CGIL

FILCAMS

IL LAVORO NEL TURISMO ITALIANO ATTRAVERSO L'ERA COVID

TOURISM THINK TALK

rESISTIAMO

IL NOSTRO TURISMO

IL NOSTRO TURISMO DESTINAZIONE SUD

METTIAMO IL TURISMO SOTTO SOPRA

INDICE

INTRODUZIONE: UN SETTORE D'ORO, MA CHE UMILIA IL LAVORO

1. DATI GENERALI

1.1. Il prima
- 1.1.1. Una domanda senza freni
- 1.1.2. Offerta tradizionale e piattaforme digitali
- 1.1.3. Il lavoro e la crescita di un settore performante

1.2. Il durante
- 1.2.1. Gli effetti profondi della pandemia
- 1.2.2. La prossimità come ancora di salvezza
- 1.2.3. L'accelerazione del digitale specie nella ristorazione
- 1.2.4. Il lavoro e le chiusure che hanno di fatto fermato il turismo

1.3. La possibile uscita
- 1.3.1. La domanda "liberata" si riprende il suo spazio
- 1.3.2. Un'offerta in veloce cambiamento
- 1.3.3. Il lavoro tra quantità in crescita e qualità in calo

1.4 Dopo non sarà come prima

2. I COMPARTI

2.1. Hotellerie
2.2. Intermediazione
2.3. Ristorazione
2.4. Termale
2.5. Congressuale
2.6. Culturale
2.7. Concessioni

3. I TERRITORI

3.1. Le destinazioni
3.2. Le regioni

CREDITS

Il documento è curato da SL&A turismo e territorio

Responsabile: Michela Valentini

Coordinamento scientifico: Stefano Landi

Hanno collaborato: Alice Recchia, Daniela Pennini, Maria Novella Sbaraglia, Roberto Mazzà

INTRODUZIONE: UN SETTORE D'ORO, MA CHE UMILIA IL LAVORO

La scelta di quasi 400 milioni di turisti, di cui 195 milioni stranieri, di soggiornare in Italia nel 2022, con una rilevante preferenza per le città d'arte e le strutture alberghiere, conferma come il Turismo sia un settore d'oro per il nostro Paese.

L'ingente patrimonio culturale, storico-architettonico, le bellezze paesaggistiche, la rinomata enogastronomia e le tante offerte turistiche diversificate continuano ad essere i grandi attrattori del cosiddetto Bel Paese, facendone una delle mete più visitate al mondo.

Ma non sempre tutto ciò che luccica è oro. Lo dimostra l'importante scollamento che si registra tra la bellezza decantata negli spot pubblicitari di molte regioni italiane e le reali condizioni del turismo e, soprattutto, del lavoro nel turismo.

Negli ultimi decenni il lavoro nel Turismo è stato caratterizzato da una crescente precarietà e dalla svalorizzazione delle professionalità, con un continuo e diffuso peggioramento delle condizioni lavorative.

Molto probabilmente, perché, pur essendo la più grande industria presente nel nostro Paese, l'industria turistica non è mai stata veramente considerata tale. Non a caso, mancano politiche di settore che mettano in sinergia tra loro i diversi patrimoni presenti sui singoli territori, per esprimere proposte turistiche diversificate in grado di traguardare la destagionalizzazione del turismo e di superare i limiti delle mete turistiche tradizionalmente intese, trasformando i territori in destinazioni turistiche, la cui attrattività sono proprio l'identità del territorio e la sua comunità.

Manca, soprattutto, una strategia di insieme dell'intera filiera turistica, un piano industriale per la programmazione, produzione e promozione di prodotti diversificati (le diverse forme di turismo), ma tutti caratterizzati da efficienza, a partire dai servizi da offrire, la cui qualità è direttamente proporzionale alla qualità e alla professionalità del lavoro. E' la qualità del lavoro che sostanzia la qualità del turismo, con le comunità partecipi e non sfruttate e defraudate, a partire proprio dai lavoratori.

Questa qualità ancora oggi non è presente, tant'è che il lavoro nel Turismo è un lavoro umiliato, per il 70% irregolare, per il 60% a tempo parziale, per il 55% a chiamata, per il 40% precario e per il 20% stagionale. Le retribuzioni, come se non bastasse, sono notevolmente inferiori rispetto alla media degli altri settori economici e produttivi: basti pensare che l'80% dei lavoratori è inquadrato ai livelli più bassi dei Contatti Nazionali di Lavoro di Settore.

La pandemia da Covid-19 ha reso ancora più evidenti le criticità che contraddistinguono la filiera turistica italiana e, soprattutto, il lavoro all'interno di essa. Particolarmente colpita dalle chiusure legate al contenimento dei contagi, facendole vivere una crisi senza precedenti, la filiera turistica è stata quella che ha risentito maggiormente degli effetti della pandemia, e le lavoratrici ed i lavoratori stagionali, già segnati dalla precarietà, sono coloro che hanno pagato il prezzo più alto.

Ecco perché, da sempre, compreso il periodo di emergenza pandemica, caratterizzato appunto da una crisi senza precedenti per il Turismo, nonché quello attuale, con gli strascichi della pandemia, gli effetti dei conflitti bellici ed il caro energia, la Filcams Cgil si è posta sostanzialmente due priorità:

- una contingente, legata appunto alla crisi di questi ultimi tre anni, e quindi la salvaguardia occupazionale,
- l'altra di prospettiva, per la definizione di un nuovo modello di Turismo, più sostenibile e responsabile dal punto di vista occupazionale, economico-sociale e ambientale.

Il lavoro nel Turismo nel prossimo futuro crescerà inevitabilmente, per effetto dell'espansione della domanda, ma dovrà crescere non solo in quantità, ma soprattutto in qualità.

È necessario, quindi, un "lavoro nuovo", regolare, dignitoso, stabile, con il corretto riconoscimento delle professionalità e delle competenze, che sicuramente devono essere in costante aggiornamento attraverso la formazione, sia quella scolastica che quella continua in costanza di lavoro.

Questi sono stati e sono tutt'oggi i temi alla base dell'iniziativa sindacale della Filcams Cgil, di quella che la Categoria definisce "vertenza Turismo", e che diffonde attraverso le proprie campagne di comunicazione ed iniziative sui territori, ultima delle quali, e il titolo non potrebbe essere più esemplificativo, è *Mettiamo il Turismo Sottosopra*.

Mettere il Turismo sottosopra vuol dire superare un modello occupazionale ormai insostenibile, per mettere al centro il Lavoro, la Qualità dell'occupazione e la Sostenibilità delle condizioni di chi lavora nella filiera turistica, ricorrendo a strumenti di sviluppo, politiche attive, riqualificazione mirata e nuova impresa. Capitoli, peraltro, presenti all'interno del PNRR, ma poco attenzionati, soprattutto nel caso del Turismo, dove, invece, c'è una grande esigenza di riprofessionalizzare alcuni profili, a partire da tutte le opportunità offerte dalla digitalizzazione, considerate le trasformazioni che il settore sta vivendo, molte delle quali determinate proprio dalla pandemia, che ha spostato la domanda verso una maggiore attenzione ai servizi, alla prossimità, agli spazi, alle attività outdoor, ad un maggiore rispetto per l'ambiente e per il territorio e la sua comunità ospitante.

