI DEI VIAGGIATORI ITALIANI

1. BLOCCO DELLA MOBILITÀ E TURISMO

Quasi tre mesi di forzato blocco delle relazioni sociali e di sospensione di una gran parte delle attività produttive, mettono a dura prova i più solidi sistemi di convivenza umana e a rischio anche le più resistenti economie nazionali. Quando, poi, il forzato coprifuoco globale è condiviso da miliardi di persone, le conseguenze nel breve e medio periodo sono difficilmente immaginabili tante sono le implicazioni sul piano della distribuzione della ricchezza, delle reazioni psicologiche e comportamentali, dei potenziali conflitti.

L'apertura dei confini regionali e di quelli europei inizia ad ammorbidire il fermo della mobilità, seppure con regole molto diversificate che accrescono l'incertezza e rendono mutevoli le decisioni da parte dei viaggiatori.

1.1. L'industria del viaggiare è il settore globale più colpito dalla pandemia

Dopo lo shock è indispensabile riorganizzare le fila, interpretare il presente e soprattutto immaginare ogni possibile strategia per mitigare i più immediati danni della pandemia in una logica di duraturo cambiamento. I **viaggi e le vacanze**, il **turismo d'affari** e gli **eventi** risultano i comparti economici maggiormente colpiti dal confinamento e dal distanziamento spaziale fra le persone. Bastino pochi esempi per avere l'immediata sensazione di cosa ha già comportato la crisi pandemica. In Europa sono stati cancellati o rinviati 3.000 fiere, esposizioni e congressi maggiori con una perdita netta di fatturato per gli organizzatori di 39 miliardi di euro e per le economie interessate di 125 miliardi, mettendo in pericolo circa 1,2 milioni di posti di lavoro. Secondo IATA la domanda di trasporti aereo è calata dell'82% nel secondo trimestre dell'anno con 4,5 milioni di voli cancellati entro giugno 2020. Il più grande gruppo di autonoleggio, la Hertz, ha fatto ricorso al Chapter 11 (amministrazione controllata), non essendo più in grado di far fronte ai suoi pagamenti per il forzato blocco del suo parco di 500.000 automezzi, noleggiati prevalentemente negli aeroporti, ormai da mesi deserti.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) individua i **settori economici più colpiti dalla pandemia** e li pone in relazione alla tipologia occupazionale, offrendo un quadro di riferimento, seppur esemplificativo, tuttavia basato su stime molto robuste e su un *data base* statistico riferito a 114 stati del mondo. Le diverse



attività del comparto turistico risultano indubbiamente le più penalizzate sia per le dimensioni dell'impatto che per la più frammentata struttura aziendale. Il **livello massimo colpisce commercio, alberghi e ristorazione** dove lavoro autonomo e micro imprese concentrano fra il 60 e 70% degli occupati. A **livello medio-alto** si valutano gli effetti negativi su **attività culturali, artistiche** e di **intrattenimento**, sul settore dei **trasporti**, in particolare quello aereo (tav. 1).

Tav. 1 - Impatto della crisi sanitaria sui settori economici

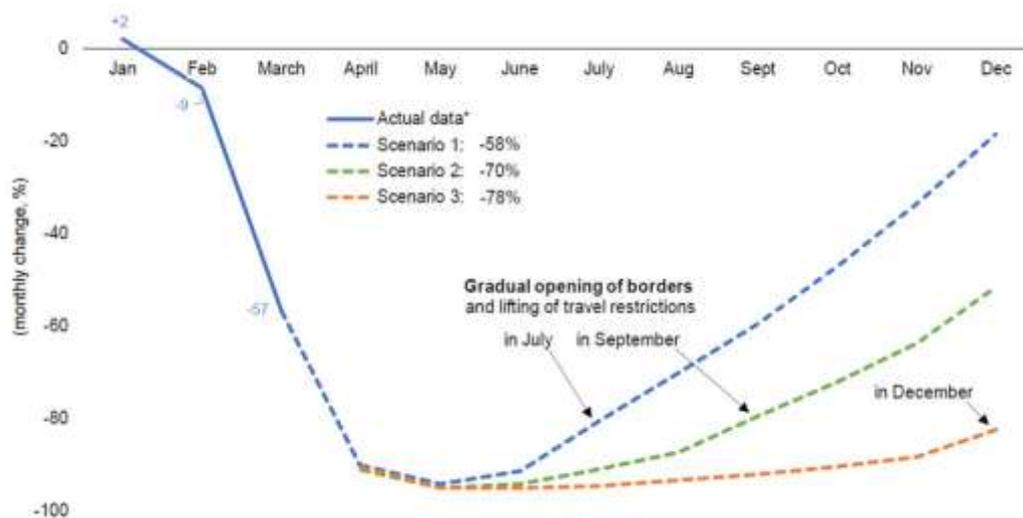
Settori economici	Grado di impatto della pandemia	% Lavoratori Autonomo	% Dipendenti in micro imprese	% Dipendenti in imprese medio grandi
<u>Commercio all'ingrosso e al dettaglio</u>	Alto	45	25	30
Industria manifatturiera	Alto	19	15	66
<u>Servizi d'alloggio e ristorazione</u>	Alto	29	29	42
Servizi immobiliari e amministrativi	Alto	21	23	56
<u>Servizi culturali e di intrattenimento</u>	Medio-Alto	30	31	39
Logistica, trasporti e comunicazione	Medio Alto	31	19	50
Costruzioni	Medio	38	26	36
Finanza e Assicurazioni	Medio	6	11	83
Agricoltura e Pesca	Medio Basso	55	30	15
Sanità e Servizi Sociali	Basso	7	14	79
Istruzione	Basso	5	14	81
Pubblica Amministrazione	Basso	2	8	90

Fonte: ILO Monitor (29 aprile 2020)

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) a essere il più colpito sarà nel corso dell'anno il turismo internazionale con una previsione di una perdita, nello scenario intermedio, del 70% degli arrivi internazionali (fig. 2).



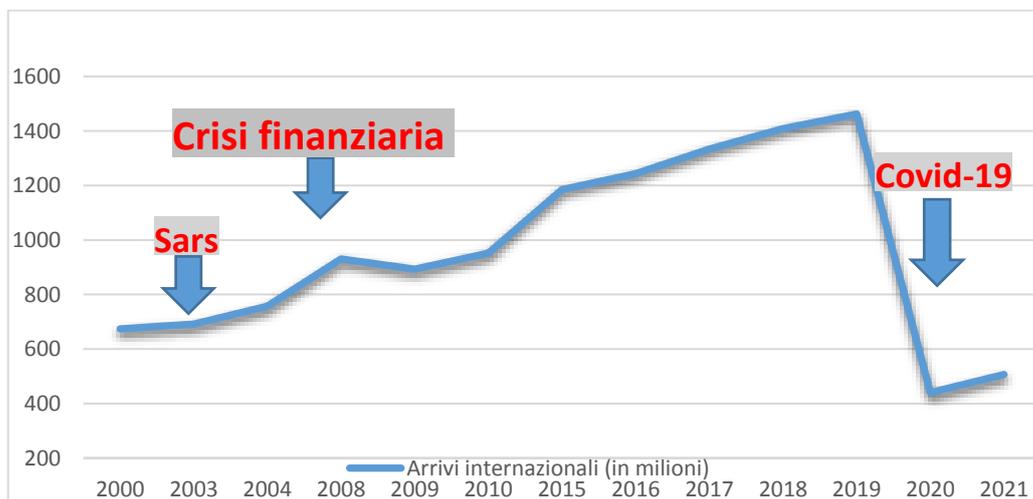
Fig. 2 – Variazione mensile dei viaggiatori internazionali, secondo 3 scenari di previsione (val. %)



Fonte: UNWTO, maggio 2020

Il passo indietro per l'industria del turismo sarebbe impressionante, in quanto i flussi globali ritornerebbero a un livello inferiore a quello di venti anni fa. **Da 1.462 milioni di turisti internazionali del 2019, si scenderebbe** (nell'ipotesi mediana) **a circa 440 milioni**, nel 2000 erano 674 milioni (fig. 3).

Fig. 3 – Andamento degli arrivi turistici internazionali (milioni di viaggiatori)



Fonte: UNWTO, maggio 2020

2. IN ITALIA UNO SHOCK SENZA PRECEDENTI

Purtroppo, il **colpo sulle attività turistiche non ha precedenti**, e col passare del tempo le stime si fanno più precise. Intanto, il blocco della mobilità inter regionale e internazionale, la chiusura dei pubblici esercizi per i mesi di *lockdown*, azzerano completamente una quota significativa di valore aggiunto, visto che i pernottamenti persi non sono recuperabili, ma il contesto generale (andamento della pandemia, restrizioni transfrontaliere, cancellazione voli, sospensione crociere) provocherà un prolungato effetto negativo. Nel primo trimestre del 2020 (che comprende poco più di 20 giorni di chiusura in marzo) il **fatturato** dei principali segmenti turistici è diminuito, rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente, da un quarto a un terzo. **-23,8% per la ristorazione, -24,6% per il trasporto aereo, -24,7% per i servizi di alloggio, -32,3% per agenzie di viaggio e tour operator.** Una stima della Regione Toscana valuta, sui 10 miliardi di consumi turistici regionali, una perdita nel 2020 compresa fra 4 e i 7 miliardi. La riduzione del valore aggiunto nazionale su base annua potrebbe seguire un andamento simile.

2.1. Fondamentale per l'Italia la componente internazionale

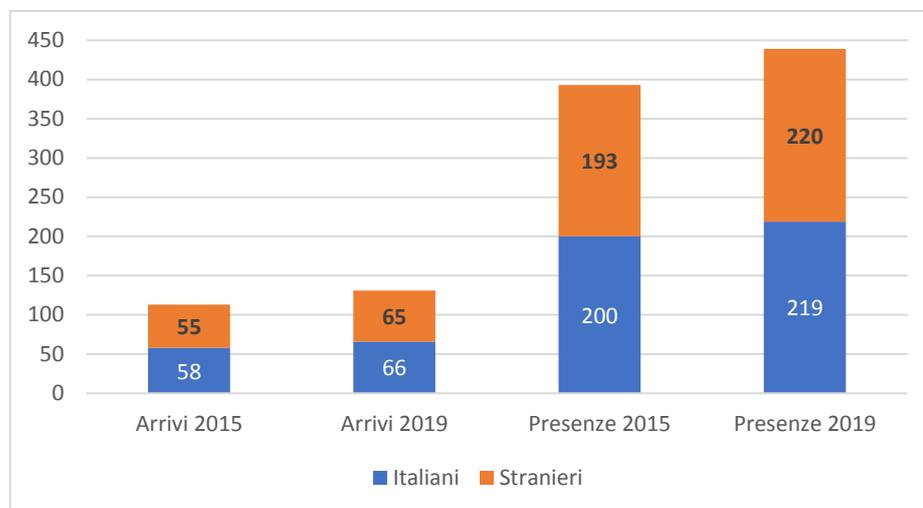
Veniamo in Italia da un periodo di rilevante crescita dei flussi turistici soprattutto internazionali, le cui presenze, nel 2019, hanno superato, seppur di poco, quelle della domanda interna. **Metà del mercato turistico italiano è costituito da viaggiatori stranieri**, e pertanto per attutire l'impatto negativo sull'annata 2020 bisogna cercare di coprire, il più possibile, la prevedibile riduzione di tale imponente domanda di servizi e di accoglienza. Come è noto, è cruciale l'arrivo dei **flussi stranieri** pari, nel 2019, a 65 milioni di arrivi e 220 milioni di pernottamenti (,6% del totale) ma numerose sono le incertezze soprattutto riguardo alle regole applicate ai viaggi internazionali e al distanziamento nelle nostre strutture turistiche (fig. 4).

La prevedibile drastica riduzione del **turismo degli stranieri che nel 2019 hanno speso in Italia 44 miliardi di €** produrrà una perdita di risorse difficilmente recuperabili nel breve (fig. 5).

