

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 16 - 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.

* * *

1° settembre. LA NOTORIETA' NON FA LA REPUTAZIONE: IL CASO USA/TRUMP NEL TURISMO.

"Non tutta la pubblicità è buona pubblicità" è la constatazione di The Economist confrontando la sovra esposizione mediatica degli USA e del Presidente con i risultati: - 3,8% di passeggeri internazionali negli aeroporti, ma addirittura - 5,5% tra maggio e luglio 2025. Molto più marcato per quanto prevedibile il calo dal Canada, dove si arriva al -13% durante l'estate. Se aggiungiamo la crescita dei viaggi all'estero degli statunitensi (+ 3%), **lo squilibrio commerciale è aumentato, con buona pace dei dazi.**

1° settembre. TURISMO LABOUR INTENSIVE, MA INTRINSECAMENTE POVERO. Secondo quanto emerge da "Viaggiando con il Ministero", redatto dal MITUR, il mercato del lavoro italiano risulta fortemente influenzato dal settore: nel trimestre agosto-ottobre sono previste oltre 260mila assunzioni (ossia il 18,6% del totale generale). Ma cresce anche un filone scientifico di critica, sintetizzato da Maria Sole Lisciandro su Il Post: "... è un settore pieno di problemi, vecchio, con poca concorrenza, condizioni di lavoro massacranti, stipendi bassissimi, con scarso potenziale di innovazione, e un alto impatto sui territori ...". **Raccomandazione teorica: sarebbe auspicabile lo sviluppo in settori a più alta produttività.**

settembre 2025. LA MONTAGNA È DI TUTTI, MA NON PER TUTTI. Quest'estate, un italiano su sette ha preferito il fresco, il trekking e l'aria incontaminata rispetto al lettino in riva al mare. Ma la montagna è davvero per tutti? Il Corpo Nazionale Soccorso Alpino e Speleologico a fine luglio, ha contato 83 vittime, con una media di 3 al giorno, un numero che è aumentato ancora nel mese di agosto, superando il centinaio. C'è anche chi va in montagna solo con l'elicottero: è questa la denuncia del CAI. Almeno, un dato positivo c'è: il turismo montano ha avuto un impatto economico rilevante, contribuendo al 6,7% del PIL delle montagne italiane. **Tanto o poco, è sempre meglio dello spopolamento.**

7 agosto. VIAGGI LOW COST O STAYCATION? L'ESTATE ITALIANA SI REINVENTA. L'inflazione si fa sentire soprattutto d'estate. Gli italiani non vorrebbero rinunciare alla vacanza estiva, ma devono fare i conti con il portafoglio: secondo YouGov fissano un budget e spesso scelgono mete italiane, dove le possibilità economiche sono più accessibili; invece secondo IZI il 70% di chi ha cercato mete alternative all'estero lo ha fatto per spendere meno. Eppure, non avendo abbastanza soldi molti non partono: secondo YouGov sono il 25%, secondo IZI il 22,4%. Non è una novità, ma è diventato di moda chiamarla "staycation". Non si tratta solo di poltrire sul divano, ma di riscoprire le bellezze del

proprio territorio, organizzare incontri con amici e provare nuove attività in compagnia. **Magari è solo una consolazione, ma non tutto il male...**

6 agosto. L'ITALIA CREA SAPORI MA NON VALORE. Uno dei punti di forza dell'Italia è senza dubbio la sua cucina. Ma questo comparto soffre della mancanza di professionisti capaci di favorire il suo sviluppo. Secondo l'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, tra le figure principali emergono il product manager, l'hospitality manager, e il curatore di esperienze enogastronomiche, che crei attività memorabili legate alle stagioni, come la vendemmia, la raccolta delle olive o feste e sagre tradizionali. **Ma in cucina qualcuno bravo ci dovrà pur restare!**

30 luglio. I VIAGGI DEL FUTURO NELLA SFERA DI CRISTALLO. Il turismo non sta vivendo nuove tendenze solo in Italia, bensì in tutto il mondo. Secondo le stime di BCG, il turismo di piacere raggiungerà un volume di 15 miliardi di dollari entro il 2040, grazie anche ai mercati emergenti, in particolare Vietnam, Cina, India e Arabia Saudita. Aumenterà innanzitutto il turismo nazionale (da 11,7 miliardi a 18 miliardi tra 15 anni), seguito da quello per macroaree geografiche (si stima che dagli attuali 710 miliardi si arriverà a 2 mila miliardi entro il 2040). Oltre a quelli citati, a generare un impatto economico saranno anche l'Egitto, la Bulgaria, il Bangladesh e il Marocco, ai quali si aggiungono i "newcomer" come la Bolivia, la Malesia e la Turchia. A cambiare sono anche i compagni di viaggio: il *solo-trip* è sempre più comune e crescono i viaggi composti da più generazioni, con genitori, nonni e nipoti che partono insieme. **Ci vediamo nel 2040 per verificare i risultati, non mancate!**