SL&A
turismo e territorio

TURISMO TENDENZE E PROSPETTIVE

TTP Newsletter n° 20 - 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.

* * *

23 ottobre. ITALIANI CULTURALI. L'Osservatorio Impresa Cultura Italia di Confcommercio e SWG afferma che il 90% degli italiani ritiene che la cultura rafforzi l'identità e l'immagine delle città, rendendole più vive (71%) e attrattive (74%). Nell'ultimo anno, l'80% ha partecipato ad almeno un'attività culturale, prediligendo sagre (58%), musei e siti archeologici (54%), mostre temporanee d'arte (46%) e musica leggera (41%). La geografia dei consumi incorona Roma come principale punto di riferimento per la cultura italiana nel suo complesso (74%), seguita da Firenze (62%), Napoli (55%) e Venezia (49%). Per quanto riguarda l'ambito contemporaneo spicca invece Milano (60%), davanti a Roma (41%) e, ancora, a Napoli. **Parthenope Capitale, prima ancora dell'America's Cup.**

20 ottobre. DESTINAZIONI EMOTIVE. Come saranno i viaggi nel 2027? A delineare i primi trend il rapporto *NowNext 2026-2027* di Omio e le previsioni di Booking.com che confermano la priorità dei viaggi. Il 66% degli intervistati prevede di viaggiare nel proprio Paese, mentre il 46% in un'altra nazione dello stesso continente (un dato piuttosto ottimistico, se letto ex post), prestando maggiore attenzione al budget attraverso la ricerca di offerte e la pianificazione anticipata. Si consolida inoltre l'interesse per luoghi meno conosciuti e affollati e per gli spostamenti fuori dall'alta stagione. A influenzare le scelte saranno anche l'incertezza internazionale e le temperature elevate, che spingono a privilegiare destinazioni percepite come sicure e mete o periodi meno bollenti. Si delineano modi diversi di vivere la vacanza: da un lato, il desiderio di rallentare e dedicarsi al riposo, dall'altro, la scelta di itinerari con più tappe per esplorare un territorio in modo più approfondito: la storica distinzione tra villeggianti e viaggiatori. A queste tendenze si affianca l'importanza crescente della dimensione emotiva: l'81% degli intervistati dichiara di preferire una destinazione scelta in base a come desidera sentirsi, piuttosto che alla sua collocazione geografica. Anche passioni, eventi e attività all'aria aperta possono diventare il motivo principale per partire, persino accettando spostamenti più lunghi o destinazioni inizialmente escluse. Nel frattempo, l'intelligenza artificiale si affaccia come uno strumento per semplificare la pianificazione e gestire gli imprevisti. La destinazione, così, non è più necessariamente il punto di partenza, ma può diventare la conseguenza di un'emozione, di una passione o del bisogno di rallentare. Forse la domanda da porsi non è soltanto dove andremo nel 2027, ma **che cosa cercheremo davvero** quando partiremo.

SL&A Società Benefit
Piazza Dante 18
00185 Roma
Tel. 06-4741245
e-mail slea@slea.it www.slea.it

20 ottobre. CERCASI TALENTI. Il report Job Creators 2026 evidenzia che il 54% delle top 100 scaleup britanniche ha un founder straniero, e l'Italia è il secondo Paese d'origine con 8 imprenditori. Tuttavia, l'Italia soffre di un grave deficit di talenti: tra il 2011 e il 2024, per ogni 9 giovani emigrati ne è arrivato solo uno (486 mila contro 55 mila). Nel 2024, l'Italia ha rilasciato solo 600 Carte Blu UE per lavoratori qualificati, a fronte delle 56 mila della Germania, delle 2.800 della Francia, delle 2.000 della Spagna (dati Eurostat). Inoltre, solo il 9% degli stranieri occupati in Italia svolge professioni qualificate, rispetto al 39% dei cittadini italiani (dal rapporto sull'economia dell'immigrazione della Fondazione Leone Moressa). Al contrario, paesi come la Spagna sfruttano l'immigrazione come leva economica (apportando 1,7 punti di PIL nel 2022-2025), grazie a visti rapidi e leggi pro-startup. **Al mercato globale dei cervelli siamo in forte perdita**.

9 ottobre. CONTANTI O POS? Lo studio della Banca d'Italia basato sull'indagine SPACE 2024 dell'Eurosistema, condotta dalle autrici Rocco e Savarese su un campione di 4 mila consumatori e oltre 11 mila transazioni totali, individua 5 profili, suddividendo i consumatori in cinque gruppi caratterizzati da comportamenti ricorrenti quanto a pagamenti: strumenti, canali di acquisto, accesso ai servizi finanziari e atteggiamento verso le nuove tecnologie. Ci sono i "Traditionalists" (50,2%), il gruppo più numeroso, inserito nel sistema bancario ma poco avvezzo ai pagamenti online o tramite smartphone; i "Digital-only users" (24%), ovvero gli utilizzatori esclusivi di strumenti digitali; i "Well-connected users" (14,6%), che sono i più giovani, istruiti e ricchi, flessibili e integrati nell'economia digitale; i "Cash lovers" (6,6%) e i "Bank-tech skeptics" (4,6%), che insieme formano l'11,2% del totale, consumatori con bassi redditi, anziani e poco "bancarizzati". Grandi differenze culturali, quindi, ma anche economiche e geografiche, che vedono i "Bank-tech skeptics" essere molto concentrati al Sud, con condizioni di accesso ai servizi più limitate. **Insomma, un plotone molto sgranato.**

5 ottobre. LA CASA IN MONTAGNA CHE TUTTI VORREBBERO. L'aumento delle temperature degli ultimi anni ha contribuito all'incremento dei flussi estivi nelle località di montagna, che per molte persone cominciano ad avere appeal tutto l'anno, spingendo gli acquisti di immobili da utilizzare come case vacanza. Ad oggi, le località dove è possibile praticare sport invernali per l'intera stagione sono pochissime e, di conseguenza, richiestissime. A questo si aggiunge la crescita della montagna estiva. I dati sul mercato delle abitazioni di Immobiliare.it, elaborati per Il Sole 24 ore, mostrano le oscillazioni del valore degli immobili innescate dal turismo di massa nelle località di montagna. La variazione della domanda nelle principali mete del turismo montano italiano vede Madonna di Campiglio, in Trentino, e Gressoney-Saint-Jean, in Valle d'Aosta, in cima alle preferenze. Qui la richiesta di immobili è cresciuta del +68% rispetto all'anno scorso. A Sestriere, in Piemonte, del +42%, nei comuni valdostani Cogne e Valtournenche del +25%. All'andamento crescente della richiesta di immobili corrisponde un incremento dei prezzi (10 mila euro al metro quadro per una casa a Madonna di Campiglio!), come vuole la legge del mercato. La situazione nelle diverse località ovviamente non è omogenea e, mentre in alcune la domanda aumenta, ci sono molti piccoli comuni che affrontano il problema dello spopolamento. L'altra faccia della medaglia dello sviluppo

SL&A Società Benefit
Piazza Dante 18
00185 Roma
Tel. 06-4741245
e-mail slea@slea.it www.slea.it

turistico e immobiliare degli anni ‘70, basato sui vecchi paradigmi di vacanza invernale, vede, in primis in Appennino, una crisi che si riflette nello svuotamento dei paesi da parte di turisti e cittadini. **Non basta un borgo, ci vuole anche un motivo.**

SL&A Società Benefit
Piazza Dante 18
00185 Roma
Tel. 06-4741245
e-mail slea@slea.it www.slea.it