Lo stop forzato del 2020, la lenta ripresa nell'estate 2021 e quella più decisiva lungo il 2022, hanno visto la Filcams Cgil impegnata in numerose iniziative che hanno coinvolto non solo il mondo del lavoro, ma tutte le istituzioni interessate.

Dall'analisi dei diversi comparti del settore con *Tourism Think Talk* e dall'attenzione alta alle difficoltà vissute dalle lavoratrici e dai lavoratori con *ResistiAmo*, si è sviluppata la proposta Filcams per un Turismo nuovo: *Il Nostro Turismo* è diventata la piattaforma rivendicativa per

la vertenza Turismo e i dieci punti che la compongono sono stati diffusi capillarmente su tutto il territorio nazionale.

La Filcams Cgil si è messa letteralmente in moto, con le strutture territoriali alla guida di tre camper che hanno effettuato un viaggio lungo quasi due anni, toccando centinaia di località turistiche in tutta Italia, non solo per tutelare al meglio chi lavora nel settore, ma anche per incontrare istituzioni e politica locale per un confronto proprio sui temi della proposta per un Turismo di qualità e non solo più di quantità.

Con *Il Nostro Turismo – Destinazione Sud* i riflettori sono stati puntati sulle prospettive per la rinascita del settore nelle regioni del Mezzogiorno, in cui non si riesce ancora ad arrestare il preoccupante arretramento del tessuto sociale ed il forte spopolamento che le sta interessando, nonostante in quei territori si concentri una ricchezza inestimabile dal punto di vista paesaggistico e culturale, in grado di generare offerte turistiche diversificate che, se messe in sinergia tra loro, potrebbero portare ad una concreta destagionalizzazione del turismo. In ognuna delle otto regioni, infatti, è possibile coniugare il turismo balneare con quello di montagna, turismo culturale ed itinerari naturalistici, turismo enogastronomico e borghi, slow e cicloturismo, passando anche per il turismo religioso, facendo vivere il territorio tutto l'anno. E turismo tutto l'anno vuol dire ripensare ad un lavoro nuovo nel turismo, stabile, regolare, dignitoso.

Il lungo cammino iniziato con *Destinazione Sud* è proseguito poi lungo tutto il Paese sui temi del lavoro stagionale e, più in generale, sulla qualità del lavoro, invitando tutti, quindi, a mettere il *TurismoSottoSopra*. Le Filcams Cgil territoriali sono andate nei luoghi di lavoro – sulle spiagge, negli alberghi, nei ristoranti e nei bar – ad incontrare la grande popolazione degli stagionali, senza i quali il sistema turismo non si reggerebbe, ma che ogni anno sono costretti a destreggiarsi tra precarietà, lavoro sommerso, turni massacranti e compensi inadeguati. Con loro hanno parlato di contratto nazionale di lavoro, modalità di assunzione, orari, straordinari e giorni di riposto, giusta retribuzione, ferie e permessi, malattia e infortunio, Naspi, mosse dal desiderio che anima sempre l'azione sindacale: ottenere il riconoscimento dei diritti e della dignità di tutte le lavoratrici e i lavoratori.

Dai dati raccolti in questo lungo percorso, dalle riflessioni e dai contributi emersi, nasce *Il Lavoro Nel Turismo Italiano Attraverso L'Era Covid*, che ha proprio lo scopo, non solo di ripercorrere il cammino fatto, di restituire la fotografia aggiornata di quello che ormai si appresta ad essere il turismo post Covid-19, ma di far emergere proprio come l'intera filiera dell'industria turistica, per essere capace di esprimere buona occupazione e percentuali maggiori di Pil, necessiti di un modello di lavoro che, in nessun modo, possa essere la riproposizione di quello ante pandemia. Lo sfruttamento dei lavoratori, insieme allo sfruttamento del territorio e alla concentrazione dei flussi turistici solo in alcuni periodi dell'anno e nelle sole mete considerate attrattive, ha impedito lo sviluppo del settore, nonostante le infinite potenzialità che lo stesso esprime.

È proprio contro questo sfruttamento miope che la Filcams Cgil continuerà a battersi con forza, perché il nostro turismo, il buon turismo, possa trasformarsi da un "affare" per la crescita di pochi e diventare veramente un fattore centrale di sviluppo per tutti.

Fabrizio Russo

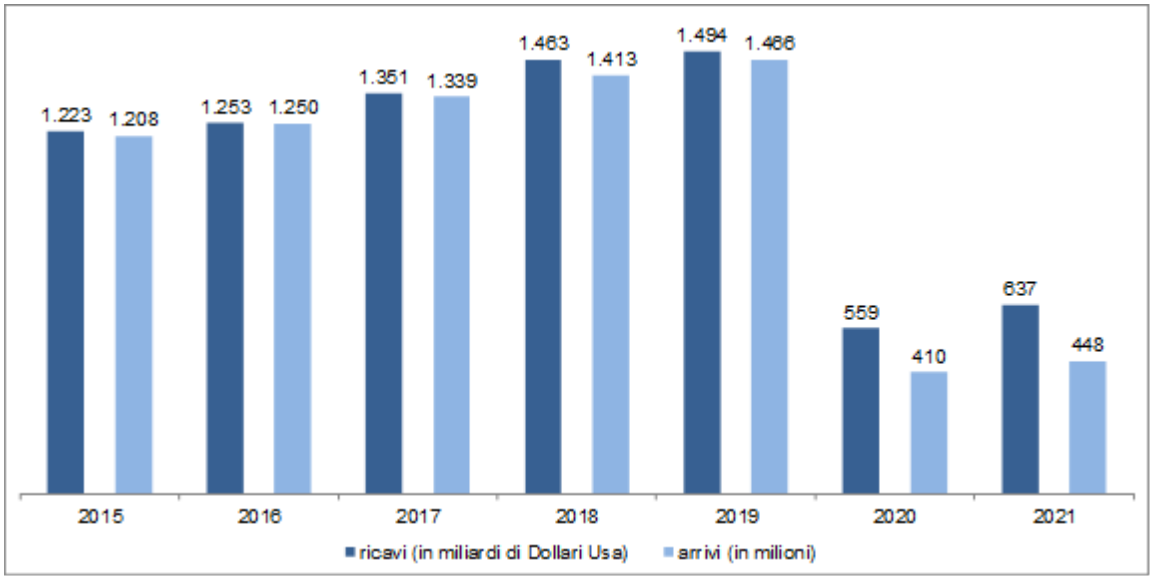
1. DATI GENERALI

1.1. IL PRIMA

1.1.1. Una domanda senza freni

Storicamente il turismo nel Mondo ha conosciuto una crescita costante, frenata solo in occasione degli attentati alle Torri Gemelle nel 2001, e dalla crisi economico-finanziaria del 2008. Negli anni fino a tutto il 2019 il settore stava attraversando un periodo veramente positivo: crescevano tutti i numeri, ma soprattutto, a livello globale, gli arrivi internazionali (misurati dall'Organizzazione Mondiale del Turismo) e le spese della domanda da un lato, i ricavi connessi realizzati da parte dell'offerta dall'altro.

