

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n°6 - Anno 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.

* * *

25 marzo. LAVORO NEL TURISMO TRAINANTE. Secondo il Bollettino del Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere e Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, sono oltre 447mila i contratti programmati dalle imprese a marzo e circa 1,4 milioni quelli previsti per il trimestre marzo-maggio, con un incremento di quasi 30mila unità rispetto a un anno fa, +7,1%, e 112mila sullo stesso trimestre del 2023, +8,7%. Sono in crescita le previsioni di entrata nei settori dei servizi, +10,5% nel mese e +11,4% nel trimestre, grazie in particolare agli andamenti attesi da turismo, +16% nel mese e +14,3% nel trimestre, e commercio, +14,6% nel mese e +17,2% nel trimestre. Nel terziario sono circa 313mila i contratti di lavoro che le imprese intendono attivare a marzo e oltre 992mila quelli previsti nel trimestre marzo-maggio. Il turismo offre le maggiori opportunità d'impiego, con 82mila lavoratori ricercati nel mese e 299mila nel trimestre, seguito da commercio, rispettivamente 65mila e 194mila entrate, e servizi alle persone, 49mila e 154mila. Ancora elevata, sebbene in leggera flessione rispetto a febbraio, la quota di assunzioni di difficile reperimento, pari al 47,8% del totale, soprattutto a causa della mancanza di candidati per ricoprire le posizioni lavorative aperte. Le assunzioni che le imprese prevedono di ricoprire ricorrendo a immigrati riguardano 85mila unità, pari al 19,1% delle entrate complessive, con un incremento del 8,5% rispetto a quanto previsto a marzo 2023. Sotto il profilo territoriale è elevato il mismatch riscontrato dalle imprese nel nord est: sono difficili da reperire circa il 52,9% dei profili ricercati con punte del 57,1% per il Friuli Venezia Giulia. Le imprese del nord-ovest segnalano difficoltà a reperire il 47,9% dei profili ricercati, seguite dalle imprese del centro (45,9%), e da quelle del Mezzogiorno. I motivi sono indicati tra poche righe.

25 marzo. PASQUA IN CARROZZA? Trainline riscontra un +40% di prenotazioni rispetto al 2023 per il periodo festivo. Un recente sondaggio Swg ha evidenziato come per gli italiani il treno sia il mezzo di trasporto preferito, soprattutto per le vacanze brevi (41%), i viaggi nel fine settimana (36%) e le gite in giornata (26%). Secondo la ricerca, il 58% degli italiani nell'ultimo anno, almeno una volta, ha preferito il treno ad altri mezzi, poiché lo si è ritenuto il più economico (40%) e anche il più distensivo (27%). Sempre dal sondaggio emerge la sua natura di spazio polifunzionale che permette di svolgere altre attività durante il viaggio (51%), insieme alla praticità di arrivare direttamente nel centro di una città da un'altra (41%), ma anche semplicemente godersi il paesaggio dal finestrino (36%). E allora niente code in autostrada?

22 marzo. UN CONTRATTO, FINALMENTE! Dopo oltre 4 anni di attesa sono state siglate le intese di rinnovo dei Contratti nazionali del Terziario, Distribuzione e Servizi applicati alla più vasta platea di lavoratrici e lavoratori del settore privato in Italia, con oltre 3milioni di addetti, con decorrenza dal 1° aprile 2024 al 31 marzo 2027. Gli accordi prevedono un aumento contrattuale a regime di 240

euro al quarto livello, da riparametrare, con l'erogazione di una massa salariale di 7.180 euro comprensiva dell'Una Tantum di 350 euro. Sulla parte normativa è stata ridefinita la sfera di applicazione e aggiornata la classificazione in ragione dei nuovi profili professionali di settore. Sono stati inoltre definiti miglioramenti sulle politiche di genere e sono previsti ulteriori congedi per le donne vittime di violenza.

22 marzo. UN 2023 PIENO DI LAVORO. Secondo Bruno Anastasia su LaVoce tutte le fonti disponibili indicano una crescita dell'occupazione che si è attestata attorno alle 400-500 mila unità e risulta almeno il doppio se si considera l'intero periodo 2019-2023: la caduta intervenuta durante il Covid è stata quindi ampiamente recuperata. Tutta la crescita è imputabile al lavoro dipendente, e soprattutto al tempo indeterminato: Istat si spinge fino a considerarla esclusiva. L'incidenza del part-time nel post-Covid non è aumentata, anzi: secondo Inps tra le assunzioni a tempo indeterminato quelle a part time incidono per il 40 per cento (o più) negli anni pre-Covid, mentre nell'ultimo biennio sono state il 32-33 per cento; secondo Istat i dipendenti a part time nel 2019 erano il 26 per cento, nel 2023 sono scesi al 23. L'incontro tra domanda e offerta di lavoro è via via divenuto più problematico perché non si tratta semplicemente di far circolare le informazioni sui disoccupati (in contrazione) dal lato dell'offerta, e sui posti vacanti dal lato della domanda. Di mezzo ci sono le competenze possedute che non corrispondono a quelle richieste, le gradazioni diversificate di disponibilità dell'offerta (in tema di orari, mobilità e altro), la domanda (soprattutto) dei giovani di percorsi di crescita e riconoscimento professionale e salariale, le esigenze di fidelizzazione delle imprese. In molti contesti le aziende non sono in grado di imporre unilateralmente le proprie condizioni, mentre per molte categorie di lavoratori le possibilità di scelta si sono dilatate, incluse (specie per i giovani istruiti) le opzioni di exit (verso l'estero). Poi non ci lamentiamo se, "inspiegabilmente", le imprese turistiche non trovano lavoratori.

