

**TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE**  
**TTP Newsletter n°2 - 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.*

\* \* \*

**27 gennaio. DATI PER FAR PARLARE (1): FIGLI AL CENTRO DEL MERCATO INTERNO.** Secondo la piattaforma dei viaggi responsabili e su misura Evaneos, agli italiani che hanno figli piacerebbe viaggiare con loro: partire con la famiglia sarebbe la prima scelta per il 71% degli intervistati, e questo diventerebbe sinonimo di felicità per il 95%, mentre il 5% preferirebbe lasciarli a casa. Si tratta di un'indagine sulle abitudini di viaggio delle famiglie italiane che ha riguardato 1.000 intervistati, selezionati attraverso un panel online profilato, garantendo un campione rappresentativo delle famiglie italiane con figli sotto i 18 anni. Interessante notare che la preferenza è maggiore negli uomini (73,7%) rispetto alle donne (68,9%). E quando si è in vacanza, le opinioni si dividono: il 51% dei genitori preferisce fare tutto insieme ai figli, mentre il 49% ritiene importante mantenere un equilibrio tra momenti condivisi e attività autonome. Confrontando i dati complessivi con la suddivisione per tipologia familiare, la percentuale di viaggio con i figli è particolarmente alta nelle famiglie tradizionali (82,5%). Questo dato si riduce notevolmente nel caso delle famiglie allargate (49%), dei genitori divorziati (39%) e delle famiglie monoparentali (27%). Avere tutto pianificato aiuterebbe a trascorrere una vacanza in serenità e senza pensieri, libera da organizzazione e vincoli. Molte famiglie però sono mosse dal desiderio di avere una vacanza comoda ma nello stesso tempo desiderano scoprire il mondo con i loro figli.

**24 gennaio. DATI PER FAR PARLARE (2): QUALE STAGIONALITÀ?** Nel 2024, la stagione turistica in Italia si sarebbe estesa oltre i tradizionali mesi estivi, grazie a un aumento degli arrivi internazionali. Secondo l'indagine Hotel Booking Trends di SiteMinder, la piattaforma mondiale di distribuzione e revenue management per il settore alberghiero, che ha analizzato oltre 125 milioni di prenotazioni globali, i mesi di punta (giugno-agosto) hanno mostrato una lieve flessione, mentre sono cresciuti primavera e autunno. Maggio e ottobre, in particolare, hanno registrato incrementi nelle prenotazioni. I turisti stranieri, che rappresentano il 65,24% dei soggiorni (una inedita definizione statistica?), hanno spinto la destagionalizzazione, con arrivi da Germania, Francia, UK e Asia. Le destinazioni più richieste avrebbero incluso Roma, Venezia, Firenze, Puglia e Sicilia. La durata dei soggiorni sarebbe leggermente superiore alla media globale, con la maggior parte dei visitatori che prenota per una o due notti (ma la media qual è?). Curioso che chi gestisce le prenotazioni sappia parlare solo di consuntivi.

**20 gennaio. ITALIA TOP NEGLI INVESTIMENTI ALBERGHIERI.** Nel 2024, secondo CBRE/DataHub, l'Italia ha visto un'impennata significativa degli investimenti nel settore alberghiero, raggiungendo un totale di 2,1 miliardi di euro, con un incremento del 36% rispetto all'anno precedente. Roma e Milano sono state le principali destinazioni per questi investimenti, con nuove aperture e

ristrutturazioni di hotel di lusso, supportate dal crescente flusso di turisti internazionali. Ma anche dagli interessi immobiliari degli ormai onnipresenti fondi di investimento. La capitale si è confermata la città più attrattiva, grazie a un aumento delle presenze provenienti da USA, Europa e Asia, mentre Milano ha visto un forte interesse per le strutture di alta fascia, in parte a causa degli eventi legati alle Olimpiadi del 2026. Aumento anche per le località "secondarie", con transazioni significative in città come Torino, Assisi e Padova. Effetto Sidone, San Francesco e Sant'Antonio?

