

**TTP**  
**TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE**  
**numero TRE – 17 febbraio 2023**

*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*

**13 febbraio. PASSATA SANREMO, TUTTI IN MONTAGNA ?** È SWG per Confcommercio a firmare la prima proiezione stagionale: 7,5 milioni di connazionali hanno deciso di passare nelle zone montane un periodo di vacanza, con una spesa di 540 euro a testa. 4,5 milioni invece faranno puntate giornaliere. 9 vacanzieri su 10 hanno scelto le mete nazionali, soprattutto sull'arco alpino, in primis Trentino-Alto Adige, poi Lombardia e Valle d'Aosta. Le motivazioni delle vacanze in montagna sono cambiate dopo la pandemia: escursioni naturalistiche, degustazioni enogastronomiche, relax in Spa e centri benessere, shopping sono le quattro attività più importanti indicati dagli intervistati. Solo al quinto posto la pratica dello sci e di altri sport invernali. 6 su 10 si adattano all'artificiale, ma 4 su 10 dichiarano che, in assenza di neve naturale, preferiscono cambiare i programmi di vacanza. Ritorna alla ribalta il popolo degli SLONS (Snow Lovers No Ski), ma il cambiamento climatico rischia sempre di più di sciogliere l'oggetto del desiderio sotto i loro piedi.

**10 febbraio. LE VACANZE VISTE DAL CREDITO AL CONSUMO.** Compass rileva un incremento del budget di spesa per il 2022. Interessante il confronto tra generazioni: i Boomer si dimostrano più flessibili nella pianificazione, spesso demandata alle agenzie di viaggio, mentre i più giovani, come la Gen Z e i Millennials, preferiscono il fai da te, l'esplorazione e una pianificazione anticipata. Anche quando si tratta di organizzare un viaggio, una formula di pagamento come il "Buy Now Pay Later" (BNPL) può fare da volano alla voglia di partire. Il budget di spesa delle famiglie per viaggiare durante l'anno sarà di €1.930, con un aumento di ben €482 sul 2022. Più di un terzo degli Italiani (36%) intende concedersi più spesso una vacanza e, per farlo, è pronto a sfondare il tetto dei €2.000, arrivando a prevedere una spesa di circa €2.400. Il 54% prenota tutto da solo, dal trasporto alle attività e all'alloggio. Quasi un terzo, il 28%, si rivolge invece alle agenzie di viaggio, anche se i senior sono molto più soliti farlo: tra Gen Silent e Boomer si tocca quota 66%. All'estremo opposto, 1 italiano su 10 viaggia ma non organizza nulla ad eccezione del trasporto. Per chi si organizza per tempo, la prenotazione avviene in media 11 settimane in anticipo, circa 3 mesi, con il 25% che preferisce invece il last minute (non più di 2 settimane prima). I più previdenti? Sono i Millennials (32%) che pianificano le vacanze circa 6 mesi prima.

**10 febbraio. IL "LAVORO ANTISOCIALE" SFIORA LA MAGGIORANZA.** Altro che smart working o settimana corta. Secondo l'indagine Inapp Plus (Participation, Labour, Unemployment Survey con 45mila interviste conclusa nel 2022) circa la metà degli occupati in Italia lavora in orari che si potrebbero definire antisociali. Nello specifico, il 18,6% lavora sia di notte che nei festivi (circa 3,2 milioni di persone), il 9,1% anche il sabato e i festivi (ma non la notte), mentre il 19,3% anche la notte (ma non di sabato o festivi). Gli uomini vivono tutte le combinazioni, le donne invece sono impegnate più il sabato o nei festivi.

