

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n°13 - 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.

* * *

17 luglio. VALORI ANCHE NEL PIATTO: TOO GOOD TO GO PUNTA AL TURISMO. Luca Venturino su "Dissapore" racconta un progetto che vede protagoniste le principali mete turistiche proponendo un'esperienza zero-waste. L'idea è quella di incentivare gli utenti a salvare cibo dallo spreco alimentare durante i viaggi. TGTG ha messo sui propri canali social guide ricche di suggerimenti, indicazioni e itinerari dedicati a Roma, Firenze, Genova e Cagliari. L'obiettivo è soprattutto di mantenere un occhio di riguardo verso la possibilità di salvare il cibo e ridurre gli sprechi. Allo stesso tempo, grazie a una partnership con Aeroporti di Roma, coloro che viaggeranno in aereo potranno salvare del buon cibo in 34 punti vendita a brand Autogrill, Chef Express, Lagardère Travel Retail Italia, MyChef e Venchi presenti negli scali di Roma Fiumicino e Roma Ciampino. In strada invece si potranno trovare le Surprise Bag Autogrill, che chi viaggia in treno potrà ritirare nei punti vendita Autogrill del canale ferroviario e negli oltre 50 store delle stazioni del network di Grandi Stazioni Retail che aderiscono al programma di TGTG. Davvero una gran bella idea quella di salvare cibo anche in vacanza e in viaggio!

16 luglio. NELL'ESTATE DEGLI ITALIANI PIU' VACANZE E PIU' SPESA. Secondo l'Osservatorio Turismo Confcommercio-Swg tra giugno e settembre più della metà degli italiani ha fatto, sta facendo o farà vacanze (il 51% contro il 49% dello stesso periodo del 2023), mentre il 16% non andrà in vacanza (quota in diminuzione rispetto al 23% della scorsa estate). Tra i motivi della non-vacanza, al primo posto, per quasi 1 italiano su 3, la mancanza di disponibilità economica, seguita dalla necessità di risparmiare (23%), ma c'è anche chi deve rimanere a casa per accudire persone non autosufficienti (14%). Rimane fondamentale la scelta del compagno (o dei compagni) di viaggio che, per oltre la metà degli italiani, risulta essere il proprio partner, e questo vale sia per le vacanze brevi – ovvero i break di 1-2 notti e i viaggi da 3 a 5 pernottamenti – che per quelle più lunghe con almeno 6 pernottamenti. Gli amici risultano essere, invece, i compagni ideali di viaggio in particolare per i break di 1-2 notti. Per quanto riguarda il budget di spesa per le vacanze estive, quasi un terzo delle famiglie (31%) quest'anno ha previsto una quota più elevata rispetto al 2023, mentre per il 18% sarà inferiore. C'è poi un 42% che prevede di spendere come la scorsa estate e un 9% che non ha ancora definito il budget di spesa. In ogni caso, la spesa media complessiva pro capite prevista per le vacanze estive 2024 è pari a 1.190 euro, il 10% in più rispetto alla scorsa estate (1.090 euro).

16 luglio. 213.716 NUOVI ITALIANI: SIAMO I PRIMI IN EUROPA! Come riporta Truenumbers, nel 2022 gli Stati europei hanno concesso la cittadinanza a 989.940 persone, in forte crescita rispetto alle 826.800 del 2021 e alle sole 730.700 del 2020, anno nel quale le concessioni della cittadinanza

sono state certamente influenzate dalla pandemia. Anche prima del Covid, comunque, non si erano mai raggiunte queste cifre. La maggior parte delle cittadinanze sono state concesse proprio dall'Italia, nella classifica segue la Spagna con 181.581 persone diventate spagnole, pari al 18,3% del totale continentale, mentre la Germania è solo terza con 166.640 nuovi tedeschi, pari al 16,8% del totale. Quarta è la Francia con 114.483 nuove cittadinanze concesse ovvero l'11,6% del totale e poi viene la Svezia con 92.225 nuovi svedesi, il 9,3% del totale. Questi numeri non sono un caso, Italia e Spagna sono tra i Paesi con immigrazione più recente. Tra quelli che hanno ottenuto la cittadinanza svettano marocchini (112.697), siriani (90.351), albanesi (50.271), turchi (29.721) e ucraini (29.285). I soli marocchini sono cresciuti di 26.500, mentre gli albanesi di 17.900. In aumento di poco meno di 10mila unità, invece, i rumeni e gli ucraini. Tra i nuovi italiani la comunità più numerosa è stata quella di chi aveva un passaporto dell'Albania, 38.129: più di tre quarti degli albanesi che sono diventati europei lo hanno fatto diventando italiani, a ulteriore testimonianza dei legami tra i due Paesi. Quasi raddoppiati, poi, i marocchini, passati da 16.588 a 30.593 e in netto aumento sono stati anche i rumeni, saliti da 9.435 a 16.302. Forse a sorpresa vengono poi i brasiliani, quelli con una nuova cittadinanza italiana nel 2022 sono stati 11.239, più del doppio che nel 2021, e poco più degli argentini, che hanno fatto anch'essi un balzo, passando da 3.669 a 10.041. Più di 55mila nuovi italiani ha meno di 15 anni, e anche per questo i nuovi cittadini sono molto più giovani della media della nostra popolazione

