**TTP**

**TURISMO: TENDENZE E PROSPETTIVE**

**numero DUE – 31 gennaio 2024**

*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*

\* \* \*

***30 gennaio. DIGITALE TRAINANTE.*** Secondol'Osservatorio del Politecnico di Milano nel 2023 il turismo italiano ha registrato una ripresa notevole. Con un giro d'affari di 36,6 miliardi di euro, il settore ha dimostrato di essere un motore vitale dell'economia nazionale. Ma non è solo il volume a colpire, è la trasformazione digitale che sta ridefinendo il panorama del viaggio. Nell'ambito dei trasporti, abbiamo assistito a una crescita significativa (la mobilità turistica ha registrato un aumento del 9% rispetto al 2019), con un valore di 23,8 miliardi di euro nel 2023, risultato dovuto soprattutto alla crescita dell’e-commerce che oggi copre un ruolo indiscutibile nel turismo (56% del mercato) e nei trasporti (70%). Anche il turismo organizzato ha avuto un rimbalzo positivo: i tour operator  crescono del 40%, mentre le agenzie di viaggio del 26%.

***23 gennaio. VIA FRANCIGENA SEMPRE PIU’ IN CAMMINO***. Il 2023 ha confermato una importante presenza internazionale lungo l’itinerario, a conferma della dimensione mondiale della Via Francigena, sempre più ricercata anche da un pubblico giovane e proveniente da continenti extra-europei. I pellegrini che hanno compilato il questionario al momento della ricezione della credenziale sono stati **3.840**. Il numero delle credenziali AEVF distribuite è stato di 15.667. La maggior parte dei pellegrini sceglie di percorrere il cammino a piedi (86%), con un lieve incremento rispetto l’anno precedente. In bicicletta il rimanente 14%, anche se è stato registrato qualche singolo pellegrino che ha percorso alcuni tratti del percorso a cavallo. L’età di chi frequenta la Via Francigena conferma il trend dello scorso anno, che aveva visto un incremento del numero di giovani pellegrini. Nel 2024 si contendono il primato le fasce 25-34 anni e 55-64 anni con il 22%. Poco al di sotto, con il 21,4%, la fascia 45-54 anni. Il gruppo dai 35-44 anni è al 14%, mentre rispettivamente al 10,6% e al 10% ci sono i gruppi sotto i 25 anni e gli over 65. Uno degli scostamenti più grandi rispetto all’anno precedente è il mese di partenza, con aprile al primo posto (22%). Quasi un pellegrino su quattro si è messo in viaggio in quel periodo. Segue il mese di settembre al 16,5%, poi agosto al 14% e maggio al 13%. Giugno e settembre sono rispettivamente al 9% e 7%. Le motivazioni del viaggio lungo la Via Francigena confermano l’interesse per la condivisione (50%), al vertice ci sono anche quelle culturale e turistica (al 38% e 35%), nonché quella spirituale e di ricerca personale (35%). Seguono le motivazioni ambientali, sportive, religiose, enogastronomiche. Altre stagioni e altri motivi quindi, proprio quello che ci serve.

***23 gennaio. ROMA 2024: RITORNO DI CINESI, AMERICANI E RUSSI***. Per Lybra Tech le previsioni si fanno (anche) con l'intelligenza artificiale: Russi e Cinesi torneranno a visitare Roma dopo 4 anni di assenza. L’algoritmo scandaglia l’enorme mole di dati raccolti dagli oltre 20 mila hotel legati a Zucchetti, azienda produttrice di software gestionali. Combinate insieme, le informazioni su arrivi, partenze, provenienze e variazioni delle tariffe delle camere consentono di predire le tendenze della prossima stagione. Ad esempio, già per Natale si sono organizzati viaggi con largo anticipo: gli Italiani prenotano più di due mesi prima, mentre agli statunitensi di giorni ne servono solo 56, ma agli inglesi addirittura 86. La permanenza poi si attesta attorno alle 3 notti: pesano le offerte sui biglietti aerei e la voglia di toccare più regioni in poco tempo. Due le novità: da una parte i turisti americani (la maggioranza degli stranieri) potrebbero sorpassare per la prima volta quelli italiani grazie al raddoppio delle prenotazioni registrato dal 20 novembre scorso a oggi. Dall’altra, il ritorno degli asiatici andrebbe a completare effettivamente la ripresa del settore. Se le previsioni si avvereranno, complimenti a chi le ha formulate.

***22 gennaio. ANCHE LE SPIAGGE DIVENTANO digitali.*** Secondo Spiagge.it sono oltre 7.100 le imprese che, in Italia, gestiscono un’attività balneare con una crescita negli ultimi dieci anni del 25% ed una su tre si affida al digitale per lo sviluppo del suo business. Se nel 2020 solo il 6% degli stabilimenti si affidava a software gestionali, oggi quasi un terzo delle imprese balneari censite (2.000) utilizza una soluzione digitale per la gestione della spiaggia, in aumento del 30% rispetto al 2022. Numeri che confermano come il settore stia attraversando un profondo processo di innovazione: tra il 2022 e il 2023 il canale digitale è infatti cresciuto del 65% e quest’anno il 21% degli stabilimenti ha registrato almeno una prenotazione online. L’innovazione va di pari passo con l’arricchimento del volume di entrate. Secondo le stime, infatti, il valore delle prenotazioni online è passato dai 5 milioni di euro del 2020 a 30-35 milioni nel 2023. Se dalla rendita si passa all’impresa, anche il digitale diventa un must.

\* \* \*

Il ***Ministero del Turismo***, in occasione del Forum di Baveno di novembre 2023, ha diffuso uno studio opera di Openeconomics, che conferma, tra le altre cose, l’enorme importanza del lavoro nel turismo: 3 milioni di occupati equivalgono al 12,7% del totale nel nostro Paese.

******