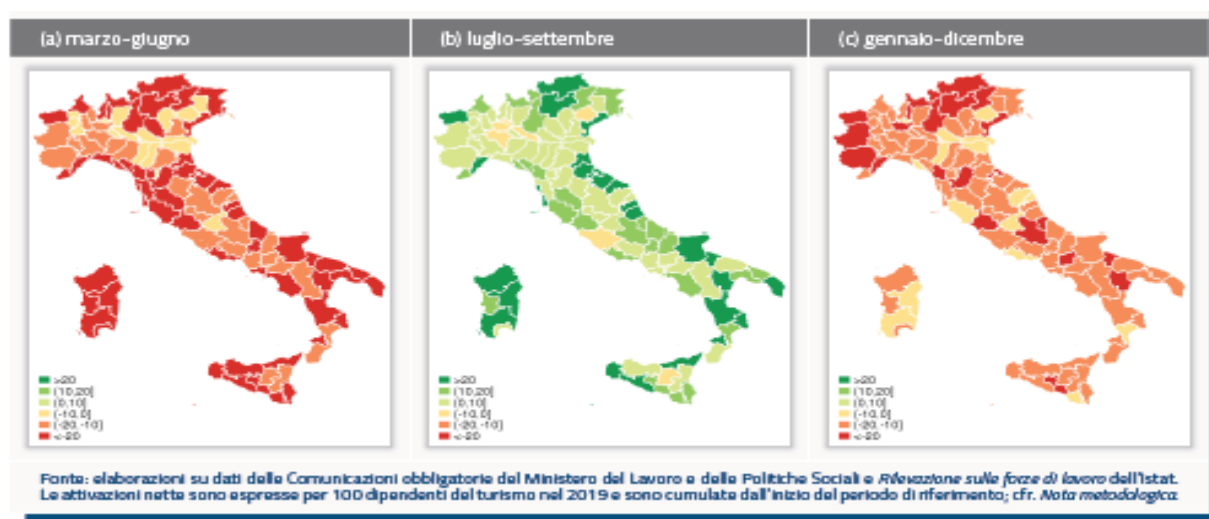


28 gennaio. MINISTERO DEL LAVORO-BANCA D'ITALIA. Un mercato del lavoro estremamente elastico e reattivo è quello che appare con chiarezza dai dati 2020. L'occupazione nel turismo, in sofferenza in primavera, è tornata a crescere da luglio, per poi tornare ad essere fortemente negativa da dicembre. Impressionante la chiarezza delle differenze territoriali, con una ripresa estiva nelle zone costiere e montane, ma non nelle città d'arte. La ripresa dei contagi in atto dalla metà dell'autunno ha penalizzato la domanda di lavoro nei servizi turistici in molte parti del Paese e in particolare nelle aree montane. Con la cosiddetta "seconda ondata del Covid" dell'autunno-inverno, oltre alle già citate città, ad essere penalizzate sono state soprattutto le località montane specializzate nello sci alpino, i cui impianti di risalita non hanno potuto riaprire, ed alle quali le varie attività alternative (sci nordico, trekking, ciaspole, ecc.) non sono riuscite a procurare una quantità di clienti sufficiente a compensare le perdite.

Attivazioni nette cumulate nel turismo per provincia

(differenze rispetto allo stesso periodo del 2019; unità ogni 100 dipendenti)



27 gennaio. OSSERVATORIO INNOVAZIONE DIGITALE NEL TURISMO, POLITECNICO DI MILANO. Il 2020 ha segnato un anno di mutazioni nella domanda e, come risposta al cambiamento, di innovazioni nell'offerta. Tra le principali mutazioni riscontrate nell'ecosistema dei viaggi le più misurabili sono state:

- Escursionismo e scoperta dei territori vicini. Nel 2020 le attività all'aperto sono state il traino di diversi player del turismo. Già nel 2019 i turisti digitali si sono affacciati nel mercato delle esperienze con numeri rilevanti: il 50% per attività culturali, il 30% per eventi, il 29% per tour guidati, il 27% per attività di relax e benessere, il 26% per svolgere attività sportive.
- Journey sempre più digitale e contactless. Oggi il 30% delle strutture ricettive accetta soluzioni di pagamento da mobile e offre il check-in online.

- Investimenti sui canali diretti. Il 70% delle strutture ricettive è dotato di Channel Management, il 61% di CRS: canali diretti per il turista.
- La flessibilità nei viaggiatori. Nel mercato dei viaggi di affari, il 46% dei clienti chiede flessibilità, il 35% sicurezza. App, sistemi di tracciamento e comunicazione, piattaforme di informazione sui rischi sono gli strumenti per relazionarsi con la filiera.

4 gennaio. RAPPORTO COOP-NOMISMA. Le ricerche effettuate a cavallo del Capodanno 2021 hanno confermato una sensazione diffusa: che ci sia in Italia una forte domanda di turismo "repressa" pronta ad un comportamento prudente dal punto di vista sanitario, ma molto elastico e reattivo ("revenge"), una domanda che riguarda sia viaggi e vacanze, ma anche musei, spettacoli, cinema: insomma tutte le attività di tempo libero in qualche modo negate.

Di più, una domanda molto innovativa nei modi e nei valori di riferimento, che tenderà a privilegiare gli spostamenti a piedi o in bicicletta, il benessere nella natura, lo "slow ed il "green". E, trasversalmente, si è verificata una grande accelerazione collettiva verso le operazioni e gli acquisti online soprattutto per prodotti semplici, favoriti anche dalle politiche di riduzione dell'uso del contante e i pagamenti digitali, oggetto della promozione "cashback".

Gli Italiani, infatti, lo dice la ricerca Coop-Nomisma 2021 sui consumi nazionali, hanno voglia di tornare a viaggiare e di godere l'aria aperta, facendo attività fisica e spostandosi a piedi.

