

TTP
TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE
numero OTTO – 8 maggio 2023

*Questa newsletter propone aggiornamenti costanti sul turismo nell'era-Covid e **post 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*

* * *

6 maggio. IL COVID E' FINITO, QUESTA NEWSLETTER RESTA. L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato conclusa l'emergenza-SARS Covid 2019, quello che noi chiamiamo familiarmente "Covid". L'era-Covid è stato il motivo che ci ha spinto a creare e pubblicare questa newsletter. Ma l'interesse che ha suscitato è tale da suggerirci di continuare, anche in questa nuova era.

* * *

5 maggio. PASSATA LA FESTA, GABBATO LO SANTO? I recenti ponti hanno riportato turisti ed escursionisti in grandi quantità nel nostro Paese, dall'interno e dall'estero. I buoni propositi dell'era-Covid (sostenibilità, diradamento, delocalizzazione, destagionalizzazione, e chi più ne ha più ne metta) sembrano tutti dimenticati, e i lamenti per l'eccessiva congestione ritornano puntuali, come se dal 2019 non fosse successo niente, dalle Cinque Terre alla Sicilia, da Venezia a Roma. Forse è ora di metterci finalmente mano, come chiedono i Sindaci con in testa Dario Nardella, che proprio ieri su Repubblica chiede anche a nome dei Colleghi che si faccia una legislazione di tutela, sia per le città, che per i loro residenti, che per i lavoratori. Che dal sovra-turismo hanno solo tutto da perdere, in termini di reddito, diritti, legalità, riconoscimento.

2 maggio. L'ORIENTE E' ROSA. ENIT prevede bel tempo dalla Cina che si riapre dopo gli "anni di piombo" della pandemia. Al di là dei quantitativi assoluti di turisti cinesi, piuttosto aleatori, l'indagine svolta colpisce perché conferma standard in qualche modo consolidati e che si pensavano in fase di superamento. L'Italia sarebbe infatti la prima destinazione più attrattiva in Europa col 38% delle opzioni (di un campione iper-selezionato di cinesi già viaggiatori internazionali). Seguita però dalla Svizzera che -se le previsioni verranno confermate- a proposito di sovra-turismo se la sta rischiando grossa. Lo stereotipo, però, è pericoloso anche per il nostro Paese: i Cinesi apprezzano infatti il cibo (e fin qui ce la possiamo fare) e le città di Roma e Venezia (aiuto!). Problemi di sovraffollamento in vista anche per Pisa e la sua Torre, l'attrazione più popolare con il 56% delle preferenze.

28 aprile. ALLA FACCIA DELLA LEGALITA'. In 445 imprese del turismo e della ristorazione controllate dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro, il 76% hanno mostrato una qualche forma di irregolarità, con punte del 95% al Sud. Nel 2019 eravamo intorno ad una media nazionale del 63%. No comment.

27 aprile. SE VOTASSE IL PORTAFOGLI. Una ricerca Eumetra per Lavazza disegna un'Italia di giovani (18-35) che mostrano un sistema di valori più marcati e diffusi rispetto agli adulti. Valori che da un lato sono ritenuti importanti in assoluto, dall'altro ispirano i comportamenti quotidiani: onestà, rispetto per le

diversità, miglioramento di sé, libertà di espressione, cultura, rispetto per l'ambiente, lealtà, generosità. Se è vero che "si vota con il portafogli", c'è molto da imparare anche per le nostre imprese.

27 aprile. CHIAMAMI COL TUO NOME (CORTO). Sempre da Eumetra arriva un'altra chicca, stavolta su commissione del "Consorzio di tutela dell'Aceto Balsamico di Modena". Prodotto che in molti comprano, ma che nessuno chiama così. In Italia chi lo acquista lo definisce "aceto balsamico" (48%), come in Francia: "vinaigre balsamique" (45%); in Germania, per molti è semplicemente "essig" o "balsamico". C'è da confrontare l'individuo reale, quello che compra, con il "consumatore ideale" che hanno in testa solo i produttori, anche quando devono tutelare le denominazioni. E' una grande lezione anche per tante destinazioni turistiche italiane, attente a darsi nomi onnicomprensivi (come rileva il Catalogo delle Destinazioni, fino a 81 caratteri!) o di fantasia, del tutto irriguardosi di chi effettivamente le frequenta, e che le chiama con il suo nome, l'unico che conta davvero sul mercato.