Il recupero sull'estero deve tenere conto della situazione sanitaria dei paesi di provenienza che porta, nell'immediato, a una drastica riduzione di quote della domanda intercontinentale per noi importante come quella americana o emergente come quella asiatica. Più aperta è la partita con i **paesi della UE che coprono il 70,7% degli arrivi e il 68,2% dei pernottamenti.**

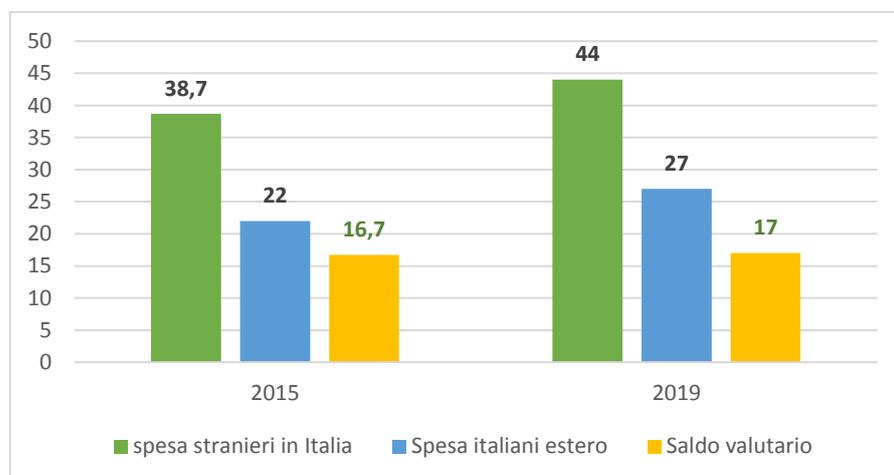


Fig. 4 - Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi (milioni di viaggiatori e miliardi di€)



Fonte: elaborazione Rur su dati Istat (dati provvisori)

Fig. 5 - Bilancia dei pagamenti turistici (miliardi di €)

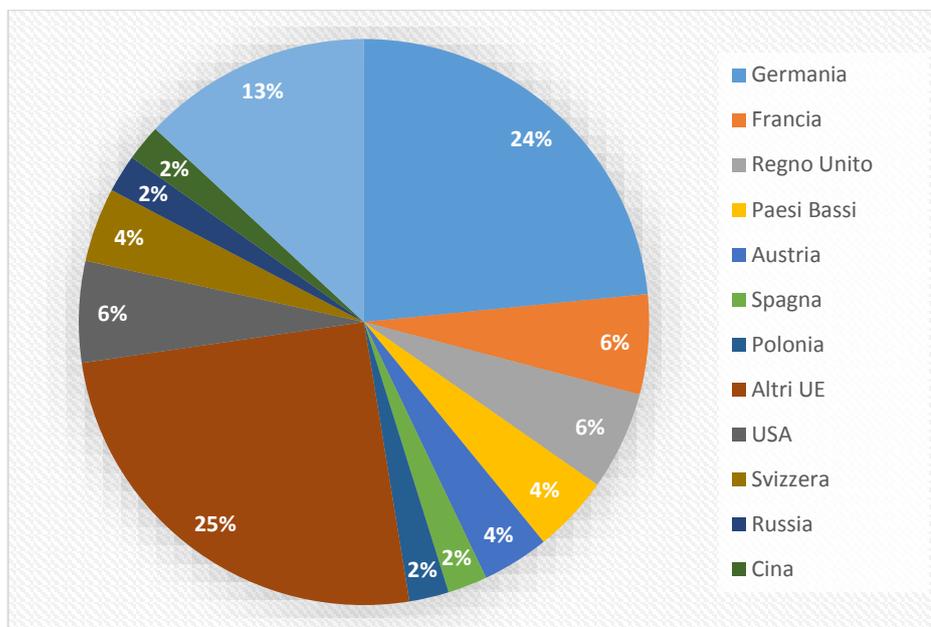


Fonte: elaborazione RUR su dati Banca d'Italia

Una prima leva su cui lavorare nell'emergenza riguarda le provenienze soprattutto dei **paesi confinanti o comunque più vicini** tenuto conto che la Germania conta il 27,1 delle presenze, la Francia il 6,6%, il Regno Unito 6,5%, i Paesi Bassi il 5,1%, la Svizzera il 4,9% e l'Austria il 4,4%. Questi **sei paesi europei totalizzano il 54,5% delle presenze** e sono a una ragionevole distanza da percorrere in treno o in auto. Segnali positivi, a questo proposito, vengono dalla conferma delle prenotazioni

nelle località montane di confine prime fra tutte l'Alto Adige e il ritorno degli "affezionati". Ma purtroppo si tratta ancora di numeri molto bassi (fig. 6).

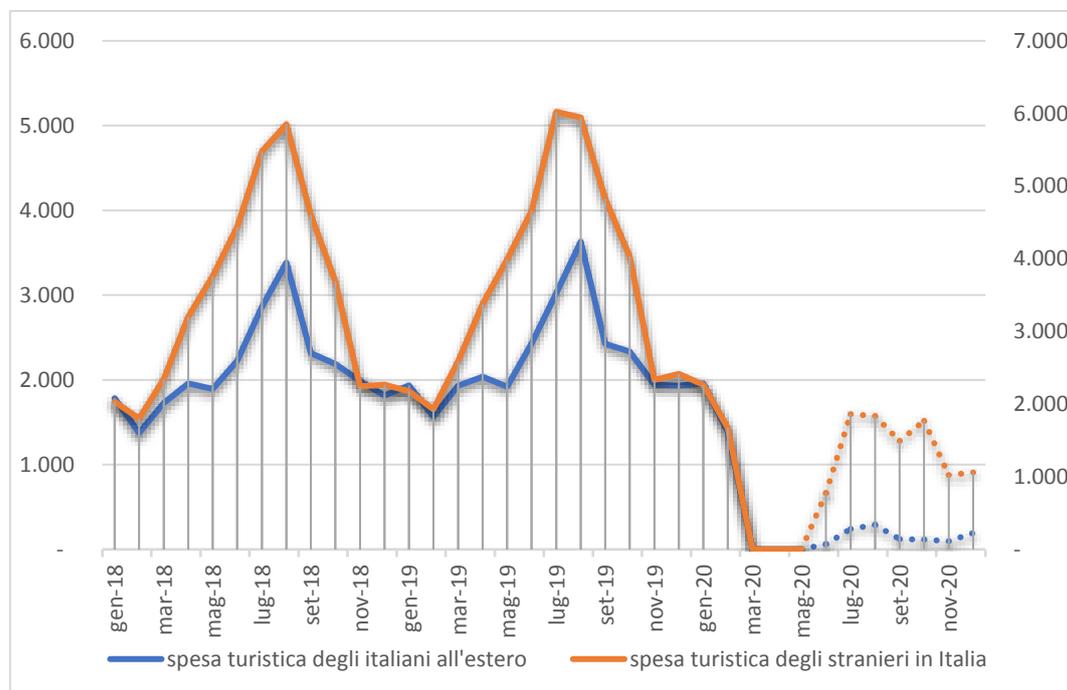
Fig. 6 – Viaggiatori alle frontiere, per provenienza (val. %, anno 2019)



Fonte: elaborazione Rur su dati Banca d'Italia

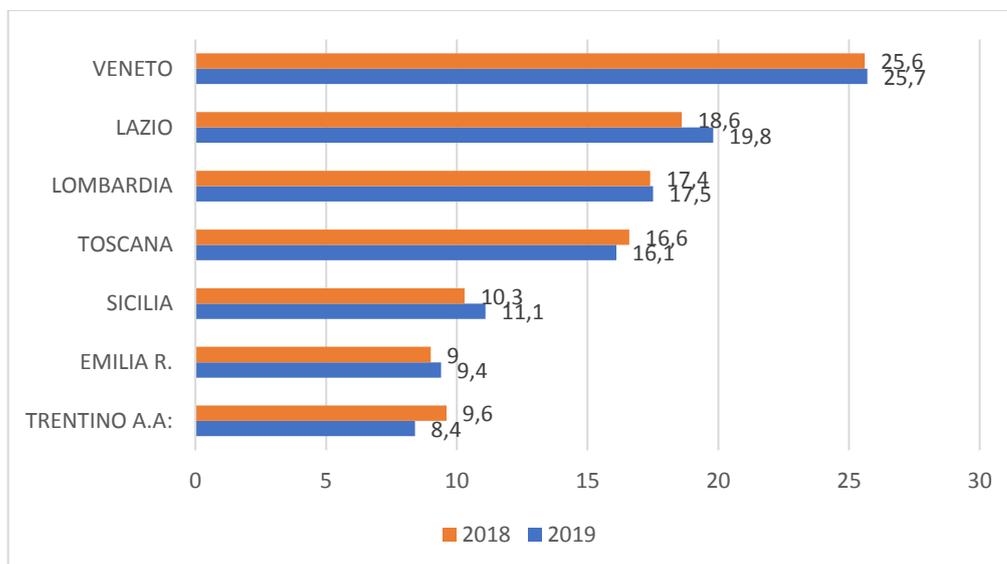
Una valutazione articolata, ma puramente indicativa, che tiene conto dei 4 miliardi di € spesi dai turisti stranieri nei mesi di gennaio e febbraio 2020, i 10 miliardi di spesa persi fra marzo e maggio 2020 e una progressiva, ma lenta, apertura delle frontiere da giugno, porterebbe a una stima di una **caduta del 64% della spesa complessiva dei viaggiatori stranieri su base annua** (la perdita del 23% è purtroppo già acquisita per il *lockdown*) (fig. 7).

Fig. 7 - Andamento della spesa turistica internazionale mensile da e per l'Italia (milioni di €)



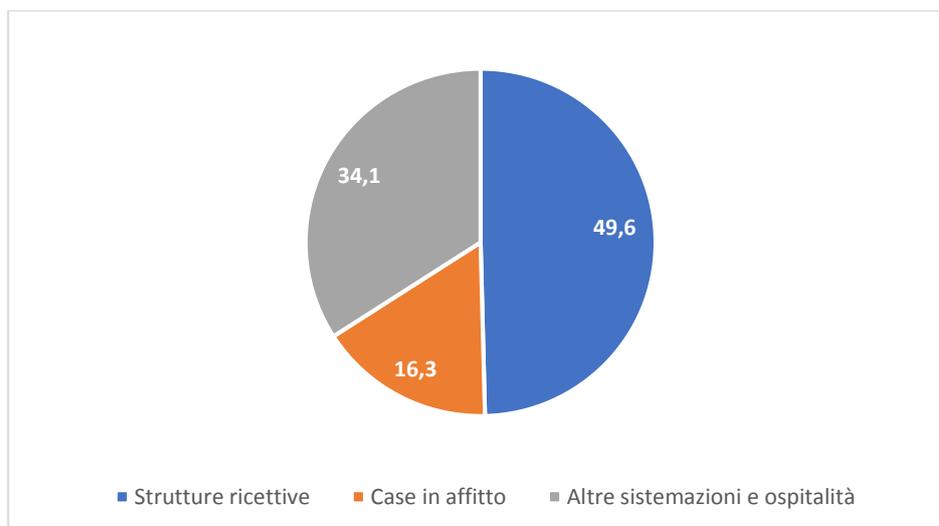
Fonte: elaborazione Rur su dati Banca d'Italia

A farne le spese potranno essere le regioni che più hanno attratto, negli anni passati, viaggiatori stranieri con significativi periodi di permanenza, prime fra tutte il Veneto con quasi 27 milioni di presenze straniere, Roma e il Lazio con circa 20 milioni, e poi la Lombardia, Firenze e la Toscana, la Sicilia, la Riviera Adriatica e l'Emilia-Romagna, il Trentino Alto Adige che complessivamente coprono la metà dei pernottamenti di stranieri (fig. 8).

Fig. 8 - Prime regioni per pernottamenti di turisti stranieri (milioni)

Fonte: elaborazione RUR su dati Banca d'Italia

Bisogna tenere conto che una parte significativa del movimento turistico alle frontiere monitorato da Banca d'Italia non usa strutture ricettive alberghiere o extralberghiere che coprono circa la metà (49,6%) delle presenze, a fronte di un 16,3% di case in affitto e un 34,1% di altre forme di sistemazione alloggiativa e ospitalità. Per tale ragione si è fatto riferimento ai valori economici relativi alle spese (fig. 9).