Arrivi turistici internazionali e ricavi (serie storica)



Fonte: World Tourism Organization (UNWTO), 2022

Tra i "drivers" della crescita l'Organizzazione Mondiale del Turismo annoverava:

- un ambiente economico favorevole, in (più o meno) costante sviluppo;
- una forte domanda "outbound" da parte dei maggiori mercati di origine, conseguenza non automatica dello sviluppo economico, ma anche del progressivo venir meno delle restrizioni al viaggio;
- il consolidamento del recupero nelle destinazioni principali, che in precedenza avevano vissuto situazioni di crisi (tra tutte, le guerre nei Balcani ed in Medio Oriente, le catastrofi naturali in Asia, e così via);
- una più forte capacità connettiva da parte del sistema dei trasporti, soprattutto aerei, e la progressiva facilitazione nei sistemi di rilascio dei visti, qualora necessari.

In termini qualitativi, si potevano identificare alcune tendenze di medio periodo particolarmente interessanti, in un contesto generalmente improntato alla globalizzazione dei flussi.

Intanto, al di là dei flussi globali-intercontinentali, si riscontrava un infittirsi degli scambi intra-continentali ("regionalizzazione", rispetto ad un contesto più ampio), favoriti da molti eventi concomitanti, primo tra tutti, per l'Europa, la facilitazione derivante dalla moneta unica e dall'area Schengen.

Poi, la forte intensificazione delle relazioni aeree point-to-point all'interno dei continenti, derivante dalla crescita impetuosa, sia in termini assoluti che relativi, delle compagnie low-cost/no frills.

Infine, e non da poco, l'infittirsi della rete e dell'offerta del trasporto ferroviario veloce, ormai non più solo nazionale (come in Italia), ma sempre più intrecciata a livello internazionale, come ad esempio nel centro-nord Europa, tra la Francia e la Spagna, e così via, nella prospettiva molto concreta dei "corridoi europei".

Tra le motivazioni di viaggio, oltre a quelle classiche ("leisure" e "business"), si affermava da un lato il fenomeno della loro combinazione ed ibridazione (battezzata con il neologismo "bleisure"), dall'altro si confermava l'importanza dei flussi "etnici" e dettati dai flussi di lavoratori e dalle sempre nuove sfere economiche di influenza, come ad esempio:

- USA con Europa e progressivamente Centro America,
- Giappone e Cina con America Latina (Perù in particolare),
- India e Pakistan con Regno Unito ed Emirati arabi,
- Algeria e Maghreb con Francia,
- USA, Canada e Brasile, e più recentemente Germania e Regno Unito con Italia,
- ma sempre più anche Italia con Albania, Romania, Moldova, Cina, Africa,
- e così via.

Per gli stessi motivi anche logistici che rendevano possibile la "regionalizzazione" all'interno dei continenti, sui mercati turistici "maturi" si avvertiva anche una netta tendenza alla frammentazione dei momenti e periodi di viaggio e vacanza, fino ad un fenomeno che è stato efficacemente definito come "microvacanze". Fenomeno messo in luce dal cambiamento dei sistemi di rilevazione delle statistiche, che considerano anche le vacanze fino a 3 notti/4 giorni, separate da quelle di durata superiore.

All'interno dei bacini/mercati domestici, poi, la domanda interna (non rilevata dai dati UNWTO) spingeva a scelte dettate dalla prossimità geografica e dalla brevità del tempo dedicato allo spostamento. Si pensi ad esempio, con riferimento all'Italia, che il 60% delle

vacanze si effettuavano all'interno della regione di residenza o in una immediatamente confinante. Ma d'altra parte questa proporzione si riscontra in moltissimi altri Paesi anche molto lontani e storicamente differenti, tra cui ad esempio la Cina.

In questo quadro, in Italia crescevano soprattutto le presenze di turisti stranieri (che avevano superato in molti casi quelli italiani, soprattutto per quanto riguarda gli esercizi ricettivi "ufficiali", tenuti alla registrazione e che quindi sono la base per le statistiche di settore), e con esse, conseguentemente, anche i fatturati delle imprese, trainati dalla maggior capacità e propensione alla spesa dei viaggiatori provenienti da Paesi esteri.

Crescevano però anche fenomeni controproducenti, soprattutto per l'eccesso di persone negli stessi luoghi e negli stessi momenti (il cosiddetto overtourism o sovraturismo, causato soprattutto da turisti non pernottanti), generati in particolare da sistemi di trasporto difficilmente controllabili come il pendolarismo, l'escursionismo, le crociere.

I turisti stranieri in Italia (serie storica, valori assoluti)

	Africa	**America**	**Asia**	**Europa non UE**	**UE**	**Oceania**	**Totale**
Viaggiatori (in migliaia)							
2012	371	4.765	1.787	16.578	52.488	785	76.734
2013	358	5.418	1.890	17.436	51.159	914	77.175
2014	345	5.627	1.955	17.687	51.681	869	78.164
2015	346	6.110	2.176	17.340	54.635	1.029	81.635
2016	361	6.059	2.202	17.170	58.733	967	85.492
2017	312	6.540	2.217	17.103	63.353	1.121	90.646
2018	256	7.182	2.104	17.256	66.098	1.141	94.037
2019	269	7.761	2.142	23.280	61.540	1.159	96.151
2020	150	1.034	405	8.907	28.221	201	38.917
2021	188	1.100	492	7.594	29.308	25	38.707
Pernottamenti (in migliaia)							
2012	3.428	43.567	20.400	33.745	218.461	8.242	327.843
2013	2.748	49.692	19.366	35.399	205.522	8.999	321.726

2014	3.100	50.400	18.625	38.207	207.779	8.301	326.412
2015	2.701	51.146	19.957	34.575	216.740	9.295	334.414
2016	2.587	52.375	18.997	32.232	232.333	8.748	347.273
2017	2.790	55.220	17.303	33.343	251.265	8.517	368.438
2018	2.534	60.411	16.847	33.297	265.195	9.047	387.331
2019	2.978	67.814	16.751	67.525	238.496	8.564	402.128
2020	2.748	14.133	7.062	33.356	124.202	1.777	183.278
2021	3.424	17.106	11.218	32.085	133.576	545	197.954
Spesa (in milioni di euro)							
2012	306	5.172	2.203	4.182	19.194	1.000	32.056
2013	279	6.000	2.378	4.665	18.664	1.079	33.064
2014	293	6.451	2.348	4.795	19.320	1.033	34.240
2015	329	6.829	2.562	4.310	20.331	1.195	35.556
2016	306	7.116	2.813	4.136	20.726	1.262	36.359
2017	313	7.659	2.861	4.391	22.361	1.389	38.974
2018	203	8.329	2.758	4.629	24.505	1.289	41.713
2019	223	9.266	2.856	8.418	22.314	1.224	44.302
2020	152	1.338	688	3.395	11.557	202	17.332
2021	205	1.751	876	3.440	14.964	30	21.266