15 luglio. OCCHIO A QUELLO CHE SCRIVONO I CLIENTI! Secondo il report di OnePoll – Accor, il 97% degli ospiti prima di prenotare un soggiorno in un hotel o in un resort consulta le recensioni dei clienti precedenti. La ricerca, condotta a dicembre 2023 su 5.000 viaggiatori di cinque Paesi europei che hanno soggiornato in un hotel o resort negli ultimi 12 mesi, rivela che quasi quattro ospiti su dieci (38%) leggono sempre le recensioni prima di prenotare, mentre un altro 38% lo fa quasi sempre. Le recensioni e le valutazioni degli ospiti sono il secondo fattore più importante nel processo decisionale di prenotazione, subito dopo le camere e i servizi. Gli intervistati in media leggono nove recensioni per ogni hotel o resort in cui desiderano soggiornare. Le informazioni "chiave" riguardano la pulizia (52%), poi il rapporto qualità-prezzo (27%), le camere (26%), la posizione (21%) e la cordialità del personale (19%). Le recensioni sono più importanti per le coppie e le famiglie rispetto a chi viaggia da solo. La maggioranza di coloro che leggono le recensioni (63%) cerca di adottare un approccio equilibrato, considerando sia le recensioni positive che quelle negative. Inoltre, più di due terzi (67%) delle persone che leggono le recensioni ignorano quelle più vecchie di sei mesi. Dopo aver soggiornato in un hotel o resort, quasi il 57% degli ospiti afferma di scrivere recensioni per almeno la metà dei loro soggiorni. Il 10% dei partecipanti scrive una recensione dopo ogni soggiorno, mentre un altro 30% lo fa quasi sempre.

15 luglio. AL MARE "FAMOLO STRANO". Secondo l'Osservatorio Jfc delle Destinazioni Balneari Italiane siamo di fronte a "nuove profilazioni di cluster di turisti". 1. I "boomerang Kk" sono una tendenza che si riferisce ai giovani adulti di età compresa tra i 18 ed i 28 anni che hanno deciso in maniera unilaterale di trascorrere le prossime vacanze estive con i propri genitori, condizionando i medesimi nella scelta della località, della struttura ospitale, del periodo, etc. Sono quindi un po' bambini di ritorno. La vacanza viene interamente pagata dai genitori. 2. Il cluster dei "ricercatori di affetti" sceglie di fare la vacanza balneare con i genitori come scelta consapevole e voluta, e si

differenzia dai precedenti in quanto la decisione della destinazione di vacanza viene effettuata dai genitori stessi. Si tratta sempre di coppie (di età compresa tra i 35 ed i 45 anni) con figli, che utilizzano la vacanza al mare per creare ricordi a se stessi ed ai propri figli, come pure per trascorrere del tempo di qualità con i genitori/nonni. 3. I *"single"* che quest'estate partiranno da soli, ma che non hanno alcuna intenzione di trascorrere la vacanza balneare da single. La loro scelta è precisa libertà completa nella scelta del luogo di vacanza, ma ricerca di una destinazione dove poter conoscere altre persone, fare amicizia ed attività di gruppo. Si tratta di giovani adulti 24/36 anni. 4. Il cluster dei *"bike addicted"* va in vacanza, ma dedicando almeno una giornata ad una passeggiata in bici, uscendo dal contesto tipico balneare per scoprire le aree interne, i suoi profumi ed i suoi sapori. In bici elettrica, anche perché questo cluster è composto da famiglie multigenerazionali, 5. Ci sono poi gli italiani che si muovono *"verso un evento"*: musica e sport. Permanenza media sul luogo dell'evento modesta (2,1 notti), ma la frequenza di viaggio è decisamente elevata (4,3). 6. I *"nostalgici"*, scelgono in base alla vicinanza con i luoghi della loro gioventù o che hanno dato i natali ai propri genitori. Trasferitisi altrove per motivi di lavoro, decidono di passare le loro vacanze al mare combinando momenti di relax con visite ai parenti o amici che non incontrano da anni. La loro permanenza in loco è sempre molto lunga. 7. Ci sono poi i *"random"* che non hanno selezionato né la destinazione né la data esatta della loro vacanza balneare, essendo fluttuanti su tutto, tranne sulla loro disponibilità economica (limitata). 8. Infine i *"disconnessi"*, che amano partire senza meta, senza obblighi, senza prenotazione. Decidono per una vacanza spontanea con la precisa, primaria finalità di rompere le loro catene digitali. Peccato non avere il *"peso"* dei cluster, sarebbe da farci un pensierino di marketing operativo!