

TTP
TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE
Anno secondo - numero CINQUE –5 giugno 2022

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.

3 giugno 2022. A FORZA DI LICENZIARE NON SI TROVANO PIU' NEMMENO I PILOTI. I primi effetti della carenza di personale si sono già fatti vedere negli scorsi giorni, con un'ondata di cancellazioni negli aeroporti europei. Causa Covid i vettori hanno messo a terra gli aerei, e questa situazione ha posto i conti delle compagnie sotto forte stress: le aziende hanno risposto cercando il più possibile di liberarsi di personale, piloti compresi. Sull'altro fronte, anche le scuole di formazione sono state costrette dalle regole anti-Covid a limitare l'operatività. Il nodo, però, è venuto al pettine quando i Paesi del mondo hanno iniziato ad allentare le restrizioni e gli aerei hanno ripreso a decollare. L'apertura dei confini ha infatti scatenato la domanda, compressa da due anni di limitazioni, con un'impennata della richiesta di voli. Un incremento che però si è scontrato con la carenza di piloti. Ed è in questo momento che il problema sta esplodendo.

2 giugno 2022. SE ANCHE ASSOTURISMO VEDE ROSA, O FORSE OTA. L'Associazione di categoria solitamente meno ottimista annuncia che nelle strutture ricettive ufficiali italiane risultano occupate tre camere su quattro, per un totale di 7 milioni di pernottamenti: sono questi i dati di Assoturismo relativi al ponte del 2 giugno. Un "antipasto d'estate" che restituisce un quadro molto positivo, sebbene non esente da criticità e preoccupazioni relative all'abusivismo e al caro energia. Ma le rilevazioni condotte da Cst – Centro Studi Turistici si basano sull'analisi della disponibilità di camere sui vari portali delle Ota: il che non è rappresentativo dell'universo, ma soprattutto è un campione statisticamente distorto, oltre ad essere fortemente influenzato dalle tattiche aziendali degli oligopolisti che ne controllano il funzionamento: "acquaiolo, è fresca l'acqua?".

23 maggio 2022. DESTINAZIONE? ITALIA, MA "LUOGHI NON COMUNI"! Secondo la ricerca "Comunicazione, media e Turismo", realizzata dal CeRTA in collaborazione con Publitalia '80 (che non è certo un player disinteressato), dopo lo stop della pandemia, il turismo italiano si è ripreso e sono soprattutto gli Italiani a trainare la ripresa nel nostro Paese. E, in particolare, è l'Italia dei piccoli borghi, delle capitali storiche e dei parchi naturali a risultare maggiormente attrattiva e meta favorita rispetto a quelle tradizionalmente più frequentate.

Il nostro Paese è tornato ad essere attrattivo anche per gli Italiani: negli ultimi 12 mesi un turista italiano su cinque è andato in luoghi che non aveva mai visitato in precedenza. Tutti luoghi che rappresentano altrettanti nuovi potenziali clienti per i vecchi media. Ma anche per gli Europei la Penisola si conferma destinazione top of mind, meta ideale per un viaggio o vacanza.

La riscoperta dell'Italia si sostanzia nel viaggio attraverso territori mai visitati prima verso una vacanza in "luoghi non comuni" che si collocano come potenziale destinazione che si fa spazio tra le città, le capitali storiche dell'attrazione turistica e le regioni turistiche più note.

15 maggio 2022. NFT E METAVERSO, UN POSSIBILE FUTURO IMMATERIALE? L'industria dei viaggi inizia ad utilizzare i "non fungible token" per aprire nuovi canali di vendita, implementare o promuovere la propria offerta. L'apripista italiano è Alpitour che crea token ad hoc tagliati proprio su misura degli alberghi. La sua catena Voihotels ha messo all'asta la prima notte esclusiva al Ca' di Dio (guarda caso un servizio tangibile, non una icona digitale) e lavora a un ambizioso piano in tale senso. Gli NFT sono anche protagonisti nello sviluppo del nuovo Tourism Digital Hub italiano la cui prossima release è prevista a giugno 2022. Anche nell'ospitalità, sempre più spesso il metaverso viene visto come un campo praticabile da esplorare per gli operatori del settore alberghiero e alcune proprietà hanno iniziato a fornire spazi virtuali per riunioni o celebrazioni digitali.

Nel frattempo, con l'e-commerce, il metaverso può offrire ai clienti l'opportunità di visionare prodotti o servizi prima dell'acquisto: tour in realtà virtuale o opzioni per esplorare la location con un avatar durante il processo di prenotazione. In altri casi, gli hotel stanno fornendo ai propri ospiti l'accesso a spazi virtuali, consentendo loro di ospitare feste o riunioni virtuali. Marriott International è stato uno dei primi marchi del settore alberghiero a esplorare il concetto di NFT in modo approfondito, e anche Vueling aprirà entro la fine del 2022 un nuovo canale di vendita nel metaverso. Fin qui niente di nuovo, sembra una media come un altro.

13 maggio 2022. IL PARADOSSO DEL LAVORO CHE MANCA. Il Sole 24 Ore evidenzia come molte strutture, dopo due anni di fermo, abbiano ancora difficoltà ad aprire poiché servono 387mila lavoratori, ma il 40% è introvabile. Dopo anni di aperture e chiusure a singhiozzo, il settore turistico-alberghiero ha "perso" tantissimi lavoratori che hanno deciso di puntare su professioni più sicure e remunerative, e meno "sacrificanti". Anche molti lavoratori stranieri durante l'emergenza sono tornati nei loro Paesi d'origine. E adesso che comparto vede una ripresa, si assiste al paradosso che cresce la domanda di lavoro, ma si fatica a trovare personale stagionale (si parla di un fabbisogno occupazionale di circa 300-350mila profili, una larga parte dei quali introvabili).

Con un tasso di disoccupazione all'8,3% che per i giovani tocca il 24,5%, alle ultime posizioni tra i 27 Paesi della Ue, la mancanza di personale nell'industria del turismo evidenzia tutti i limiti del nostro mercato del lavoro, in primo luogo la scarsa appetibilità dei lavori nel turismo, poi le carenze del sistema formativo, e un insufficiente collegamento con il mondo scolastico. Su questo terreno germogliano soluzioni fantasiose e paradossali, come il progetto di Nardo Filippetti dell'Hotel senza personale, probabilmente un'ulteriore spinta verso il basso dell'offerta, con una conseguente perdita di qualità: è come si trasformasse un albergo in un edificio di camere in affitto.

5 maggio 2022. LE CROCIERE DI DOMANI: SEMPRE MENO TERRA! Su TTG Roberto Gentile spiega come le crociere di oggi siano ormai un prodotto molto diverso da quello originale. La quarta rivoluzione che stiamo vivendo ha come emblema navi sempre più grandi, e come parola chiave "intrattenimento" al posto di "viaggio", mediante l'incremento del tempo trascorso "at sea". Inoltre arrivano le "private destination", ovvero le isole private dove attraccano le grandi navi, ora alle Bahamas, ma presto anche nel Mediterraneo.

Conclusione: il prodotto crociera oggi è sempre più "in house", ovvero sotto il totale controllo dell'armatore. A terra si sale e si scende, ma ci si sta poco. A bordo, il più a lungo possibile. Stiano attenti quei territori che proprio sulle crociere puntano le proprie chances di valorizzazione turistica