

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 7 - 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.

* * *

FUTURO PROSSIMO. GLI INTERNAZIONALI DI TENNIS DI ROMA. Ci siamo quasi: dal 29 aprile al 18 maggio 2025 si terrà questa prestigiosa competizione, nata a Milano nel 1930 e poi trasferitasi a Roma dal 1935. A proposito di impatto (o accountability, se proprio vogliamo) dal 2004 al 2024 le presenze dell'evento sono cresciute del 513%, arrivando a 356.424 spettatori e 132.401 tra giocatori, staff, stampa e fornitori. Un impatto diretto di 275 milioni, che diventano 616 calcolando anche quello indiretto e l'indotto. Si sono generati 121 milioni di gettito fiscale e 4.122 occupati full-time equivalenti. È stato calcolato anche il beneficio sociale, che ammonta a 258 milioni, con un ritorno sociale (SROI) pari a 6,8. Complimenti e auguri per l'edizione 2025, con l'invito ad insegnare a tutti come si fa e come si calcolano gli effetti, che ce n'è molto bisogno.

10 aprile. UN TURISMO CHE NON CONOSCE OSTACOLI. Il WTTC ha annunciato livelli di spesa record per il turismo, a quanto pare per niente condizionati dall'incertezza del panorama geopolitico, o forse proprio stimolati dal desiderio di "carpe diem"¹. Nel 2025, infatti, è prevista una spesa dei viaggiatori internazionali di oltre 2 trilioni di dollari, a cui si somma quella del turismo domestico, che supererà i 5,5 trilioni. L'occupazione mondiale di settore nel 2025 sfiorerà i 371 milioni di addetti (erano 357 milioni nel 2024), con una previsione di aumento fino a 462 milioni nel 2035, ovvero il 12,5% degli occupati nel mondo. Se non è un destino, poco ci manca.

9 aprile. ESPORTS: PROFESSIONI E INVESTIMENTI. Nel 2024, gli Esports (sport elettronici di livello agonistico e professionistico) si confermano come una realtà solida in Italia, attirando investimenti e generando occupazione. Secondo una ricerca di IZI Spa e Osservatorio Italiano Esports, il 71,4% delle aziende considera strategici gli investimenti nel settore, con il 25% che destina tra 5.000 e 10.000 euro e oltre il 21% che supera i 100.000 euro. Parallelamente, emergono nuove professioni legate agli Esports, non solo Gamer professionisti, ma anche Performance Coach, Data Analyst e Caster (i telecronisti degli Esports), i Content Creator, i Manager di team, i Talent Scout, gli esperti di sponsorship, designer, editor video e community manager, creando un mercato del lavoro

¹ WTTC – Oxford Economics, Economic Impact Research 2025.

diversificato di figure altamente specializzate. Inoltre, i brand stanno guadagnando visibilità sui social: EA Sports è presente nel 26,4% dei post, seguita da Kappa e Mediacom. È in larga misura un territorio ancora inesplorato, ma fondamentale per le aziende che vogliono raggiungere la Generazione Z in modo diretto.

5 aprile. CONTINUAVANO A CHIAMARLI "AFFITTI BREVI". La ricerca del Politecnico di Torino sul business di Airbnb fa un po' di chiarezza su questo comparto che è diventato fondamentale nel panorama dell'offerta turistica²: i posti letto sono cresciuti del 52% in sette anni, e nel 2024 il numero di strutture sul mercato arriva a 754.018 unità con oltre 3 milioni di posti letto. Roma guida il ranking degli annunci (47.094), ma è il Sud a crescere più velocemente, sia in termini di numero che di ricavi: +250% gli annunci a Bari, +98% a Napoli, +90% a Catania. Crescono anche il numero di notti prenotate e le tariffe, di pari passo con la crisi delle altre forme di affitto, con conseguenze sul mercato immobiliare tradizionale, da più parti denunciate. I beneficiari primari, i veri competitori di chi cerca casa in affitto, sono le agenzie e i gestori professionali, più che non i semplici host che affittano una sola seconda casa. I large host (i gestori professionali) hanno in mano circa il 19% degli alloggi, con una media di oltre 42 unità a testa. Ma visto che le agenzie immobiliari nelle località turistiche ci sono sempre state, forse la cosa più interessante è la loro diffusione nelle città (il nuovo potente attrattore italiano), e l'emersione di molte affittanze una volta totalmente "nere".