Fig. 9 - Pernottamenti di straniere per tipologia di alloggio (val. %)

Fonte: elaborazione RUR su dati Banca d'Italia

2.2. “Appassionare” gli italiani all’Italia

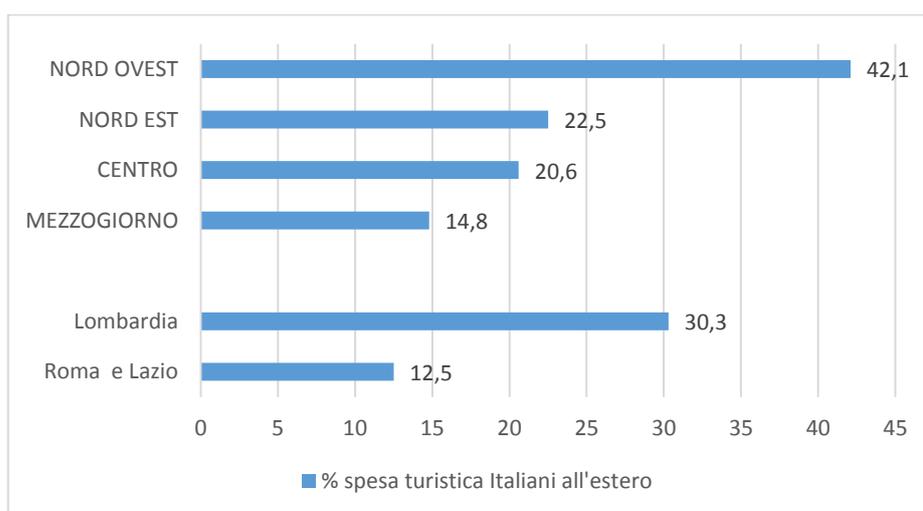
A contenere la brusca contrazione dei flussi di visitatori dall’estero può soccorrere una tenuta e, se possibile, un aumento della domanda interna, recuperando parte della quota dei **viaggiatori italiani che in passato trascorrevano le proprie vacanze all’estero spendendo, nel 2019, 27 miliardi di €**. Anche in questo caso molto dipenderà dalle disponibilità economiche e dalle scelte delle famiglie tenendo conto che il 64,6% della spesa proviene da viaggiatori del Nord Italia e in particolare residenti in Lombardia (30,3% della spesa totale all’estero del 2019) il 20,6% dall’Italia Centrale (in particolare Roma e Lazio 12,5%) e per il 16,3% dal Mezzogiorno (fig. 10).

E’ per questo indispensabile far conoscere e promuovere adeguatamente le destinazioni nazionali come in epoca di lockdown ha iniziato a fare la campagna “**Passione Italia**” promossa dal **Touring Club Italiano**.

Il mercato della vacanza sconta indubbe difficoltà, in quanto quello *crossborder* è destinato in definitiva a una drastica riduzione nel corso dell’anno, stretto fra vincoli regolativi e remore della domanda, quello degli italiani è soggetto a un contesto sociale in cui decisivo è l’impatto delle prevedibili difficoltà occupazionali sul clima di fiducia e sulle concrete disponibilità di reddito.

Inoltre, l’economia del turismo non è solo legata alle vacanze, componenti come fiere, congressi, eventi, ovvero comparti come quello crocieristico, incentive o wedding, il turismo termale e salutistico, i pellegrinaggi, le visite guidate, il turismo del vino e così via, compongono quell’esteso mosaico di attività fortemente danneggiate da covid-19.

Fig. 10 - Spesa dei turisti italiani all’estero per regioni di provenienza (val. % - anno 2019)



Fonte: elaborazione RUR su dati Banca d’Italia

3. LE CONSEGUENZE SU OCCUPAZIONE E VALORE AGGIUNTO

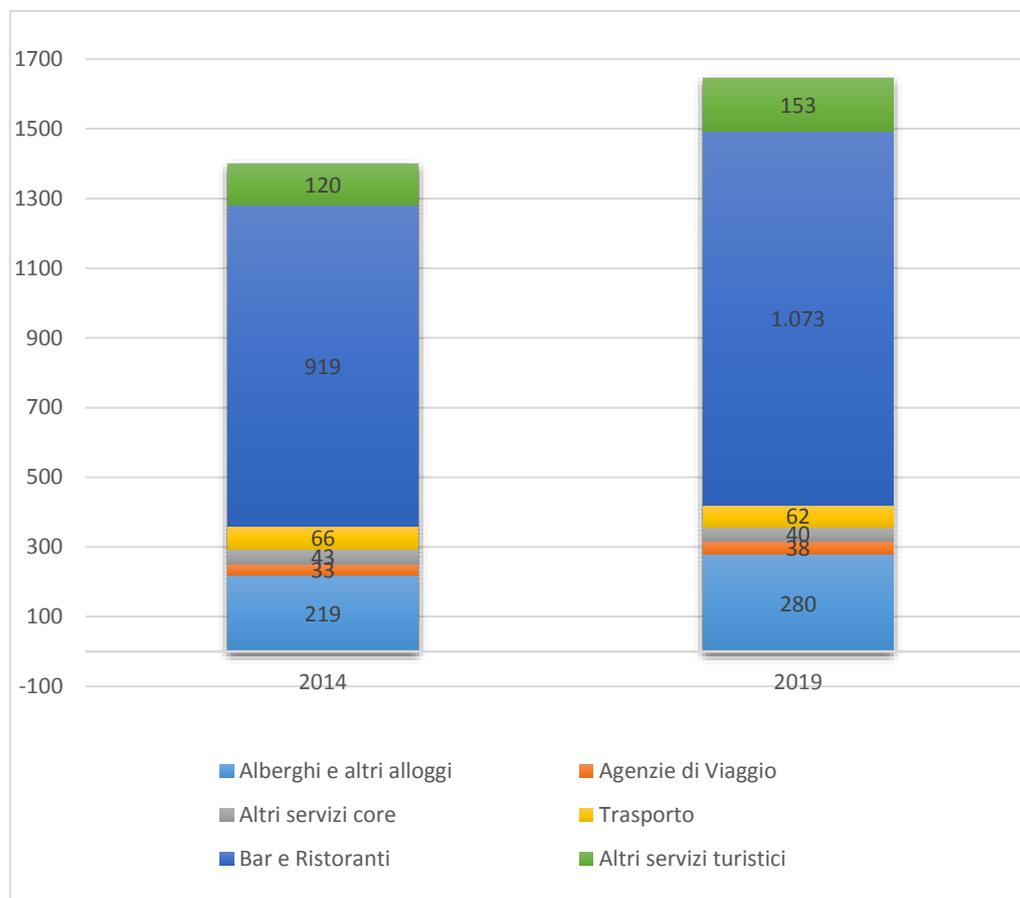
L'andamento dei flussi turistici comporta un inevitabile ridimensionamento su occupazione e del valore aggiunto del settore. L'**occupazione** del nucleo caratteristico del turismo è cresciuta negli ultimi cinque anni del 17,6% raggiungendo il valore di 1.647mila unità (fig. 11). Oltre alle dimensioni quantitative, la salvaguardia di questo importante capitale umano deriva anche da alcune sue specifiche caratteristiche. Il turismo vede la presenza relativa superiore al valore medio per quanto riguarda, le **donne**, i **giovani**, il **Mezzogiorno** e i **diplomati**, ovvero quella fascia intermedia di competenze che in altri paesi - come a esempio la Germania - costituisce il prevalente canale di accesso al lavoro per le nuove generazioni.

Quindi, il turismo costituisce il comparto dove si potrebbero manifestare le più gravi conseguenze sociali dovute alla pandemia, attenuate nel periodo di *lockdown* dai provvedimenti d'emergenza, ma che nei prossimi mesi, in assenza di provvedimenti risolutivi, potrebbero alimentare una crisi senza precedenti. **Gran parte della perdita di prodotto interno, stimato attualmente nel 9,5% su base annua, risulterà a carico del settore dei viaggi e delle vacanze.** Le previsioni delle principali istituzioni internazionali indicano un possibile andamento della crisi a "V" o "U" con un andamento a "Swoosh" (il simbolo della Nike), ovvero con un rimbalzo più o meno rapido nel '21 o nel '22. Ma mentre la riduzione del Pil è certa il recupero resta incerto dipendendo grandemente da come evolverà l'epidemia globale.

In ogni caso i prossimi 6/12 mesi saranno gravati da adempimenti e restrizioni, soprattutto nella mobilità di lungo e medio raggio, che nei fatti bloccherà gran parte dell'attività turistica, obbligando aziende a mettere in campo creatività e capacità organizzativa per sopravvivere e salvaguardare l'occupazione. Il sistema imprenditoriale più debole e marginale registrerà le maggiori difficoltà, coinvolgendo in modo diversificato i territori e servizi anche in ragione di filiere sempre più estese. La riduzione dei visitatori, per distanziamento spaziale, a un museo o un parco archeologico toglie linfa anche a trasporti, alberghi, ristoranti, artigianato, produzioni agricole locali. Se poi le restrizioni riguardano poli privati come un parco a tema, una cabinovia, una marina, un cammino attrezzato, una crociera, una fiera o un grande congresso è chiaro che vengono a mancare, in un'economia locale, interi segmenti produttivi e rilevanti opportunità di lavoro.



Fig. 11 - Occupati nelle attività turistiche caratteristiche (migliaia di occupati – anni 2014-2019)



Fonte: elaborazione RUR su dati Istat (28 maggio 2020)

Sulla base di tali elementi, allo stato, è ragionevole stimare una probabile flessione in termini di valore aggiunto di almeno il 60%, il che significa che, a seconda che si consideri il settore turistico ristretto (viaggi e vacanze) o allargato, questo comparto per covid-19 potrebbe perdere dal 3,6% al 7,2% del Pil nazionale, quindi fra il 40 e il 78% della prevista riduzione del prodotto. **Sarebbe giusto e razionale che sugli aiuti per il rilancio dell'Italia al turismo fosse attribuita una quota di pari valore.**

La Banca d'Italia, sulla base di valutazioni effettuate dal World Trade and Tourism Council indica un impatto complessivo del turismo in Italia (al 2017) pari al 13% del Pil, per complessivi 3,4 milioni di posti di lavoro. Tale stima comprende un valore di circa il 6% di contributo diretto, e la restante quota come contributo indiretto e indotto¹.

¹ Occasional Paper Banca d'Italia "Turismo in Italia: numeri e potenziali di sviluppo", luglio 2019

3.1. Gli aiuti previsti privilegiano la domanda

A fronte di una situazione che ormai si è manifestata in tutta la sua drammaticità i rischi di elevati costi sociali sono più che mai attuali. Non è da escludere che molte strutture ricettive restino chiuse nella stagione estiva e che oltre diciassettemila agenzie di viaggio, tour operator e servizi di prenotazione non avranno lavoro, mettendo a rischio centinaia di migliaia di posti di lavoro fra dipendenti (oltre 250mila), stagionali e autonomi. Il Decreto Legge 19 maggio 2020 n.34 detto “**Rilancio**” (il provvedimento dei 55 miliardi di €) su 266 articoli ne dedica 7 al turismo, puntando quasi esclusivamente sul **sostegno alla domanda** per le famiglie a reddito medio-basso, attraverso un “tax credit vacanze” pari a un massimo di 500 € a famiglia (300 € se coppia e 150 € se singolo). Lo sconto al villeggiante viene effettuato dall’operatore cui sarà, poi, rimborsato tramite un credito d’imposta. Il bonus può costituire un utile incentivo a sollecitare la domanda interna soprattutto per un ceto popolare provato, anche economicamente, dal *lockdown*. Tuttavia, la sua efficacia allo stato non è certa. Il costo previsto di questo provvedimento viene stimato in 1,7 miliardi di € per il 2020 e rappresenta il 76% degli aiuti al turismo. Vengono poi istituiti due fondi, uno per interventi su immobili da destinare ad attività turistiche (50 milioni) e un secondo per la promozione delle vacanze in Italia gestito dall’Enit; 100 milioni andranno ai comuni per mancato gettito dell’imposta di soggiorno e 25 milioni per il sostegno delle agenzie di viaggio. Il pacchetto si completa con il sostegno ai pubblici esercizi e l’abolizione della prima rata dell’Imu (onere di 205,5 milioni di €), ma solo per proprietari con gestione in proprio.

A causa delle ristrettezze della finanza pubblica l’industria delle vacanze non potrà, quindi, godere di un robusto sostegno pubblico, una ragione in più per **ripensare il proprio ruolo e riorganizzare la propria offerta**.

