

Il piano di gestione del sito UNESCO “Centro storico di Napoli”

ALLEGATO 4

Il turismo e le attività collegate

Indice

1. NOTA METODOLOGICA	5
2. IL SISTEMA TURISTICO NELLA CITTÀ DI NAPOLI: INTRODUZIONE	6
2.1. IL TURISMO E IL TERRITORIO	6
2.2. LA PIANIFICAZIONE ESISTENTE IN AMBITO TURISTICO	8
3. IL SISTEMA TURISTICO NELLA CITTÀ DI NAPOLI: SCENARI STATISTICI GENERALI	9
3.1. LA DINAMICA IMPRENDITORIALE TURISTICA	9
3.2. LA DOMANDA TURISTICA	10
3.3. L'OFFERTA TURISTICA	11
3.4. INDICATORI RIASSUNTIVI	11
3.4.1. <i>Tasso di turisticità</i>	12
3.4.2. <i>Tasso di densità turistica</i>	13
3.4.3. <i>Tasso di ricettività</i>	14
3.4.4. <i>Tasso di densità ricettiva</i>	15
4. IL SISTEMA TURISTICO NELLA CITTÀ DI NAPOLI: SCENARI CULTURALI	16
4.1.1. <i>Visitatori e ingressi</i>	17
5. NOTE CONCLUSIVE	19
BIBLIOGRAFIA	20

Il turismo e le attività collegate

1. Nota metodologica

L'immagine che segue esemplifica le componenti del sistema turistico.¹



Figura 1 - Le componenti del sistema turistico.
Fonte: elaborazione SITI da letteratura di economia del turismo.

L'impostazione metodologica che è stata data al lavoro è dunque quella di utilizzare queste quattro componenti per strutturare un'analisi su domanda e offerta, servizi ricettivi ed imprenditoria esistente e sistema culturale secondo lo schema che segue.

¹ L'economia del turismo identifica in quattro macrocategorie le tipologie di attori le componenti fondamentali del sistema turistico. Nello specifico: il *turista* che mira a soddisfare precisi bisogni che determinano poi la scelta della destinazione; le *imprese* che operano in termini professionali per soddisfare le esigenze del turista mediante la produzione di beni e servizi; il *sistema politico - amministrativo* che governa le località di destinazione turistica; la *comunità ospitante* ossia l'insieme delle persone residenti nelle località oggetto dei flussi turistici.

Le componenti del sistema turistico verso il Piano di Gestione della Città di Napoli



Figura 2 - Le componenti del sistema turistico verso il Piano di Gestione della Città di Napoli.

Fonte: elaborazione di progetto.

Come emerge dalla figura le componenti precedentemente esposte sono state così equiparate ai dati esistenti sul sistema turistico:

1. Il **sistema politico – amministrativo**: breve introduzione relativamente al tema turistico e a come questo venga affrontato all'interno nei documenti di pianificazione esistente;
2. Il **turista**: dati relativi alla domanda e all'offerta turistica (aggiornati al 2009);
3. Le **imprese**: dati relativi al sistema ricettivo locale;
4. La **comunità ospitante** interpretata a livello di offerta culturale per quanto riguarda gli ingressi ai musei nella città di Napoli (aggiornati al 2009).

2. Il sistema turistico nella città di Napoli: introduzione

2.1. Il turismo e il territorio

La Campania è la regione italiana che accoglie più turisti stranieri tra quelle meridionali e tale primato affonda le proprie radici nell'età classica romana. Nella seconda metà del I secolo A.C. la costa campana era il centro mondano di villeggiatura più famoso: le cittadine di Baia, Pozzuoli, Miseno, costituivano il ritrovo di tutta l'aristocrazia, imperatori compresi. Tutti i più importanti esponenti della società romana avevano una o più ville nelle località balneari della Campania o nelle isole prospicienti. Queste località marittime erano anche dei centri termali. La zona flegrea era ricca di fumarole e solfatare, sulle quali si costruivano i sudatori per

l'impiego curativo delle esalazioni gassose. Successivamente, lungo tutta l'età moderna, la Campania e la città di Napoli in particolare, divennero metà estrema meridionale del circuito del Grand Tour, viaggio di formazione dei giovani nord-europei. Il soggiorno a Napoli e le escursioni nella regione circostante si affermarono quale vera e propria attrazione turistica nel corso del Settecento, quando la cultura europea trovò qui alimento alle sue istanze emotive, fondate su una sete di conoscenza mista a una ricerca continua di pittoresco. Nel frattempo, i resti della cultura classica occidentale, portati alla luce da fruttuose campagne di scavo, venivano ad arricchire un'offerta già densa di attrazioni, nelle quali l'intreccio tra natura e cultura trovava la sua sublimazione. La fortuna turistica della Campania, nel senso moderno del termine – fortuna sulla quale ancora oggi alcune sue località basano la propria straordinaria capacità di attrazione – prese corpo nel corso della seconda metà dell'Ottocento, quando la destinazione fu inserita nel nascente sistema turistico europeo. Il londinese Thomas Cook, tour operator con sede succursale in Napoli già nel 1860, fu il primo a confezionare e a vendere il tour Bay of Naples, mentre negli stessi anni, a Roma, tale Mr. Russel Forbes, esperto di antichità romane e guida turistica per scavi e musei al servizio di famiglie inglesi e americane, confezionava e proponeva un suo tour, chiamato A week in Naples.

