

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n°1 - Anno 2025

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.

* * *

10 gennaio. SE IL LAVORO NON GARANTISCE UN'ESISTENZA LIBERA E DIGNITOSA. La procura di Milano ha indagato le cooperative che forniscono lavoratori ai teatri, per stipendi al di sotto della soglia di povertà, con retribuzione netta di poco meno di 5 euro a quasi 6 euro e 50. Nel provvedimento viene accusato di caporalato il presidente di Fema in quanto avrebbe reclutato, fino al luglio dell'anno scorso, "manodopera allo scopo di destinarla al lavoro presso terzi in condizioni di sfruttamento e approfittando dello stato di bisogno dei lavoratori". La cooperativa, che ha come committenti i più importanti enti culturali a livello internazionale, non è l'unica ad essere finita nel mirino della magistratura. Come facciamo a produrre bellezza ed eccellenza a queste condizioni?

10 gennaio. SE IL GIUBILEO ALIMENTA IL PRECARIATO. A Roma lavorano nel turismo 80 mila persone, e altre 17 mila saranno assunte entro febbraio 2025, stima il sistema Excelsior. Ma secondo la CGIL solo il 7% saranno a tempo indeterminato, e le varie forme di precariato interesseranno 8 nuovi assunti su 10. Vedi sopra, come facciamo a garantire qualità della proposta turistica e soddisfazione del cliente a queste condizioni?

10 gennaio. I B&B FANNO CRESCERE GLI AFFITTI. Su LaVoce Agnoletti, Ferretti e Viviani di IRPET firmano uno studio importante: la diffusione del mercato degli affitti brevi, attraverso la piattaforma Airbnb, ha prodotto impatti rilevanti su alcuni contesti urbani, ragione per cui è stata oggetto di molte critiche. Il mercato degli affitti brevi può agire sui prezzi e i valori. Nelle città analizzate sono presenti circa 108mila strutture destinate ad affitti brevi, pari al 20% del totale nazionale. La distribuzione è chiaramente influenzata dalla dimensione demografica e dal grado di turisticità: le quote maggiori spettano alle due città più grandi (Roma e Milano), mentre tra le medio-piccole spiccano i due importanti poli attrattori di flussi turistici, Firenze e Venezia¹.

NUMERO DI STRUTTURE PER TIPOLOGIA E CITTÀ OGGETTO DI STUDIO. 2024

Valori assoluti, euro e percentuali

Città	Totale strutture	Composizione strutture (%)	Prezzo Mediano a notte (euro)	Fatturato Medio per struttura (euro)	Tasso Occupazione Medio (giorni occupati/365; %)
Milano	24.346	22,5	108	31.589	69
Bergamo	1.349	1,2	97	25.316	75
Venezia	8.322	7,7	179	40.744	74
Bologna	4.785	4,4	101	32.475	74
Firenze	12.246	11,3	150	38.148	77
Roma	34.063	31,4	140	39.343	81

¹ I dati fanno riferimento al territorio comunale. Il totale delle strutture nella tabella è da intendersi come numero totale degli annunci su Airbnb, che include quindi anche possibili "doppioni". Ciò significa che un host può mettere annunci per stanze separate all'interno dello stesso appartamento, oppure per più appartamenti o intere case.

Bari	3.068	2,8	104	24.326	74
Lecce	2.223	2,0	90	14.486	55
Napoli	10.760	9,9	90	19.852	66
Palermo	7.280	6,7	82	17.648	68
TOTALE	108.442	100,0	114	28.393	71

Fonte: elaborazioni IRPET su dati Inside Airbnb e Airtbtics

Nel complesso il totale delle strutture Airbnb osservate genera un fatturato medio di circa 28mila euro: tale ammontare varia sia in funzione del prezzo dell'alloggio che del tasso di occupazione. Proprio a causa di elevati prezzi e di alti tassi di occupazione, sia a Roma che a Venezia ma anche a Firenze, le entrate per struttura sono mediamente più alte e vicine a 40mila euro annui. Il modello utilizzato per la stima degli effetti conferma l'impatto positivo del fenomeno Airbnb sui prezzi di vendita delle abitazioni. Distinguendo, da un lato, le città che richiamano turisti prevalentemente per la propria ricchezza culturale e artistica (Roma, Firenze, Venezia) e, dall'altro, quelle che attraggono anche per motivi connessi al lavoro e agli affari (Milano e Bologna), si ottiene che, per le città contraddistinte dal turismo cosiddetto "d'affari", l'effetto espansivo sui prezzi degli immobili residenziali risulta più rilevante. Inoltre si evidenzia che quartieri e città con un'offerta di strutture superiore alla media hanno valori immobiliari più alti. Per quanto attiene invece la concentrazione della gestione della struttura (incidenza dei *multi-host*), otteniamo che quanto più l'attività di locazione si avvicina ad una vera e propria attività produttiva, tanto maggiore è l'impatto sui valori immobiliari. Le stime confermano che la diffusione delle strutture degli affitti brevi, aumentando la pressione della domanda di alloggi su un'offerta tendenzialmente rigida, tende a provocare un generale innalzamento dei valori immobiliari. Ciò implica la riduzione dell'accessibilità alla casa per gli altri segmenti di domanda temporanea (come gli studenti fuori sede), nonché per i residenti, specialmente quelli a più basso reddito, che sono poi la fascia di popolazione che si rivolge maggiormente al mercato dell'affitto. La conflittualità sociale in crescita richiede dunque una regolamentazione del fenomeno, sull'esempio di quanto già fatto in altri contesti in cui il modello Airbnb si è sviluppato più precocemente, conclude IRPET.

