

TTP
TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE
numero UNDICI – 5 luglio 2023

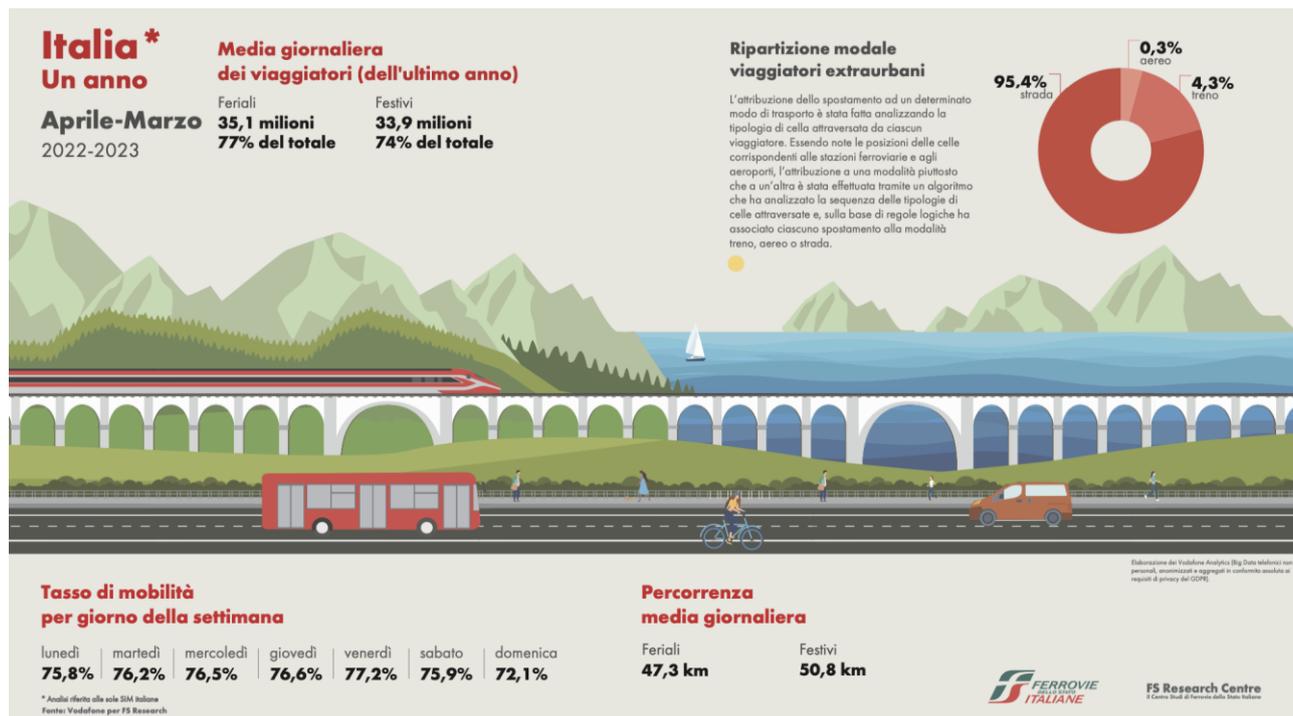
*Questa newsletter propone aggiornamenti costanti sul turismo nell'era-Covid e **post Covid**. Si concentra soprattutto sulle previsioni basate su dati, studi e ricerche affidabili. Le opinioni, per quanto importanti, le lasciamo ai nostri lettori: lavoratori, decisori, manager, operatori, professionisti del settore*

* * *

3 luglio. 2023: VACANZE DA CANI (E GATTI). EMG Different firma l'indagine più trendy, dopo il boom degli animali domestici in pandemia, e la diffusione geometrica di prodotti, stores e servizi specifici. Il 69% dei proprietari di cani li porterà in vacanza con sé, privilegiando anche per questo le case di proprietà (32%) o in affitto (25%), e come mezzo l'automobile (quasi 9 su 10, 11,8 milioni). Meno fedeli (!) i proprietari di gatti, solo 1 su 3 li porterà con sé. In epoca di trasporto pubblico e di sharing, gli animali costringono ad un ritorno al tradizionalismo nei comportamenti. Praticamente un quinzaglio alla rovescia.

1 luglio. QUANTI ITALIANI IN VACANZA ALL'ESTERO? Per Coldiretti/Ixè sarebbe davvero un anno di emorragia, con il 29% di connazionali in cerca di mete straniere. Su 15,6 milioni di Italiani in vacanza a luglio (+1% rispetto al 2022), 4 milioni e mezzo andrebbero all'estero. Ma per fortuna, come già rilevato altre volte, i desideri e le intenzioni fanno i conti con la realtà, e continuiamo felicemente a fare vacanze in Italia e ad accogliere stranieri, con risultati utili anche per la Bilancia dei Pagamenti.

