

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 7 - 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.

* * *

10 aprile. PREZZO DEI VOLI? SU COME UN RAZZO, GIU' COME UNA PIUMA. "Dall'inizio della guerra in Iran, i prezzi dei biglietti sono saliti alle stelle, alcuni voli sono stati cancellati e si è diffuso il timore di rimanere senza jet fuel", scrive Le Monde riferendosi ad Air France-KLM. L'intero settore del trasporto aereo ha dovuto affrontare uno shock energetico di vasta portata. Il prezzo del cherosene ha registrato un aumento doppio di quello del petrolio. Già prima del conflitto rappresentava dal 20% al 30% dei costi delle compagnie. La riapertura dello Stretto di Ormuz alleggerirà questa pressione, ma il prezzo del cherosene dovrebbe rimanere su livelli ben superiori rispetto alle ipotesi su cui le compagnie avevano basato i propri bilanci. Dice Paul Chiambaretto di MBS: «*Nel settore si usa la metafora del razzo e della piuma: quando il prezzo del cherosene sale, i prezzi dei biglietti schizzano alle stelle, come un razzo. Quando scende, questi stessi prezzi ridiscendono molto lentamente, come una piuma.*» Dall'inizio del conflitto, più di 20 vettori hanno introdotto supplementi carburante o aumenti tariffari. Il trasporto aereo è forte, essendo passato da 500 milioni di passeggeri nel 1975 (pari al 12% della popolazione totale dell'epoca) a oltre 4,4 miliardi nel 2025 (il 55% di quella attuale), ma la debolezza del settore è economica. Se diversi vettori hanno cancellato voli e collegamenti, è soprattutto perché l'equazione finanziaria non è sostenibile con il cherosene a questi livelli. **Ancora la spirale petrolio-guerra-petrolio.**

9 aprile. SCOPERTA LA VITAMINA T? È solo una piccola notizia, ma potrebbe rivelarsi l'inizio di una nuova era. Secondo Astra Ricerche per 78% degli italiani il viaggio e la vacanza sono un momento di stacco dai problemi legati alla propria quotidianità. Ed emerge sempre di più il trend del viaggio inteso come rigenerazione: una vitamina per il benessere, la Vitamin T (dove T sta per Travel). Forse niente di nuovo, forse una rivoluzione: e se la frontiera del benessere mentale e psicologico, cui viene riconosciuta una fondamentale importanza post-materialistica, risiedesse anche e proprio nella vacanza? **Altro che consumo voluttuario.**

7 aprile. SE BASTASSE UN ALGORITMO... Secondo Lybra, col suo immane algoritmo di intelligenza artificiale, dopo l'attacco di Stati Uniti e Israele in Iran le ricerche di voli sono crollate fino al 58% (!), mentre quelle alberghiere solo tra il 4% e il 7% nella prima settimana. Tuttavia, al brusco ma prevedibile rallentamento della pianificazione di viaggi in Italia, è seguita una rapida ripresa delle ricerche per soggiorni nelle città d'arte del Paese. La

composizione della domanda però è cambiata. A rallentare in modo più marcato sono i mercati a lungo raggio, in particolare asiatici, più sensibili al rischio geopolitico e con tempi di pianificazione più lunghi. Al contrario, tengono – e in parte compensano – Europa e Nord America, dove i viaggiatori attendono qualche giorno prima di decidere, più che cancellare. È questo spostamento a permettere al sistema di riequilibrarsi rapidamente: meno domanda lontana e anticipata, più domanda vicina e flessibile. Le prenotazioni alberghiere per l'estate, rispetto allo stesso periodo del 2025, disegnano una geografia disomogenea. Roma accelera (+15,6%), Palermo cresce ancora di più (+20,9%), Napoli segna un +3,1% grazie a una maggiore resilienza e al sostegno di una combinazione di domanda internazionale e domestica. Rallentano, invece, Venezia (-15%), Milano (-12%) e Firenze (-4,7%) a causa di una maggiore esposizione ai flussi intercontinentali e al turismo business, più sensibile agli shock geopolitici. Insomma, **la diversificazione paga sempre.**

2 aprile. IL TURISMO LENTO VA DI CORSA. Sembra un ossimoro, ma in Italia sono già 600mila i podisti che ogni anno viaggiano per una corsa, trasformando la corsa nel pretesto per scoprire parchi archeologici, coste fuori stagione, grandi metropoli. Un'esperienza che coinvolge anche i loro accompagnatori, famiglie e amici. Un modo per sfruttare la prestazione atletica anche come occasione di turismo lento, con il viaggio che inizia quando finisce la gara. Che ci sia un forte nesso tra corsa, endorfine e benessere mentale è cosa nota. **Il cerchio del benessere non si chiude con il traguardo.**