7 aprile. ITALIANI E TEMPO LIBERO "DI QUALITÀ". Il tempo che dedichiamo a noi stessi al di fuori degli impegni è un campo di battaglia tra i diversi usi che possiamo farne, e tra i diversi prodotti/servizi che possiamo comprare a questo scopo. Ne parla una ricerca globale di Amazon Ads e Crowd DNA: in Italia il 29% considera le proprie settimane "piuttosto stressanti" e il 35% ha solo 9 ore (o meno) di tempo "di qualità" a settimana, troppo poche per farci del turismo anche in forma di microvacanze. I principali ostacoli a un tempo davvero desiderato sono vincoli finanziari, ansia e stress lavorativo. Oltre il 70% degli italiani cerca di ritagliarsi del tempo per sé, privilegiando attività come crescita personale (41%) e creatività (32%). L'intrattenimento (libri, film, musica, televisione e videogiochi – vedi anche Esports) gioca un ruolo cruciale, con il 71% che preferisce scegliere attivamente i contenuti piuttosto che farsene bombardare. Il 66% preferisce trascorrere il proprio tempo di qualità con gli altri. Quanto alla pubblicità dei brand specializzati, il 51% degli italiani predilige annunci brevi e non intrusivi, mentre solo il 6% è influenzato da testimonials e content creator (la metà che negli USA). Un ritratto tutto sommato efficace e consolante dei nostri concittadini e del loro libero arbitrio.

2 aprile. A PROPOSITO: NON SOLO TV. L'audiovisivo italiano ha un valore di 15 miliardi di euro e nel 2023 ha registrato una crescita del 3,9% rispetto all'anno precedente; lo dicono

² Centro Studi del Politecnico di Torino su database AirDNA.

eMedia e Istituto Bruno Leoni. Se si considerano anche dispositivi e connessioni, il valore totale supera i 36 miliardi. Dal 2018 al 2023, il tasso di crescita annuo composto è stato del 3,6%. La TV rimane il principale mezzo, ma i video online sono aumentati del 230% dal 2018, diventando il canale preferito dalle nuove generazioni, come pure i videogiochi – vedi Esports. Questo cambiamento rientra a pieno nell'evoluzione dei media, e richiama gli investitori pubblicitari, anche nel turismo, alla necessità di conoscere ed innovare continuamente i media, i contenuti ed i messaggi.

31 marzo. IL LAVORO CHE MANCA, I LAVORATORI DA CONQUISTARE. Negli ultimi tre anni, il settore della ristorazione in Italia ha visto un notevole aumento delle offerte di lavoro, con le richieste che superano i candidati. Un'analisi di Indeed ha evidenziato tra le professioni in crescita proprio quelle legate alla ristorazione, oltre a quello dell'assistenza alla persona. Tra le professioni del settore HoReCa, gli addetti alla ristorazione (+472%), receptionist (+343%) e baristi (+312%) sono i più richiesti. Tra le priorità delle aziende dovrebbe esserci anche la creazione di ambienti di lavoro più attrattivi e motivanti. Per questo Majorian ha lanciato un programma per affrontare la carenza di professionisti nel settore dell'ospitalità e migliorarne l'immagine sociale. Si chiama Peace&Work e, a partire dal 2023, ha coinvolto oltre 4.300 lavoratori dipendenti attraverso 252 audit in Francia e Italia, allo scopo di studiare come migliorare la qualità della vita lavorativa nel settore dell'ospitalità. Attraverso l'elaborazione di piani di azione specifici per ogni struttura, queste possono certificare la propria qualità della vita lavorativa, puntando ad attirare talenti e trattenendo il personale già occupato.