

TTP

TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE

numero DICIOOTTO – 25 ottobre 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

* * *

24 ottobre. DEHOR CHE PASSIONE, PER CLIENTI ED ESERCENTI. Con buona pace dei residenti di tanti centri storici, che vorrebbero tornare presto alla situazione pre-Covid, secondo un sondaggio condotto da Swg per Fiepet-Confesercenti tre italiani su quattro amano i dehor. Il clima favorevole e la nuova abitudine agli spazi anti-contagio sono i motivi principali, e questa domanda ha spinto le imprese ad allestire nuovi spazi esterni per un totale complessivo di quasi 750mila metri quadri, pari a 180mila tavoli. Una "rivoluzione" che ha contribuito alla resilienza del comparto: tra il 2018 ed il 2023 le imprese di ristorazione sono passate da circa 147mila a oltre 158mila, con una crescita del +7,6%. Tra gli italiani che si dichiarano favorevoli all'incremento dei posti, il 50% ritiene che la maggiore disponibilità di tavolini nelle piazze e nelle strade permetta di godersi meglio la bellezza dei luoghi, mentre il 43% preferisce il consumo all'aperto. Il 28% invece valuta positivamente la riduzione dei rischi di contagio. Per il 18% gli spazi all'aperto sono semplicemente più comodi. Non mancano però le perplessità, per l'occupazione eccessiva dei marciapiedi (52%), la confusione nelle strade (39%) e la perdita di posti auto (25%). Immediata la richiesta da parte delle imprese di rendere permanente lo status quo.

23 ottobre. COMINCIA LA LOTTERIA DELLE PREVISIONI 2024. Come ci stupiamo nel vedere sempre più presto i primi addobbi, le prime merci e le prime pubblicità natalizie, altrettanto potremmo dire delle ricerche. Cominciano infatti già ad uscire anche i sondaggi previsivi sul turismo 2024. Quest'anno il primato spetta a BOOKING.COM. Aspettiamo i prossimi anche per poter fare confronti, e poi confezioneremo uno "speciale" che chiameremo "l'anno che verrà" in onore dell'indimenticabile Lucio Dalla.

18 ottobre. CROCIERE SENZA LIMITI? Secondo Italian Cruise Watch i passeggeri movimentati nei porti italiani nel 2023 si attesteranno intorno ai 12,9 milioni. Dato che segna il record assoluto, significativamente al di sopra del dato 2019. La classifica 2023 vede Civitavecchia al primo posto, con 2,9 milioni, seguita da Napoli, Genova, Palermo, Savona, La Spezia, Livorno, Messina. Questi otto porti sono tutti nella top 20 del Mediterraneo per movimentazioni. Il podio delle regioni resta identico a quello dello scorso anno: leader la Liguria, con oltre 3 milioni di passeggeri movimentati (+42% sul 2022), davanti al Lazio con 2,9 milioni (+37%) e alla Sicilia con 1,8 milioni (+50%). La Puglia sarà la quinta regione in Italia per crocieristi movimentati (660.000, +7,5% sul 2022) e, tra i suoi porti, Taranto confermerà il suo status di nuovo porto crocieristico segnando il proprio record di passeggeri movimentati (140.000, +29%). Proprio sui porti sono in programma nel triennio 2024-2026 investimenti per la crocieristica in Italia per 1,6 miliardi di euro. Circa un terzo della cifra sarà destinato alla costruzione di terminal crocieristici; un quarto andrà a sostegno degli interventi per l'elettrificazione in banchina e combustibili alternativi. Navi sostenibili all'orizzonte?

15 ottobre. CRESCONO LE VACANZE A RATE. Per Compass – Mediobanca la voglia di viaggiare non va mai in vacanza: il turismo rappresenta un piacere quasi irrinunciabile. Il budget è di circa 1.400 euro per spostamenti e alloggi mentre si guardano con favore gli strumenti che, permettendo di pagare un po' per volta, consentirebbero di fare un salto di qualità. Infatti, il Buy Now Pay Later – la formula di dilazione dei