**Dal 2019 a seguito della Brexit il Regno Unito ricade tra i Paesi non UE. Pertanto il dato non è confrontabile*

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Banca d'Italia, 2022

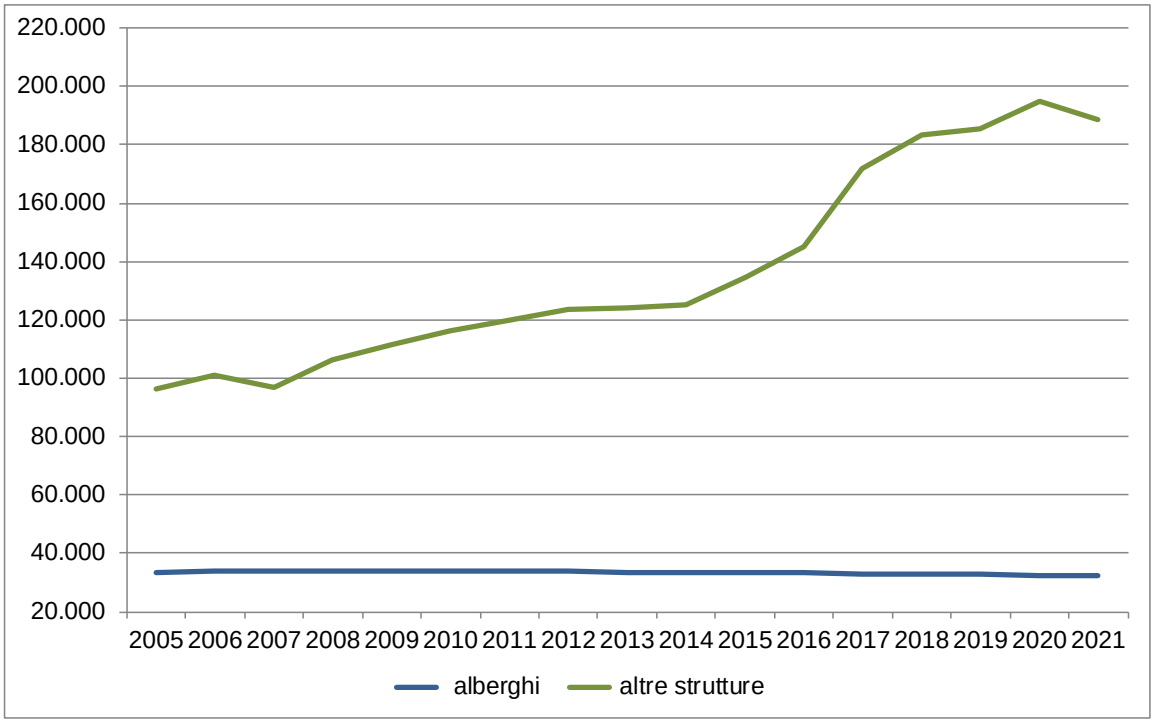
1.1.2. Offerta tradizionale e piattaforme digitali

Anche dal lato dell'offerta vi erano in atto alcune tendenze/problematiche che hanno poi contraddistinto la fase pandemica, venendo accelerate ed amplificate.

Innanzitutto la crescita della ricettività extralberghiera "non convenzionale", ed in particolare delle case private, poi limitata/contrastata, anche se tardivamente, dai provvedimenti da parte delle Autorità regionali e locali, miranti a spingere per la sua legalizzazione ed emersione, verso forme di impresa a norma, sia dal punto di vista fiscale, che sanitario, che lavoristico.

Al riguardo deve essere ricordata, nel nostro Paese, la progressiva adozione di un Codice Univoco che contraddistingue tutte le attività ricettive, e che in prospettiva limiterà di molto l'abusivismo ed il "sommerso".

L'offerta ricettiva italiana per tipologia (numero di strutture in serie storica)

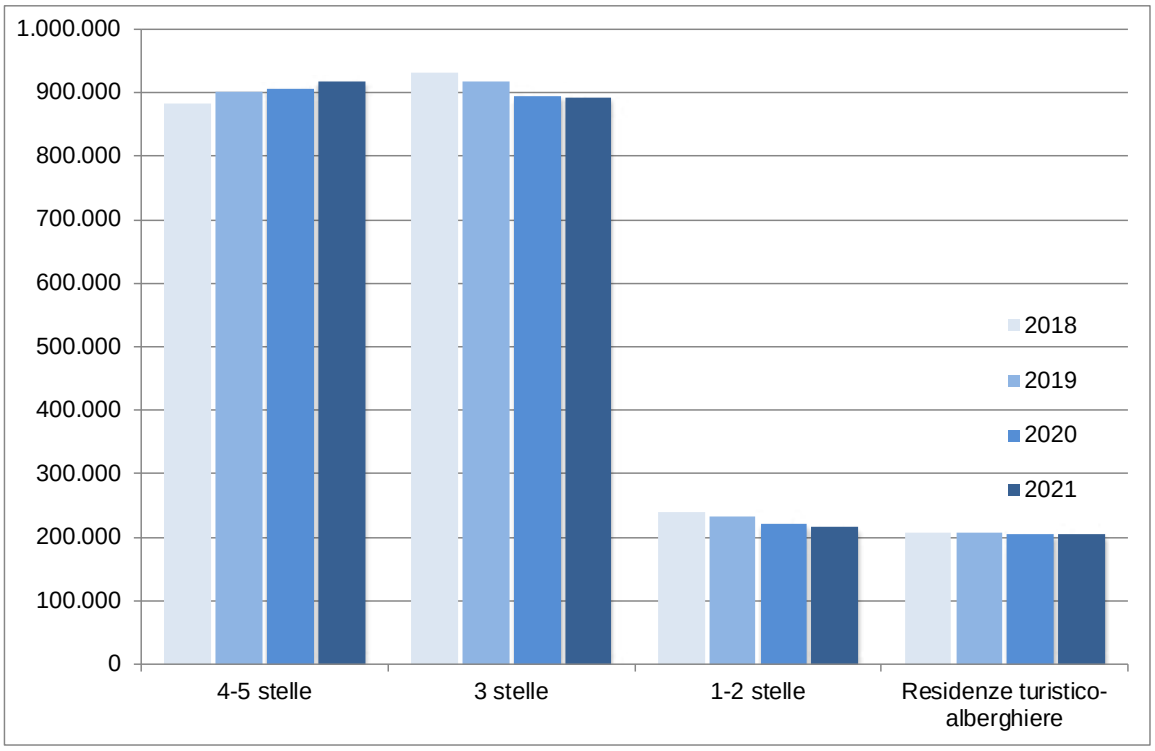


Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2022

Contemporaneamente continuava la selezione delle imprese alberghiere tradizionali, che come noto si sono fortemente ridotte di numero negli ultimi 40 anni) e la loro spinta qualitativa verso il lusso.

Questa riqualificazione appariva spinta sia da una domanda turistica in evoluzione, sia anche da dinamiche di investimento immobiliare/speculativo, trainate da fondi di investimento internazionali, tutto sommato disinteressati alla valorizzazione delle destinazioni italiane.

I posti letto alberghieri per categoria (serie storica, valori assoluti)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2022

Al contempo l'intermediazione si faceva sempre più digitale/elettronica, guidata dalle grandi OTA (Online Travel Agencies) globali, un fenomeno questo che ha sottratto alle imprese italiane quote importanti di fatturato in termini di provvigioni pagate alle OTA stesse, ma al contempo ne ha agevolato la saturazione, spingendo sul mercato anche le disponibilità invendute.

Correlativamente si assisteva ad una crisi strutturale dell'intermediazione tradizionale (Tour Operators e Agenzie di Viaggi), in fase di difficile ricollocazione verso nuove specializzazioni, schiacciata anche dalla disintermediazione del turismo "fai da te", sempre più sostenuto dai nuovi strumenti digitali anche di auto-composizione del prodotto.