9 gennaio. PIATTAFORME ANCORA IN CRESCITA, ITALIA SOTTO LA MEDIA. Secondo Eurostat nel terzo trimestre del 2024 cresce del 18% il numero di notti prenotate sulle piattaforme in affitto a breve termine nell'Ue prenotati su Airbnb, Booking, Expedia Group o Tripadvisor. Il totale trimestrale è di 366,2 milioni di pernottamenti: 135 milioni di notti a luglio (+16,4%), 152,2 milioni ad agosto (+21,6%) e 79 milioni a settembre (+14%). L'aumento è stato registrato in tutti i Paesi Ue, ma sul podio c'è Malta (+41,4% rispetto ad agosto 2023), la Germania (+32,7%) e la Francia (+29,9%). Gli aumenti più bassi sono stati riscontrati in Croazia (+9,7%), Bulgaria (+12,2%) e Slovenia (+13,6%). In Italia le notti totali nel terzo trimestre 2024 sono state 55.727.328, con un +15,5% rispetto allo stesso periodo del 2023. Forse questa "bolla" sta rallentando, anche per effetto delle normative che spingono all'emersione ed alla legalità.

9 gennaio. LE NOSTRE RADICI SCOPERTE. Secondo CST nel 2024 le persone giunte e che giungeranno in Italia per il cosiddetto turismo delle radici sono state 6,6 milioni, quest'anno ne sono previste quasi 7 e nel 2026 la cifra salirà a 7,3 milioni. In termini di presenze, le stime indicano il passaggio dai 34,4 milioni di pernottamenti nel 2024 a poco più di 37,9 milioni nel 2026, per una spesa turistica che dai 5 miliardi di euro dello scorso anno salirà a oltre 5,5 miliardi previsti per il 2026. Il soggiorno di questi turisti è in media di 5,32 pernottamenti, con una spesa media di 145 euro al giorno a persona contro i 128 euro di spesa media quotidiana - secondo gli ultimi dati di Banca d'Italia relativi al 2023 - dei viaggiatori stranieri in Italia. Turisti che non solo hanno una maggiore capacità di spesa, ma vanno alla ricerca di prodotti locali, specialità enogastronomiche, oggetti artigianali e artistici. È l'effetto 'terra delle origini', fondamentale per la sopravvivenza di piccoli comuni e borghi interni che, altrimenti, rimarrebbero esclusi dai flussi turistici. Le

regioni più coinvolte dal turismo di ritorno sono Veneto, Emilia-Romagna, Campania, Sicilia, Calabria, Abruzzo e Puglia. Ma non staremo per caso scoprendo un fenomeno che è sempre esistito?

8 gennaio. FINALMENTE MISURIAMO ANCHE L'AUDIENZE SUI NUOVI DISPOSITIVI. Dal 29 dicembre 2024 Auditel ha avviato una rivoluzione con la nuova metodologia di misurazione "Total Audience", che amplia la rilevazione degli ascolti televisivi includendo non solo i tradizionali televisori, ma anche smart TV, PC, tablet e smartphone. Questa novità promette di offrire una visione più completa delle abitudini di consumo dei contenuti tv, rispondendo alle mutate modalità di fruizione, sempre più digitali. Un'importante novità è l'inclusione degli ascolti "time-shifted", ossia quelli in differita, che vengono sommati in base al tempo di visione. Ciò consente una misurazione più precisa, tenendo conto anche della fruizione on-demand. Servirà tempo per comprendere appieno l'impatto di questa metodologia sui singoli programmi e sull'intero panorama televisivo, ma una prima ricaduta positiva è già evidente: la total audience permetterà agli editori tv di "recuperare" nelle rilevazioni l'audience che si è spostata dai televisori ai dispositivi digitali. I dati diffusi da Sensemakers per il periodo delle festività sono significativi: la fruizione via dispositivi mobili tra il 24 dicembre e il 1° gennaio è cresciuta dell'11% rispetto all'anno precedente, compensando il calo del 3,5% degli ascolti televisivi dei principali broadcaster. Complessivamente, l'estensione della misurazione ha portato a un aumento dell'audience totale del 3,3% (con 8,85 milioni di spettatori contro gli 8,56 milioni della sola TV). Il lancio del nuovo standard non rappresenta un punto di arrivo, ma piuttosto un punto di partenza per ulteriori innovazioni in un anno ricco di novità per l'Auditel. Tra quelle più attese, ci sono l'introduzione dell'obbligatorietà del CUSV (Codice Univoco Spot Video) che permetterà di monitorare la fruizione delle campagne televisive tradizionali e digitali, e il lancio della Rich Cross Device, che migliorerà l'analisi del comportamento degli utenti su più dispositivi. Questi strumenti promettono di rendere ancora più precisa la misurazione dell'audience e delle performance pubblicitarie, rispondendo alle sfide di un mercato in continua evoluzione.