È tuttavia a partire dagli anni Cinquanta, con lo sviluppo del turismo di massa e la nascita di nuove destinazioni, grazie anche all'introduzione del trasporto charter, che i caratteri del turismo regionale si modificarono sensibilmente.

Il modello di sviluppo turistico deve oggi confrontarsi con una serie di sollecitazioni sul lato dell'offerta (la maturità delle destinazioni classiche del Golfo di Napoli e la relativa necessità di rilancio, la "riscoperta" di Napoli e il conseguente ridisegno della geografia turistica costiera) e su quello della domanda (la crescita del turismo culturale, lo sviluppo delle motivazioni eno-gastronomiche, la pressione del turismo religioso). L'exkursus storico effettuato consente tuttavia di evidenziare uno dei punti di maggiore forza dell'area, ovvero il suo profondo radicamento, quale destinazione turistica, nell'immaginario culturale del mondo occidentale.

Al comprensorio napoletano non si addice, perlomeno in prima battuta, l'azione mirata a costruire nuove mete artificiali, poiché già possiede – in termini di "risorse immobili" – tutto quello che è necessario per motivare le correnti di traffico. È piuttosto utile puntare alla valorizzazione dell'esistente e delle tradizioni e delle produzioni locali agendo organicamente sulle leve dell'organizzazione, dei servizi ricettivi e complementari e sulla commercializzazione.

L'antica tradizione della scelta dell'area napoletana sul mercato nord europeo del viaggio attiene tuttavia a tutti gli elementi coinvolti nel turismo e questo ha contribuito a creare una serie di immagini – il Vesuvio e Pulcinella, la tarantella e la pizza, la Grotta Azzurra e gli scavi dell'area vesuviana

Dalla fine della seconda guerra mondiale, il fenomeno turistico a livello internazionale ha conosciuto una crescita costante divenendo un fenomeno di massa.

Nel corso degli ultimi decenni abbiamo assistito ad un altro cambiamento delle pratiche turistiche che si è esplicitato in una differenziazione della domanda turistica: è possibile individuare tipi diversi di turismo: ad esempio, il turismo ambientale, interessato a cogliere gli aspetti naturalistici del territorio verso cui si ha un atteggiamento rispettoso e di contemplazione; il turismo ricreativo che prescinde quasi del tutto dalle caratteristiche etniche, culturali e storico-artistiche ed ambientali della comunità di arrivo, per usufruire degli aspetti ricreativi o di divertimento; il turismo culturale, che ricerca gli aspetti del patrimonio culturale e della civiltà della comunità locale, attenuando l'immedesimazione con la popolazione locale rispetto a quello etnico, implicando un seppur lieve grado di strumentalizzazione della cultura della popolazione locale; il turismo enogastronomico

prevede la ricerca di sapori autentici e tradizionali caratterizzanti i luoghi in cui si viaggia e ciò presuppone l'assunzione di un ruolo nuovo del cibo (e del vino) di vettore della cultura e dell'identità di un luogo. La città di Napoli e la sua provincia sono interessati in particolare da un turismo di tipo culturale ed enogastronomico. La scelta di inserire, negli ultimi anni, lo scalo di Napoli nelle rotte crocieristiche di ogni nazionalità in misura molto maggiore che negli anni precedenti (nell'anno 2000 hanno attraccato nel porto di Napoli 412 navi per complessivi n.386.450 passeggeri e nell'anno 2002, 417 navi per n.485.072 passeggeri) ha messo in luce l'importanza del turismo crocieristico in città.

2.2. La pianificazione esistente in ambito turistico

Il corpus normativo della pianificazione territoriale che interessa la città di Napoli non sembra considerare il turismo come una risorsa strategica per la città. Sono stati presi in considerazione alcuni dei principali piani e programmi territoriali per ricostruire le linee guida della pianificazione esistente in ambito turistico:

- Piano Strategico della Città di Napoli: individua un progetto generico relativo all'accoglienza (non solo turistica) individuando due tipologie di sviluppo turistico: culturale e crocieristico.
- Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale della Provincia di Napoli: individua come aree turistiche principali la Penisola Sorrentina, il sistema delle isole e la zona dei campi flegrei, quest'ultima viene associata per vicinanza, all'area di Bagnoli che dovrebbe essere destinata ad un'importante valorizzazione turistica. Tra gli obiettivi del piano emerge la necessità di diversificare l'offerta turistica: turismo naturalistico nell'area del Vesuvio, turismo enogastronomico offrendo i prodotti tipici presso i centri crocieristici della città.
- Piano Territoriale Regionale della Regione Campania: anche la programmazione regionale predilige la promozione turistica nelle aree tipicamente turistiche della regione: costiera e isole, ignorando o quasi l'area del comune napoletano. Una delle priorità, in ambito turistico, è l'integrazione tra turismo culturale e turismo balneare.