4. DALL’EMERGENZA ALLA RINASCITA

Allo stato si possono formulare alcune ipotesi di **come evolverà il mercato e come cambieranno motivazione e attese dei viaggiatori**. Le tendenze del futuro si vanno sempre più conformando ad alcuni principi che non mancheranno di orientare anche la scelta delle destinazioni turistiche. Sarà certo apprezzato un **mondo più sicuro** sotto il profilo della salute, **più verde** con aria e acqua pulita. Un mondo **meno globale e più territoriale**, la scoperta di un ambiente vicino anche se meno esotico. I servizi al viaggiatore, già fortemente digitalizzati, comprenderanno nuove funzioni senza contatto fisico, forse anche **modi virtuale di viaggiare**. Le destinazioni turistiche più appetibili affiancheranno ai tradizionali



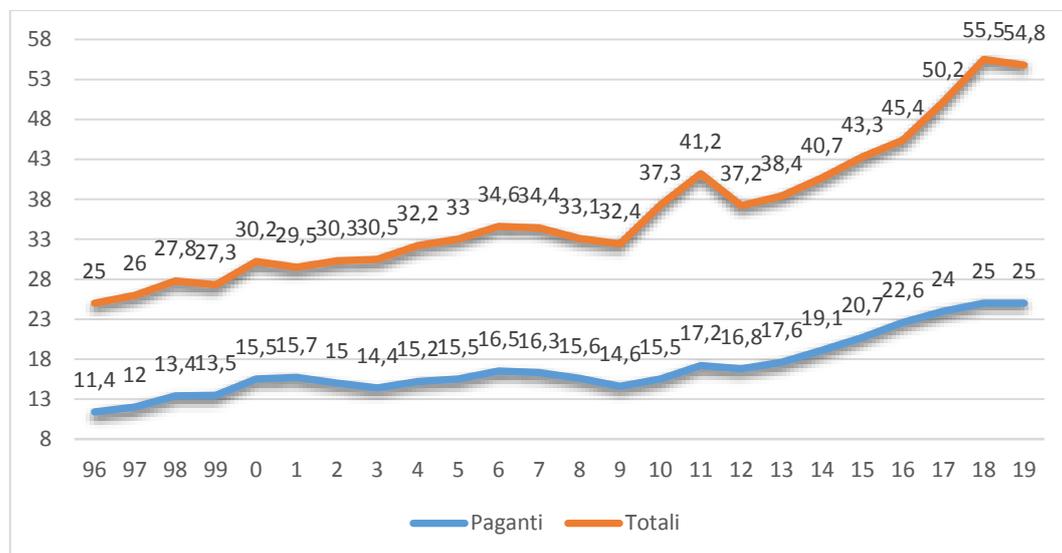
servizi complementari (per il divertimento, per il relax etc.) anche funzioni più strutturali a salvaguardia della sicurezza personale sotto ogni profilo. Lo **smart working** può anche portare a una scelta più libera del luogo dove risiedere stabilmente e una crescita del viaggiare per piacere (e molto meno per lavoro).

L'Italia, se queste tendenze corrispondessero effettivamente all'evoluzione dei comportamenti che segneranno il ritorno alla normalità, è ancora una volta il **Paese più favorito a un recupero di leadership nel mercato mondiale**. Il possibile graduale riequilibrio del turismo veloce e di massa, con quello più lento e di piacere basato sull'ambiente, sul bello, sulla conoscenza, sull'esperienza autentica e attiva, sulla residenzialità, mette in gioco la nostra riserva di borghi, di aree interne, di patrimonio culturale inesplorato, di parchi davvero unica al mondo. Una **geo-diversità** che attende solo di essere tramutata in opportunità di visita attraverso una rinnovata e riqualificata rete di operatori del turismo.

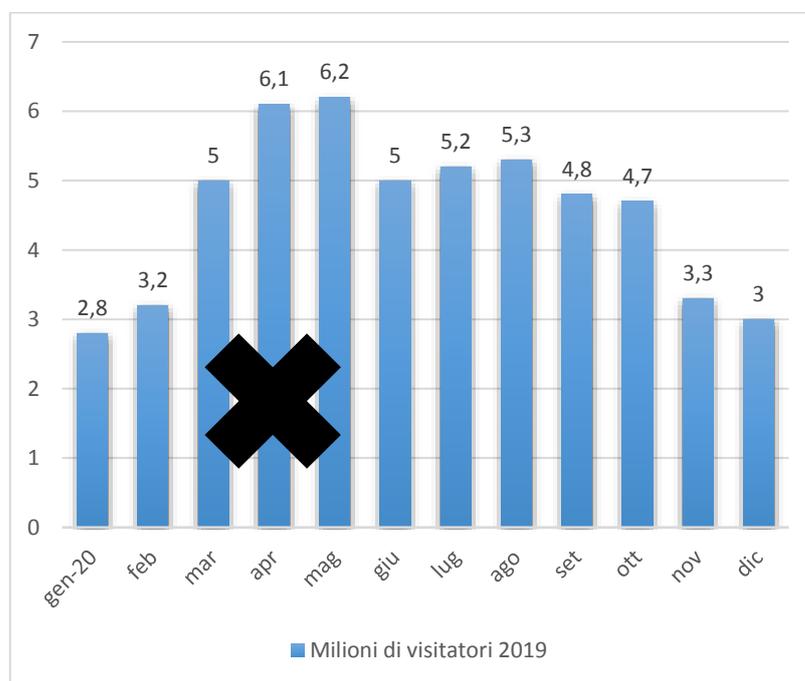
Il turismo è tanto più efficace quando combina la salvaguardia delle risorse che costituiscono attrazione primaria per i viaggiatori con un'efficiente organizzazione di visita. La **risorsa**, sia essa paesaggistica o culturale, va conosciuta, protetta e resa visitabile senza provocarne il degrado. Per poter essere usufruita deve intercettare una lunga filiera di servizi che ne rendono possibile un utilizzo come **destinazione**. Ma solo l'intervento imprenditoriale, in stretta connessione con le istituzioni locali e di tutela, possono rendere possibile lo scambio e quindi la creazione di valore aggiunto e di occupazione. La destinazione diventa un **prodotto della bellezza** di cui è così ricco il nostro Paese.

Un settore contiguo e complementare a quello dei viaggi, come quello dei **siti culturali**, ha ricevuto enormi benefici dalla ristrutturazione organizzativa, funzionale e strategica. Con l'autonomia gestionale di musei e aree archeologiche il numero di visitatori paganti è cresciuto del 42% in sei anni, con rilevanti benefici anche per il comparto turistico (fig. 12) Sulla base all'andamento mensile registrato lo scorso anno (fig. 13) la perdita di visitatori di istituti culturali statali per il periodo di chiusura (marzo/maggio) si aggira sul 30%, ma con l'assenza dei visitatori stranieri e il contingentamento degli ingressi è prevedibile un bilancio annuale molto critico. Anche perché pochi attrattori concentrano enormi flussi a vantaggio di un numero molto circoscritto di città d'arte, anzi di alcuni specifici beni all'interno delle stesse aree urbane. I primi nove siti concentrano il 40% dei visitatori secondo i dati (provvisori) del 2019 (fig.14).



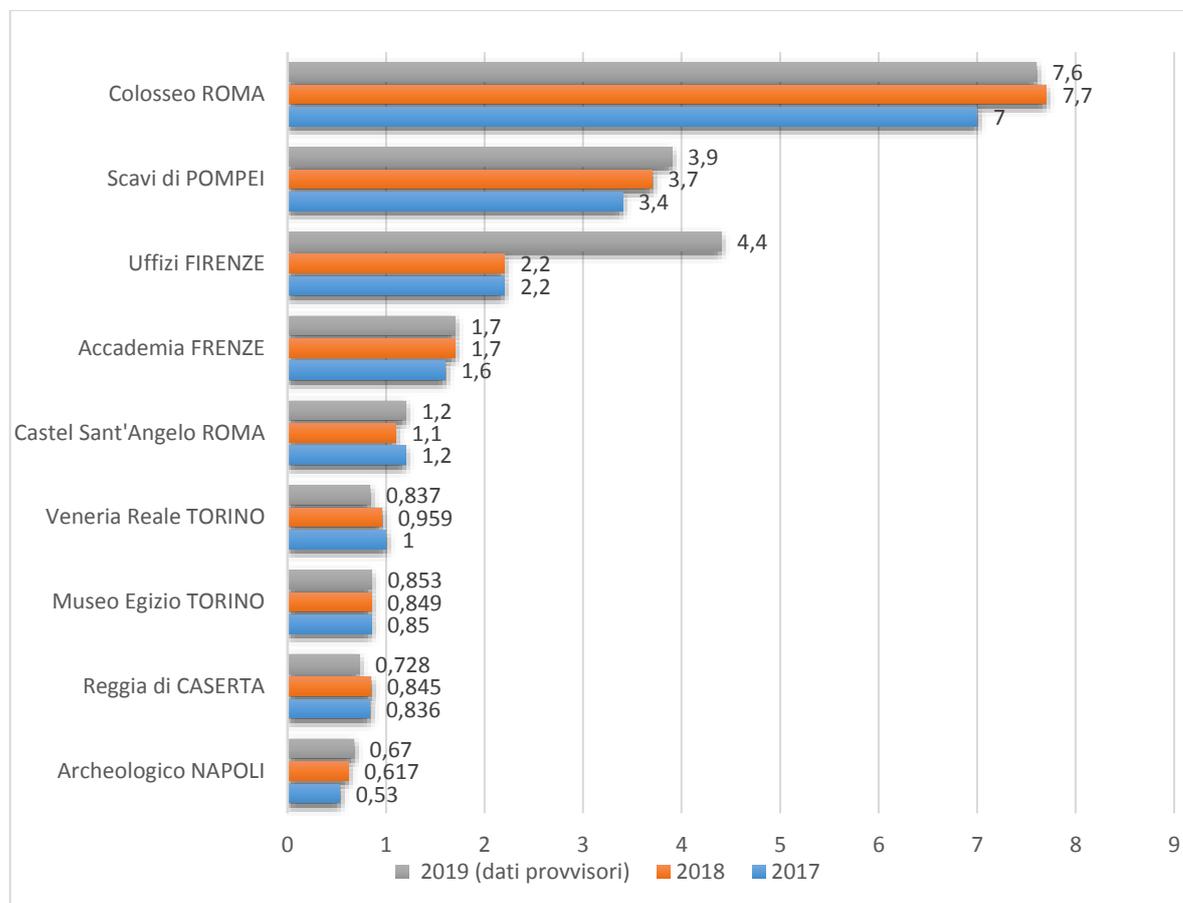
Fig. 12 - Visitatori totali e siti di musei e siti statali (milioni)

Fonte: elaborazione RUR su dati Mibact, 2020

Fig. 13 – Andamento mensile dei visitatori totali di musei e siti statali (milioni)

Fonte: elaborazione RUR su dati Mibact, 2020

Fig. 14 - Visitatori totali dei principali istituti statali (milioni – anni 2017, 2018 e 2019)



Fonte: elaborazione RUR su dati Mibact, 2020

4.1. Alcune proposte concrete

In conclusione, l'attuale critica situazione del turismo dovrebbe essere affrontata il più possibile **combinando l'aiuto d'emergenza, a un più strutturale** sostegno per rafforzare le imprese che ne costituiscono il tessuto operativo. Nell'immediato bisogna innanzitutto favorire con la promozione e mettere in sicurezza con appositi protocolli, le aree dove è più facile la vacanza all'aria aperta, con basso affollamento e prevalente a residenzialità diffusa come **borghi e piccoli comuni, di collina e delle aree interne, di montagna o anche marinari**. Questa tendenza è parte fondamentale di una diversificazione territoriale dell'offerta che costituisce un asse fondamentale per lo sviluppo del turismo nazionale, di cui già il Piano Strategico 2017-2022 del Mibact ha tracciato le linee di progressione. Una ulteriore direttrice d'intervento dovrebbe puntare alla **riqualificazione dell'offerta ricettiva**, elemento indispensabile per battere ogni concorrenza, visto il vantaggio già esistente per l'unicità delle risorse base (cultura, paesaggi,

convivialità) di cui godiamo. Agire dal lato dell'offerta è importante visto che allo stato il 30% degli esercizi ricettivi potrebbe non riaprire." *La proposta della RUR è un robusto sostegno alla riqualificazione estendendo il **tax credit già esistente al 100%** per la ristrutturazione di alberghi e villaggi turistici nel senso del risparmio energetico, della qualità edilizia e tecnologica, degli arredi e della dotazione di servizi. Un intervento che renderebbe più verde e competitiva la nostra offerta ricettiva.*