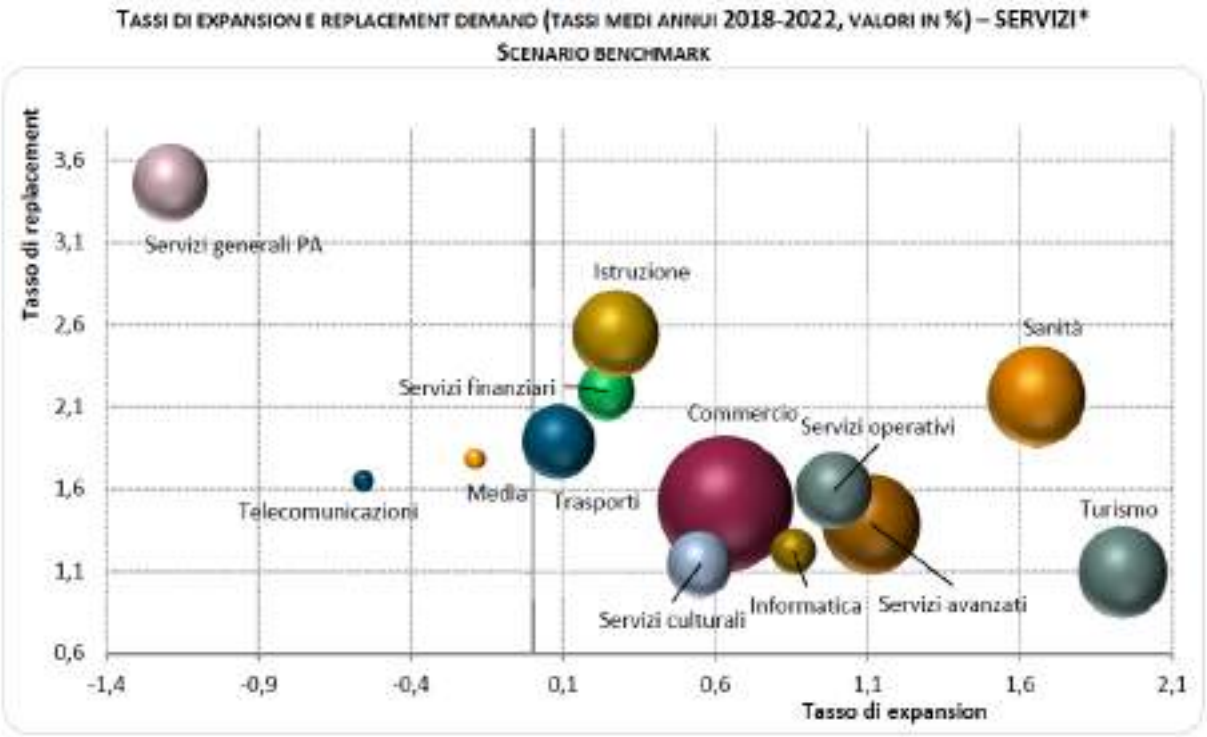
Infine si sono posizionate sul mercato turistico italiano centinaia di nuove Destinazioni turistiche, decise a rompere il rigido schema neo-centralista imposto dalle Regioni, e a proporsi autonomamente verso una domanda sempre più in cerca di novità, di autenticità, di nicchie motivazionali ed esperienze "vere".

1.1.3. Il lavoro e la crescita di un settore performante

Negli stessi anni si continuava ad incrementare in misura sensibile l'occupazione dei lavoratori, arrivati a circa 3 milioni, la metà codificati ufficialmente "nel" turismo (imprese classificate come tali: ricettività, ristorazione, intermediazione), l'altra metà -ovviamente

stimata- operanti "per il" turismo (imprese dell'indotto: a monte, a valle e laterale, ma anche sempre nuove attività crescenti a motivo della terziarizzazione del settore, e per rispondere alle nuove tendenze della domanda).

Tra previsioni di rimpiazzi (turn over/replacement) e nuove assunzioni (expansion), nel turismo prevalevano nettamente queste ultime, a differenza di molti altri comparti dei servizi. Questa prerogativa del settore rispetto a tutti gli altri era visto come un indicatore di gioventù e di professionalità della forza lavoro impegnata, ma anche di robustezza delle imprese e di buona salute del settore in generale**.**



La dimensione della bolla è proporzionale allo stock medio di occupati nel periodo 2018-2022
*Esclusa PA

Fonte: Unioncamere-ANPAL, Sistema Informativo Excelsior

Tasso di expansion : *saldo occupazionale atteso in ciascun settore*

Tasso di replacement *: domanda di lavoro derivante dalla necessità di sostituire i lavoratori in uscita per pensionamento o per mortalità*

Nel periodo pre-Covid, il lavoro nel turismo cresceva ad un ritmo invidiabile rispetto al resto dell'economia: + 1,4% annuo nel 2019, rispetto al +0,6 del totale.

Mentre però la crescita quantitativa era piuttosto forte, non altrettanto poteva dirsi per gli elementi che compongono la qualità del lavoro. Infatti, rispetto agli altri settori ed al totale dell'economia nazionale, il lavoro nel turismo si caratterizzava per essere:

- Il più precario: il 41% (rispetto al 22% del totale economia) tra stagionale e a tempo determinato;

- Il più stagionale (14% rispetto al 2%);
- Il meno garantito: solo il 59% a tempo indeterminato contro l'82% della media;
- Il più giovane: 47,5 % di lavoratori under 35, contro il 28% dell'intera economia;
- Il più limitato nel tempo: 54% di part time contro il 29% della media;
- Il più ricattabile: il turismo rappresentava il 56% del lavoro a chiamata, e il 54% del lavoro intermittente sul totale dell'economia;
- Tra i meno pagati: le retribuzioni erano ferme all'84% della media; con una perdita del 16%.
- Il meno qualificato: 82% di qualifiche operaie, contro il 53% del totale economia;
- Il più irregolare: 10.472 violazioni accertate nel 2020; il 17% del totale economia, con un tasso del 73,4% di infrazioni riscontrate per le attività di alloggio e ristorazione;
- Il più "nero": nel turismo si sono verificate il 46% delle violazioni totali accertate, mentre un altro 12% riguardavano il mancato rispetto dell'orario di lavoro.

1.2. IL DURANTE

1.2.1. Gli effetti profondi della pandemia

A dicembre 2022 il nostro Paese appare realisticamente avviato sul sentiero di uscita dall'era-Covid, anche se si tratta di un superamento lento e faticoso, critico soprattutto per quanto riguarda i mercati intercontinentali: per tutti si vedano il Brasile, la Russia, l'India e la Cina, una volta indicati come mercati "BRIC" in grande espansione, ed ora ancora fortemente bloccati da diverse drammatiche situazioni, da quelle sanitarie, a quelle belliche, fino a quelle economiche.

Erano tutti Paesi ad elevato apporto ed anche potenziale turistico per l'Italia, per i quali i flussi turistici restano ancora fortemente condizionati da divieti, controlli, distanziamenti, tracciamenti e quarantene.

