

**TTP**  
**TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE**  
**numero QUATTORDICI – 30 dicembre 2021**  
**speciale fine anno**

*Questa newsletter, nel numero speciale di fine anno, si concede la licenza di esprimere valutazioni anche a prescindere da dati che appaiono viepiù incerti e poco attendibili.*

**30 dicembre. ENDEMI**A. Non è certo facile parlare di previsioni in questo momento, in cui le notizie sanitarie ed i provvedimenti di contenimento si accavallano di ora in ora. Ma, come aleggiava da diversi giorni, ed iniziava ad emergere anche dal nostro TTP n° 13 del 7 dicembre, è venuto il momento di pronunciare la fatidica parola. Non viviamo più solo una epidemia (qui e adesso), non bastava la pandemia (qui e ovunque nel Mondo). Oggi il nostro Governo parla di endemia. E lo fa con tutta l'autorevolezza che non solo noi Italiani possiamo eventualmente riconoscergli, ma che ne ha fatto addirittura un esempio europeo e mondiale. La nostra notorietà e reputazione, se solo qualcuno si desse la pena di misurarla, risulterebbe eccezionalmente cresciuta in questi ultimi 22 mesi, e non solo e non tanto per i successi sportivi e musicali, che in qualche modo dall'Italia ci si potevano aspettare. La reputazione di serietà e di efficienza è esattamente quello che mancava alla Marca Italia, e adesso, purtroppo a causa del Covid, ce la siamo guadagnata. Ma l'endemia (la più famosa, mai debellata del tutto, è quella della malaria), non passa da sola, non passa con il tempo, non viene sconfitta dall'immunità di gregge. Non c'è da aspettarsi un "dopo" uguale al "prima", in vista del quale sopravvivere a forza di ristori, cassa integrazione, misure-"tampone" (che tragico doppio senso proprio in questo momento!). Se è endemia, se sarà endemia, allora dovremo rivedere molte cose, magari dette sull'onda dell'emozione momentanea: ad esempio l'incoming non potrà ripartire "solo se tornano gli Americani", e allo stesso modo l'outgoing non potrà riprendersi "solo se verrà riaperto il corridoio per Sharm El Sheik". Le scelte turistiche all'ultimo minuto, forse anche all'ultimo secondo, diventeranno la norma e non l'eccezione. La prevedibilità e quindi la programmabilità saranno temporaneamente sospese, forse anche per diversi anni. La comunicazione, dal massimo livello nazionale a quello di ogni singola impresa, non potrà che essere puntuale, "flash", adeguata al momento ed alla fase. In una sola parola, un sillogismo, endemia vuol dire intanto convivere con il Covid e sopravvivere, mentre ci si prepara a quello che ne seguirà.

**20 Dicembre. COME DI CONSUETO, PURTROPPO CHI SOFFRE DI PIÙ È IL LAVORO E LA SUA QUALITÀ, CIOÈ LA QUALITÀ DELLA NOSTRA OFFERTA TURISTICA.** I dati del Ministero del Lavoro e della Banca d'Italia mostrano a fine 2021 un quadro generale non sfavorevole per l'occupazione nel turismo: il lavoro riprende a crescere, ma solo se precario. Nel 2020, rispetto al 2019, si erano "persi" -tra cessazioni e nuove attivazioni- 175.000 lavoratori nel turismo italiano (hotel e ristoranti). Al netto di questa riduzione assoluta, il 63% delle riallocazioni sono avvenute nello stesso turismo. Ma soprattutto, nel complesso, si è trattato di un regresso nelle qualifiche (nuove assunzioni ad un livello minore). Nel 2021 è cambiato il vento in termini di quantità, ma non di qualità e di stabilità: anzi, tra gennaio ed ottobre, sono cresciuti di 67.152 i lavoratori a tempo determinato, e sono crollati di 21 mila unità gli apprendisti. In totale le attivazioni nette nel turismo sono state 169.469, di cui ben 149 mila a tempo determinato. Se prosegue così, ci aspetta un settore che non dà prospettiva alle proprie risorse fondamentali, soprattutto quelle giovani.

**10 Dicembre. IL COVID RESTRINGE LE DISTANZE E RAFFORZA I LEGAMI FIDUCIARI.** Se l'endemia ci costringe a disegnare nuovi scenari, è meglio guardare con attenzione al nostro Continente. Eurobarometro-flash n. 499, affidato ad IPSOS Public Affairs, ci offre una mole sterminata di informazioni sulla base di 27.514 interviste effettuate a ottobre 2021. Tra queste emerge con forza, oltre ovviamente all'attenzione sanitaria nell'organizzare le vacanze, la scelta/necessità di farle soprattutto nel proprio paese. Ma anche, e come sempre, il consiglio di amici, parenti o colleghi nella scelta della destinazione nel caso in cui non se ne abbia già una esperienza diretta. In secondo piano si collocano le fonti commerciali off ed anche quelle online, il cui ruolo invece ritorna preminente quando si tratta di organizzare le attività in loco.