3. Il sistema turistico nella città di Napoli: scenari statistici generali

In questo paragrafo si analizzeranno gli aspetti che caratterizzano le imprese turistiche, la domanda e l'offerta turistica della città di Napoli. Per quanto riguarda la domanda, si studierà la dimensione dei flussi turistici, in termini di presenze e arrivi ed invece per l'offerta, si farà riferimento agli esercizi ricettivi e i posti letto.

3.1. La dinamica imprenditoriale turistica

Di seguito si propone il numero delle imprese del settore turismo registrate nella città di Napoli.

Tabella 1 - Dati 2006-2007-2008 sulle imprese turistiche della città di Napoli.

Fonte: Istituto Tagliacarne, 2010.

Anno	Imprese cessate	Imprese iscritte
2008	713	434
2007	858	942
2006	724	866

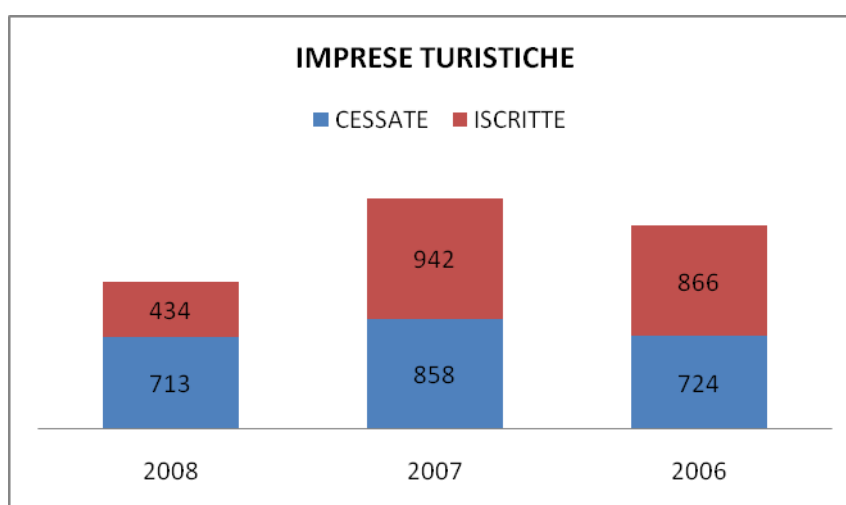


Grafico 1 - Dati 2006-2007-2008 sulle imprese turistiche della città di Napoli.

Fonte: Istituto Tagliacarne, 2010.

Da questi dati si evince che nel corso dei tre anni analizzati (2006-2007-2008), nella città di Napoli le imprese turistiche si sono praticamente dimezzate, passando da 866 nel 2006 a 434 nel 2008. Si nota anche nel 2008, il numero di imprese cessate è quasi pari al doppio di quelle iscritte.

3.2. La domanda turistica

Tabella 2 - Dati 2008-2009 sulla domanda turistica della città di Napoli.

Fonte: Ente provinciale per il turismo di Napoli, 2010.

Napoli	Arrivi			Presenze		
	Italiani	Stranieri	Totali	Italiane	Straniere	Totali
2006						2.103.934
2007						2.062.161
2008	469.718	357.693	827.411	991.596	840.794	1.832.390
2009	435.680	346.496	782.176	916.166	870.166	1.786.332
Variazione %	-7,25%	-3,13%	-5,47%	-7,61%	+3,49%	-2,51%

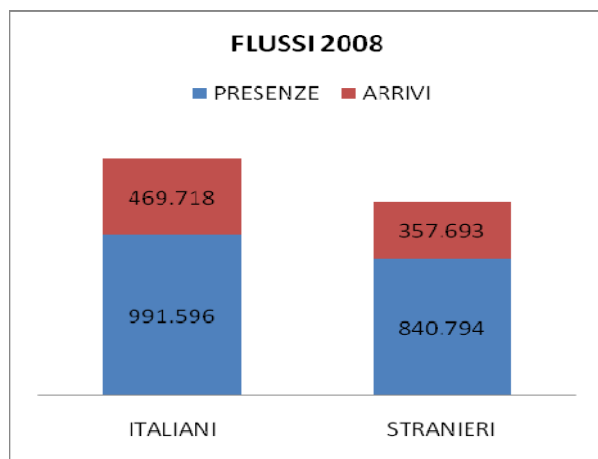


Grafico 2 - Dati 2008 sulla domanda turistica della città di Napoli.

Fonte: Ente provinciale per il turismo di Napoli, 2010.

