

## TTP

# TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE

## numero QUATTRO – 7 Aprile 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: lavoratori, decisori, manager, operatori, professionisti del settore.*

### **07 Aprile. LO STATO ATTUALE DELLA COPERTURA VACCINALE – LAB24 SOLE 24 ORE.**

La campagna vaccinale mondiale prosegue con una media di 15,6 milioni di inoculazioni al giorno, anche se si registrano grandi differenze tra paesi. In 150 paesi sono stati attualmente somministrati circa 610 milioni di dosi: 170 negli USA, 145 in Cina, 82 milioni nell'Unione Europea, 37 milioni nel Regno Unito, 22 milioni in Brasile, 17 milioni in Turchia, mentre solo 12 milioni in Russia. In Italia, al 13° posto mondiale per numero di dosi somministrate, ha ricevuto la prima il 13% circa della popolazione, pari a quasi 8 milioni di italiani, mentre 3,5 milioni (il 6%) sono le persone vaccinate.

Per vaccinare il 70% della popolazione italiana occorrono, con la media attuale di 222 mila/dosi giorno somministrate, quasi 11 mesi, ovvero i primi giorni di febbraio 2022. Le consegne, però, sembra che aumenteranno dal secondo trimestre 2021 per crescere ancora durante il terzo mentre a inizio estate; in ogni caso, alle condizioni attuali, ad inizio estate potrebbe essere vaccinato quasi il 40% della popolazione italiana.

### **06 Aprile. L'EUROPA DIVISA, MA NEGLI SPOSTAMENTI – EL PAIS (Fonte: articolo *Corriere della Sera*).**

È una Europa che viaggia a velocità diverse quella che appare dal mondo del travel a inizio primavera: alcune nazioni sembrano non far caso all'emergenza sanitaria, altre sono chiuse nei propri confini anche comunali, altre iniziano a risvegliarsi. L'informazione deriva dall'analisi sia del *Mobility Report* di Google che della piattaforma di Apple, che raccolgono i dati di milioni di telefonini durante la crisi Covid-19. Soprattutto la Spagna, e poi anche Francia e Svizzera non si limitano negli spostamenti, almeno quelli interni. Paesi come Regno Unito, Olanda, Germania, Austria, Italia e Grecia sono costretti a rispettare le restrizioni locali, mentre l'area scandinava, paesi baltici, Croazia e Balcani iniziano a dare timidi segnali di spostamento.

### **01 Aprile. OSSERVATORIO TURISMO NOMISMA – UNICREDIT.**

Da qualche anno è in corso un cambiamento evidente nell'approccio alle scelte di viaggio: con la pandemia Covid i "nuovi" comportamenti diventano abitudini, sempre più legate al territorio e alle

tradizioni locali, dai prodotti tipici al contatto con i *locals*. Analizzando i comportamenti dei turisti italiani pre e post estate 2020, tra le località preferite dai viaggiatori italiani spiccano quelle immerse nella natura (50% dei viaggiatori), meglio se piccoli borghi. Quanto alle esperienze, le preferite sono state passeggiate all'aria aperta (44%), escursioni in bicicletta (18%) e attività outdoor nel verde (20%). Il binomio turismo ed enogastronomia non delude mai: un dato interessante attiene i tour enogastronomici (scelti dal 15% dei viaggiatori) e chi ha visitato aziende agricole (10%). Le mete più scelte per le *food experiences* sono la Lombardia (78 milioni di euro per le vacanze enogastronomiche, che cubano il 22% sul totale nazionale), Veneto (53 milioni per il 15% sul totale), Piemonte, Toscana e Sardegna dove si spende il 10% del totale in Italia.

Ma cosa dicono gli operatori? Il 67% degli intervistati pensa che l'asset fondamentale per la ripartenza sia la rivisitazione dell'offerta attuale e l'ampliamento dei servizi destinati ai clienti: la customizzazione del soggiorno. Oltre all'implementazione della connettività (comunicazione, digitalizzazione del rapporto con il cliente sia in fase di prenotazione che dopo il viaggio), il miglioramento delle relazioni di filiera, le strategie di marketing, la ristrutturazione delle strutture ricettive o il miglioramento energetico.

## **NOTIZIE SPOT PER RIFLETTERE.**

14 tendenze di viaggio da tenere presenti da qui al 2025: l'Agenzia di Viaggi le ha raccolte dalla testata statunitense Skift.

Viaggi ad impatto zero e turismo di prossimità sono le tendenze sostenibili. Riorganizzazione degli alberghi lifestyle per eventi, workation (vacanze in smart working o viaggi di lavoro), abbonamenti personalizzati, affitti brevi, prenotazioni dirette senza Ota anche per le catene alberghiere di un certo calibro sono le tendenze per una nuova organizzazione dell'offerta ricettiva. L'Asia che rinasce per la predilezione attuale al corto raggio (e i cinesi ne approfitteranno per le loro vicine destinazioni) e le spiagge o isole private da scegliere con compagnie crocieristiche sono le tendenze per le destinazioni. Diversificazione delle opzioni da raggiungere digitalmente, mobile wallet, sviluppo di robot ed intelligenza artificiale, crollo del sistema tradizionale dell'organizzazione turistica a favore delle realtà più dinamiche sono le tendenze del digitale. In ultimo la tendenza a "volare basso": le compagnie aeree riprenderanno i voli, con modelli diversi e più flessibili, ma mantenendo ben saldi i piedi a terra.