

**TTP**  
**TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE**  
**numero DIECI – 13 giugno 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*

\* \* \*

**12 giugno: IL LAVORO SEGNA UN PUNTO A PROPRIO FAVORE.** Per Unioncamere/ANPAL si sta aprendo una estate calda di lavoro: 1 milione 373 mila assunzioni programmate entro agosto (567 mila solo a giugno), di cui oltre un milione nei servizi, e un terzo - 352.860 nuovi lavoratori previsti - solo nel turismo. È il settore che tira di più, con una crescita del 53% tra maggio e giugno, contro il 21,7% della media. Chiaramente i problemi di "mismatch" e difficile reperimento non sono evaporati in un attimo: sono infatti ulteriormente cresciuti del 6,8% rispetto all'anno scorso. Il massimo della difficoltà a trovare lavoratori si colloca nel Nord Est, il top in Trentino Alto Adige (57,8%). Anche per questo cresce la domanda di lavoratori immigrati, che raggiungono il 20% delle nuove posizioni lavorative, crescendo di 18 mila unità rispetto al 2022. Ma forse il segnale più chiaro del braccio di ferro in corso sul mercato del lavoro è la crescita di quasi il 15% di contratti a tempo indeterminato: più garanzie, più risposte. Altro che fannulloni.

**29 maggio. ESPERIENZE, BOOSTER, EFFETTO COUNTRY, SOFT POWER.** È molto innovativa, interessante e stimolante la lettura dei fenomeni turistici proposta da un gruppo di ricercatori attivati da Banca Ifis per il 30° compleanno di Federturismo-Confindustria. Intanto, sulla falsariga degli "experience goods", la domanda turistica viene considerata sulla base delle esperienze che ricerca e vive: su un totale stimato di 255 milioni di arrivi turistici (compresi escursionisti ed ospiti di parenti e amici) si contano 352 milioni di esperienze, che "immettono" nel sistema un valore di 170 miliardi nel 2022. Ogni turista (o escursionista o ospite) prova quindi durante il suo viaggio in media 1,38 esperienze. Quali esperienze? Si raccolgono in 7 "pilastri della saggezza", dal valore ben diverso tra loro: Natura e Svago valgono 63 miliardi, Cultura e Riscoperta dei Territori 49, MICE e Grandi Eventi 26, Enogastronomia 16, Shopping 13, BenEssere 2, chiude la Spiritualità che si deve accontentare di un solo miliardo. Nel costruire il GOAT (che non è una capra, ma the Greatest Of All Trips) "le esperienze giocano uno sport di squadra: ognuna ha un ruolo di verso ma tutte vestono la stessa maglia, quella dell'Ecosistema Turistico Italiano". I 10 miliardi generati dalle esperienze funzionano da Booster sugli altri settori produttivi: in primo luogo, ovviamente, hospitality e ristorazione, ma poi logistica e trasporti, utility, manifattura, ecc. Inoltre 16 miliardi di export possono essere attribuiti all'effetto "country of origin", il ricordo positivo dei turisti, che agisce su enogastronomia, manifattura, automotive e cantieristica. Infine una considerazione sul "soft power", stimato a livello mondiale sulla classifica di Brand Finance: eccelliamo quanto a "cibo che il mondo ama", "prodotti e marche", "influenza sulle arti e l'entertainment", "heritage", "un meraviglioso posto da visitare", "un lifestyle attraente".

**29 maggio. QUEGLI OCCHI ALLEGRI DA ITALIANO IN GITA.** Secondo ACS per Federalberghi abbiamo onorato in massa il ponte del 2 giugno: 15 milioni fuori casa, quasi tutti in Italia (94%), senza spendere troppo (28% hanno dormito a casa di parenti o amici; 12,4% nella seconda casa di proprietà). Con 425 € di spesa media pro-capite spalmati su 3 notti fanno quasi 7 miliardi di euro, un buon inizio di stagione. C'è tanta voglia di muoversi, ma il 45% di chi non lo ha fatto non se lo poteva permettere. Salute (10,6%) e famiglia (18,4%) hanno fatto il resto.

**25 maggio. VACANZE ALL'ESTERO TRA SOGNI E REALTÀ (ASSICURATA).** IPSOS per Europe Assistance firma una indagine che, se fosse vera, decreterebbe il disastro del settore turistico italiano: "Vacanze 2023, un italiano su due andrà all'estero". In realtà il 44% dei rispondenti, persone che andranno in vacanza, ha affermato che "ha in mente un viaggio in un paese straniero". In particolare, si tratta di giovani 18-24enni, che al 73% bramano la Spagna, la Francia, la Grecia. Non dobbiamo certo ribadire la differenza che c'è tra il sogno, il desiderio, il "favor", l'intenzione di acquisto da un lato, e la cosiddetta conversione, il momento della prenotazione dell'effettiva vacanza. Certo chi ha già comprato, sempre secondo la non disinteressata indagine, ha già acquistato anche una assicurazione di viaggio, +8% rispetto al 2022.