

# TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n°19 - 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.*

\* \* \*

**11 novembre. SPOSAMI ADESSO, ANCHE PER FINTA!** Nel 2024 sono previsti oltre 12.000 matrimoni di coppie internazionali in Italia e secondo CST saranno almeno 1.200 eventi in più rispetto al 2023, con un incremento di circa l'8%. Ogni anno, l'Italia attira un quarto delle coppie straniere nel mondo che vogliono celebrare il loro matrimonio all'estero: i britannici rappresentano circa il 25,7% di chi sceglie il nostro Paese per il giorno del "sì", posizionandosi subito dopo gli americani in termini di numeri assoluti. I riti sono per lo più simbolici (63%). La spesa media per evento è lievitata dai 35.000 euro (2018) ai 59.000 dello scorso anno. Una cifra ragguardevole finalizzata al food and beverage per l'evento (35%), alla location (21%), all'ospitalità (17%) e ai servizi ancillari, come ad esempio i video, le foto o anche i fiori (27%). La ricaduta in termini di soggiorni nel 2023 ha generato oltre 826.000 arrivi e 2,4 milioni di presenze, con un fatturato che ha ormai superato la soglia degli 800 milioni di euro (cinque anni fa il volume d'affari era stato di 520 milioni). La fascia più rilevante – pari a un buon 60% – è quella degli eventi che contemplano dai 50 ai 100 invitati, che è poi la media più tradizionale anche per i matrimoni italiani. E spesso sono le radici a dettare la scelta, con un quinto dei coniugi che hanno origini in Italia, per quanto remote.

**11 novembre. IL FUTURO GUARDA PIÙ LONTANO, SOPRATTUTTO IN INDIA.** Secondo Google/Deloitte nel 2040 domineranno i turisti provenienti da India, Cina e Stati Uniti. Nel 2040 saranno 2,4 miliardi i viaggiatori internazionali nel mondo, il 60% in più degli attuali. Oltre al mercato cinese, sulla cui ascesa nessuno aveva dubbi, sarà l'India a registrare i più alti tassi di incremento. I viaggiatori del subcontinente aumenteranno di ben 5 volte rispetto ad oggi nei prossimi 15 anni. Gli indiani saranno viaggiatori digitali, giovani, con una tendenza già attuale a prenotare i voli internazionali con meno di 50 giorni di anticipo rispetto alla media che è di 70. Questi turisti emergenti si rivolgeranno nei primi anni a destinazioni limitrofe per poi puntare verso luoghi più maturi come l'Europa. Gli Stati Uniti continueranno a giocare il ruolo principale anche nel 2040. Già oggi rappresentano fino al 40% dei viaggiatori, soprattutto in destinazioni extra europee. Sono viaggiatori maturi, alla ricerca di novità ed esperienze e attirati dai marchi più conosciuti. Il 78% di loro si dichiara disposto a pagare di più per un brand turistico famoso, una propensione che continuerà a crescere in futuro. Quanto agli Indiani, vale la pena di ricordare che i film e i social media ispirano i viaggiatori, secondo Booking.com: sono fortemente influenzati dalla loro passione per il cinema, per le serie tv e per le celebrità nella scelta delle loro vacanze. Il 44% si ispirerebbe a film e telefilm per esplorare destinazioni, fare esperienze nuove, degustare piatti tradizionali nei ristoranti (il 57% vorrebbe visitare un ristorante apparso in una serie). Contribuiscono in maniera importante ai motivi e alle ispirazioni degli indiani anche i social media (il 66% li usa per cercare idee sui viaggi, il 76% per ottenere ispirazione dai profili social di amici e familiari, mentre il 63% è influenzato dagli

annunci pubblicitari sui social media), ma anche i personaggi famosi e gli influencer (il 55% che segue le celebrità ne è influenzato e il 46% per i content creator).

**11 novembre. SOSTENIBILE NON VUOL DIRE FRUGALE.** Secondo Eccia – European Cultural and Creative Industries Alliance, il turismo sostenibile di alta gamma in Italia continua a crescere con 215 mln di presenze turistiche ed una spesa di 62 mld di euro, e costituisce ormai un comparto consolidato che nel nostro Paese vale un quarto della spesa turistica totale (circa 25 mld) e che in Europa raggiunge quota 170 mld di euro, con un potenziale ancora inespresso che potrebbe arrivare a 520 mld di euro. Il fenomeno "JOMO" la Joy of Missing Out è un contesto nel quale il distacco dalla frenesia digitale e il focus sul presente permettono di rigenerare corpo e mente. Della tendenza fa parte anche il "Mindtrek", ossia la combinazione tra il trekking e la meditazione. Anche nel cicloturismo si registra una rapida diffusione: se infatti nel 2022 sono stati 6,3 mln i turisti che hanno utilizzato la bicicletta durante le vacanze in Italia, producendo una spesa di 7,4 mld di euro, il comparto nel 2023 è arrivato a 7,5 milioni di viaggiatori-ciclisti e una spesa totale di 9,4 miliardi di euro.

