

**TTP**  
**TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE**  
**numero NOVE – 23 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*

\* \* \*

**Maggio. L'EMILIA-ROMAGNA NEL NOSTRO CUORE.** Noi di SL&A o ci siamo nati, o ci abbiamo studiato, o lavorato, o ancora ci lavoriamo. In questi giorni terribili di alluvioni dopo tanta siccità il nostro cuore batte con le Emiliane e gli Emiliani, le Romagnole e i Romagnoli.

\* \* \*

**16 maggio. I LAVORATORI INTROVABILI RISPONDONO "IO SONO QUI".** Secondo Excelsior (ANPAL e Unioncamere) In Italia le aziende fanno fatica a trovare lavoratori. In un anno la difficoltà ad assumere è aumentata di 7,8 punti, soprattutto per mancanza di candidati. Il gap è di 46 punti. Mancano operai specializzati, soprattutto in edilizia e metalmeccanica. Nel turismo ed in particolare nella ristorazione mancano 83 mila addetti, 43 mila nei servizi di pulizia, e 37 mila addetti alle vendite. Nel complesso le assunzioni programmate a maggio sono 466.750. Al riguardo Filcams CGIL ha lanciato una campagna molto esplicita: se i contratti vengono applicati e le condizioni sono umane, i lavoratori rispondono "io sono qui".

**15 maggio. INFLAZIONE DA CROCIERE ETILICHE?** Nel generale rincaro dei prezzi di circa l'8% ad aprile, secondo Federconsumatori per Il Sole 24 Ore, le crociere tirano la volata con il +21% rispetto al 2022 e +27 sul 2021. A bordo, per molti motivi, conviene non alzare troppo il gomito, perché gli alcoolici sono rincarati del 20%, mentre prendersi cura di sé è più conveniente: i pacchetti benessere costano solo il 5% in più. Che ci sia lo zampino dell'Ordine dei Medici?

**15 maggio. PREDIZIONI SUGLI SCUDI – 1- .** Secondo DataAppeal si sta allungando la finestra di prenotazione: 150 giorni per gli Americani (che restano 10 giorni in Italia), 187 per gli Australiani (25 giorni di soggiorno). Anche in Europa ci si organizza per tempo, con gli Inglesi a 170 giorni di anticipo, i Tedeschi 153, i Francesi 134. Solo noi Italiani, inguaribili ritardatari, aspettiamo sempre l'ultimo minuto.

**15 maggio. PREDIZIONI SUGLI SCUDI – 2- .** Blastness, che dispone di un panel di 900 strutture ricettive, segnala un boom di prenotazioni dirette sui siti delle imprese, con il + 106% nel primo

trimestre 2023 rispetto all'anno scorso. Si tratta di un fenomeno già osservato negli ultimi anni, che riporta fatturato sulle nostre strutture, sottraendolo alle OTA. Una parabola discendente?

**12 maggio. CON LA CULTURA MANGIANO TUTTI.** C'è tanta differenza tra i turisti "culturali" e quelli "leisure"? Secondo ISNART certamente sì, ed è una differenza che conta parecchio! Intanto la cultura si combina con la natura, e sono le prime due motivazioni di scelta delle vacanze in Italia, per quanto sia possibile scindere le motivazioni tra di loro. Ma i "culturali" sono diversi in molte cose: sono più curiosi, e uno su cinque vuole conoscere posti nuovi, stanno sempre su internet (uno su due rispetto alla media, che è di uno su tre), visitano le attrazioni tipiche di questa sfera di interessi (centri storici, monumenti, palazzi e castelli, musei e siti archeologici), ma soprattutto al 57% fanno escursioni e gite nella natura. E spendono sensibilmente di più della media, 93 € al giorno contro 74 €, un quarto in più, ma con una attenzione crescente al valore di quello che comprano: 26 € per i pasti e 12 per prodotti enogastronomici, 21 € per attività ricreative e 13 per le biglietterie dei Beni Culturali, proprio quelle che il Ministero sta pensando di sostituire con una APP.

**12 maggio. RICETTIVITA' UFFICIALE E "SOMMERSA": DUE MODELLI DIVARICANTI.** Federalberghi in occasione della propria Assemblea ha presentato una analisi che mostra due mondi diversi, in competizione tra di loro. Da un lato l'offerta turistica "regolare", che produce 50 miliardi di fatturato e genera oltre un milione di occupati, dall'altro quella "irregolare" con il 23,6% dei pernottamenti, ma solo l'11,9% dei consumi e 137 mila occupati. No comment.

**8 maggio. CROCIERISTICA E TURISMO: DUE MODELLI DIVARICANTI ?.** Secondo Adriatic Sea Tourism Report si stanno realizzando investimenti molto rilevanti nella portualità crocieristica, qualcosa come 200 milioni di euro concentrati soprattutto tra Marghera (61 milioni) , Ravenna (26) e Bari (11,5). Per il 2023 si stima per i porti italiani della sponda Est una crescita del traffico fino a 2 milioni di passeggeri (+35 % rispetto al 2022). E poi qualcuno si lamenta del sovra-turismo.

8 giugno. UN EVENTO PER TUTTE E PER TUTTI !



# Be Digital

## Le destinazioni turistiche del Veneto verso una digitalizzazione avanzata

Webinar per tutti gli operatori e le destinazioni del territorio Veneto. Scopri insieme a noi come trasformare il digitale in una concreta opportunità di business e sviluppo per la tua realtà turistica.

### Data e orario:

giovedì 8 giugno 2023 ore 16:00-18:00

Evento powered by Kumbe



**Nicolò Pennestre**  
Responsabile Sales Kumbe



**Francesca Novali**  
Responsabile Marketing Kumbe

Speaker:



**Elisa Calcamuggi**  
Responsabile Marketing  
DMO Dolomiti Bellunesi



**Francesca Caldarola**  
Digital Tourism - Destination  
Verona & Garda Foundation



**Stefan Marchioro**  
Direzione Turismo | Progetti  
territoriali e governance del  
turismo della Regione del Veneto



**Valentina Colleselli**  
Project Manager | Co-founder  
MERAKI S.r.l. | Team member  
Fondazione Ca' Foscari |  
Progetto INEST Interconnected  
Nord-Est Innovation Ecosystem |  
Tourism, Culture and Creative  
Industries | Spoke 6



**Stefano Landi**  
Senior Expert Laboratorio  
Artigiano di Narrazione delle  
Destinazioni Italiane



**Michela Valentini**  
Destination Manager | A.D. SL&A  
Turismo e Territorio



**Roberta Milano**  
Travel & Tourism Marketing  
Strategist

→ Scopri di più su [kumbe.it](https://www.kumbe.it)