

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 20 - 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.

* * *

5 novembre. 2025: ROMA PIENA DI TURISTI, MA INCASSI MENO CHE PROPORZIONALI. L'anno del Giubileo sta facendo registrare un boom di turisti a Roma, sia italiani sia stranieri, ma, secondo quanto riportato dalla Banca d'Italia, il budget individuale non è aumentato e, nonostante gli arrivi siano cresciuti, la spesa pro-capite è diminuita. Secondo i dati della Banca d'Italia, nei primi sei mesi del 2025, gli arrivi dall'estero sono aumentati del 38,8%, la spesa complessiva del 25,7%, mentre la spesa quotidiana è scesa del 10%. Per quanto riguarda gli alberghi, solo quelli di lusso hanno registrato un aumento del 2,5% nel periodo gennaio-agosto, nonostante le 25 milioni di presenze complessive, che però in larga misura hanno preferito bed and breakfast e case vacanza. Insomma, Roma è di nuovo affollata, ma sembra che i turisti tengano il portafoglio chiuso a chiave. Era già successo nel duemila, e qualcuno un po' cinicamente evocò la Legge di Gresham (formulata nel 1558): **la moneta cattiva scaccia quella buona.**

1° novembre. DOVE DORMO A CORTINA? Se Roma ha l'anno Giubilare, Milano e Cortina stanno per ospitare i Giochi Olimpici Invernali 2026, e, almeno per ora, l'impatto economico sembra promettente. Secondo l'analisi di Visa Consulting & Analytics, tra l'1 e il 21 febbraio prossimi si prevede un aumento del 160% dei visitatori stranieri rispetto allo stesso periodo del 2025, con i picchi maggiori attesi nei giorni delle cerimonie. I dati, basati sugli acquisti di biglietti aerei verso i sei aeroporti "olimpici", segnalano un'impennata per Milano Linate (+450%) e Malpensa (+190%). In testa agli arrivi ci sono Stati Uniti, Regno Unito, Canada e Paesi Bassi, mentre i tedeschi risultano i più attivi negli acquisti, seguiti da americani, francesi e inglesi. Inoltre, i dati sono ottimisti: 95% delle PMI del Nord prevede benefici economici e il 65% degli italiani considera l'evento un catalizzatore di innovazione tecnologica, secondo la Fondazione Milano Cortina 2026. Visto che però le strutture ricettive sono già abbastanza sature, **dove li metteremo a dormire tutti quanti?**

1° novembre. SIAMO IL PAESE DELLA BELLA VITA (PER GLI ALTRI)? Secondo l'Edizione 2025 del Luxury Hospitality Report di Thrends, l'Italia diventerà la seconda nazione al mondo per numero di hotel a 5 stelle nel 2028, superando la Cina e piazzandosi alle spalle degli Stati Uniti. Attualmente, in Italia ci sono 745 alberghi a 5 stelle e sono previste 170 nuove aperture, che porteranno il totale a 900 all'inizio del 2028. Oggi, il 63% degli hotel a 5 stelle si trova in sei regioni italiane: Toscana, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Lazio, Veneto e Campania. Queste destinazioni sono principalmente scelte da una clientela internazionale, in particolare da tedeschi, statunitensi e inglesi, e hanno registrato un aumento del fatturato del 14% rispetto all'anno scorso. Le prossime aperture sono

previste nelle città di Roma, Milano e Venezia, nelle località di mare di Taormina e Arzachena e in quelle di montagna di Cortina d'Ampezzo, e riguarderanno principalmente grandi catene internazionali come Hilton, Marriott, IHG e Accor. Le previsioni economiche sono positive: il mercato del turismo di lusso raggiungerà i 2,9 miliardi di dollari nel 2032, rispetto ai 2,3 miliardi del 2024, con una crescita annua del 3,62%. A dirlo è **Credence Research, e il nome è tutto un programma.**

27 ottobre. DA FORNITORE A PARTNER: LA STRATEGIA DI DECATHLON. A proposito di nuovi prodotti turistici, la catena ha sposato una nuova idea: che il viaggiatore in vacanza non cerca solo di rilassarsi, ma vuole benessere, autenticità e sport. Lo sport non è solo attività a casa o vacanze a tema, ma un modo per migliorare l'intera esperienza del viaggio. Il colosso delle attrezzature sportive è quindi diventato, da semplice fornitore, un vero e proprio partner strategico B2B che arricchisce i pacchetti vacanza e trasforma villaggi, campeggi e hotel. La "nuova linea" di Decathlon offre di tutto: dagli allestimenti per ping-pong e beach volley ai servizi di noleggio o rivendita di attrezzature quali SUP, kayak ed escursioni. Anche il personale è all'altezza della situazione, offrendo consulenza sull'equipaggiamento ideale e supportando le aziende nell'organizzazione di viaggi incentive, team building e convention per le attività sportive. Lo aveva già capito la Regione **Emilia-Romagna creando la Wellness Valley con Technogym, adesso la forma dilaga.**

27 ottobre. LA FRANCIA SCOPRE DI ESSERE L'OSPITE, NON IL PADRONE DI CASA. Airbnb, nata come un'idea tra due coinquilini californiani con tre materassini gonfiabili, oggi è un colosso globale dell'ospitalità. Secondo Le Monde, in Francia, avrebbe trovato il suo vero Eldorado: un paese turistico per eccellenza, forse il più desiderato a livello globale, con tante seconde case, regole fiscali favorevoli e una cultura dell'accoglienza già consolidata. Per anni, i Francesi si sono vantati di saper gestire il turismo meglio di chiunque altro e di essere i "maestri dell'accoglienza", ma la piattaforma americana li ha in una certa misura esautorati. Airbnb non si accontenta di vendere case: ora propone anche il tour in 2CV (la mitologica Due Cavalli), la manicure o la lezione di bocce. Dietro la facciata cool del turismo "autentico", c'è una macchina che fattura miliardi e spinge il governo francese a correre tardivamente ai ripari, introducendo nuove regole e tasse aggiuntive. La Francia, **da altezzosa vetrina del turismo europeo, è ormai diventata uno dei mercati che fa fatturare la Silicon Valley.**

ottobre. SL&A NEWS DETOUR. SL&A supporta con piacere la diffusione del progetto europeo DETOUR, un'iniziativa dedicata alle PMI attive lungo la Via Francigena italiana che vogliono accrescere le proprie competenze nel turismo sostenibile e innovativo. Il programma offre formazione e mentoring gratuiti, grazie a un percorso finanziato dall'Unione Europea e coordinato dal Comune di Fidenza, in collaborazione con l'European Association of the Via Francigena e partner internazionali.