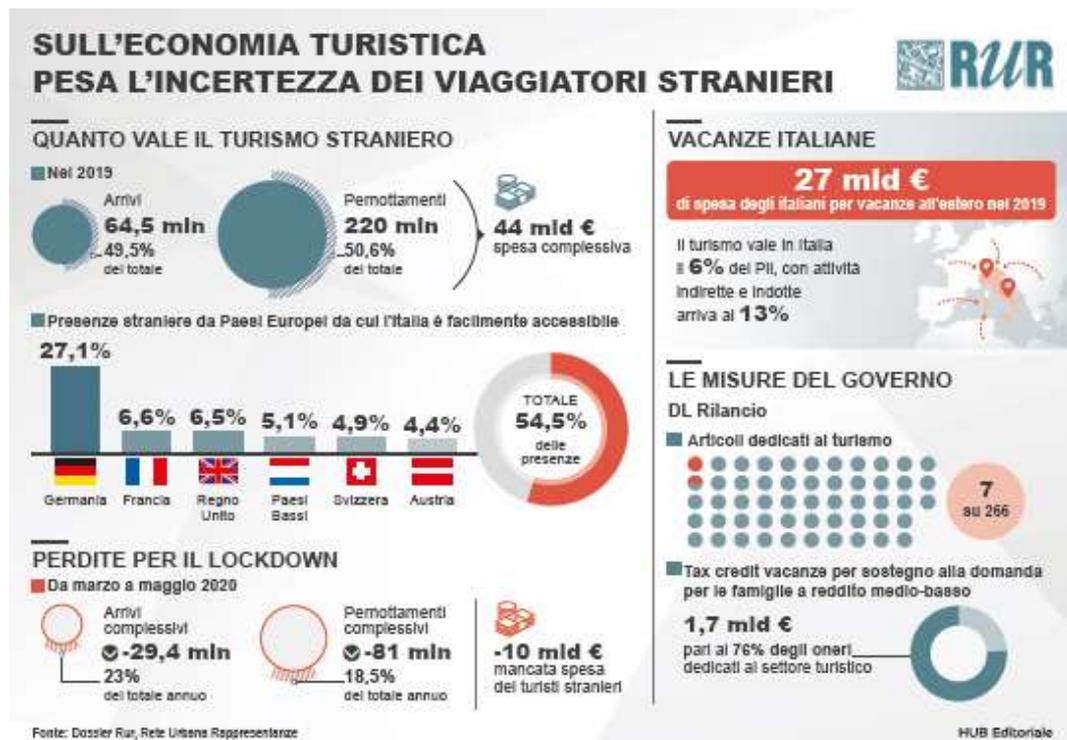
Infine, è importante poter governare la dimensione **digitale** oggi cruciale per il turismo, a partire da una razionalizzazione dell'offerta informativa, promozionale e transattiva in rete. Pur nel rispetto dei vincoli costituzionali, è indispensabile rafforzare il coordinamento, le reti e l'immagine del brand Italy con una **piattaforma di raccordo** dove poter costruire una vacanza in Italia avendo accesso ai molteplici portali territoriali o settoriali ora frammentati e dispersi nella grande nuvola di internet (tav. 2).

Tav. 2 - Sintesi prime proposte



Fonte: Rur

ALLEGATO: INFOGRAFICA



LE ENERGIE FEMMINILI INDISPENSABILI PER RIPARTIRE

1. DIFENDERE E INCENTIVARE L'OCCUPAZIONE DELLE DONNE

I dati più recenti (al 16 aprile) confermano una **maggiore resistenza delle donne** alle conseguenze estreme provocate da Covid 19, in particolare per le fasce d'età lavorativa maggiormente interessate alla progressiva riapertura delle attività. Il **tasso di letalità** dovuta al virus (decessi su positivi) per le persone fra 20 e 59 anni risulta, infatti, del **2,4% per gli uomini** e dello **0,7% per le donne**.

Nel ripensare ai cambiamenti strutturali necessari a ridare slancio alla nostra economia, un ruolo decisivo dovrà ricoprire il **sostegno all'occupazione e all'imprenditorialità femminile**. Col progressivo ritorno alla normalità, l'occupazione femminile corre i maggiori rischi, oltre che per la crisi produttiva, anche per la dipendenza da **fattori extra-economici, in particolare dai servizi per l'infanzia e dalla scuola**. Le decisioni in questo settore avranno conseguenze anche sul lavoro femminile.

1.1. Svantaggiate nel lavoro per assenza di sostegno

Se si confronta la situazione europea, emerge come le donne italiane non siano gravate, più delle altre donne europee, da responsabilità nella cura dei figli, ma sono al primo posto nel dover **rinunciare al lavoro per far fronte da sole** a tale responsabilità per la quale **non trovano aiuto nell'organizzazione scolastica, né in quella del lavoro e familiare**.

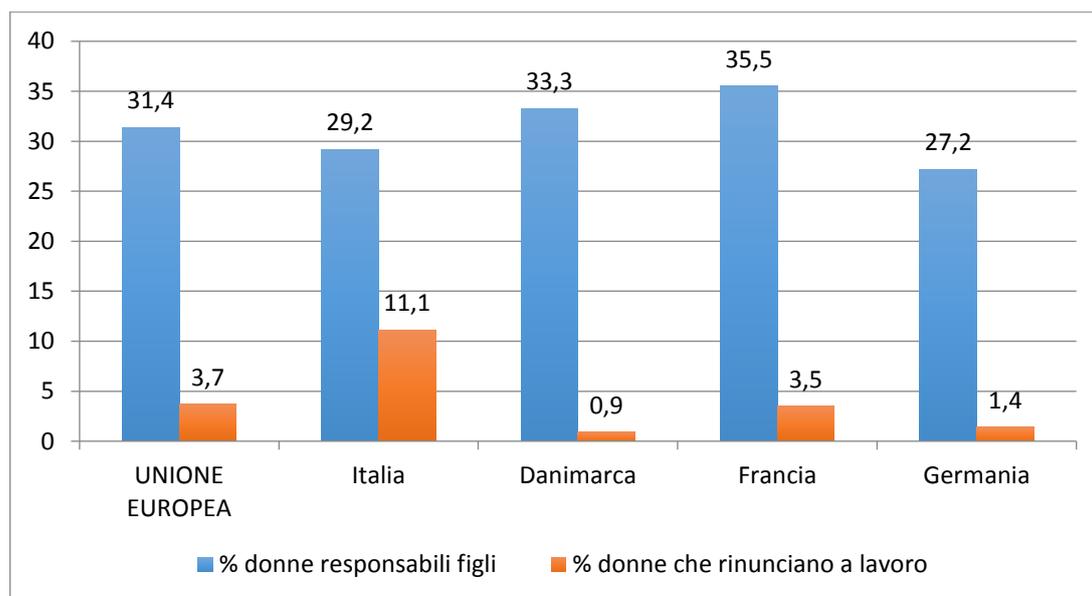
I dati parlano chiaro. Le donne (18-64 anni) con responsabilità di cura dei figli sono in Italia il 29,2%, poco più della Germania (27,2%) ma meno della media europea pari al 31,4%, della Francia (35,5%) e persino della Danimarca (33,3%). Ma mentre in Danimarca solo lo 0,9% delle donne non lavora per prendersi cura dei figli (1,4% in Germania, 3,5% in Francia e 3,7% nella media europea) l'Italia risulta, con l'11,1%, il paese europeo dove più donne sono costrette a rinunciare a un impiego per curare i figli (fig. 1). La centralità della scuola, non solo come agenzia educativa ma anche come pilastro sociale, emerge con chiarezza e spiega anche le scelte operate da paesi come la Danimarca nella fuori uscita dal lockdown. Dovremmo tener conto anche noi.

Ma in Italia è evidente la **strutturale ridotta partecipazione delle donne al mercato del lavoro**. Se effettivamente volessimo elaborare strategie



d'innovazione a seguito della più importante crisi globale dopo la seconda guerra mondiale, la **questione femminile dovrebbe costituire il motore più importante per il cambiamento.**

Fig. 1 - Cura dei figli e rinuncia al lavoro (val. % 2018)

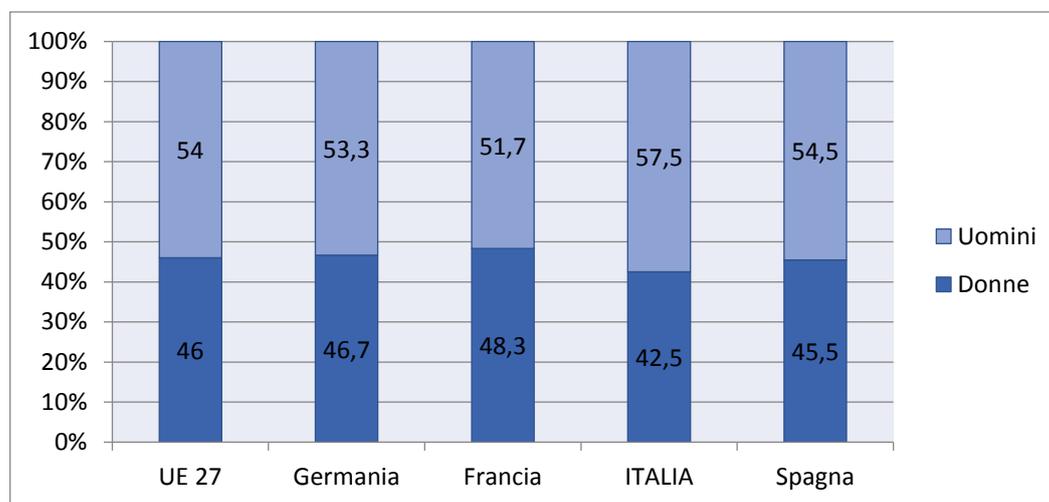


Fonte: elaborazione RUR su dati Eurostat, 2020

Fra i grandi paesi europei, infatti, il nostro mercato del lavoro include la quota più bassa di donne occupate pari al 42,5% del totale, a fronte di una media europea del 46%, e valori ancora più elevati di Francia (48,3%) e Germania (46,7%). Per portare l'Italia al valore medio europeo sarebbero necessari 1.617.000 nuovi posti di lavoro esclusivamente destinati alle donne, se si volesse almeno dimezzare il divario con l'Europa bisognerebbe porsi l'obiettivo di almeno **250.000 nuove occupate l'anno per il prossimo triennio** (fig. 2).

Si tratta di scenari che possono apparire privi di realismo, per i rischi che già corre il lavoro femminile nel mantenere gli attuali livelli viste le previsioni che, allo stato, appaiono terribilmente negative quanto a Pil e disoccupazione. Tuttavia, chi crede che dalla crisi si può uscire puntando sulla sostenibilità sociale e sulla resilienza, ha l'obbligo morale di individuare gli interventi in grado di rimettere le donne al centro del prossimo auspicabile ciclo di sviluppo.