La "nuova normalità" restituitaci dalla pandemia, nel corso del 2020 e del 2021, ha preso però una direzione precisa attorno ad alcuni temi, che qui proviamo sinteticamente ad esemplificare:

- **Safe:** prima della pandemia, ed in una certa misura anche oggi, il fattore "sicurezza" era tutto concentrato sulla prevenzione e protezione da possibili atti terroristici; ma l'emergenza sanitaria globale ha attirato spasmodicamente l'attenzione anche sui rischi di contagio, determinando un atteggiamento nuovo e che permea anche tutte le attività turistiche;

- **Slow:** a volte inteso nel senso di ritmo fisico, a volte nelle sensazioni che un'esperienza può ispirare, come un flusso fisico e di sensazioni all'interno del quale il turista, grazie alle emozioni che vive, trova il giusto andamento alla sua vacanza e alle sue necessità;

- **Active:** sia nel senso di intensità fisica (attività e sport da sperimentare), a volte nelle emozioni che un territorio suscita, abbandonando così la "passività" della vacanza propriamente intesa fino a pochi anni fa (la cosiddetta villeggiatura: il vuoto, il relax) a favore di esperienze più o meno rare, ma sempre coinvolgenti;

- **Local and custom:** dal lato della domanda, aumenta il senso di rispetto e di cura che il turista ha nei confronti dei luoghi che vive temporaneamente; dal lato dell'offerta si presta sempre maggiore attenzione al cliente e alla personalizzazione dei servizi a lui dedicati;

- **Feel:** essere in grado di percepire cosa il territorio ha da raccontare e, da parte di chi ospita, saperlo raccontare (narrazione) assecondando linguaggi e sentimenti dei turisti.

1.2.2. La prossimità come ancora di salvezza

La pandemia ha avuto effetti pesanti sull'economia mondiale, andando a coinvolgere in particolare il settore turistico. Le restrizioni e le chiusure delle frontiere imposte dal coronavirus hanno modificato le esigenze dei viaggiatori dando vita a nuovi trend in affermazione sul mercato.

Dopo la battuta di arresto del 2020, già i dati relativi al 2021 mostravano dei piccoli segnali di ripresa, anche se ancora nettamente al di sotto dei livelli del 2019: ancora nei primi nove mesi del 2021 le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi avevano registrano una crescita del 22.3% rispetto al 2020[1].

Il calo degli arrivi e presenze è stato più contenuto in molte destinazioni italiane grazie al turismo domestico: molti italiani hanno infatti trascorso le proprie vacanze in Italia (90,9% dei viaggi) [2], optando per un turismo di prossimità.

Secondo le indagini a disposizione vi è quindi stata una preferenza verso luoghi già conosciuti, a distanza di massimo due ore da casa, e raggiungibili in auto. E questo valeva sia per gli Italiani che per i pochi stranieri dei paesi vicini, in particolare tedeschi e austriaci.

La domanda di turismo e tempo libero degli Italiani (soprattutto di quanti non hanno subito significativi tagli di reddito, anche grazie agli ammortizzatori sociali messi in atto), si è dirottata verso le località e le imprese ricettive percepite come più liberatorie e "meno insicure": mare, laghi, montagna, ma anche campeggi e villaggi, agriturismi, case di vacanza in proprietà ed in affitto, anche breve.

Si è quindi assistito ad un fenomeno di "undertourism" che ha privilegiato le destinazioni più piccole e meno frequentate.

D'altro canto in città come Venezia, Milano, Torino, Bologna, Firenze, Siena, Roma, Napoli, Palermo le estati (che già prima non erano le stagioni più importanti) si sono rivelate turisticamente disastrose.

Altrove, è stato soprattutto il periodo estivo a registrare le performance migliori: ad esempio nel trimestre luglio-settembre 2021 le presenze turistiche sono state circa 177 milioni (+31% rispetto al 2020 e "solo" -14% rispetto al 2019).

Da diverse parti (Val d'Aosta, Liguria, Romagna, Trentino, Maremma, Umbria, Campania, Basilicata, Puglia in particolare) si è parlato di stagione quasi normale, con situazione di "tutto esaurito", e con i mesi di giugno-settembre che avrebbero salvato l'annata per fatturati e redditi.

Gli effetti della pandemia sul turismo hanno avuto risvolti diversi, però, a secondo dei comparti turistici: come detto, sono stati più gravi per le grandi città d'arte e di affari, per le

[1] ISTAT – Movimento turistico in Italia – Gennaio/Settembre 2021
[2] ISTAT – Viaggi e Vacanze in Italia e all'estero – Anno 2020

crociere, per i viaggi in aereo e in pullman, per l'intermediazione da parte di agenzie di viaggi e tour operator.

E questo in connessione da una parte con il crollo dei turisti stranieri, che di quelle destinazioni e di quei servizi erano i principali clienti, e dall'altra con la sospensione dei viaggi all'estero degli Italiani. La componente fondamentale dei flussi turistici che è venuta a mancare è stata quella di turisti di lungo raggio, provenienti in particolare da USA, Canada, Russia, India, Cina, Corea, Giappone.

Oltre alle grandi città, penalizzate soprattutto dal drastico calo del turismo internazionale e del business travel, ad essere maggiormente in sofferenza sono state le destinazioni a vocazione montana, per i divieti che hanno nei fatti annullato la stagione invernale 2020/2021.

Secondo l'Italian Travel Monitor di TMI[3]nel 2021 l' occupazione media delle camere nelle 39 città capoluogo monitorate è calata per gli hotel upscale (4 stelle) dal 71,8% al 48,1%, per gli hotel midscale (3 stelle) dal 66,5% al 50,7%. Una flessione che, soprattutto in alcune Città ha sfiorato i 30 punti percentuali: è il caso di Milano (dal 76,6% del 2019 al 48,7% del 2021), Firenze (dal 76,1% del 2019 al 46,7% del 2021), Roma (dal 76,2% del 2019 al 48% del 2021) e Napoli (dal 73,8% del 2019 al 46,6% del 2021).

Per quanto riguarda le motivazioni, i cosiddetti turismi, sono rimasti bloccati soprattutto i viaggi di lavoro, i congressi e le fiere, il turismo religioso e quello scolastico, i viaggi in pullman e le crociere. E questo oltre, ovviamente, a tutte le restrizioni subite dagli attrattori, come musei e beni culturali, quartieri fieristici e palazzi dei congressi, aeroporti e stazioni, ristoranti e locali di intrattenimento, parchi tematici, ecc.

Tra le strutture ricettive è stato il comparto alberghiero ad essere più penalizzato: nei primi 9 mesi del 2021, le strutture alberghiere hanno registrato un calo di presenze del 44,3% rispetto allo stesso periodo del 2019, mentre più contenuto è stato il calo per quelle extralberghiere (- 28,3%).

Per i Tour Operator, fortemente dipendenti dai flussi outgoing, il 2020 è stato un anno di mera sopravvivenza (anche in questo caso favorita dai "ristori" che hanno in parte compensato i mancati guadagni), con un calo del fatturato tra il 60% e il 95%. Per il 2021 era stata prevista una parziale ripresa, nell'ordine di un terzo dei volumi realizzati nel 2019. L'impatto è stato meno marcato per la ricettività, i trasporti di terra e di mare e le attrazioni, che sono riusciti, mediamente, a mantenere il fatturato in una forbice tra il 40 e il 60% rispetto al 2019, grazie soprattutto al turismo di prossimità[4].

E' del tutto probabile che il modello "dimensionale" fatto di grandi catene alberghiere, grandi tour operators, grandi navi da crociera, grandi aerei e grandi bus, per viaggi e vacanze all'insegna della standardizzazione, magari verso luoghi artificiali, sia destinato a lasciare il

[3] TradeMark Italia

[4] School of Management del Politecnico di Milano - Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

posto ad un turismo più specializzato, individuale o per piccoli gruppi, alla ricerca di esperienze vere "trasformative", attenzione al sé, al benessere, all'alimentazione, alle relazioni anche con le comunità locali.