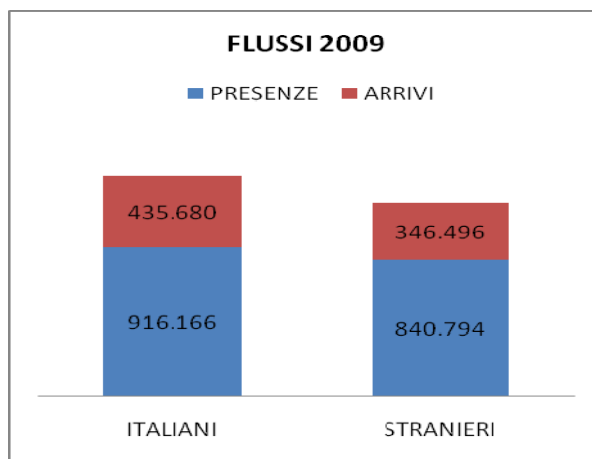


Grafico 3 - Dati 2009 sulla domanda turistica della città di Napoli.

Fonte: Ente provinciale per il turismo di Napoli, 2010.

Confrontando i dati riguardanti la domanda turistica degli anni 2008 e 2009 si nota un netto calo in termini di arrivi, sia da parte dei turisti stranieri che italiani. Per quanto riguarda le presenze straniere si registra una variazione positiva del 3,49%, invece sono ancora sensibilmente in discesa quelle italiane. Si riscontra una diminuzione costante del flusso dal 2006 al 2009.

3.3. L'offerta turistica

Tabella 3 - Dati 2006-2007-2008 sull'offerta turistica della città di Napoli.

Fonte: Istituto Tagliacarne, 2010.

Napoli	Esercizi ricettivi alberghieri		Esercizi ricettivi complementari		Totali		Nr. medio posti letto
	Numero	Posti letto	Numero	Posti letto	Esercizi ricettivi	Posti letto	
2008	147	11.353	294	1.926	441	13.279	30
2007	140	11.016	205	1.502	345	12.518	36
2006	134	10.429	195	1.436	329	11.865	36

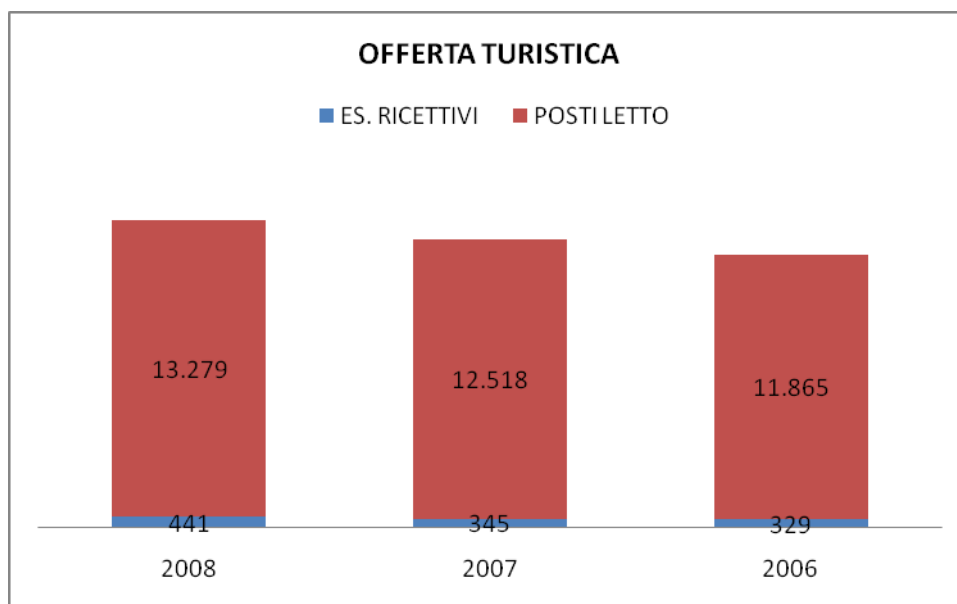


Grafico 4 - Dati 2006-2007-2008 sull'offerta turistica della città di Napoli.

Fonte: Istituto Tagliacarne, 2010.

Per quanto concerne l'offerta turistica nella città di Napoli, nel corso degli anni 2006-2007-2008, sia il numero degli esercizi ricettivi, alberghieri e complementari, che quello dei posti letto è aumentato.

Si ricorda che nel 2005, la percentuale di posti letto presenti nella città di Napoli era pari al 18% dell'intera Provincia (Fonte: Ente Provinciale del Turismo di Napoli – 2005).

3.4. Indicatori riassuntivi

In questa sezione, si calcoleranno gli indicatori turistici e ricettivi per la città di Napoli e si confronteranno con quelli di Firenze, Roma e Venezia.

3.4.1. Tasso di turisticità

Il tasso di turisticità è dato dal rapporto tra le presenze e gli abitanti (abitanti a Napoli: 960.247, Firenze: 369.279, Roma: 2.751.103, Venezia: 270.516) e quindi indica il numero di turisti per numero di abitanti.

Tabella 4 - Tasso di turisticità 2008-2009 della città di Napoli.
Fonte: elaborazione SiTI su dati Ente provinciale per il turismo di Napoli, 2010.