Fig. 2 - Incidenza dell'occupazione femminile sul totale occupati nei grandi paesi europei (val. % anno 2018)



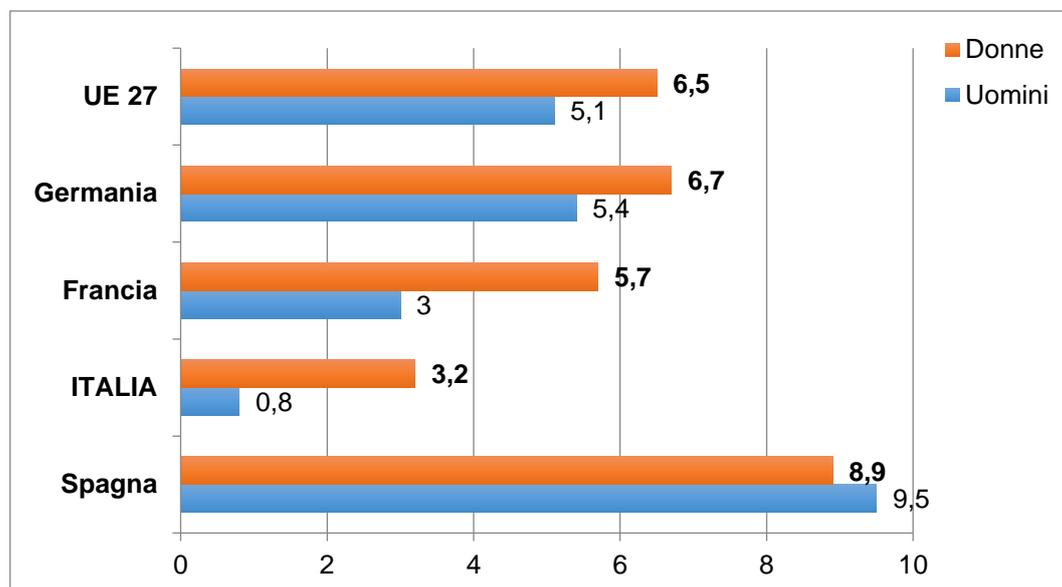
Fonte: elaborazione RUR su dati Eurostat, 2020

Seppur debolmente, dopo la crisi del debito sovrano (2012) nei maggiori paesi europei - a parte la Spagna - **l'occupazione femminile è cresciuta più di quella maschile**. Nella media UE il lavoro femminile ha registrato un +6,5% a fronte di un +5,1% maschile, così pure in Italia seppure con un valore del 3,2% pari a metà di quello europeo, ma molto superiore all'incremento degli occupati maschi pari a solo l'0,8% (fig. 3).

Resta pertanto ancora molto rilevante il **divario fra i tassi di occupazione**: al febbraio 2020 cioè all'avvio del lockdown quello femminile era del 50% mentre quello maschile raggiungeva il 68%. La distribuzione regionale dell'impiego delle donne offre un ulteriore elemento rispetto alle strategie d'uscita dal lockdown. Con quelle generazionali, le disegualianze di genere segnano certamente un solco profondo nella società italiana, amplificate e sovrapposte dalle differenze territoriali.

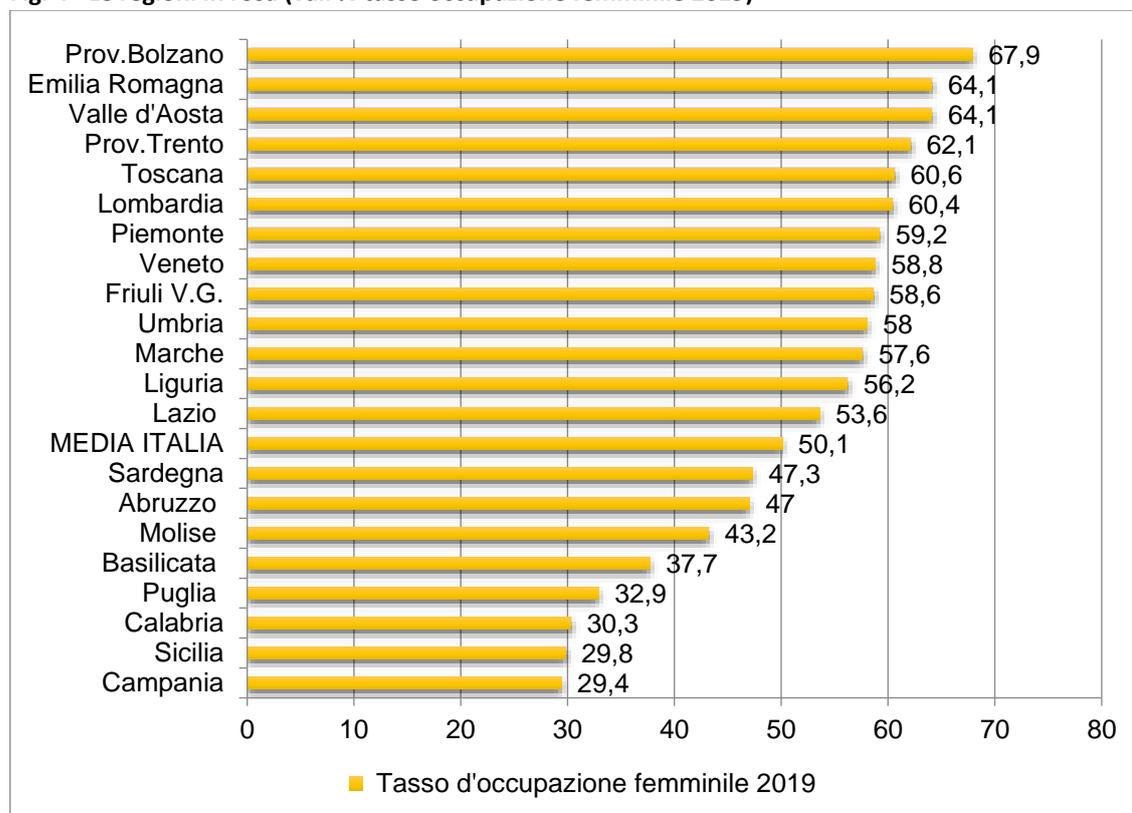
Fra il tasso d'occupazione femminile della Provincia Autonoma di Bolzano (67,9%) o dell'Emilia Romagna (64,1%) e quello di un'altra regione che gode di ancora maggiore autonomia come la Sicilia (29,8%) corre un divario talmente pronunciato da indicare un'assoluta priorità che la politica non può permettersi di ignorare se vuole dare alla Fase 2 un'impronta di innovazione e non di semplice assistenzialismo. Un intervento da mettere in cantiere è quello di **incentivare occupazione e imprenditorialità femminile nel Mezzogiorno**. Ampliamente al di sopra della media nazionale sono, al contrario, molte delle regioni più colpite dall'epidemia a partire dalla Lombardia (60,4%) e Piemonte (59,2%) dove l'impegno per la Fase 2 va orientato almeno al mantenimento dei livelli raggiunti (fig. 4).

Fig.3 - Variazione 2012-2018 dell'occupazione per genere nei principali paesi europei (val. %)



Fonte: elaborazione RUR su dati Eurostat, 2020

Fig. 4 - Le regioni in rosa (val. % tasso occupazione femminile 2019)



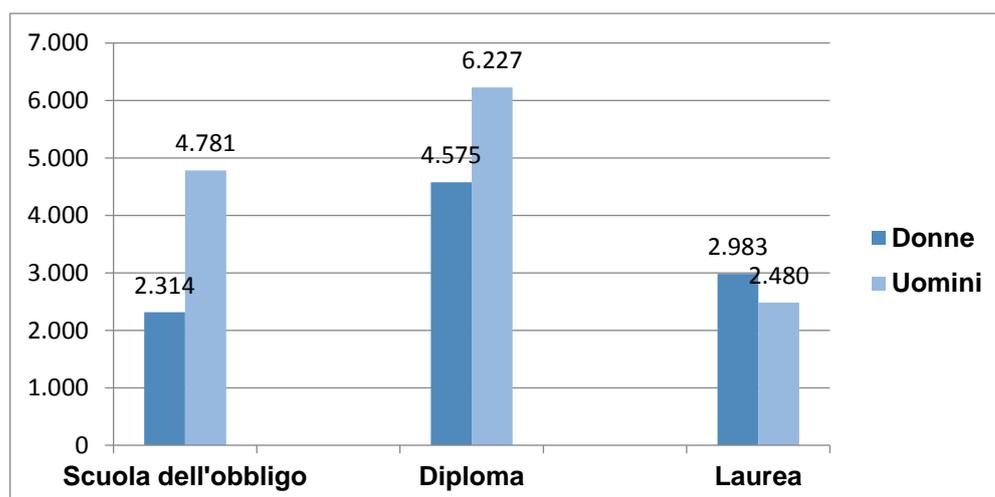
Fonte: elaborazione RUR su dati Istat

1.2. Donne più qualificate per dare sprint alla ripartenza

Il diritto alla parità di genere va collocato fra i valori fondamentali della Repubblica, tuttavia vi sono anche ragioni di opportunità direttamente connesse con la riqualificazione della nostra base produttiva, il cui rinnovamento necessita di alte competenze e un'elevata qualità del capitale umano. Già oggi il livello d'istruzione delle donne occupate è maggiore addirittura in valori assoluti rispetto a quello maschile. Sono, infatti, circa 3 milioni le donne laureate impiegate in un'attività produttiva, a fronte di 2,5milioni di uomini (fig. 5).

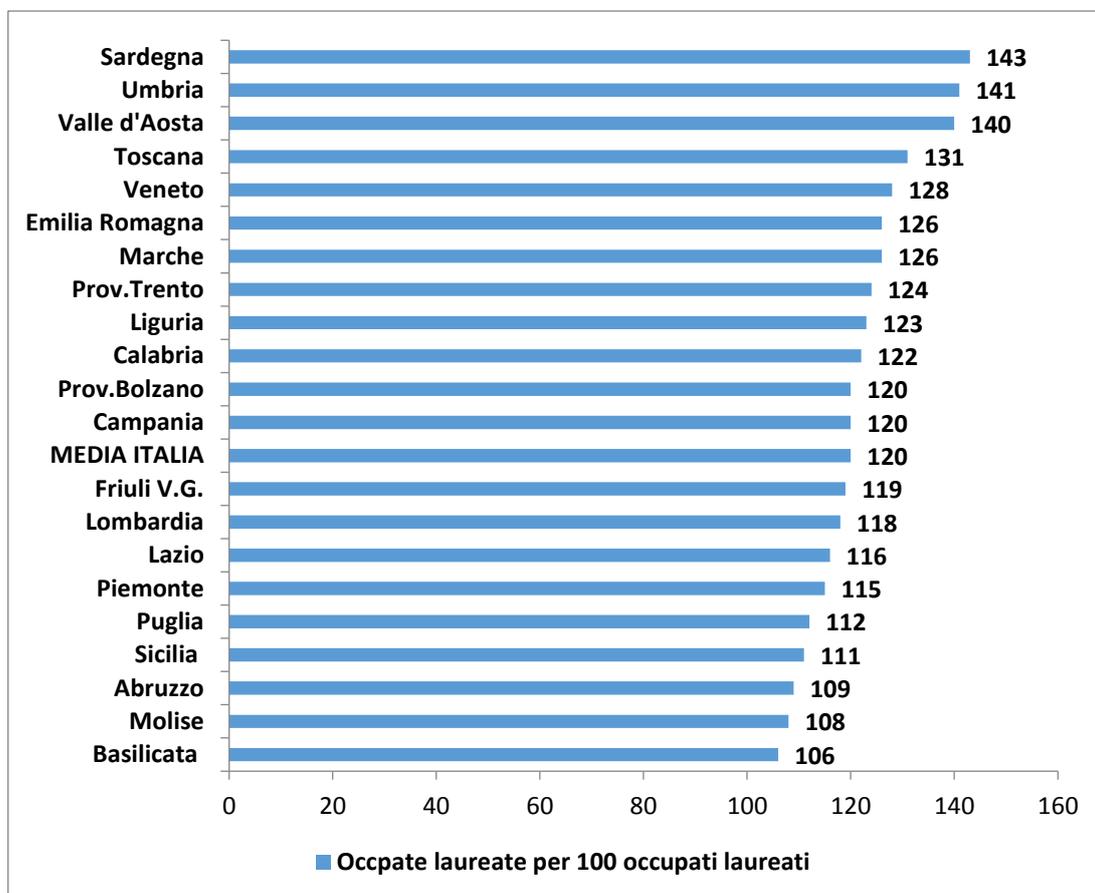
Ovvero, vi sono 120 laureate occupate ogni 100 laureati occupati, valore che raggiunge in Sardegna le 143 laureate occupate ogni 100 occupati maschi con laurea, 141 in Umbria, 140 in Valle d'Aosta, ma anche in regioni di maggiori dimensioni come Toscana (131), Veneto (128) o Emilia Romagna (126) (fig. 6).

