

# TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

## TTP Newsletter n° 11 - Anno 2026

*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.*

\* \* \*

**3 giugno. TUTTO BENE: LA GUERRA NON FRENA I VIAGGI.** Secondo UN Tourism (già OMT), nel primo trimestre del 2026 sono 307 milioni i turisti che hanno viaggiato in tutto il mondo, sei milioni in più (il 2%) rispetto allo stesso periodo del 2025 nonostante l'impatto – a marzo – della guerra in Medio Oriente. Il conflitto ridurrà la crescita degli arrivi internazionali di 1 o 2 punti percentuali al di sotto delle previsioni iniziali, che stimavano un +3/4% per il 2026. L'Europa, che è la principale regione di destinazione turistica al mondo, ha accolto oltre 130 milioni di turisti internazionali nel primo trimestre del 2026, registrando un incremento del 4% e dando continuità al forte slancio del 2025 (+5%). Alcune mete hanno beneficiato del reindirizzamento dei flussi turistici. L'Europa mediterranea meridionale e settentrionale hanno entrambe registrato un aumento del 4% degli arrivi nel primo trimestre del 2026, mentre l'Europa centrale e orientale (+6%) ha proseguito la sua ripresa. **"Bicchiere piuttosto pieno"**.

**14 giugno. TUTTO MALE: L'EFFETTO GUERRA SI ABBATTE SULLE VACANZE.** Secondo Assoutenti, la guerra in Medio Oriente da un lato modifica le scelte delle famiglie, dall'altro porta a cambiamenti delle tariffe turistiche. Il primo dato è che i motori di ricerca specializzati in prenotazioni alberghiere mostrano che, chi decide di prenotare a giugno un soggiorno di 7 notti in una delle località di mare del nostro Paese per la settimana centrale di agosto, deve fare i conti con la scarsa disponibilità di strutture ancora libere e prezzi medi più alti: certo, se aspetta un altro po', avrà le tariffe di settembre. Di contro spostarsi in aereo per raggiungere mete estere anche esclusive risulta quest'anno particolarmente conveniente, grazie al calo della domanda di biglietti aerei legato al conflitto in atto. E quindi un'alternativa è bella che pronta. Il rischio è che la guerra sia utilizzata dagli operatori del settore per applicare rincari di prezzi e tariffe anche per voci che nulla hanno a che vedere con la situazione geopolitica internazionale, realizzando una speculazione sulle vacanze estive degli italiani. **"Bicchiere molto vuoto"**.

**15 giugno. EPPUR SI MUOVE!** Inizia ad emergere un dato che invece dovrebbe essere lampante, dato lo specifico sistema tariffario: secondo Trenitalia, nel 2025 sono stati 2,1 milioni i passeggeri per i viaggi di istruzione. Per quanto la tendenza del comparto non sia valutata come favorevole, schiacciato com'è dalla riduzione delle risorse pubbliche disponibili, con le famiglie che devono pagare da sé le gite, nell'anno scolastico in corso le prenotazioni

sono aumentate del 12% rispetto a quelle dell'anno precedente, con 150 mila viaggi in più. Le città sono preferite da docenti e studenti. Firenze, Roma, Milano, Bologna, Torino, Pisa, Napoli e Palermo sono state le mete più scelte nell'anno scolastico in corso. Tra le destinazioni più raggiunte ci sono anche quelle venete (Venezia, Verona, Padova), la Campania (anche Caserta e Pompei), l'Emilia-Romagna (oltre Bologna, Ravenna, Modena, Rimini, Parma) e la Toscana (Lucca e Prato). **Quando c'è la stazione si va in treno, altrimenti pullman, se tutto va bene.**