Anno	Italiani		Stranieri		Totale	
	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso
2008	991.596	1,03	840.794	0,85	1.832.390	1,90
2009	916.166	0,95	870.166	0,90	1.786.332	1,86

Tabella 5 - Tasso di turisticità 2008-2009 delle città di Firenze, Roma e Venezia.
Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Anno	Firenze		Roma		Venezia	
	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso
2008	6.726.137	18,21	23.727.228	8,62	8.221.541	30,39
2009	6.605.236	17,88	-	-	-	-

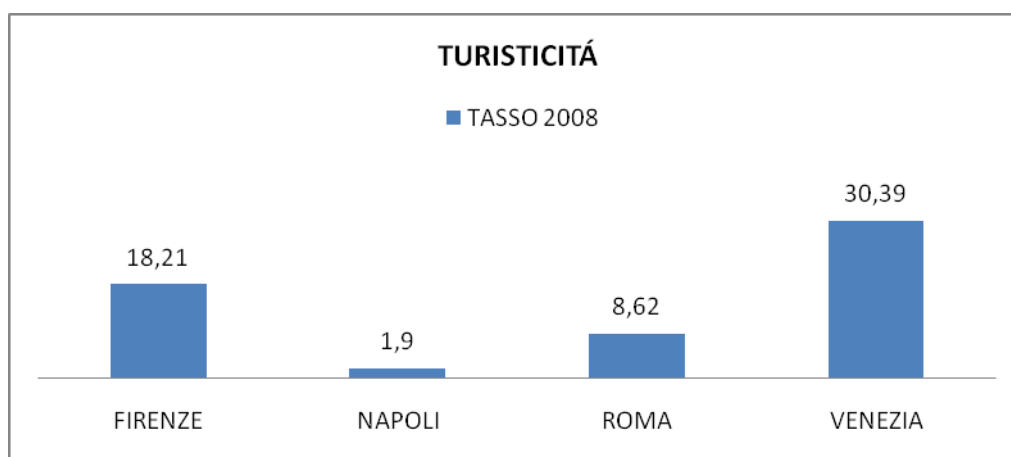


Grafico 5 - Tasso di turisticità 2008 delle città di Firenze, Napoli, Roma e Venezia.
Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Tra le città considerate, la più "affollata" risulta essere Venezia, con 30,39 turisti per abitante nel 2008 ed invece la meno è proprio Napoli con 1,90 turisti per abitante nel 2008 e 1,86 nel 2009.

3.4.2. Tasso di densità turistica

La densità turistica è data dal rapporto tra il numero di presenze e la superficie del territorio espressa in kmq (kmq a Napoli: 117,27, Firenze: 102,41, Roma: 1.285,3057, Venezia: 414,57) e sta ad indicare il numero di turisti per kmq.

Tabella 6 - Tasso di densità turistica 2008-2009 della città di Napoli.
Fonte: elaborazione SITI su dati Ente provinciale per il turismo di Napoli, 2010.

Anno	Italiani		Stranieri		Totale	
	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso
2008	991.596	8.456	840.794	7.170	1.832.390	15.625
2009	916.166	7.812	870.166	7.420	1.786.332	15.233

Tabella 7 - Tasso di densità turistica 2008-2009 delle città di Firenze, Roma e Venezia.
Fonte: elaborazione SITI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Anno	Firenze		Roma		Venezia	
	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso	Presenze	Tasso
2008	6.726.137	65.678	23.727.228	18.460	8.221.541	19.831
2009	6.605.236	64.498	-	-	-	-

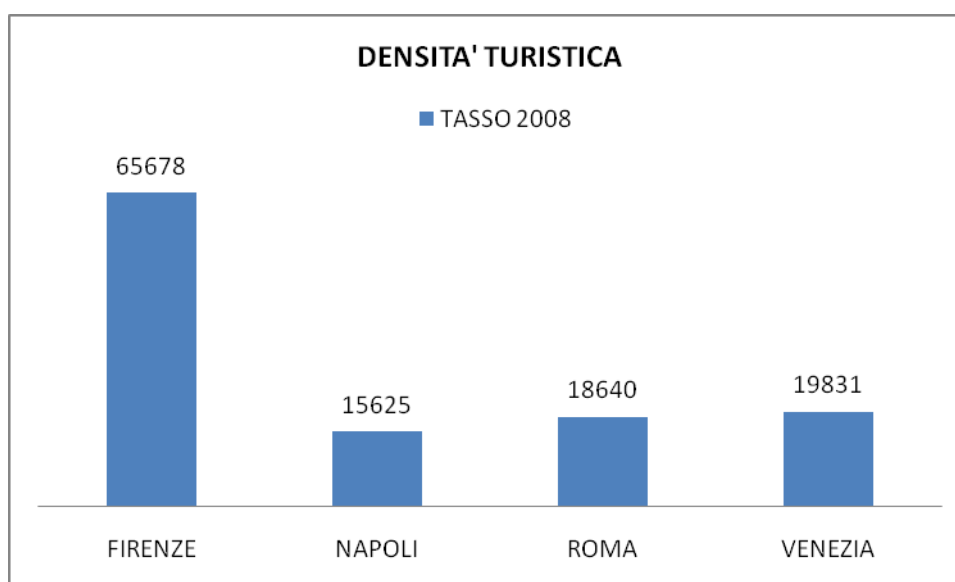


Grafico 6 - Tasso di densità turistica 2008 delle città di Firenze, Napoli, Roma e Venezia.
Fonte: elaborazione SITI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Nel 2008 la città a più alta densità turistica con 65.678 turisti per kmq è Firenze, mentre è Napoli quella a minore con 15.625 turisti per kmq nel 2008 e 15.233 nel 2009.

