

TTP

TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE

numero VENTITRE – 29 dicembre 2023

Questa newsletter propone aggiornamenti costanti sul turismo. 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

* * *

29 dicembre. UN 2023 CON OMBRE E LUCI (GREEN) PER LE IMPRESE. Secondo Nomisma - UniCredit l'operatività del settore ha risentito in primis dell'aumento dei costi energetici (37%) e della crescita generalizzata dei prezzi causata dall'inflazione (15%). Inoltre, per 4 strutture su 10 la complessità riscontrata nell'ultimo anno è dipesa anche dall'aumento dei tassi di interesse e dalla contrazione della domanda interna. Gli investimenti e le strategie nel biennio 2023-24 vanno, piuttosto, nella direzione di aumentare la propria attrattività e rispondere alle nuove richieste del mercato. In questo contesto, la sostenibilità ambientale è diventata un driver strategico fondamentale per quasi 8 operatori turistici su 10. Questa nuova consapevolezza ha spinto le strutture ad adottare politiche e soluzioni sostenibili, riducendo l'impatto ambientale e incontrando la crescente domanda di turismo sostenibile. Molti operatori hanno già intrapreso iniziative in questa direzione: il 72% degli intervistati ha fatto investimenti per la raccolta differenziata, la depurazione dell'acqua, la riduzione dei rifiuti e delle sostanze inquinanti, il 70% si è attivato per ridurre gli sprechi alimentari, il 66% ha adottato azioni di risparmio idrico e (nel 51% dei casi) energetico. Rilevanti anche gli aspetti inerenti il personale: il 14% delle strutture ha riscontrato difficoltà a trovare risorse da assumere, +6% rispetto a quanto dichiarato nell'ottobre 2022. E migliorare le condizioni rinnovando i contratti di lavoro, no?

22 dicembre. VACANZE DI NATALE (QUASI) NELLA NORMA. Il monitoraggio periodico realizzato dal CST per Assoturismo, su un campione di 1.279 imprenditori delle ricettività mostra un mercato composto per il 59% da connazionali e per il restante 41% da turisti stranieri; questi ultimi stimati in crescita del +2,7% con oltre 6,5 milioni di presenze. In flessione del -1%, invece, il flusso degli italiani, e le presenze stimate si attesterebbero a più di 9,6 milioni. Città, borghi e centri d'arte appaiono come "attrattori" assoluti delle vacanze natalizie: le stime riportano un aumento del +3,9% per complessive 6,4 milioni di presenze (quasi 40% del totale), con una domanda straniera in crescita del +5,2%. Qui la quota estera raggiunge il 49,2% del totale: sostanzialmente uno straniero su due che sceglie l'Italia per le vacanze di Natale viaggia nelle città d'arte. Buoni risultati attesi anche per montagna (+0,1%) e laghi (-0,5%), dove le presenze si attesteranno sui livelli dello scorso anno. Per le località rurali e di collina, marine e del termale si stima un calo rispettivamente del -1,9%, -5,7% e -6,4%. Dall'indagine emerge inoltre un andamento non uniforme tra le diverse aree del Paese. Indicazioni positive sono giunte dalle imprese del centro (+1,5%) e del nord est (+1%). I numeri sono però negativi per sud e isole (-3,1%). Insomma non va proprio tutto bene come vorremmo, e certo non per tutti.

22 dicembre. REGALI CON LA CINGHIA TIRATA . Quest'anno gli italiani pensano di spendere 217 euro per i regali di Natale (la cui ricerca, oltretutto, è fonte di stress per il 33%; per poi risolversi in cose spesso inutili per ben il 30%). Ma se aggiungiamo il denaro necessario per viaggi, cene, feste si arriva a molto di più di 217 euro e cioè 446 euro a persona. Sono le previsioni di spesa dei cittadini per queste festività secondo un'indagine condotta da Altroconsumo, anche se, uno su tre alla fine spende più del previsto. Di fronte al carovita, l'intento del 25% sarebbe però quello di stringere la cinghia e spendere meno dell'anno scorso. Il 19% comprerà i regali di Natale a gennaio, approfittando dei saldi.

22 dicembre. UN PLOTONE CHE SI SGRANA. Secondo i dati dell'osservatorio Albergatore Pro, che considera centinaia di hotel in tutta Italia, le strutture performanti vedono previsioni in crescita anche del 12-15%, mentre le strutture meno competitive viaggiano ad un ritmo di crescita inferiore agli attuali livelli di inflazione (4-5%). Le uniche destinazioni che hanno registrato una crescita progressiva sono state le città d'arte e quelle il cui target di riferimento è rappresentato da turisti americani, che hanno registrato record di presenze e spesa per i primi dieci mesi dell'anno. Un'altra conferma dei forti scompensi interni al sistema di offerta.

21 dicembre. ATTENTO A QUELLO CHE MANGI, POTRESTI INQUINARE. Se i valori della sostenibilità ambientale si diffondono sempre di più, gli stili alimentari non possono che adeguarsi: viva le mandorle e le cipolle, abbasso la carne rossa! Se a dirlo è la COOP che sa cosa vende, c'è da crederci.



19 dicembre. C'E' LUCE ANCHE PER GLI HOTEL INDIPENDENTI. Anche per l'hôtellerie indipendente in Italia, il RevPar, ovvero il fatturato per camere disponibili, risulta in forte crescita (al +29%) secondo quanto riportato da RoomRaccoon, sistema gestionale per alberghi indipendenti; che in Italia hanno riscontrato una rimonta importante anche nella media-ricavi per camera, che quest'anno si attesta sui 71 euro, rispetto ai 55 euro del 2022. La ricerca inoltre evidenzia una significativa ripresa del RevPar durante l'alta stagione, dove il ricavo per camera disponibile in Italia ascende addirittura ai 128 euro. L'andamento indica una crescita dell'8% della tariffa media giornaliera e un aumento del 23% dell'occupazione nel 2023. Non solo catene, quindi, nel nostro futuro.

Dicembre. POVERA CARTA STAMPATA. Per un inserzionista pubblicitario, per una destinazione turistica, fa sempre effetto rispecchiarsi nella carta di un giornale, ma chi lo vedrà? Le copie vendute sono sempre di meno, un decimo di qualche anno fa.

QUOTIDIANI: LA CLASSIFICA ADS DEL MESE

OTTOBRE 2023

