

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n°23 - 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.

* * *

20 dicembre. UNDERTOURISM? Nell'anno che si conclude non si è fatto altro che parlare di sovraturismo, un fenomeno che "ha tirato" molto sui media, in particolare quelli più "popolari", dando fiato da un lato a numerosi istinti semplicemente passatisti e regressivi ("si stava meglio senza turisti"), ma dall'altro anche a posizioni socialmente motivate dalla carenza di alloggi a costi accessibili, sia per residenti a basso reddito, che per studenti fuorisede, che hanno visto nella corsa alla apertura di alloggi privati da affittare ai turisti un competitore agguerrito. Questo è accaduto soprattutto nei centri storici delle più grandi città, e si è correlato con il loro successo di immagine e di mercato, con esempi emblematici a Roma e Venezia, Firenze e Napoli. Mentre i dati consuntivi sono ovviamente ancora da definire, sta però prendendo piede una sensazione contraria, legata soprattutto al calo, in molti casi sensibile, della clientela italiana. Anche le previsioni per le imminenti festività hanno questo segno, e forse è di questo, soprattutto, che ci dovremo preoccupare nei prossimi mesi.

19 dicembre. MANGIARE DA CANI. L'Osservatorio Immagino GS1 Italy torna stupirci con la sua, forse banale ma universale e quindi eccellente, osservazione sistematica delle etichette dei prodotti nelle Grande Distribuzione Organizzata: in una parola, lo specchio più fedele di quello che compriamo, e quindi che pensiamo e in cui crediamo, noi consumatori. Al capitolo significativamente intitolato "Fido on my mind" sono riportati dati che, forse trascurati o ritenuti per scontati, descrivono oltre ogni retorica o vignetta umoristica la progressiva rassomiglianza tra i "padroni" ed i loro "animali". Il 73,4% dei prodotti alimentari loro destinati, i cosiddetti "pet food", si dichiarano "sostenibili", il 51% "free from" qualcosa (tra cui spiccano con il 5% i prodotti che non contengono glutine), oppure "rich in" qualcos'altro, in particolare -oltre alle vitamine- materie prime come carne e pesce fresco (10%). Ma soprattutto emblematico è che per il 13,9% garantiamo i nostri piccoli amici l'"italianità" di quello che diamo loro da mangiare. È un memento prezioso anche per chi, nel turismo, offre vacanze a turisti accompagnati da amici a quattro zampe.

18 dicembre. VACANZE NATALIZIE NOSTRANE. Le stime sui movimenti turistici che ci giungono da Federalberghi per questo periodo festivo, anche a fronte di un calendario molto favorevole, parlano di 18,3 milioni di italiani in viaggio tra Natale e l'Epifania, che si recheranno in primis in località di montagna, poi nelle città d'arte e nelle località marine, per un giro di affari complessivo di 14,7 miliardi di euro.

Natale 2024 e Capodanno 2025

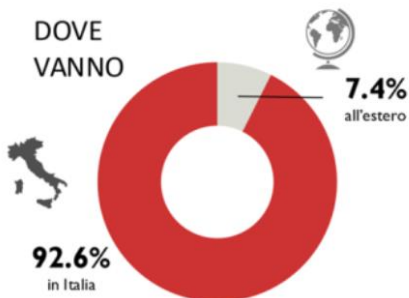
GLI ITALIANI IN VIAGGIO 18,3 milioni*



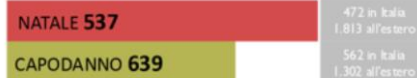
* A cui si aggiungono 5,3 mln in vacanza lunga e 1 mln in vacanza per l'Epifania