1.2.3. L'accelerazione del digitale, specie nella ristorazione

Soprattutto a partire dal lockdown del 2020, un maggiore utilizzo della tecnologia per lavorare, giocare e rimanere in contatto con il mondo hanno dato vita a nuove abitudini digitali. L'e-commerce è entrato stabilmente nella quotidianità degli Italiani e ha continuato la sua crescita, anche se in misura più contenuta rispetto all'accelerazione indotta dalla pandemia. Comunque si può affermare che un ulteriore gradino in questa direzione è stato salito, e difficilmente verrà ridisceso.

Nel 2020 gli acquisti on line degli Italiani hanno raggiunto i 32,4 miliardi di euro con un aumento del 45% rispetto al 2019 per il comparto "beni", trainati dalle vendite di prodotti informatici e elettronici (+1,9 miliardi), food&grocery (+1,3 miliardi) e arredamento (+1,1 miliardi). Sono 678 mila le imprese che vendono prodotti o erogano servizi online, che hanno registrato un incremento di 8 miliardi di euro nelle vendite di prodotti online "dal produttore al consumatore" nel 2020.[5.]

La crisi scatenata dall'emergenza pandemica ha determinato un'accelerazione del processo di digitalizzazione delle imprese italiane, che improvvisamente hanno dovuto ripensare la propria organizzazione produttiva. Il fattore dimensionale ha giocato però ancora un ruolo fondamentale, costituendo un limite all'innovazione delle piccole e medie imprese.

[5] Netcomm School of Management del Politecnico di Milano – Osservatorio eCommerce B2C

Fonte: Rapporto Coop 2021

In alcuni settori questo fenomeno è stato particolarmente forte, come nella ristorazione. Stando al report DigitalFoodLabs, gli investimenti in Europa nel foodtech erano in forte aumento già prima della pandemia, passando tra il 2018 e il 2019 da 900 milioni di euro a 2,4 miliardi di euro.

La delivery economy, in crescita costante negli ultimi anni, in termini di città servite, di esercenti coinvolti e di utenti, ha goduto di un'accelerazione in Italia a partire dall'inizio della pandemia. Il 2020 ha rappresentato per il mercato del digital food delivery un anno di svolta, con una crescita significativa che lo ha portato a rappresentare tra il 20% e 25% dell'intero settore delle consegne a domicilio. Nei mesi di lockdown il mercato ha visto anche un'importante espansione e il rafforzamento della presenza territoriale arrivando a servire potenzialmente il 100% delle città con più di 50.000 abitanti e il 66% degli Italiani (circa 40 milioni di persone)[6].

[6] Just Eat - Osservatorio nazionale sul mercato del cibo a domicilio online in Italia 2020. Quarta edizione

Le restrizioni legate alla pandemia, di fatto, hanno favorito gli investimenti in tecnologia delle imprese della ristorazione (supermercati, gastronomie, ristoranti) per il potenziamento e l'ampliamento dei canali di vendita (e di comunicazione) con i propri clienti.

Il food delivery non ha rappresentato una svolta solo per i consumatori: l'indagine Just Eat evidenzia una crescita del 30% dei ristoranti con loro convenzionati, con richieste 5/6 volte superiori durante il periodo di lockdown.

IL DIGITAL FOOD DELIVERY

Fonte: Just Eat - Osservatorio nazionale sul mercato del cibo a domicilio online in Italia 2020. Quarta edizione

Il grocery alimentare (cioè i prodotti da supermercato) è cresciuto nel 2021 del +39% per un fatturato di 1,4 miliardi di euro. Il food delivery (ossia i piatti pronti), superate le difficoltà di inizio 2020 dovute alla chiusura dei ristoranti nel primo lockdown, nel 2021 ha continuato a crescere con un ritmo molto sostenuto (+56%) superando gli 1,4 miliardi di euro di fatturato. Infine, l'enogastronomia (i prodotti alimentari di nicchia) ha registrato un aumento del +17% e ha raggiunto i 750 milioni di euro[7].

Le esperienze, spesso forzate, di acquisto tramite i canali digitali, sperimentate nel 2020 dagli Italiani, sono diventate nel 2021 una scelta consapevole: sono infatti aumentati dell'8% gli Italiani che dichiarano di aver vissuto esperienze di acquisto di prodotti alimentari totalmente legate a touchpoint digitali.

La necessità di distanziamento sociale ha accelerato il già avviato processo di digitalizzazione del "customer journey" (il percorso del consumatore dalla scelta all'acquisto): oggi il 30% delle strutture ricettive adotta soluzioni di pagamento da *mobile* e offre la possibilità di

[7] Netcomm School of Management del Politecnico di Milano – Osservatorio eCommerce B2C

check-in online o da *mobile* (nel 2019 erano solo l'8%); cresce anche l'offerta di assistenza tramite chatbot (è al 14%, era al 2%) e di tour virtuali delle camere (13%). (Osservatorio Innovazione Digitale) [8].

1.2.4. Il lavoro e le chiusure che hanno di fatto fermato il turismo

A partire dalla fine di febbraio 2020 l'epidemia di Covid ha colpito in modo durissimo il comparto turistico con inevitabili conseguenze sul lavoro: si è stimato che solo il 10% della ricettività italiana fosse rimasto aperto, anche e soprattutto per fare fronte ad esigenze irrinunciabili di mobilità lavorativa.

Le chiusure non sono state compensate da nuove aperture: nel 2021 sono nate solo 1.916 nuove attività turistiche (imprese della ricettività e dei servizi turistici), a fronte di 4.116 chiusure, con un saldo negativo di 2.200 imprese in meno[9]. In termini assoluti l'emorragia più consistente è quella della ricettività (-1.356), mentre per quanto riguarda le imprese dei servizi turistici, la cui chiusura è stata determinata anche dalla scarsità di sostegno a loro favore, si rilevano 844 imprese in meno.

La situazione si è rilevata particolarmente grave per le imprese delle città d'arte, del turismo d'affari, e per tutta l'intermediazione (agenzie di viaggi e tour operator).

Anche il 2022 non si è aperto con buoni auspici, penalizzando soprattutto le imprese della ricettività, che con la quarta ondata hanno stentato ancora a riaprire, visto anche il blocco degli eventi e dei viaggi di lavoro.

Nel 2020 gli occupati sono diminuiti di 187 mila unità nel comparto turistico e di 33 mila unità in quello culturale. In termini percentuali si tratta di calo rispettivamente dell'11,3% e del 5,2%. Circa la metà dell'occupazione persa tra il 2019 e il 2020 (-456 mila persone) è stata dunque in quei settori[10].

[8] School of Management del Politecnico di Milano - Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo
[9] Assoturismo Confesercenti
[10] ISTAT il mercato del lavoro nel 2020

1.3. LA POSSIBILE USCITA

Non è facile descrivere il momento presente, se non affidandosi alle (poche) statistiche aggiornate, alle (prime) analisi di tipo predittivo, ed alle informazioni che soprattutto la stampa specializzata divulga.

Tra tendenze confermate e smentite, notizie rosee ovvero allarmistiche spesso fomentate da interessi particolari, e qualche scorcio di cielo sereno, quello che ne risulta è un caleidoscopio multicolore.

A questa realtà occorre però affidarsi, seppure con spirito critico, per cercare di comprendere "in medias res" non solo quello che sta accadendo, ma soprattutto dove ci condurrà.