8 gennaio. TENDENZE DA TENERE D'OCCHIO: SMETTEREMO DI BERE ALCOOL? Come riporta The Economist, dopo gli eccessi delle feste si prevede che questo mese quasi un terzo degli americani rinuncerà all'alcol ("gennaio secco"), o almeno lo ridurrà. Molti risparmieranno denaro. Alcuni perderanno peso. E un numero crescente continuerà a bere il proprio drink preferito, o almeno qualcosa di simile. Ma gli astemi e i "sobri curiosi" non si limitano più alle bevande gassate, ai succhi di frutta o alla semplice acqua. Il mercato degli alcolici analcolici, che comprende birra, vino e superalcolici, ha registrato un'impennata negli ultimi tempi. Secondo gli ultimi dati della società di ricerca Euromonitor, le vendite globali hanno raggiunto quasi 20 miliardi di dollari nel 2023, il doppio rispetto a cinque anni prima. Il mercato è cresciuto di circa il 20% nel 2023, rispetto all'8% delle bevande alcoliche. Un numero crescente di giovani attenti alla salute si sta disintossicando tutto l'anno. La percentuale di americani di età compresa tra i 18 e i 34 anni che bevono alcolici è scesa al 62%, secondo gli ultimi dati dell'istituto di sondaggi Gallup, rispetto al 72% di due decenni fa. Molti di coloro che bevono alcolici ne consumano di meno. L'industria della birra, che ha iniziato a produrre prodotti senza alcol negli anni '70, è la più avanti in questo senso. Questo è in parte il motivo per cui la birra rappresenta l'89% delle vendite di bevande analcoliche, mentre il vino e gli alcolici rappresentano rispettivamente solo il 7% e il 4%. Ora è in atto la corsa allo sviluppo di tecniche per la produzione di vino senza alcol. Sebbene esistano metodi per rimuovere l'alcol dal vino, questi spesso rovinano anche il gusto. Per ora, le vendite di alcolici, che raggiungeranno 1,8 trilioni di dollari a livello globale nel 2023, non sono certo in calo. La spesa in molte economie in via di sviluppo continua a crescere insieme ai redditi. I consumatori anziani più intemperanti stanno compensando la sobrietà dei giovani. Ma attenzione che i comportamenti si diffondono inesorabilmente "dal basso" della piramide delle età, e magari anche il nuovo Codice della Strada darà una mano.

7 gennaio. OPINIONI SCOMODE: I TURISTI DANNO FASTIDIO, I LORO SOLDI NO. Secondo il saggista Marco d'Eramo il turismo è una grande conquista della classe operaia. "Il turismo è nato da due rivoluzioni. La prima è stata quella tecnologica, che riguarda il viaggio, diventato man mano comodo, facile e a buon mercato. La seconda è stata una rivoluzione sociale: ci sono voluti due secoli di storia e di lotte selvagge da parte della classe operaia per ottenere le ferie pagate e la pensione, cioè per ottenere il tempo libero retribuito. Il diritto al turismo è stato una delle grandi conquiste della classe operaia. Il problema delle città turistiche è che sono solo quello. Le città esistono perché hanno una funzione economica: Venezia era il centro del commercio mondiale, Firenze quello dell'industria lanifera, mentre quello di Amsterdam veniva considerato il porto dell'universo. Ognuna di queste città è stata importante perché aveva una funzione, ora invece non ne hanno più nessuna, e quindi sono diventate turistiche. Se uno vuole che una città turistica non muoia, semplicemente deve metterci altre attività. Il sogno di barcellonesi e veneziani è di avere 2.000 turisti, ognuno dei quali spende 5 milioni a soggiorno, rendendo così la città lo stesso prospera senza però rompere... Il punto vero, però, è che non ci sono soluzioni semplici, perché la nostra idea di libertà è un'idea che consuma il mondo, quindi o limitiamo la nostra libertà, oppure consumiamo il mondo".