3.4.3. Tasso di ricettività

Il tasso di ricettività è dato dal rapporto tra posti letto e abitanti e quindi indica il numero di posti letto per numero di abitanti.

Tabella 8 - Tasso di ricettività 2006-2007-2008 della città di Napoli.

Fonte: elaborazione SITI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Anno	Posti letto esercizi alberghieri	Posti letto esercizi complementari	Posti letto totali	Tasso
2008	11.353	1.926	13.279	0,01
2007	11.016	1.502	12.518	0,01
2006	10.429	1.436	11.865	0,01

Tabella 9 - Tasso di ricettività 2006-2007-2008 delle città di Firenze, Roma e Venezia.

Fonte: elaborazione SITI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

	Firenze		Roma		Venezia	
Anno	Posti letto	Tasso	Posti letto	Tasso	Posti letto	Tasso
2008	40.791	0,11	141.168	0,05	48.501	0,17
2007	39.309	0,10	127.983	0,04	41.232	0,15
2006	38.237	0,10	127.983	0,04	35.915	0,13

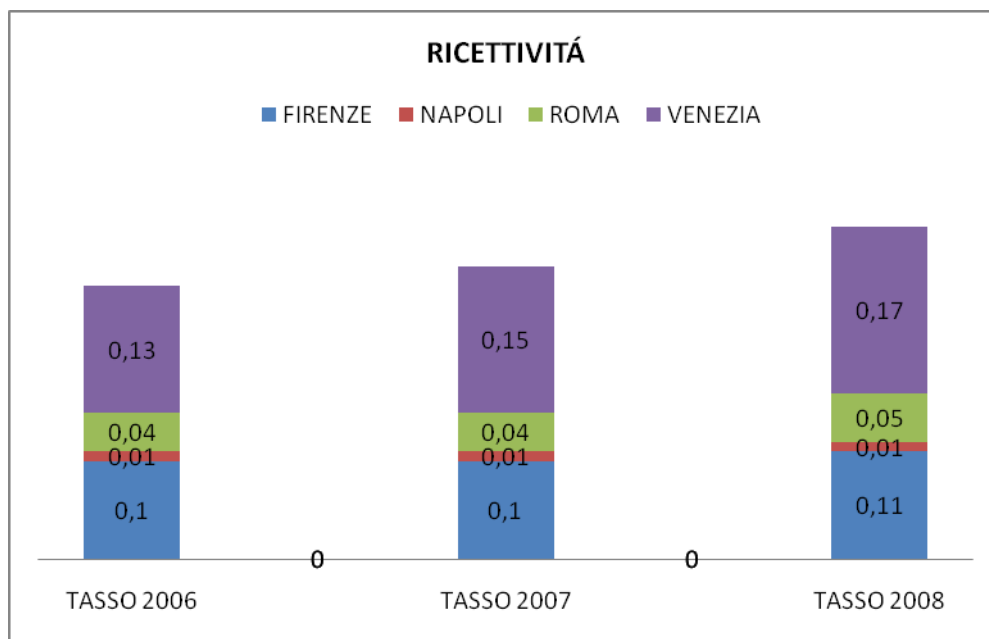


Grafico 7 - Tasso di ricettività 2006-2007-2008 delle città di Firenze, Roma e Venezia.

Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

La città con il tasso di ricettività maggiore è Venezia in tutti e tre gli anni considerati, in aumento dal 2006 al 2008, mentre Napoli è la città con il tasso minore che però rimane stabile nel tempo.

3.4.4. Tasso di densità ricettiva

La densità ricettiva è data dal rapporto tra posti letto e la superficie espressa in kmq e sta ad indicare il numero di posti letto per kmq.

Tabella 10 - Tasso di densità ricettiva 2006-2007-2008 della città di Napoli.

Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Anno	Posti letto esercizi alberghieri	Posti letto esercizi complementari	Posti letto totali	Tasso
2008	11.353	1.926	13.279	113,23
2007	11.016	1.502	12.518	106,74
2006	10.429	1.436	11.865	101,17

Tabella 11 - Tasso di densità ricettiva 2006-2007-2008 delle città di Firenze, Roma e Venezia.

Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

	Firenze		Roma		Venezia	
Anno	Posti letto	Tasso	Posti letto	Tasso	Posti letto	Tasso
2008	40.791	398,31	141.168	109,83	48.501	116,99
2007	39.309	383,83	127.983	99,57	41.232	99,45
2006	38.237	373,37	127.983	99,57	35.915	86,63

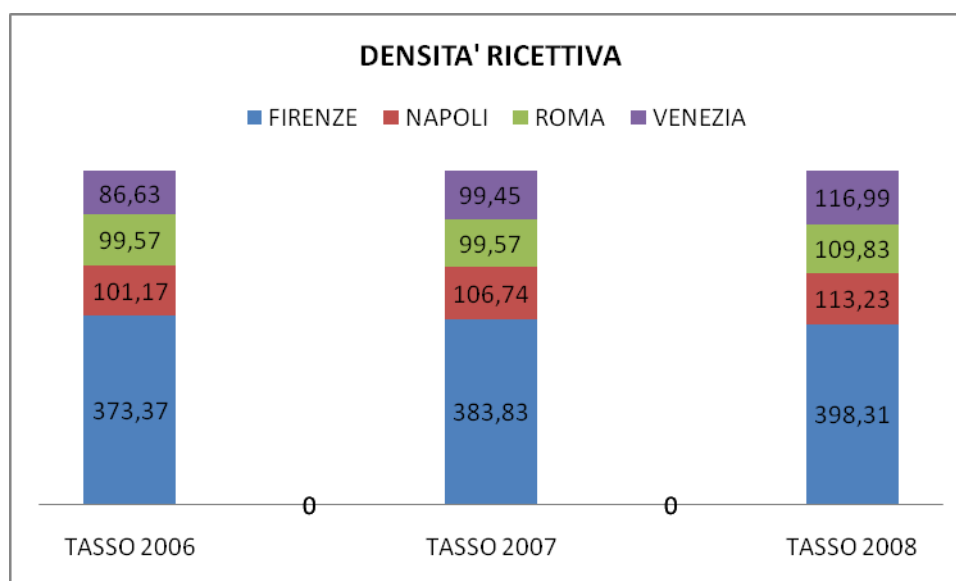


Grafico 8 - Tasso di densità ricettiva 2006-2007-2008 delle città di Firenze, Roma e Venezia.

Fonte: elaborazione SiTI su dati dell'Istituto Tagliacarne, 2010.

Negli anni 2006-2008 il tasso di densità ricettiva a Firenze è il maggiore. La densità ricettiva minore si rileva invece a Venezia nel 2006 e 2007 e a Roma nel 2008.

4. Il sistema turistico nella città di Napoli: scenari culturali

In questa sezione vengono presentati alcuni dati relativi agli ingressi nei musei in modo da contestualizzare i dati turistici anche in ambito culturale.

4.1.1. Visitatori e ingressi

La [Tabella 12](#) e il [Grafico 9](#) illustrano i dati sugli ingressi nei Monumenti e Aree Archeologiche Statali per l'anno 2008.

Tabella 12 - Numero ingressi per museo

Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2008; elaborazione: SITI

Denominazione Istituto	Ambito territoriale del centro storico	Ingresso	totale
Parco di Capodimonte	San Carlo all'Areana	Gratuito	916.328
Tomba di Virgilio	Chiaia	Gratuito	13.520
Castel Sant'Elmo		A Pagamento	60.611
Museo Archeologico Nazionale	San Lorenzo	A Pagamento	290.748
Museo di San Martino		A Pagamento	90.620
Museo Nazionale della Ceramica "Duca di Martina"		A Pagamento	4.633
Museo di Capodimonte	San Carlo all'Arena	A Pagamento	132.393
Museo "Diego Aragona Pignatelli Cortes"	Chiaia	A Pagamento	11.131
Palazzo Reale di Napoli	San Ferdinando	A Pagamento	76.165
totale			1.596.149