**20 gennaio. LAVORO INVERNALE E FUTURO.** Mettendo insieme alcune nuove ricerche sull'andamento del mercato del lavoro, i dati sembrano puntare alla crescita, specialmente per quanto riguarda gli ultimi mesi del 2024, quando InfoJobs fa sapere di aver registrato circa 16 mila offerte tra ottobre e dicembre, corrispondenti a un aumento dell'8,4% rispetto all'anno precedente. Il turismo e la ristorazione sembrano essere proprio i settori che hanno guidato questa crescita, insieme a commercio, GDO e retail, certamente condizionati da affluenza e vendite del periodo natalizio. Tuttavia, a riprova che sempre di stagionalità e di precarietà si sta parlando, le offerte di lavoro si sono concentrate su contratti temporanei. Particolarmente florido il mese di novembre, che rispetto agli anni passati vede crescere del 26% turismo e ristorazione invertendo il trend tradizionale e anticipando di un mese le tendenze natalizie. La figura del cameriere è il profilo più richiesto della stagione, seguito da animatore turistico e barman. Dalla ricerca di LinkedIn sui lavori in crescita nel 2025, inoltre, al primo posto troviamo la figura del consulente di viaggio, che viene prima di ingegnere dell'Intelligenza Artificiale e HR administrator. Al quarto posto troviamo un'altra professione turistica, l'addetto alle prenotazioni. Secondo LinkedIn, quindi, i settori in crescita sono: turismo, eventi, marketing e risorse umane. Il turismo, insieme al "settore" della sostenibilità, risulta essere quello dove al momento si assumono più donne.

**17 gennaio. APPLICAZIONI TURISTICHE DELL'AI.** In occasione del G7 Turismo dello scorso novembre a Firenze, Eurispes ha diffuso uno studio sul turismo e sugli aspetti da cui ripartire per la crescita del settore, indicando in primis la digitalizzazione. Si propongono diverse strategie per sfruttare l'Intelligenza Artificiale (AI) nel settore del turismo, cruciale per la competitività italiana. Nonostante l'Italia sia in ritardo nella digitalizzazione rispetto ad altri paesi, l'adozione dell'AI porterebbe significativi miglioramenti, come l'aumento dei profitti e la riduzione dei costi operativi (a patto che tra questi non ci sia anche il costo del lavoro, verrebbe da obiettare). Le principali applicazioni potrebbero riguardare la personalizzazione dell'esperienza turistica, l'automazione del servizio clienti, e la gestione dei prezzi. L'adozione di un approccio basato sui dati, combinato con la sostenibilità, potrebbe contrastare l'overtourism, mentre la proposta di una "Robot Tax" mira a riqualificare il mercato del lavoro. Inoltre, l'AI favorirebbe lo sviluppo di destinazioni turistiche "intelligenti" e ottimizzerebbe i flussi turistici. Il condizionale è d'obbligo.

**14 gennaio. ITALIA ALL'AVANGUARDIA LGBTQ+.** Nasce nel turismo italiano il primo protocollo specificamente dedicato all'accoglienza della comunità LGBTQ+ sotto forma di una vera e propria certificazione. Il protocollo è stato sviluppato da Sonders & Beach gruppo specializzato nel turismo sostenibile e inclusivo, in collaborazione con l'Aitgl, Ente Italiano Turismo Lgbtq+, ed è stato validato da Rina, gruppo multinazionale di certificazione attivo in più di settanta Paesi. Magari fosse così anche per le strade e nelle piazze.

**12 gennaio. PREVISIONI DI RICAVO.** Secondo il report Cerved Industry Forecast, il settore turistico e dei servizi sarà tra i più dinamici nei prossimi anni, con una significativa crescita dei fatturati. Nonostante un contesto geopolitico incerto, le imprese italiane dovrebbero vedere una ripresa dei ricavi, con un incremento previsto del +1,2% nel 2025 e +1,4% nel 2026. Tuttavia, fattori esterni come dazi Usa e tensioni internazionali potrebbero influenzare questa tendenza positiva. I comparti con le performance migliori includono turismo, ristorazione, informazione e comunicazione, con il turismo che vedrà una crescita continua, grazie anche alla ripresa dei viaggi e degli investimenti in infrastrutture. Tra i settori con maggiore potenziale figurano anche le energie rinnovabili e i trasporti aerei e ferroviari.

**23 dicembre. TRILIONI DI BOLLICINE.** Nel 2024, il mercato degli spumanti italiani continua a crescere, con un incremento della produzione nazionale di circa il 9%, raggiungendo quasi il miliardo di bottiglie. Sebbene i consumi siano stazionari in Italia, con una preferenza per il Prosecco e una forte stagionalità delle vendite, l'export sta registrando un notevole successo, con un aumento del 7-9% in valore e un +14% in valore al consumo. I mercati principali per le bollicine italiane includono USA, Canada, Australia e Francia, mentre paesi come Cina e Germania vedono una flessione. L'export delle bollicine italiane rappresenta ora il 30% del totale, con un fatturato annuale che supera 1,7 miliardi di euro. Il segmento premium, inclusi Franciacorta e Trento DOC, sta guadagnando terreno, mentre l'e-commerce, dopo un boom, è in fase stazionaria. Per il futuro, si prevede una continua crescita, con una domanda crescente di bollicine IGT. Se ogni bottiglia contiene circa 50 milioni di bollicine...