26 aprile. E POI IL DATO PREDITTIVO! Lo firma Lybra, che sulla base dei sistemi gestionali delle imprese turistiche (un campione naturalmente distorto verso l'alto), afferma una realtà difficilmente confutabile: a marzo 2023 2,1 milioni di persone hanno cercato un pernottamento in Italia per il mese di giugno. Il 65% di questi cercatori d'oro erano stranieri, soprattutto statunitensi, inglesi, tedeschi, francesi. È quello che si vede per le strade, ma saperlo con due mesi di anticipo ci rincuora. Staranno circa 4 notti (in ogni tappa, si può ben immaginare soprattutto per coloro che arrivano da più lontano). Andranno sul Garda (i tedeschi, mentre gli americani preferiscono il Lario), poi in Romagna (gli Italiani, per 6 notti in media). Nelle città le prenotazioni riguardano stranieri tra l'89 e il 93%, la permanenza scende a 3 notti.

Interesse per il Garda confermato anche dallo strumento predittivo H-Benchmark adottato dall'Osservatorio turistico federato della Regione Veneto, che per tutto il mese di giugno registra una percentuale di prenotazioni (camere vendute sul totale di quelle disponibili) già ben oltre il 60%.

26 aprile. LE DONNE SONO TORNATE AL LAVORO, MA PRECARIO. Su Lavoce.info Colonna e Veronica disegnano la nuova ondata di lavoro femminile che si è prodotta nel post-Covid, sulla base di dati ufficiali: sono il 40% dei nuovi occupati, ma pochissime nei settori high tech, una valanga invece del commercio, nei servizi alla persona, nel turismo. Nelle attività di alloggio e ristorazione, ad esempio, i due terzi dei posti di lavoro creati nell'ultimo biennio sono stati a tempo determinato, il doppio che negli altri settori. Donne lavoratrici in attività di basso valore aggiunto e con impieghi meno stabili. E poi ci interroghiamo sulla denatalità.

21 aprile. CONSOLIAMOCI CON I PONTI. Federalberghi con ACS ha previsto 17 milioni di turisti italiani tra il 25 aprile e il primo maggio, e si sono visti! Quasi ovviamente sono andati quasi tutti in Italia (91,4%), hanno scelto soprattutto la sistemazione alberghiera, e sono stati fuori casa per 3 o 4 notti. 7,4 miliardi il giro d'affari stimato.

19 aprile. TURISTA CHE PARTE, LAVORATORE CHE RESTA. ISTAT rifà i conti del 2022 e "scopre" che i viaggi degli Italiani con pernottamento sono stati in totale 54,6 milioni, aumentati del 31,6% rispetto al 2021, ma comunque indietro del 23% sul 2019. Fin qui ci può stare, il problema è sul business travel. Questo comparto ha rappresentato nel 2022 solo il 6,9% dei viaggi, con un motivo di lavoro, e che non sono cresciuti rispetto al 2021. Sono circa la metà di quelli del 2019, e sono durati in media una notte in meno (3,8 notti). C'è il forte rischio che si tratti di un cambiamento strutturale.

APRILE DOLCE VOLARE. ENIT promuove la ricerca e la messa a punto di sempre nuovi prodotti turistici. E' il caso anche del **VOLO TURISTICO**, che vede SL&A Turismo e Territorio insieme a IZI SpA realizzare il primo studio nazionale su domanda e offerta, esteso a tutte le tipologie di volo che possono rivelarsi di intrattenimento, attrazione o vero e proprio nuovo prodotto tematico.