**9 giugno. LAVORARE STANCA, E METTE PURE ANSIA.** Secondo European Working Conditions Survey (Ewcs), riportata da lavoce.info, la salute dei lavoratori è una componente fondamentale della produttività e della sostenibilità dei sistemi di welfare. Tra le sue dimensioni, la salute mentale è forse la più sottovalutata: difficile da misurare, spesso invisibile nei dati ufficiali, ma con costi rilevanti per le imprese, i lavoratori ed i sistemi sanitari. Se si misura la quota di lavoratori che hanno dichiarato l'ansia come problema di salute negli ultimi dodici mesi, nel 2010 il dato era dell'8,6%; nel 2015 era salito al 14,7%; nel 2024 ha raggiunto il 20,7%. Le differenze per genere e per età sono marcate: tra le donne l'ansia nel 2024 supera il 25%, contro il 16% tra gli uomini. I giovani di 16-29 anni mostrano l'aumento più pronunciato: dal 6,4% del 2010 al 20,9% del 2024, quasi triplicando in quindici anni. Tra le cause osservate, quelle psicosociali sembrano avere un ruolo particolarmente rilevante: la qualità delle relazioni sul luogo di lavoro, il sostegno ricevuto da colleghi e superiori, il grado di autonomia e la gestione dell'intensità del lavoro emergono come fattori importanti nel legame tra condizioni di lavoro e salute mentale. Questo suggerisce che le politiche per il lavoro non devono limitarsi a intervenire sui soli aspetti contrattuali o salariali, ma anche sull'organizzazione quotidiana del lavoro, la qualità della gestione e la prevenzione dei rischi psicosociali. In più, se una popolazione attiva che si riduce e invecchia impone di trattenere più persone nel mercato del lavoro, occorre anche affrontare il deterioramento della salute mentale, in quanto i lavoratori più anziani presentano livelli più elevati di rischio. **Lavorare meglio, lavorare tutti.**

**1° giugno. PER IL TRENINO "A QUATTRO STAGIONI" SERVONO LAVORATORI DAL MONDO.** A fronte della spinta ad un turismo sempre aperto (una volta si sarebbe detto stagionalizzato) che arriva sia dalle imprese che dai turisti, il vero problema adesso è la carenza di manodopera, sostengono gli Albergatori. Mentre l'arrivo di lavoratori argentini è stato un successo, ora si punterà su Brasile, Ruanda e Uganda, e su un progetto per i richiedenti asilo. «Per chi dimostra volontà di integrarsi e lavorare vogliamo costruire, insieme alle categorie economiche, un percorso concreto di avvicinamento al mondo del lavoro», sostiene il Presidente della Provincia autonoma Fugatti. «Nelle prossime settimane partirà la sperimentazione pilota rivolta ad alcune donne straniere prive di una sistemazione stabile, con l'obiettivo di accompagnarle in un percorso di integrazione e inserimento», E continua: «La Provincia farà la propria parte, in collaborazione con il sistema produttivo», ma con una richiesta: «Il tema dell'alloggio dei lavoratori va affrontato in modo condiviso con le categorie economiche». **Il lavoro richiede case.**

**Maggio. SE LE FAMIGLIE ESISTONO E ANCORA SCELGONO L'HOTEL.** Tra gli effetti dell'inverno demografico c'è anche la "scomparsa" della famiglia tradizionale e l'esplosione delle forme in cui le persone si aggregano in vacanza. Un'indagine realizzata da Italy Family Hotels basata sulle risposte di oltre 1.200 famiglie italiane individua le tendenze che stanno ridefinendo il mercato del family travel e che aiutano gli hotel a migliorare o sviluppare nuovi servizi. La vacanza non è più concentrata in un unico appuntamento estivo: l'82% delle famiglie prevede di effettuare più di un viaggio nel corso del 2026, con una media di 2,7. Il 70% viaggerà con il proprio nucleo ristretto, ma cresce anche la formula allargata, con il coinvolgimento dei nonni (9%) e dei gruppi di famiglie amiche (11%). Un dato significativo riguarda anche la finestra di prenotazione: a metà aprile 2026 il 63% delle famiglie non aveva ancora prenotato le vacanze estive. Il mercato si orienta verso una logica di multibreak ("microvacanze", come le chiama SL&A) distribuita durante l'anno. I soggiorni brevi, che nel biennio 2023-2024 rappresentavano una nicchia, oggi valgono il 34%. Sul fronte economico, il 74% delle famiglie prevede di spendere in linea con il 2025, mentre il 16% dichiara di voler investire di più. La vacanza punta al benessere di tutta la famiglia: il divertimento dei bambini resta prioritario, con il 95% che indica aspettative alte o molto alte. Ma accanto all'intrattenimento emergono nuove esigenze: il 79% cerca serenità e il 73% relax per i genitori. Cresce l'attenzione verso l'edutainment: l'82% dei genitori è disposto a spendere di più per strutture che offrano animazione educativa, laboratori artistici, corsi in lingua e attività sportive pensate per coniugare gioco e apprendimento. Quando i figli sono impegnati, i genitori privilegiano in hotel servizi come spa, escursioni per adulti, yoga, meditazione e spazi adults-only. **Bei tempi quando tutti volevano le stesse cose!**