

## TTP

# TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE

## numero DUE - 10 marzo 2021

*Questa newsletter propone aggiornamenti costanti sul turismo nell'era-Covid. Si concentra soprattutto sulle previsioni basate su dati, studi e ricerche affidabili. Le opinioni, per quanto importanti, le lasciamo ai nostri lettori: decisori, manager, operatori, professionisti del settore.*

**9 marzo. DA ITB BERLIN UN BARLUME DI SPERANZA, MA SOLO PER IL LEISURE.** Il 37% dei tedeschi, il 42% degli americani e il 66% dei cinesi stanno pianificando uno o più viaggi, e quasi il 25% degli intervistati in Germania e Stati Uniti e oltre il 35% in Cina ritiene che spenderà più soldi per viaggiare nei prossimi 12 mesi rispetto a prima.

La maggior parte delle persone che, invece, non hanno intenzione di viaggiare quest'anno afferma -manco a dirlo- che ciò è dovuto alla pandemia. Pertanto quest'anno la sfida è quella di instillare un senso di sicurezza e benessere tra i clienti.

In termini di destinazioni, le vacanze al mare restano popolari soprattutto per tedeschi e americani, mentre i cinesi preferiscono quelle in città.

La maggior parte degli intervistati prevede di soggiornare in hotel: l'86% dei cinesi, il 56% degli americani e il 42% dei tedeschi. Interrogati sui programmi a lungo termine, il 35% degli intervistati tedeschi, il 38% degli americani e il 50% dei cinesi ritengono che il loro comportamento di viaggio cambierà: tra le ragioni principali, quelle di carattere ambientale o legate alla pandemia.

Ancora note dolenti sul fronte business travel, che fa emergere un trend al ribasso nel 2021.

**3 marzo. L'IBRIDAZIONE IN HOTEL E DINTORNI.** Tre notizie apparse lo stesso giorno circa i nuovi programmi da parte delle grandi compagnie alberghiere forniscono ulteriori indicazioni sulla direzione evolutiva post-pandemica delle imprese ricettive, verso sempre nuovi concept: uso mixato delle strutture, green deal, funzionalità spinta al limite della residenza. Una carrellata di citazioni testuali aiuta a mettere a fuoco l'idea di dove andremo a dormire, e non solo a dormire, nel prossimo futuro.

*Human Company:* diverse aree ricettive, polo sportivo multifunzionale, sport acquatici, spazi ricreativi, percorsi esperienziali, territorio protagonista, eccellenze ambientali e paesaggistiche, produzioni ittiche ed agricole tipiche, proposta food di alto livello.

*B&B Hotels*: camere da singole a quadruple, moduli armadio, postazioni di lavoro per ogni esigenza, Smart TV 43" con Chromecast integrata, area laundry/ironing, area shop anche con snack, barrette energetiche, bevande e prodotti per la cura della persona.

*Marriott Residence Inn*: per soggiorni a lunga durata, sia per affari che per piacere, suite-appartamento con affaccio esterno, scrivania, cucina completamente funzionale.

In pratica, come si sarebbe detto una volta, proposte di "second life" per scampati al disastro.

**1 marzo. LA TOSCANA VEDE IL RIMBALZO.** Da un sondaggio sulle imprese ricettive della Toscana il CST Firenze ricava un consuntivo molto pesante per la regione, forse peggio di altre: meno 60,6% di arrivi nel 2020; cioè se ne sono avuti circa 4 su 10 rispetto al 2019.

Prospettive di cauta ripresa vengono segnalate per l'anno in corso, con una stima di + 29% sugli arrivi e del 22% per quanto riguarda le presenze: quindi soggiorni sempre più brevi.

Gli Italiani (che in larga misura avevano salvato il 2020, soprattutto sulla costa), crescerebbero del 13,2%; gli stranieri, particolarmente polarizzati da città e campagna, potrebbero registrare un +45,6% di presenze.

Comunque, fatto 100 il 2019, la curva delle presenze è passata a 39,4 nel 2020, e risalirebbe solo fino a 50,7 nel 2021.

**26 febbraio. HOTEL: CROLLO DEI FATTURATI MA CORSA AGLI INVESTIMENTI?** ISTAT certifica un più che dimezzamento (calo del 55%) del fatturato alberghiero nel 2020 rispetto al 2019, con un picco negativo del -70% nel quarto trimestre.

Ma, come riporta Il Sole-24 Ore nello stesso giorno, *PFK Hotelexperts* vede 100 alberghi in apertura in Italia (64 in cantiere, 36 pianificati) con oltre 17 mila camere. Cambiano i luoghi e i concetti di prodotto: le "Big Four" Milano, Venezia, Firenze e Roma restano penalizzate dal blocco dei flussi stranieri, mentre si fanno strada "location alternative" come Trieste, Bergamo, Bologna, Val Gardena, Cortina D'Ampezzo, Perugia, Napoli, Pompei-Oplonti, Liguria, Umbria, Puglia, Sicilia e Sardegna. Si privilegiano strutture "iconiche" e si ripensa l'hospitality verso concept "ibridi": in parte residence, con attività sociali, sport, coworking, office room, servizi legati al food & beverage, occhio alla sostenibilità. Digitale, ovviamente, imprescindibile.

**23 febbraio. QUANDO RIPARTE IL DRAGONE?** Secondo un sondaggio dell'agenzia svizzera *m1nd-set* la domanda turistica tornerà al suo sentiero di sviluppo nel 2023. Nel 2021 ci saranno 30 milioni di partenze internazionali, il triplo di quante registrate nel 2020. Poi + 108% nel 2022 e un ulteriore + 44% l'anno successivo.