Fig. 5 - Occupati per genere e titolo di studio (anno 2019, in migliaia di unità)



Fonte: elaborazione RUR su dati Istat

Fig. 6 – Donne occupate battono gli uomini per laurea nelle regioni (Numero Indice - 2019)



Fonte: elaborazione RUR su dati Istat

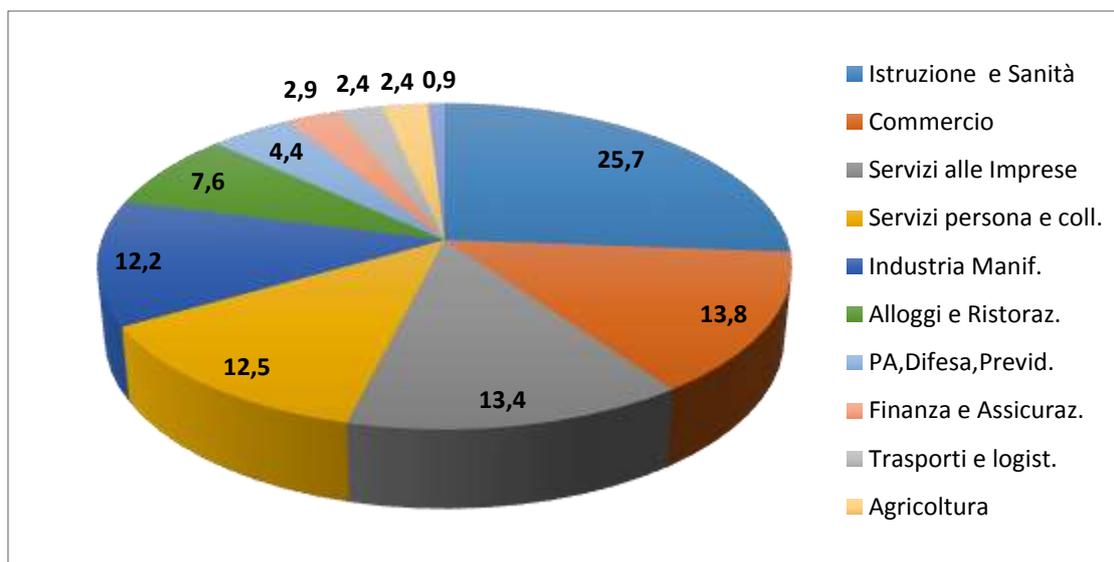
2. UNA PRESENZA DECISIVA NEI SETTORI CHIAVE

Donne qualificate, un'energia vitale per il paese soprattutto nell'attuale congiuntura che ci sta facendo riscoprire l'importanza - anche economica oltre che la stessa sopravvivenza collettiva - di settori che fondano la propria consistenza sul lavoro femminile.

Le circa **dieci milioni di lavoratrici si distribuiscono** per il 25,5% nel settore della **sanità** e dell'**istruzione**, per un 13,8% nel **commercio** all'ingrosso e al dettaglio, per un 13,4% nei **servizi all'impresa**, per il 12,5% nei **servizi alla persona e collettivi**. Significativa è la presenza anche in comparti più hard come l'industria manifatturiera (12,2%) o a grande rischio come il turismo (7,6%) (fig. 7).



Fig.7 - Ripartizione dell'occupazione femminile per settore (val. % - 2019)



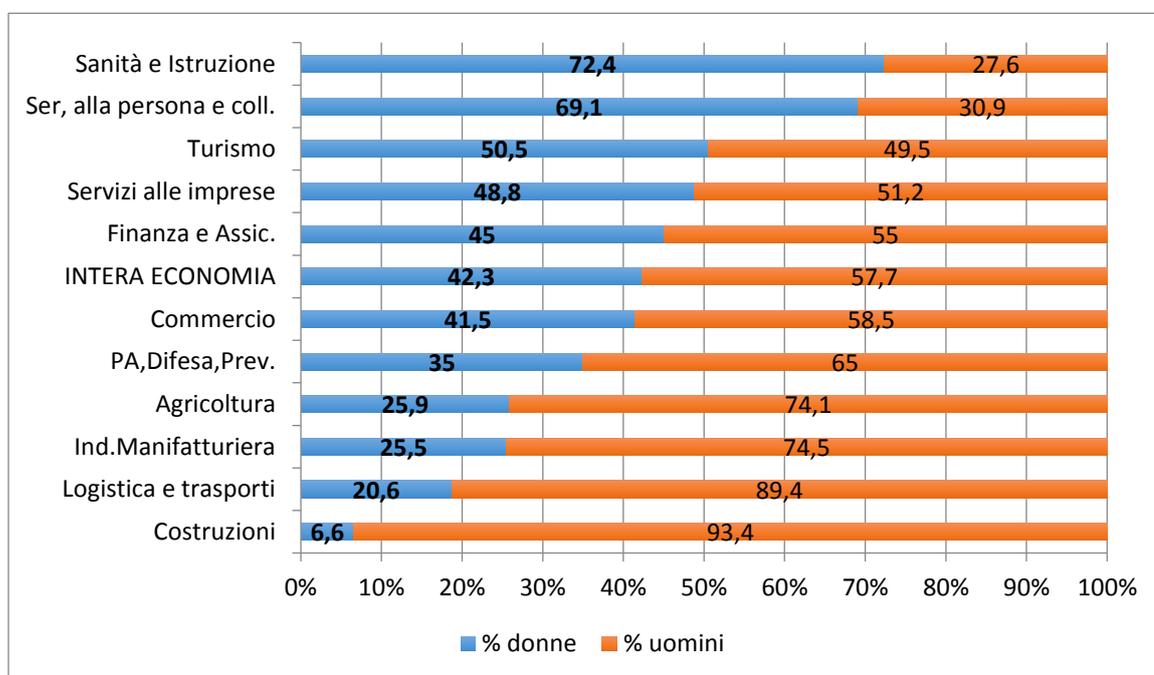
Fonte: elaborazione RUR su dati Istat

Ci sono comparti fondamentali per il futuro del nostro paese dove è schiacciante la presenza di professionalità femminili che raggiunge il **72,4% nei comparti della sanità e dell'istruzione** è donna, il **69,1% nei servizi destinati alla persona**. Nei settori chiave del **nuovo sociale lavorano in complesso circa 3,8 milioni di donne rispetto 1,5 milioni di uomini**.

Si tratta di comparti in cui saranno investite cospicue risorse pubbliche e dovrà essere garantita una selezione del personale su basi rigidamente meritocratiche che consentirebbe alle donne di essere più competitive. Anche nel turismo la maggioranza del 50,5% è rappresentata dal lavoro femminile, la cui incidenza settoriale è rilevante anche nei servizi all'impresa (48,8%), nella finanza e assicurazioni (45%), e nel commercio (41,5%), nella Pubblica Amministrazione (35%). Fra il 20 e 30% è l'incidenza delle occupate nei servizi di comunicazione e informazione, nella logistica, in agricoltura e nell'industria (fig. 8).

Nel mercato del lavoro, dunque, le donne sono maggioritarie nelle attività di servizio pubblico e privato (53,6%), hanno una forte presenza nel commercio e nel turismo (44,3%), mentre ricoprono un quarto circa dei posti di lavoro nell'industria e nell'agricoltura. In definitiva appartengono più all'economia "smaterializzata" del futuro che a quella tecnologica che viene dalla tradizione.

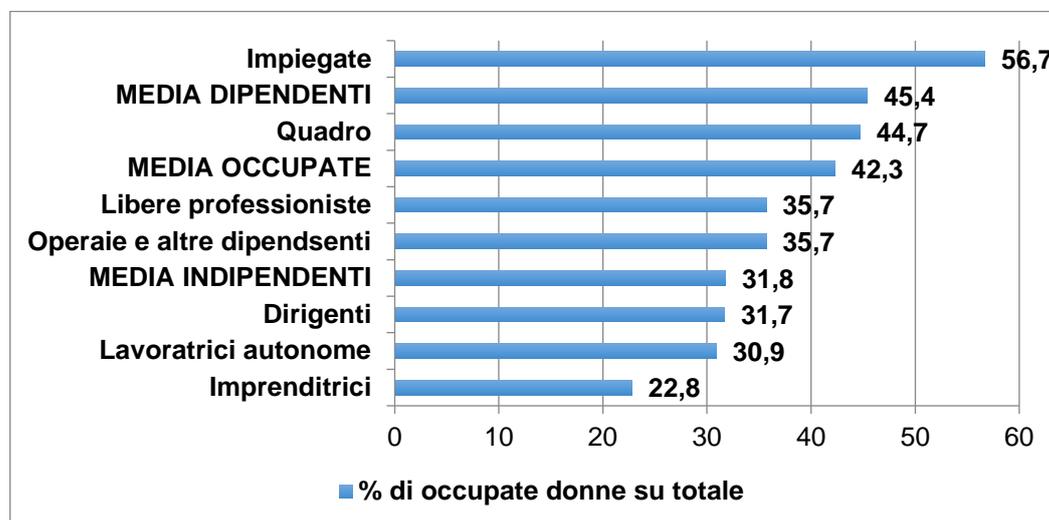
Fig. 8 - Presenza femminile nei principali comparti produttivi (val.% occupate di 15 anni e più su totale del settore, 2019)



Fonte: elaborazione RUR su dati Istat

Da una tale collocazione settoriale discende anche una prevalenza femminile nelle **mansioni impiegatizie**, il 56,7% degli impiegati è donna, ma anche un ruolo rilevante come quadro aziendale (il 44,7% è donna). Più in generale, la collocazione lavorativa delle donne è all'interno di organizzazioni aziendali o istituzioni come dipendenti, con ruoli indispensabili al funzionamento del nostro sistema socio-economico, ma quasi sempre posizionate in una seconda linea, nella fascia poco sotto quella di vertice, ancora detenuta almeno per i due terzi da maschi che ricoprono per il 68% le caselle dirigenziali, quindi quelle di potere (fig. 9).

Fig. 9 - Incidenza delle donne per posizione lavorativa sul totale occupati della corrispondente posizione (val. %, 2019)



“Se davvero ci sarà un A.C. (Ante Covid) e un D.C. (Dopo Covid) dovremmo immaginare un futuro sostenuto da un’economia maggiormente profilata sui bisogni di un nuovo sociale - ha commentato il presidente della RUR Giuseppe Roma - in cui conterà la salute, il sapere, lo smart working, la cultura, ambiti dove offrono un contributo decisivo le donne”
“Accrescere la partecipazione femminile al lavoro è cruciale - ha proseguito Roma - intervenendo sui servizi e non solo sui bonus, sulla flessibilità d’orario e sul lavoro a distanza. Senza donne continueremo nella pluridecennale traiettoria di stagnazione”.

Roma 23 aprile 2020

PIÙ DI UN TERZO DEGLI ITALIANI VIVE IN CASE TROPPO PICCOLE

1. RISPETTATO IL LOCKDOWN ANCHE IN SPAZI RISTRETTI

Città deserte, quartieri desolati, traffico scarso. E' la prova che gli italiani, in grande maggioranza, sono coscienti che, per arginare l'epidemia, sia necessario rimanere il più possibile in casa.

Col lavoro a distanza, la scuola on line, media, giochi e libri, ci si organizza per **sostituire alla vita sociale** quella esclusivamente **familiare**. Trascorrere tutta la giornata in casa, inevitabilmente riporta nelle pareti domestiche tante funzioni che prima venivano svolte fuori.

E in taluni casi questo sovraccarico atterra in uno spazio insufficiente. Teniamo conto che, già prima dell'era Covid, la principale spinta a cercare un nuovo alloggio era proprio quella di vivere in una casa troppo piccola.

1.1. Piccole case per tante esigenze

Secondo una comparazione internazionale le **case abitate dagli italiani hanno una dimensione media di 81 mq.** meno di quelle giapponesi (95mq.), spagnole (97 mq.) tedesche (109 mq.) e francesi (112 mq.).

Sono valori medi (per l'Italia coincidono con le dimensioni catastali della fascia intermedia degli alloggi), ma che hanno grande variabilità a seconda della loro localizzazione territoriale, in particolare fra grandi città e piccoli paesi.

Ad esempio, a Parigi, il mercato immobiliare offre, anche a caro prezzo, piccole *maisonette* di soli 15 -20 mq. e non è una rarità, mentre nella provincia francese le abitazioni sono decisamente grandi.

1.2. La pace condominiale

Gli italiani vivono per metà in immobili multipiano, il 25,5% in condomini con più di 10 abitazioni e un ulteriore 27,1% in edifici più piccoli. In questo periodo di chiusura, il condominio, classico campo di battaglia della micro-conflittualità sociale, sta divenendo sempre più una cellula di vicinanza e solidarietà.