2 aprile. PREVEDERE L'IMPATTO DI UN FESTIVAL: IL CASO COACHELLA. Data Appeal e Mabrian hanno analizzato i dati previsionali per capire il ruolo di Coachella come motore di domanda turistica nell'area di Greater Palm Springs. Durante i due weekend del festival (10/12 e 17/19 aprile 2026), si stima che il Coachella attirerà circa 250.000 visitatori. Fino al 30% arriverà tre giorni prima dell'inizio del festival e prolungherà il soggiorno fino a due giorni dopo. Gli arrivi anticipati per il campeggio, gli eventi collaterali e i pacchetti da 3-4 notti in hotel, contribuiranno ad allungare la permanenza media e a rafforzare la domanda per l'intero comparto dell'ospitalità. Le abitudini di spesa durante l'evento seguono un modello tipico dei festival, che genera benefici diretti per le attività locali e l'economia del territorio. Food and beverage rappresenta la quota maggiore della spesa (55%), seguita dall'alloggio (27%) e dai trasporti (18%). Gran parte dei partecipanti arriva in auto, soprattutto dalle aree vicine, mentre i voli commerciali rappresentano una quota più ridotta. Il settore alberghiero è tra i principali beneficiari del picco di domanda. Le tariffe segnano un +26% rispetto agli stessi weekend del festival del 2025, e un +61,6% rispetto ai due precedenti l'evento. Nel complesso, considerando solo la spesa turistica diretta, si stima che il festival genererà oltre 20 milioni di dollari sul territorio. **Tutta da valutare la legacy sulla destinazione.**

2 aprile. PARADOSSO ITALIANO: IL PAESE DEL CIBO PAGA CHI LO CUCINA. #gigirana, chef e blogger, firma una analisi impietosa. "La situazione è drammatica: la ristorazione italiana non è mai stata così celebrata e mai così sola. Stelle Michelin, storytelling, turismo gastronomico, programmi televisivi, influencer che piangono davanti a una carbonara. Eppure dietro la porta

della cucina non c'è più nessuno. Non è un'impressione romantica o nostalgica: mancano centinaia di migliaia di lavoratori tra ristoranti, bar e hotel, con stime che superano le 550.000 unità vacanti nel comparto. La domanda non è più: perché i giovani non vogliono lavorare? La domanda vera è: perché il lavoro che offriamo non è più desiderabile? Oggi un giovane vede cuochi quarantenni senza ferie, camerieri cinquantenni con contratti precari, e non ci sta. La nuova generazione non è meno laboriosa: vuole sapere quante ore farà. Vuole sapere quando riposerà. Vuole uno stipendio che permetta di vivere, non di sopravvivere. Non chiede privilegi: chiede normalità. Il risultato di questa crisi sarà probabilmente doloroso: molti ristoranti chiuderanno. Altri ridurranno i coperti, i giorni di apertura, le ambizioni. Ma quelli che resteranno saranno diversi. Più piccoli, più sostenibili, con orari più civili, con brigate più stabili. Meno eroismo, più normalità. **Meno mito, più mestiere**".

1 aprile. L'UNIONE EUROPEA CONSIGLIA CONSUMI RESPONSABILI. Il commissario europeo all'Energia Jørgensen invita cittadini e governi a cambiare rapidamente comportamento: "Anche se la pace arrivasse domani, non torneremmo comunque alla normalità nel prossimo futuro". L'Unione europea si prepara a una crisi energetica prolungata e invita cittadini e governi a cambiare, seguendo le raccomandazioni dell'Agenzia internazionale dell'energia: lavoro da remoto dove possibile; riduzione dei limiti di velocità di 10 km/h; maggiore utilizzo del trasporto pubblico; accesso alternato alle auto private; incremento del car sharing; guida più efficiente. Nel medio-lungo periodo, la priorità resta la transizione energetica, con un'accelerazione decisa sugli investimenti nelle rinnovabili. **Sembra di sentire Trump.**

30 marzo. FLEXPLOERER, CHI ERA COSTUI? Secondo Doxa/Ipsos si consolida questo comportamento, decisivo per il 70% degli italiani nella pianificazione del viaggio. La comparazione con il 2019, ultimo anno pre-pandemia, dice che sta scomparendo la "pianificazione rigida" e si propende per la programmazione di più viaggi, anche se brevi, nell'arco dell'anno con decisioni "opportunistiche", ovvero legate al pricing o all'offerta speciale, indipendentemente dalla destinazione, purché ci sia l'ingrediente delle esperienze sperimentabili. La ricerca ha rilevato che quest'anno sette viaggiatori giovani su dieci saranno guidati soprattutto dal budget a disposizione; tra i fornitori di viaggi e vacanze sceglieranno quelli con un booking leggero, flessibile, senza troppi vincoli. **Microvacanze ad acquisto raptus, si direbbe.**