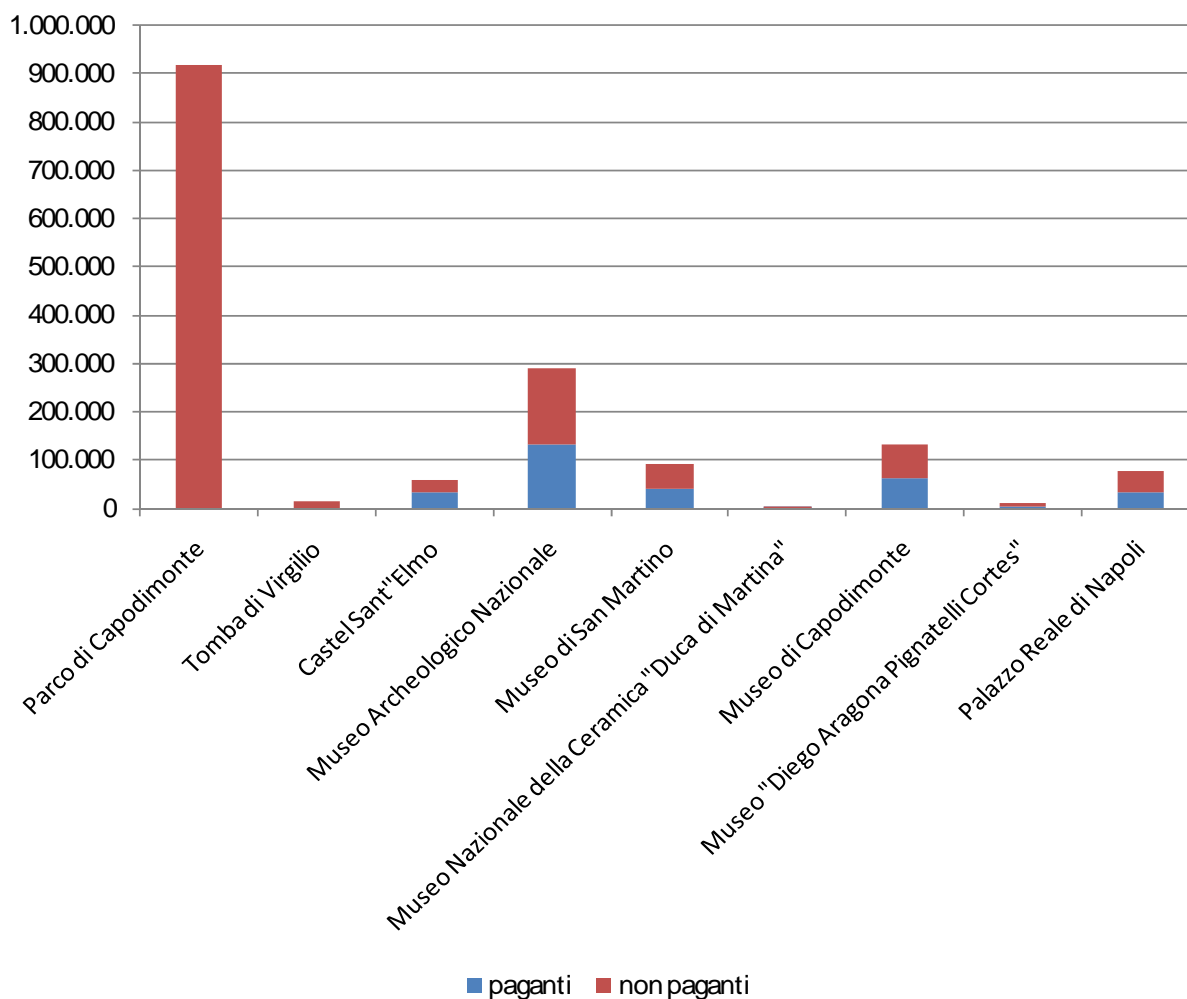


Grafico 9 - Numero ingressi per museo.

Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, 2008; elaborazione: SITI.

Dalla figura emerge che il luogo con il maggior numero di visitatori è il Parco di Capodimonte (916.328 visitatori) area che si estende sulla piccola collina nella parte settentrionale della città di Napoli.

In seconda posizione c'è il Museo Archeologico Nazionale con 290.748 ingressi. Questa struttura è inoltre segnalata al 29° posto all'interno dell'elenco del Turing Club dei Musei d'Italia più visitati.

Anche il Museo di Capodimonte si distingue nel panorama dei musei statati con 132.393 ingressi.

Per una maggiore contestualizzazione dei dati precedentemente esposti si segnalano che gli ingressi presso gli scavi di Pompei ed Ercolano (in provincia di Napoli) hanno registrato un numero di visitatori rispettivamente pari a 2.233.496 e 245.573.

Per quanto riguarda i musei scientifici il Dossier dei Musei 2009 del Touring Club Italiano², si segnala che la Città della Scienza a Napoli ha avuto un incremento del +17,5%.

² CENTRO STUDI TCI, *Dossier Musei 2009*, Touring Club Italiano.

Per quanto riguarda l'offerta museale si segnala anche la presenza della ArteCard che dà l'accesso a tutti i siti della Campania. Esistono diverse tipologie di card dedicate alle diverse esigenze turistiche.



Figura 3 - ArteCard e tipologie.

Fonte: www.artecard.it.

5. Note conclusive

Dall'analisi svolta, si ritiene opportuno poter avere i dati del 2009 anche per quanto riguarda l'offerta turistica della città di Napoli e la domanda delle altre città prese in esame (gli unici dati rilevati del 2009 sono quelli relativi a Firenze, mancano invece Roma e Venezia), per poterne calcolare gli indicatori e fare un confronto con dati più recenti. La stessa considerazione vale per i dati sulle imprese, anche questi aggiornati solo fino al 2008.

Bibliografia

Le informazioni riportate in questo elaborato sono tratte ed elaborate dalle seguenti fonti:

- Centro Studi TCI, Dossier Musei 2009, Touring Club Italiano.
- Piano Strategico "Napoli fuoco del Mediterraneo", disponibile sul sito web www.comune.napoli.it
- Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Napoli
- Piano Territoriale Regionale della Campania
- www.geowebstarter.tagliacarne.it
- www.eptnapoli.info
- www.ontit.it