pagamenti senza interessi –piace al 63% degli Italiani. Tra i viaggi 'ideali' che catturano il massimo interesse circa un terzo (36%) sogna di fare il giro del mondo in sei mesi, ma sono soprattutto le persone con maggiori disponibilità economiche a desiderarlo (41%): "vorrei solo se posso". Un 30% degli intervistati, invece, preferirebbe un soggiorno in un resort extra lusso con servizi esclusivi. A livello generazionale si notano molte sfumature. La Gen Z è attratta dall'avventura e opterebbe per un lungo viaggio on the road in auto/moto (26%) o per il giro del Mediterraneo in barca a vela (23%), mentre i cammini spirituali sono molto gettonati tra i Boomer (15%) e il trekking sulle vette più alte del mondo tra i Millennial (14%). C'è anche chi preferisce i pacchetti All-Inclusive: circa 1 turista su 5 ha usufruito o vuole usufruire di questa formula, che piace soprattutto ai Millennial, alle donne e a chi vive in piccoli centri. Quando si tratta di decidere il canale per finalizzare gli aspetti organizzativi, c'è un chiaro vincitore: il web. Il 75% ha utilizzato, infatti, il canale online per scegliere e pagare alloggio e trasporti. Al contrario, il 14% ha sfruttato il canale fisico (agenzie, tour operator, ecc.). Per i pagamenti la maggior parte ha saldato il dovuto al momento dell'acquisto, attraverso strumenti digitali quali la carta di credito, usata dal 44% dei turisti per gli alloggi e dal 38% per gli spostamenti. Al secondo posto troviamo la carta di debito, mentre il bonifico è scelto soprattutto da chi opta per i pacchetti All-Inclusive (37%). Ma tra chi ha pagato tutto e subito, oltre il 30% avrebbe valutato positivamente una forma di dilazione nel tempo del costo sostenuto (70% per chi ha scelto un All-Inclusive). La rateizzazione per le vacanze è quindi un'alternativa che piace, parola di Compass.

11 ottobre. NAUTICA ANTI-CRISI. L'industria nautica italiana non è mai stata meglio. Il fatturato generale del settore vale oltre il 3,2% del Pil e di recente sta vivendo annate positive a livelli mai visti prima. Nel 2022 la nautica in Italia ha fatturato oltre 7,3 miliardi di euro: risultato in aumento del 20% rispetto al 2021. In realtà è dal 2013 che il comparto vive una crescita continua, eccezion fatta per il 2020, quando il fatturato subì una decrescita del 2,6% rispetto al 2019. La principale voce che concorre a formare il fatturato complessivo dell'industria nautica italiana è innanzitutto la cantieristica, che vale oltre i due terzi del totale. Poi ci sono la produzione di accessori (circa il 25%), motori (tra il 7 e l'8%) e, infine, il "refit" (l'attività di riparazione e restauro delle imbarcazioni). Gli addetti sono 28.660 (+8,8% in un anno) e il peso del comparto sul Pil italiano è sempre più evidente. Gran merito va all'export: l'88% della produzione nautica italiana ha come destinazione l'estero. E oltre il 18% delle esportazioni mondiali del settore è rappresentato dalle imbarcazioni italiane.

9 ottobre. MITUR: A SETTEMBRE ITALIA PIÙ PRENOTATA DI SPAGNA E FRANCIA. L'Italia chiude il mese di settembre con un tasso di saturazione medio delle strutture ricettive online del 45,5%, davanti a Spagna e Francia e alle spalle della Grecia (53,1%) che conferma i tassi più elevati anche per questa coda estiva. A settembre il Lazio registra il maggior numero di prenotazioni rispetto alle offerte online disponibili (58%). Altre 5 Regioni: Campania (51,7%), Toscana (51,2%), Veneto (50,8%), Liguria (46,9%) e Lombardia (45,7%) presentano valori superiori alla media nazionale (45,5%). Le mete italiane preferite dai turisti sono le città d'arte (54,1%), seguite dalle località lacuali (48,2%) e balneari (45,1%). Firenze (74,6%), Roma (63,7%), Napoli (62,6%) e Venezia (61,5%) sono le mete più richieste con valori ben al di sopra della media delle città d'arte. I prezzi dei soggiorni seguono l'andamento del mercato con Venezia (305€) e Milano (290€) che registrano le tariffe medie più elevate. Anche le prenotazioni aeree risultano in crescita rispetto al 2022, grazie principalmente alla componente estera. Quasi tutti gli aeroporti italiani hanno registrato flussi superiori al precedente anno: su tutti Roma (+22%), Napoli (+20%) e Bari (+19%) si distinguono per i miglioramenti più significativi.

6 ottobre. MAI PIU' SENZA L'APP. Il 2023 è stato l'anno in cui nel mondo si è trascorso più tempo in assoluto in app di viaggio, afferma Edoardo Stigliani di SosTariffe.it su "data.ai". Fra maggio e agosto, infatti,

sono stati superati i quattro miliardi di ore su app di questo genere installate su telefonini Android, più di un miliardo al mese, con un incremento annuale rispetto al 2022 pari al 14%, più di tre volte il totale dell'estate del Covid, il 2020. Vanno forte le app di prenotazione alberghiera e quelle dei trasporti, meno i servizi integrati di viaggio. Insomma siamo davanti ad un nuovo bricolage tecnologico.