27 giugno. IL FUTURO DELLE INDAGINI SULLA MOBILITA'. Se tutti abbiamo un telefono portatile, perché chiederci dove siamo o dove andiamo? Sono informazioni che si sanno già. Ce lo dimostrano Ferrovie dello Stato e Vodafone con questo lavoro monumentale, una vera e propria pietra miliare dopo anni di sperimentazioni anche in campo turistico. Basta l'infografica a dare un'idea del tutto, ma se questo è il contenitore generale, sarebbe molto utile andare a vedere i contenuti, sia stazione per stazione (oltre a Roma, Milano e Napoli), che a seconda delle diverse tipologie di viaggiatori.



26 giugno. LE IMPRESE TURISTICHE NON CONOSCONO BENE I PROPRI CLIENTI. POLIMI e Minsait (società di consulenza) fotografano l'arretratezza delle nostre imprese, che al 94% aspettano il cliente piuttosto che andarlo a cercare e coccolarlo. Solo il 2% dichiara una relazione continuativa, il 37% solo su alcuni canali. Solo il 16% è in grado di tracciare i clienti su tutti canali. I dati ci sarebbero, ma non si incrociano, non interagiscono, non creano quella "single customer view" che sarebbe il traguardo auspicabile.

23 giugno. QUANTI ITALIANI ANDRANNO IN VACANZA? Secondo Confcommercio – SWG saranno 30 milioni, uno in più del 2022, e faranno in media ciascuno almeno due vacanze, per un totale di 63 milioni di partenze. La stima dell'incremento dei costi rispetto all'anno scorso è del 12%, trainata dai trasporti, per un budget medio unitario di 1.130 euro. Il 6% di chi non era partito l'anno scorso prevede invece di farlo nel 2023. Anche in questo caso ci sarà da verificare quante aspettative si concretizzeranno, e quante invece rimarranno frustrate, soprattutto in merito alle destinazioni: c'è molto desiderio di mete estere, si anela un raddoppio dei viaggi intercontinentali, si sognano il Mar Rosso e gli U.S.A. Ne riparleremo a settembre.

20 giugno. CHI VOLA IN ITALIA. Secondo ENIT sarebbero già 1 milione 844 mila i posti prenotati sugli aerei a destinazione Italia nell'estate 2023, 84% da stranieri e 16% da italiani. I valori sono in forte crescita rispetto al 2022 e arrivano a recuperare l'88% dello stesso periodo del 2019. Per quanto riguarda gli stranieri si tratta soprattutto di statunitensi (26%, che si fermano in media 12 notti),

Francesi (6%) e Spagnoli (5%). Tornando al lungo raggio, vengono poi gli Australiani (che si trattengono in Italia ben 25 notti!), i Canadesi e i Brasiliani (15), i Sud-Coreani e gli Argentini.

19 giugno. IL FUTURO DEL BUSINESS TRAVEL INSIDIATO DALLE TECNOLOGIE . Eurostat nel 2022 ha scandagliato le imprese europee con più di 10 addetti ricavandone un dato dirimente: il 50% fanno riunioni online. In Italia siamo al 44,3%, ma nei paesi scandinavi siamo già al 77-78%. Quanto al lavoro da remoto, la relazione con la dimensione aziendale è stringente: questa possibilità è data dal 91% di quelle oltre 250 dipendenti, ma solo dal 52,5% di quelle da 10 a 49.

giugno. BRACCIO DI FERRO VALORIALE TRA FLORIDA E DISNEY. Le grandi multinazionali sono sempre più attente alle tendenze valoriali, che le tengono al passo con i pubblici di riferimento e garantiscono loro il feeling con i propri clienti. Così non stupisce trovare la Nestlé tra i maggiori produttori di cibo vegano e vegetariano, e la Disney "inclusiva" nei confronti delle sensibilità di genere sessuale. Loretta Napoleoni sul Venerdì segnala la possibile rottura del binomio storico tra lo Stato della Florida, con il conservatorismo del Governatore Ron De Santis lanciato verso la nomination repubblicana alla Presidenza degli USA, proprio sui temi della libertà sessuale, e la Disney che rinuncia ai nuovi investimenti nello Stato. "Questa decisione rappresenta un duro colpo per l'industria turistica della Florida, che dipende in gran parte dai visitatori dei parchi Disney".

15 giugno. METTIAMO IL TURISMO SOTTOSOPRA. Si è aperta a Bolzano, con la partecipazione di SL&A Turismo e Territorio, la campagna itinerante di FILCAMS GCIL per il riconoscimento dei diritti e del valore del lavoro nel turismo italiano. La Provincia Autonoma di Bolzano rappresenta nel panorama nazionale "un modello atipico ma invidiato", caratterizzato da strutture piccole ma super-qualificate rispetto alle stelle che vengono loro attribuite, con una saturazione molto forte dei posti letto, e una capacità attrattiva di domanda straniera che non ha uguali in Italia. Anche per questo ben il 20,8 % dei lavoratori totali sono attivi nel turismo (valore massimo nazionale), e il 16 % sono occupati a tempo indeterminato contro il 12% della media nazionale.