22 marzo. I TRASPORTI CI COSTANO SEMPRE PIU' CARO. Secondo l'analisi dell'organizzazione indipendente Transport & Environment (T&E) nel 2030 il settore dei trasporti rappresenterà da solo quasi la metà delle emissioni di gas serra in Europa (ora siamo al 29%). Le auto endotermiche sono responsabili del 40% delle emissioni e sono la fonte principale delle emissioni dei trasporti. La dipendenza dalle auto è aumentata a partire dagli anni '90, grazie alla costruzione di nuove infrastrutture stradali e in coincidenza con la crescita del parco auto. Solo di recente si inizia a registrare una riduzione delle emissioni medie delle automobili, grazie all'arrivo sul mercato della tecnologia elettrica. Le emissioni dell'aviazione sono raddoppiate negli ultimi 30 anni, più velocemente di qualsiasi altro settore dei trasporti. L'impatto aggiuntivo delle emissioni dell'aviazione, dovuto alle scie inquinanti dei residui di combustione dei motori, potrebbe inoltre triplicare l'impatto climatico del volo. In barba a chi reputa troppo restrittivo il Green Deal europeo.

18 marzo. GIOVANI, MARCA E VALORI. Per chi si fosse chiesto per quale motivo i ragazzi “stimano” la marca CONAD (TTP Newsletter n°5 - Anno 2024), dal catalogo premi fedeltà della catena di supermercati arriva una risposta molto chiara: le categorie che vengono proposte per prime sono il benessere del territorio, dell’ambiente, di persone e comunità. Solo per ultima la gratificazione individuale, “i tuoi desideri”. Una bella lezione.

Lasciati accompagnare in un mondo ricco di premi

[Vai al catalogo](#)



Foto: CONAD

18 marzo. COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE DISRUPTIVE. Il Rapporto CENSIS appena pubblicato contiene una miniera di dati, per niente scontati. I telegiornali, pur mantenendo la posizione di testa della graduatoria dei media attraverso i quali gli italiani si informano, passano dal 51,2% al 48,3% dell’utenza, mentre tra i giovani 14-29 anni calano al 23%. Google scala le classifiche e giunge al secondo posto con il 29,7% (tra i giovani 34%), seguito da Facebook – che scende ma non crolla – con il 29% (tra i giovani 48%) e dalla buona prestazione delle Tv all-News (RaiNews24, Tgcom24, SkyTg24) con il 19,6% dell’utenza. Degno di nota è l’exploit di YouTube come fonte d’informazione che dal 2019 al 2023 ha registrato un incremento del 6,6%, per assestarsi nell’ultimo anno su un’utenza pari al 18,5%. Un contraccolpo sul versante dei quotidiani digitali (16,2%) che perdono il 3,1% nell’ultimo anno, passati dal 14,3% all’11,8%. Dopo Facebook e YouTube, fa il suo ingresso trionfale l’enfant prodige dei social network, Instagram, che è considerato dal 15,3% degli utenti una fonte d’informazione a tutti gli effetti e costringe i giornali radio, con il 13,7% di utenti, a una ritirata; è seguito da TikTok con l’8,1% (tra i giovani 14,7%). Il netto crollo dei quotidiani a stampa, utilizzati solo dall’8,1% degli italiani, 4,2 tra i giovani (nel 2019 era 17,5%!) si accompagna all’ulteriore discesa dei settimanali mensili cartacei, passati dal 5,1% del 2019 al 4,7% (tra i giovani l’1,7%). L’approfondimento – fatta salva la TV – non passa più esclusivamente per il mondo del giornalismo tradizionale, sostituito quasi in toto dai nuovi *gatekeeper* digitali nei quali influencer, *content creator*, comunicatori e divulgatori hanno creato nuovi format che riescono a catturare l’attenzione e l’interesse delle persone. Dati che dovrebbero dar da pensare a chi - nel marketing turistico, ma non solo - ritiene di aver ragione nel fare sempre le stesse cose del passato.

15 marzo. SKIPASS IN ESTATE. In USA è già tempo di pensare alle prossime vacanze sulla neve: con solo 480 stazioni sciistiche - dotate di 4 mila strutture - e oltre 330 milioni di abitanti, il mercato delle vacanze sugli sci non conosce crisi. Questo non è del tutto vero, se si pensa che i principali attori del settore, che sono soltanto due (le aziende private Alterra e Vail), quest'anno hanno deciso di muoversi con larghissimo anticipo sulla vendita degli abbonamenti per ski lift, seggiovie e cabinovie per la stagione 2025. Complice il cambiamento climatico e le incertezze legate all'innevamento, le compagnie vogliono garantirsi i ricavi ben prima dell'apertura ufficiale degli impianti, proponendo pass stagionali tra gli 800 e i 1.200 dollari se acquistati in estate, contro un giornaliero del costo di 250 dollari acquistato all'ultimo momento. Il contrario di "Buy now pay later" (*fonte: Il Venerdì*).