

TTP
TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE
numero NOVE – 10 agosto 2022

Speciale: la raccolta dei sondaggi

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.

10 agosto. TRA TERMIDORO E VENDEMMIAIO. Se non fosse già abolito da un pezzo, il cambiamento climatico imporrebbe una rivisitazione del calendario repubblicano o napoleonico: quest'anno si vendemmia molto prima del periodo canonico (22 settembre - 21 ottobre), e anche le messi sono diventate d'oro anzitempo. Un nuovo prodotto - forse una specie aliena di origine tropicale-, sembra invece dare frutti copiosi proprio in questi giorni: il sondaggio. Se ne contano quasi quotidianamente, anche per fornire argomenti alle cronache di costume turistico, altrimenti inchiodate alle vacanze - sempre le stesse - dei V.I.P. – sempre gli stessi.

3 agosto. SCOOP: SI VIAGGIA PER LA CULTURA E LA BUONA TAVOLA! Secondo Harris Interactive per conto di Trainline, che hanno condotto un sondaggio comparativo Italia Francia, gli Italiani in vacanza visitano monumenti (84%) e musei (74%) e passeggiano (91%), apprezzando le specialità gastronomiche locali (93%). I Francesi invece si piazzano sempre almeno 10 punti indietro: chissà come passano il loro tempo? Solo la bellezza dei paesaggi e delle città mette d'accordo tutti, sia noi (98%) che i cugini (95%).

2 agosto. ESTATE INDECISA. Human Highway Per Costa Crociere fotografa 22 milioni di Italiani attendisti circa le vacanze, 10 milioni che hanno già deciso dove e come andare, e 3 milioni di repeaters che non si pongono neppure il problema. Il totale fa 45 milioni, circa il 75 % di tutta la popolazione. La vacanza degli Italiani comunque sarà all'insegna del riposo (40%), buona cucina (48%, la metà che nel sondaggio precedente), le visite ai siti artistico culturali (38%, circa la metà anche in questo caso). Dove invece avviene l'imprevisto è nella ricerca del modello "all inclusive" (36%), forse un retaggio del Committente il sondaggio.

Ed infatti, ad una domanda specifica circa il prodotto-crociere come mix ideale dei propri desideri, il 46% si dice interessato, il 22% sorpreso, quasi incredulo. L'idea di una crociera nei prossimi 12 mesi risulta accattivante per 4 milioni di connazionali, ma sull'altro piatto della bilancia l'orizzonte si presenta nuvoloso: pesano il Covid e la guerra (20%), la paura della recessione (27%) e dell'inflazione (41%).

1 agosto. LA FIDUCIA SI RESTRINGE. SWG per Confcommercio disegna uno scenario critico, da "frenata improvvisa". Partendo da una previsione di 27 milioni di Italiani vacanzieri, come nel 2019, la paura del ritorno di fiamma del Covid ha fatto calare le partenze di luglio di 4,5 milioni di unità, tra disdette e rinunce. Per i prossimi mesi il colpo di coda riduce i viaggi "lunghi" di 7 giorni o più, fa crescere quelli "medi", ed esplodere le microvacanze. La spesa prevista cala di conseguenza, e la destinazione Italia "vola" all'88% delle preferenze. Mare, montagna e città, nell'ordine, le tipologie più richieste, Puglia ed Emilia-Romagna le regioni più desiderate.

1 agosto. ANCORA CROCIERE SUGLI SCUDI. Ancora SWG firma un sondaggio per Norwegian Cruise Line, secondo il quale gli Italiani sono "alla ricerca di nuovi scenari di viaggio", che guarda caso coincidono proprio con le proposte crocieristiche: spensieratezza (68%), comfort e sicurezza (58%), mare (67%). A corollario relax, arte e cultura, natura e libertà (!). Alle crociere – guarda caso opzione attrattiva anche per chi non ne ha mai fatte-, in quanto perfetta sintesi di tutti i desideri - si richiede comfort in cabina, varietà di ristorazione, servizi h 24, ampi spazi aperti a bordo, cibo libero senza dress code.

1 agosto. PER SEI MILIONI UNA VACANZA ANIMALE. Stavolta è EMG Different a firmare un sondaggio per *Facile.it*, portale di assicurazioni e altro. Ricordando che ci sono circa 60,1 milioni di animali per 59,5 milioni di Italiani (cuccioli compresi), secondo la ricerca i proprietari di animali che nel 2022 faranno almeno una vacanza in loro compagnia sono il 34,5%; si sale al 42,4% per i possessori di cani, e fino al 58,7% per i (proprietari) 45-54enni.

Il 45,9% è disposto a spendere di più per non privarsi della compagnia, 6 padroni su 10 chiedono alla struttura ricettiva (hotel, agriturismo, e B&B, scelti dal 38,5%) se possibile portare con sé gli animali, 11,2 milioni sono disposti ad un sovrapprezzo, valore in crescita del 13,6% rispetto al 2020. E qui non si bada a spese.