

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 14 - 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.

* * *

24 luglio. ARRIVANO I NOSTRI: REGOLE ANCHE PER GLI INFLUENCER. I social network sono ormai una parte integrante della vita quotidiana, e la componente degli *influencer* e dei *content creator* continua a espandersi. Adesso (finalmente, verrebbe da dire, dopo casi di cronaca clamorosi come quello di Chiara Ferragni) anche questo ambito è stato regolamentato, grazie all'introduzione di un Codice di Condotta sviluppato dall'Agcom¹, con l'obiettivo di tutelare gli utenti e rappresentare un punto di riferimento importante per il digitale. Il codice prevede regole semplici e si applica agli influencer "rilevanti", che hanno almeno 500.000 follower e/o registrano almeno un milione di visualizzazioni mensili. Le disposizioni riguardano principi di etica e trasparenza nei confronti dei consumatori e degli utenti, come: imparzialità e correttezza nell'informazione, tutela dei minori, rispetto dei diritti d'autore, contrasto ai discorsi d'odio, rispetto della dignità umana e trasparenza nelle comunicazioni commerciali. Chi non rispetta queste regole può incorrere in sanzioni fino a 250.000 euro, mentre nei casi che coinvolgono danni ai minori, le multe possono arrivare fino a 600.000 euro. Un altro pezzetto di "anarchia lucrosa", da alcuni salutato come "*disruptive*", è stato almeno recintato e regimato, immaginiamo con grande scorno dei furbetti che ci si sono finora arricchiti in nero.

17 luglio. L'EUROPA È ANCORA LA META PREFERITA? Secondo il barometro dell'European Travel Commission, se noi Europei viaggiamo sempre di più verso mete "esotiche", lo stesso non si potrebbe dire per gli altri, che in quota scelgono sempre meno il "Vecchio Continente" come destinazione, soprattutto per motivi economici. La maggior parte degli intervistati, infatti, percepisce l'Europa come una meta molto costosa (e non hanno tutti i torti), e questo rappresenterebbe il principale ostacolo. Rispetto allo stesso periodo del 2024, le intenzioni di viaggio verso l'Europa sarebbero passate dal 41% al 39%. I Paesi emissari di domanda dove si registrerebbe il calo maggiore sono il Giappone, con una diminuzione del 13%, seguito dagli Stati Uniti (-7%, e si capisce), dal Brasile (-6%) e dal Canada (-5%). Al contrario, la Cina è il Paese con l'aumento più significativo: il 72% degli intervistati cinesi prevede di venire in Europa, con un incremento del 10% rispetto all'anno scorso. A vederle dall'Italia, queste previsioni sembrano un po' campate per aria, ma come al solito sarà il consuntivo, "La Storia", a dare torto o ragione.

¹ Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

15 luglio. AIRBNB: È TUTTO ORO? Secondo l'analisi di Nomisma per Airbnb, questa genererebbe un impatto economico significativo per l'Italia, con un valore di 20 miliardi. Inoltre, la piattaforma avrebbe un impatto positivo su altri settori, quali attività locali, trasporti e ristorazione, creando 139.000 posti di lavoro (Quali? In quali settori? Con quali forme contrattuali?). Airbnb avrebbe avuto un ruolo rilevante anche sul settore immobiliare, riutilizzando case inutilizzate e sfitte. In Italia, infatti, il 13% degli immobili risulta vuoto e solo l'1,1% del patrimonio complessivo degli immobili è destinato agli affitti brevi. Comunque, a conferma del furbettismo etichettato "disruptive", dopo la maggiore regolamentazione del Codice Identificativo Nazionale (CIN) a partire da gennaio 2025, gli affitti brevi sono calati del 15%. Airbnb, a suo dire, adotta misure per tutelare le città, distinguendo tra host occasionali e professionali e versando l'imposta di soggiorno, quando prevista, per garantire la massima trasparenza. Infine, la piattaforma promuoverebbe un turismo più sostenibile, redistribuendo i flussi verso le aree meno centrali: oggi, infatti, la metà dei pernottamenti avviene al di fuori delle grandi città. Nelle comunità più piccole, la presenza di Airbnb avrebbe favorito la crescita del reddito delle microimprese locali fino al 23%, contrastando così lo spopolamento. Candidata per il Nobel, ma forse meglio l'Oscar per la migliore recitazione.

14 luglio. CITTÀ SEMPRE PIÙ VERDI. Per l'ISTAT le città stanno sviluppando sempre nuove strategie per rendere l'ambiente urbano più sostenibile. Tra le principali azioni emergono l'espansione della forestazione urbana (anche per contrasto al riscaldamento globale), la ripresa del car sharing, l'aumento delle piste ciclabili (+27,4% in cinque anni), la crescita dei punti di ricarica per veicoli elettrici (+34,5% dal 2022 al 2023) e l'installazione di un numero sempre maggiore di pannelli fotovoltaici. In generale, nonostante il miglioramento della qualità dell'aria, nei centri urbani e nei capoluoghi i livelli di inquinamento restano pericolosi per la salute per polveri sottili e ozono. Le Amministrazioni comunali (non tutte, non ovunque) continuano quindi a sviluppare strategie innovative, trasformando le città in veri e propri "laboratori per la sostenibilità". I cittadini ci sperano, ed intanto i turisti dimostrano di apprezzare: le città italiane sono infatti il vero prodotto globale che abbiamo.

11 luglio. LE SOLITE VACANZE AD AGOSTO? Le indagini svolte da Isnart per Unioncamere ed Enit affermano che i trend estivi sono più che positivi: otto camere su dieci sono già prenotate ad agosto, e si stima un giro d'affari di circa 15 miliardi di euro per le prenotazioni alberghiere. Attualmente, giugno ha registrato il 60% delle vendite, luglio il 70% e agosto l'80%, ma si prevede che si possa raggiungere il 90%. Secondo le statistiche sulle prenotazioni anticipate, la montagna insegue il mare in termini di preferenze, con rispettivamente il 76,6% e il 77,4% di prenotazioni già raccolte. Raccolgono ospiti anche le città d'arte (71,9%), e le "aree verdi" (75,5%). Inoltre, molti turisti quest'anno hanno deciso di viaggiare anche in autunno, e questo evidenzia una crescente capacità di destagionalizzare l'offerta turistica e di attrarre visitatori anche oltre i tradizionali mesi estivi. Buone notizie se il flusso si ripartisce, cattive se si assottiglia o si concentra troppo.

SL&A A MARATEA CON GOLETTA VERDE. Il 29 luglio SL&A è stata a Maratea per gli Stati Generali dell'Area Marina Protetta Costa di Maratea, nell'ambito di Goletta Verde 2025 organizzato da Legambiente. Un'occasione di riflessione concreta sulle politiche per la blue economy, la tutela della biodiversità e la valorizzazione sostenibile del territorio per un turismo più consapevole. Stefano Landi è intervenuto al tavolo tecnico sull'economia del mare, portando l'esperienza di SL&A nella governance turistica delle destinazioni. Continuiamo a contribuire con idee e visione strategica alla costruzione di un futuro turistico sostenibile e responsabile: quello che conta è il tempo lungo!