**10 febbraio. LE VACANZE VISTE DALLE ASSICURAZIONI.** Il 73% degli italiani sarebbe pronto a partire per una vacanza invernale entro marzo, secondo il terzo International Vacation Confidence Index di Allianz Partners. Chissà da dove viene tanto ottimismo, visto che storicamente il tasso di partenza in vacanza degli Italiani non ha mai superato il 55%? Considerando i problemi affrontati negli ultimi anni dal mondo dei viaggi, resta alto il timore per interruzioni e cancellazioni. Il 33% degli europei – il 31% degli italiani – diffida sul fatto che si possa trovare un mezzo di trasporto alternativo se i piani iniziali dovessero essere cancellati. Il 25% degli italiani, non crede di poter trovare un altro alloggio. Il post pandemia, invece, sembra aver lasciato pochi strascichi. Quest'inverno appena il 2% in tutta Europa, l'1% in Italia, ha citato problemi di salute come motivo per non viaggiare. Il 39% degli intervistati è piuttosto preoccupato per la situazione sanitaria, con un calo di 6 punti rispetto all'estate scorsa. Gli italiani, 44%, restano più cauti, ma con un calo maggiore, 9%, rispetto all'ultima rilevazione.

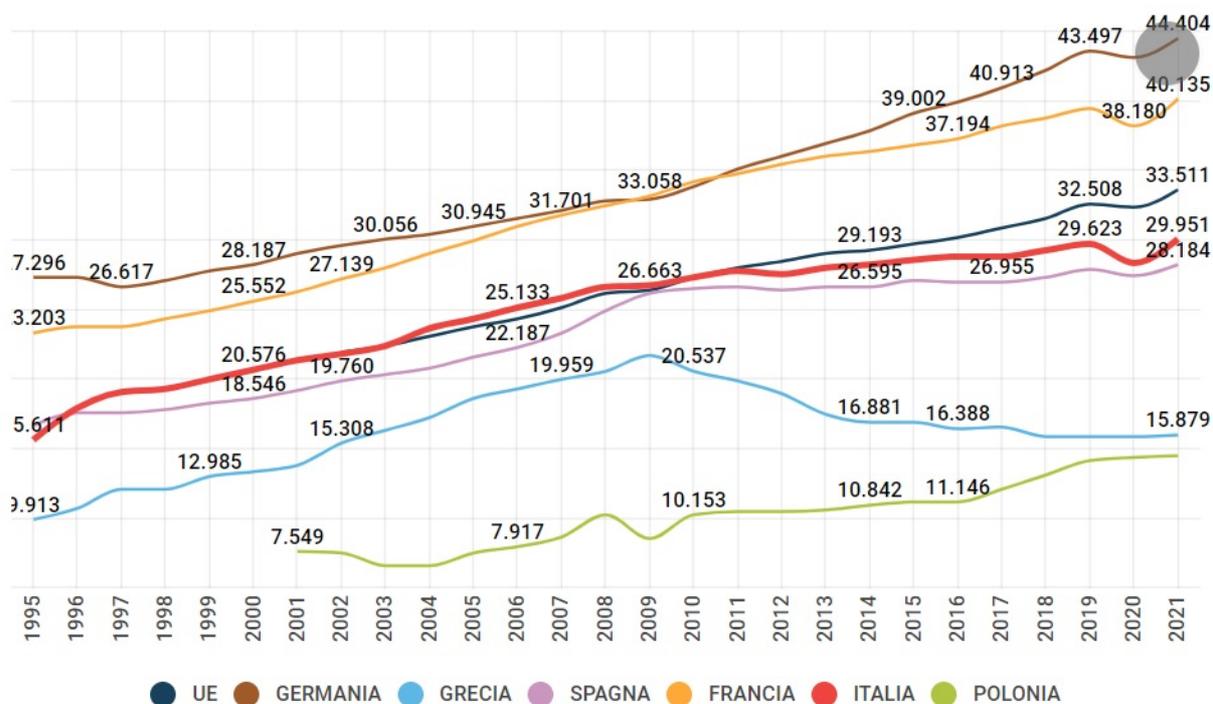
**7 febbraio. BALEARI-CHOC: BASTA TURISTI !** Il Governo delle Baleari ha fissato un numero massimo di turisti, pari a 16,5 milioni. Secondo l'Esecutivo le isole non possono assorbire una cifra superiore a quella indicata: la qualità deve prevalere sulla quantità. Il numero di posti letto nelle strutture alberghiere andrebbe urgentemente ridotto per evitare la saturazione. Per supportare questa decisione, il Governo delle Isole afferma di avere messo a punto una strategia che preveda l'aumento della qualità e la riduzione dell'arrivo di viaggiatori in alta stagione.