**22 ottobre. SI VOTA ANCHE NEL PIATTO?** Su LaVoce Negri e Scaduto presentano i risultati di un primo, accattivante, esperimento: un'azione semplice come ordinare un piatto al ristorante può dire agli altri molto di noi, persino il partito per cui votiamo. Tramontate le grandi ideologie, lo stile di vita ha assunto un ruolo nel predire le preferenze politiche. In una indagine ad hoc il 56 % dei rispondenti ha affermato di potersi fare un'idea di cosa voti una persona solo guardando il suo piatto. Il menù base con le sue scelte "monotone" è associato al centrismo e al Partito democratico. Il menù vegano è associato al voto per Alleanza Verdi Sinistra. A all'essere di sinistra è associato anche il menù etnico, che però è avvicinato ancora al Pd. Il menù di carne è associato all'essere di centro-destra. Da Giorgio Gaber e Flavio Bucci in poi, la classificazione politica dei cibi si è arricchita ed articolata, ma in fondo non è cambiata di molto.

**22 ottobre. AGRITURISMI ALL'ARREMBAGGIO.** Sono notevolmente aumentati di numero dal 2014 ad oggi: lo dice Coldiretti/Terra Nostra. Oggi sono circa 25.840 unità rispetto alle 17mila aziende di dieci anni fa, e nel 2023 hanno fatto registrare 15,4 milioni di presenze per un fatturato superiore ai 1,5 miliardi di euro. Il 58% delle presenze è composto da agrituristi stranieri. La durata media della permanenza nelle strutture in generale è di 4 giorni, con gli stranieri più propensi a soggiornare settimanalmente rispetto agli italiani che spesso preferiscono la formula del weekend lungo. Si parla di 297mila posti letto e quasi 536 mila "sedute" nella ristorazione. I conduttori con meno di 40 anni sono più di un terzo (34%) ma crescono anche le donne, oltre 8.800 (il 34% sul totale). Tra le nuove tendenze, infine, si segnala la diffusione capillare con la presenza di almeno un agriturismo nel 64% dei comuni italiani e l'ampliamento dell'offerta con l'integrazione tra i tradizionali servizi di ristorazione, alloggio e degustazione delle tipicità con altre attività, alcune delle quali di notevole rilevanza sotto il profilo sociale, come le fattorie didattiche, o culturale-paesaggistico (escursioni, trekking, ecc.), equitazione, mountain bike e osservazione naturalistica.

**PICCOLO, SPAZIO, PUBBLICITÀ: auto, online e parafarmaci dominano la scena**

## Italia

Figura 1.5  
**I top dieci inserzionisti in Italia**

Primo semestre 2024

Fonte: Nielsen Ad Intel International, H1 2024

- 1 Procter & Gamble
- 2 Ferrero
- 3 Volkswagen
- 4 L'Oréal
- 5 McDonalds Italia
- 6 Unilever
- 7 Barilla
- 8 Poltronasofà
- 9 Wind Tre SpA
- 10 Fiat

Copyright © 2024 The Nielsen Company (US), LLC



Figura 1.6  
**Le top dieci categorie per spesa pubblicitaria in Italia**

Primo semestre 2024

Fonte: Nielsen Ad Intel International, H1 2024

Classifica	Categoria	Settore	Spesa stimata (milioni di dollari)
1	Automobili	Automobili	252,5
2	Acquisti online e servizi online generici	Distribuzione	164,6
3	Prodotti da banco	Farmaceutici/Sanitari	142,5
4	Bevande fredde (analcoliche)	Beni di largo consumo	97,5
5	Salute e forma fisica	Farmaceutici/Sanitari	91,0
6	Ristoranti	Tempo libero	87,2
7	Distribuzione alimentare	Distribuzione	83,4
8	Prodotti per la pulizia	Beni di largo consumo	81,2
9	Altri servizi aziendali	Industria e servizi	78,5
10	Arredamento	Beni durevoli	76,5

Copyright © 2024 The Nielsen Company (US), LLC