GIRO D'AFFARI 14,7 miliardi di euro

DOVE VANNO

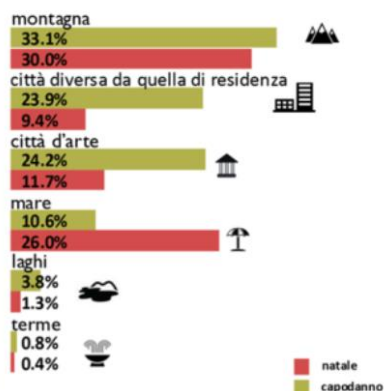


SPESA MEDIA PRO CAPITE in euro

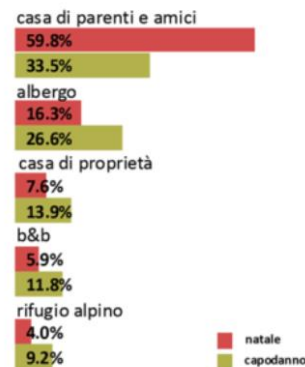


472 in Italia
1.813 all'estero
562 in Italia
1.302 all'estero

LE METE PRINCIPALI



ALLOGGIO PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da Tecne dal 10 al 15 dicembre con metodologia mixed intervistando 4.001 italiani maggiorenni (CATI 65%, CAMI 12%, CAWI 34%). Il campione, rappresentativo di 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni

16 dicembre. LA STAGIONE SCENDE DALLE STELLE? Secondo Confesercenti nel periodo delle festività natalizie quest'anno è previsto il -1,5% delle presenze, circa 16,3 milioni in totale. Tutto sommato una buona stagione, che risente del calo dovuto alla riduzione sia dei visitatori italiani, attesi in numero pari a 9,3 milioni (-1,9%), che di quelli stranieri, stimati a 7 milioni (-1%). Secondo le previsioni, due turisti su tre si dedicheranno a città d'arte (-0,9% delle presenze sul 2023) e destinazioni di montagna (+0,3% delle presenze sul 2023), mentre il calo dei flussi risulterà più marcato per il Centro (-2%) e per il Sud e Isole (-1,9%). I mercati esteri che si prevede cresceranno negli arrivi a Natale sono soprattutto gli Stati Uniti, la Svizzera, la Polonia, i Paesi Scandinavi e la Corea del Sud, mentre rallentano i turisti tedeschi, inglesi, belgi, ungheresi e austriaci.

6 dicembre. ITALIANI INFORMATI E POLITICALLY CORRECT. Vale la pena fare un piccolo excursus sul rapporto annuale di Censis, che studia l'atteggiamento degli italiani con la tecnologia, i media e l'informazione. Quasi l'84% degli italiani si informa utilizzando lo smartphone. Interessante vedere come siamo sempre più attenti che il linguaggio utilizzato dai media sia inclusivo o quanto meno privo di espressioni offensive o discriminatorie nei confronti di particolari categorie di persone (aspetto fisico, disabilità, identità di genere, specifiche etniche, culturali o religiose, ecc.), e forse ci vorrebbe una regolamentazione. Nell'ambito lavorativo, le applicazioni dell'Intelligenza Artificiale sono al centro dei timori del 65% degli italiani, i quali ritengono che avrà effetti disastrosi sull'occupazione. Oltre il 37%, invece, la considera utile nell'impiego in attività lavorative ripetitive e noiose, mentre il 56% coltiva speranze per un miglioramento delle cure mediche grazie all'AI. Per

quanto riguarda i media, rimane stabile la fruizione televisiva classica con il 95,1% degli utenti, ma salgono gli spettatori della tv satellitare e di quella via internet. Il 78,9% degli italiani sono radioascoltatori, anch'essi in sostanziale continuità con lo scorso anno. I podcast online sono seguiti dal 10% degli italiani, mentre per la stampa si accentua ulteriormente la crisi (-3,4% di quotidiani cartacei venduti nel 2024 e una diminuzione del -45% negli ultimi 15 anni). Crescono gli italiani che leggono i libri, il 45,8% del totale, e si consolida l'uso delle piattaforme social, soprattutto tra i giovani della fascia 14-29 anni.