**3 febbraio. ISTAT: CAMBIANO I CONSUMI, CAMBIA IL "PANIERE", MA LA TENDENZA E' CHIARA.** Nel paniere 2023 per il calcolo degli indici dei prezzi figurano oltre 110 nuovi prodotti; tra quelli entrati si notano principalmente i prodotti ortofrutticoli biologici, che si aggiungono a quelli non biologici. Ciò è dovuto alla maggiore attenzione dei consumatori a scelte alimentari consapevoli, che influiscono nel calcolo degli indici. Nel 2023 non sono variati solo i beni e i servizi all'interno del paniere, ma anche il peso, ossia il cosiddetto coefficiente di ponderazione con cui contribuiscono alla misura dell'inflazione, perché evidentemente è cambiata la misura con cui i consumatori li acquistano. Le categorie "Prodotti alimentari e bevande analcoliche", "Trasporti", "Abitazione, acqua, elettricità e combustibili" e "Servizi ricettivi e di ristorazione" hanno un coefficiente superiore al 10 per cento. L'aumento maggiore è stato registrato dalla categoria dei "Servizi ricettivi e di ristorazione" (+1,95 punti percentuali).

**6 febbraio. WEDDING IN ITALY: CI SI SPOSA DI MENO, MA SI FESTEGGIA DI PIU'.** Il turismo del wedding premia la Penisola, che nel 2022 è stata scenario di oltre 11 mila matrimoni stranieri. Secondo l'Osservatorio Destination Weddings in Italy. Sulla base della durata del soggiorno delle coppie e degli invitati alla cerimonia (3,3 notti in media), per il 2022. Si stimano 619 mila arrivi e oltre 2 milioni le presenze turistiche collegate al destination wedding, producendo un fatturato stimato di 599 milioni di euro, circa l'11% in più rispetto ai livelli stimati nel 2019. Nel 2022 è cresciuta la quota di coppie che hanno scelto di sposarsi con rito simbolico, oggi il 54,1% del totale. Per il 2023 l'incremento stimato è di oltre 1.000 eventi in più rispetto all'anno passato, con una previsione di crescita del +9,5%. Nel 2022 gli Stati Uniti sono stati il principale Paese di provenienza (29,2%) delle coppie straniere che hanno deciso di celebrare il matrimonio in Italia, ma oltre il 57% degli eventi sono stati generati da coppie di sposi residenti in Paesi europei. E' rilevante anche il movimento turistico generato dagli sposi italiani all'interno dei nostri confini: si stima che nel 2022 siano stati più di 7.160 i matrimoni di coppie italiane celebrati in una regione diversa dalla propria.

**16 gennaio. IL LAVORO POVERO NON VA IN VACANZA.** Nel 2021 gli stipendi medi in Europa hanno raggiunto i 33.511 euro lordi, 3.560 euro in più di quelli che guadagna un dipendente italiano. A dircelo è Eurostat, l'istituto di statistica europeo che ha appena pubblicato i numeri riguardanti i Paesi della Ue e il loro andamento dal 1995. Sono stati ottenuti prendendo come riferimento la spesa complessiva in salari

per ogni Stato membro e dividendolo per la quantità di lavoratori, aggiustando il risultato in base ai dati su quanti sono occupati part time o anche per poche ore così da ottenere la retribuzione media "equivalente a tempo pieno". È quella che verrebbe percepita, insomma, se tutti fossero impiegati 40 ore a settimana. Impressionante la correlazione tra stipendi e tasso di partenza in vacanza.



Salari medi annui  
Fonte: Eurostat

TRUENUMB3RS