Abbastanza simile all'Italia è la situazione della Germania, mentre nella Francia prevalgono tipologie abitative a minore densità, come case a schiera e unifamiliari,



al contrario nella Spagna della grande bolla immobiliare ben il 44,8% delle famiglie vive in grandi condomini (tab. 1).

Tab. 1 - Tipologia di immobile dove è collocata l'abitazione delle famiglie in alcuni paesi europei (anno 2018 – val. %)

	In edifici con più di 10 alloggi	In edifici con meno di 10 alloggi	In altre tipologie edilizie	Totale famiglie
Spagna	44,8	20,1	35,1	100,0
Germania	16,7	39,5	43,4	100,0
Italia	25,5	27,1	47,4	100,0
Francia	20,6	10,4	69,0	100,0
UNIONE EUROPEA	23,2	18,1	58,7	100,0

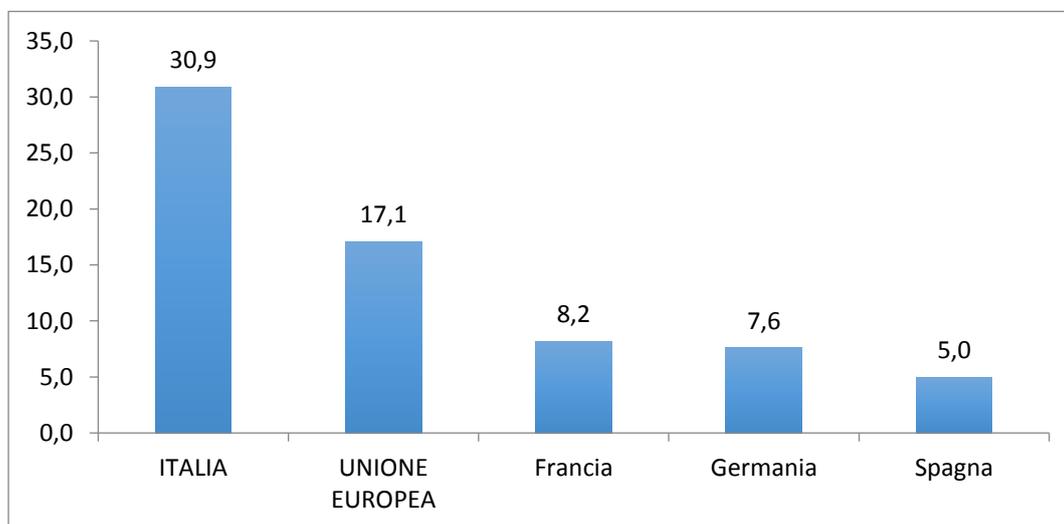
Fonte: Elaborazione Rur su dati Eurostat, 2020

1.3. Il disagio abitativo

Secondo Eurostat, fra i grandi paesi europei l'Italia vive una **condizione abitativa più disagiata** con ben il **30,9% dei nuclei in sovraffollamento**, ovvero con disponibilità di spazio residenziale, calcolato sulla base della composizione del nucleo familiare e l'età dei componenti, inferiore agli standard europei di riferimento. Il tasso di *overcrowding* medio dell'Unione Europea riguarda il 18,3% delle famiglie, mentre la Francia scende all'8,2%, la Germania al 6,3% e la Spagna al 5,0% (fig. 1).

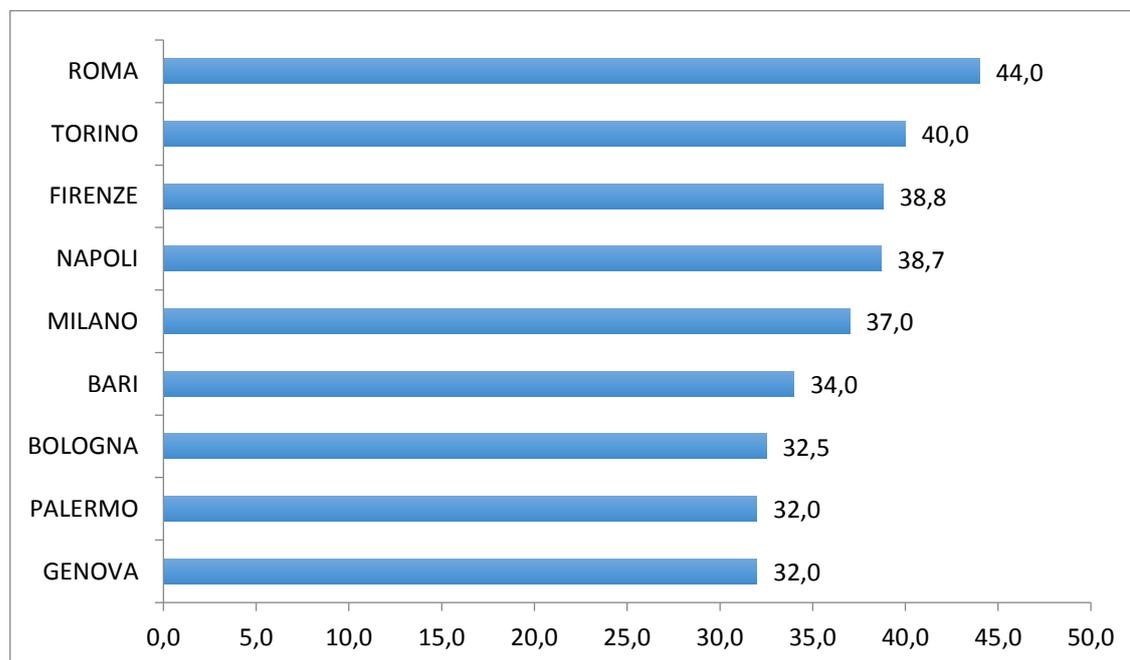
Ci sono quindi ragioni oggettive nella valutazione che il **37,5% degli italiani ha fornito di vivere in una casa piccola** nell'ambito di un'indagine realizzata nell'autunno 2019 dalla RUR, adducendola come prima motivazioni per la ricerca attiva di un nuovo alloggio da acquistare o affittare. La quota d'insoddisfatti per le dimensioni dell'alloggio sale al **44% a Roma**, al **40% a Torino**, al **39% a Firenze e Napoli**, mentre Milano resta nella media del 37%. Leggermente più bassa è la quota registrata a Bari (34%), Bologna (33%), Palermo e Genova (32%). Oltre un terzo di italiani, quindi, valuta piccola la casa in cui abita (fig. 2).

Fig. 1 - Famiglie che vivono in sovraffollamento (esclusi i nuclei di 1 sola persona - anno 2018 val.%)



Fonte: Elaborazione Rur su dati Eurostat, 2020

Fig. 2 – Famiglie che valutano troppo piccola l’abitazione in cui vivono (val. %)



Fonte: Indagine RUR, 2019

1.4. Lockdown vissuto da soli

Un aspetto non secondario del vivere in casa riguarda le **persone che vivono da sole**, in costante crescita anche negli ultimi anni e che per la metà sono costituiti da anziani: **gli ultra sessantacinquenni soli sono pari a 9.537.000**. Viviamo fortunatamente un momento in cui è più facile l'aiuto reciproco, che potrebbe sopperire a carenze strutturali che colpiscono proprio i singles. Secondo Eurostat nel 2018 14,4% delle persone che vivono da sole in Italia non hanno nessuno cui affidarsi, una quota più che doppia rispetto alla media europea del 6,8% e molto lontana da paesi come Germania (solo 4,9% non ha alcun punto di riferimento), la Francia (7,7%) e persino la Spagna (4,2%) dove evidentemente funzionano meglio le reti familiari.

“Gli italiani, seppur forzatamente, stanno riscoprendo la vita domestica – ha commentato il Presidente della RUR Giuseppe Roma – ed è inevitabile che emergano i pregi e i difetti della propria abitazione” “Il modello abitativo tutto proiettato verso l'esterno ci ha fatto sottovalutare le prestazioni dell'immobile in cui viviamo – ha proseguito il prof. Roma – e ora ne rileviamo i limiti. Di questo bisognerà tenerne conto nel gestire la sacrosanta regolamentazione dello shut down”

Roma 27 marzo 2020



NELLE AREE A MAGGIOR CONTAGIO GRAN PARTE DELL'EXPORT E DEL PIL ITALIANO

1. LE AREE PIÙ PRODUTTIVE COLPITE DAL VIRUS

Anche dopo l'estensione a tutto il territorio nazionale delle normative restrittive per arginare l'epidemia virale, **Lombardia** (49% dei casi alle ore 21 di ieri 9 marzo) e le **14 province** individuate in precedenza restano le aree a maggior contagio.

In questi territori, nel 2018, è stato prodotto un **valore aggiunto** di 546,4 miliardi di € pari al 34,7% del totale nazionale, grazie soprattutto al contributo della Lombardia (348 miliardi) seguita dalle tre province venete (81 miliardi) e da quelle emiliano-romagnole (75 miliardi).

I territori più colpiti hanno **esportato** (sempre nel'18) beni e servizi per 215,3 miliardi di € pari al 46,6% del totale nazionale. Più bassa la quota dei **consumi interni** che si attesta sul 31,9% pari a 338 miliardi di €.

1.1. Più di un quarto del Paese

Come è noto la **popolazione** interessata con maggiore intensità dai fenomeni epidemici è pari a 16.748.000 abitanti (27,6% dei residenti in Italia), con 7.335.000 **occupati**, pari al 31,6% rispetto al totale Italia e 1.622.200 **imprese** (26,6%) registrate presso le Camere di Commercio (tab. 1).

In pratica è bloccato il **cuore produttivo dell'Italia** formato dal triangolo lombardo/veneto/emiliano-romagnolo, che ha **Milano** come metropoli leader e la Lombardia come regione di maggior peso (da sola conta il 22,6% del valore aggiunto italiano).

Da un punto di vista strettamente produttivo le **tre province venete** di Padova, Venezia e Treviso con 2,7 milioni di residenti, concentrati in un'area ristretta e integrata, costituiscono il secondo agglomerato per valore aggiunto pari al 5,2% di quello italiano e il 5% dell'occupazione.

Riguardo all'export la Lombardia con 127 miliardi di € rappresenta il 27,5% del volume complessivo seguita dalle 5 **province emiliane romagnole** (la direttrice della Via Emilia e Rimini) la cui incidenza sul totale nazionale è pari all'8,3% (tab.1)

La **RUR** ha effettuato una prima stima del valore economico e occupazionale delle province che hanno risentito per prime dell'impatto dell'epidemia sul sistema d'impresa.



Tab. 1 - Incidenza delle aree soggette a maggiori restrizioni per Covid-19 sul totale nazionale per selezionati indicatori economici (valori assoluti e val. % - Anno 2018)

	Valore aggiunto		Export		Occupati		Imprese	
	Mld di €	% su Italia	Mld di €	% su Italia	Migliaia	% su Italia	Migliaia	% su Italia
Lombardia	348,4	22,6	127,1	27,5	4.427	19,1	954,7	15,7
5 Province Piemonte (1)	33,6	2,1	18,7	4,0	549	2,4	124,2	2,0
3 Province Veneto (2)	81,1	5,2	28,6	6,2	1.163	5,0	262,6	4,3
5 Province Emilia R. (3)	74,9	4,8	38,3	8,3	1.045	4,5	241,3	4,0
Pesaro-Urbino	8,8	0,6	2,6	0,6	151	0,7	39,4	0,6
Totale Areei alto contagio	546,4	34,7	215,3	46,6	7.335	31,6	1.622,2	26,6

(1) Vercelli, Novara, Asti, Alessandria, Verbanò CusioOssola

(2) Treviso, Venezia, Padova

(3) Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Rimini

Fonte: elaborazione RUR su dati Istat, Unioncamere e Istituto Tagliacarne (dati al 2018)

“Senza le persone l’economia non esiste” ha affermato il Presidente della RUR Giuseppe Roma “quindi la priorità assoluta è fermare l’epidemia. Tutti noi dobbiamo collaborare e assumere comportamenti responsabili”. “Comunque tecnici e professionisti non direttamente impegnati nell’emergenza” ha proseguito Roma “devono fin da ora impegnarsi nell’immaginare le iniziative più opportune per il dopo, scommettendo sul successo degli sforzi per fermare il virus. In particolare, per il turismo bisogna preparare le contromisure orientando gli italiani a viaggiare di più in Italia e accompagnando con grandi eventi internazionali un’offerta di alto livello per gli stranieri”.

Roma 10 marzo 2020