Come finora fatto, ci affideremo ad uno schema analitico consolidato, che parte dall'analisi della Domanda, per poi passare alle conseguenze sull'Offerta, ed infine valutarne esiti e prospettive sul lavoro nel turismo. Non perché il lavoro debba essere una variabile subordinata, ma in quanto consci che rappresenta ancora il terminale ultimo delle evoluzioni, delle circostanze e delle scelte a cui non è purtroppo chiamato a concorrere.

1.3.1. La domanda "liberata" si riprende il suo spazio

I dati del 2022, che si sono a mano a mano appalesati, le previsioni formulate e le predizioni (basate quindi su elementi concreti come le prenotazioni), danno la precisa idea di un progressivo risveglio dell'intero settore turistico.

Questo risveglio si riscontra in particolare dal lato della domanda, in cui il venir meno dei vincoli ha liberato – ove possibile -il desiderio di viaggiare, ma insieme ha dato la stura a diversi cambiamenti qualitativi che erano come rimasti "in nuce" negli anni del Covid.

Anche per meglio apprezzare questa progressione è utile una visione cronologica delle informazioni.

Ad inizio 2022, secondo Expedia, responsabilità e consapevolezza diventeranno i caratteri essenziali della domanda. Nel Travel Value Index outlook 2022 si afferma infatti che: la disponibilità a pagare qualcosa in più pur di "viaggiare sostenibile" conquista la maggioranza delle persone, con il 59%; il 49% invece sceglierà luoghi meno affollati; e il 43% si muoverà "localmente".

Per European Travel Commission ("Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel-Wave") il 2022 è all'insegna della fiducia: ad inizio anno gli europei evitavano di fare piani e prenotazioni troppo concrete, ma per l'estate dichiaravano di scegliere viaggi più lunghi con maggior capacità di spesa.

Altro dato di rilievo riguarda i viaggi intraeuropei che rimangono la scelta preferita per il 50% dei viaggiatori del vecchio Continente. La preferenza per i viaggi di oltre 10 notti aumentava del 38% rispetto allo scorso anno, mentre la quota di viaggiatori che prevedeva di spendere più di 2mila euro cresceva del 31. Il leisure rimaneva la prima scelta per il 63% degli europei, ma anche i viaggi di lavoro stavano mostrando segni di miglioramento per la prima volta dall'autunno 2020.

Un evento grave come una guerra "nel cuore dell'Europa", a prescindere da ogni altra considerazione, non poteva che impattare anche e proprio sul turismo. Le Associazioni di categoria degli albergatori, già in pressing per le perdite di presenze da Covid, nel 2022 fanno i conti anche con il blocco di un bacino di domanda "d'oro". Anche gli organizzatori di viaggi parlano di una inevitabile frenata nella ripartenza dei flussi incoming dall'Est, già penalizzati, oltre al resto, dal mancato riconoscimento del vaccino Sputnik, e un discorso analogo si può fare per l'outgoing. Una previsione di minori viaggi nel secondo semestre riguardava anche il nostro Paese, ma certamente ne danneggiava di più altri come la Turchia e la Grecia, che siamo soliti considerare nostri competitors.

Si tratta di una magra consolazione, evidentemente, ma anche di una chiara indicazione di come le geografie turistiche del mondo spesso ci trascurino, e seguano logiche e baricentrismi diversi da quelli che ci riguardano, anche se ci consideriamo da sempre "il centro di tutto".

A causa della guerra si è stimata una perdita per l'incoming italiano dalla Russia e dall'Ucraina che varrebbe l'1% delle presenze e il 2% dei fatturati. Si dice "non badavano a spese, chissà quando e se torneranno". Si è creato un clima di accoglienza e solidarietà da

un lato, ma anche di ostilità e sospetto dall'altro. Anche in questo caso, "il dopo" non sarà mai più come "il prima".

Sul fronte dei trasporti la IATA (Associazione Internazionale delle Linee Aeree) segnalava una significativa tendenza alla destagionalizzazione, rappresentata dall'andamento -non più intermittente- delle ricerche di voli in tutto l'arco dell'anno.

In vista della ripresa dei viaggi a livello mondiale American Express, nel corso del 2022, indagava sulle motivazioni e le considerazioni dei viaggiatori in Australia, Canada, Messico, Giappone, India, Regno Unito e gli Stati Uniti. Ne scaturiva un quadro di "responsabilità" inaspettato: il 78% dei turisti vuole avere un impatto positivo sulle comunità che visita, a partire dalla ristorazione e dallo shopping da fare in imprese "familiari" (55%). Seguono la visita all'attrattore principale (42%) e ai parchi nazionali (40%), mentre i mercati contadini (37%) superano anche se di poco le visite ai musei (36%).

Nel mese di luglio cominciano a prendere forma i nuovi dati, più o meno Big Data. Il più grande dei profondi conoscitori delle ricettività italiana è Zucchetti, che tramite il sistema Lybra "pesca" nei gestionali di migliaia di imprese, e monitora le prenotazioni. Una lettura verticale sul mercato USA che sta prenotando in Italia, dice che Veneto, Toscana e Campania sono le regioni più gettonate: non solo guardate, ma comprate. Nello specifico Penisola Sorrentina, Costiera Amalfitana, Costa degli Etruschi, e poi tanti altri. A fine giugno 2022 gli Statunitensi puntano anche sul Lago di Garda (in misura doppia rispetto a quello di Como), e Roma (100 versus 54 di Firenze e 48 di Venezia).

Tra gli italiani, secondo SWG, spunta la voglia di treno: verso le città il treno è visto come mezzo più sicuro anche per il minor impatto ambientale (73%). Agli Italiani piace organizzarsi da soli i viaggi, ci provano gusto (82%), solo per il 15% si tratta di una seccatura. Il 41% dei giovani 18-24enni dedicano più tempo di prima ad organizzarsi.

Città d'arte e ritorno del turismo internazionale stanno sostenendo il comparto turistico. Lo dice l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio. Gli operatori hanno dichiarato di aver venduto a giugno il 50% delle camere: un valore prossimo a quello registrato nel 2019. Il recupero più significativo e incoraggiante è però quello atteso per le città d'arte, tra le destinazioni più penalizzate a causa dell'emergenza sanitaria, che a luglio hanno registrato prenotazioni superiori a poco più della metà dello scorso anno (54,5%). Tutto questo anche grazie ad un aumento della clientela straniera: si tratta per lo più di turisti provenienti dalla Germania, Svizzera, Austria, Francia, Paesi Bassi e Regno Unito. Quasi a zero, ovviamente, le prenotazioni dalla Russia.

A settembre 2022 viene segnalato un forte recupero nelle performance del turismo mondiale. Secondo il barometro dell'Unwto: gli arrivi di turisti internazionali sono quasi triplicati da gennaio a luglio 2022 (+172%) rispetto allo stesso periodo del 2021. Ciò significa che il settore ha recuperato quasi il 60% dei livelli pre pandemia. La costante ripresa riflette la forte domanda repressa di viaggi internazionali, nonché l'allentamento o la revoca delle restrizioni di viaggio fino ad oggi.

Si stima che circa 474 milioni di turisti abbiano viaggiato a livello internazionale nel periodo gennaio-luglio, rispetto ai 175 milioni degli stessi mesi del 2021, e che a giugno e luglio 2022 siano stati registrati circa 207 milioni di arrivi internazionali, oltre il doppio dei numeri visti negli stessi due mesi dell'anno scorso. L'Europa ha accolto 309 milioni di questi arrivi, pari al 65% del totale.

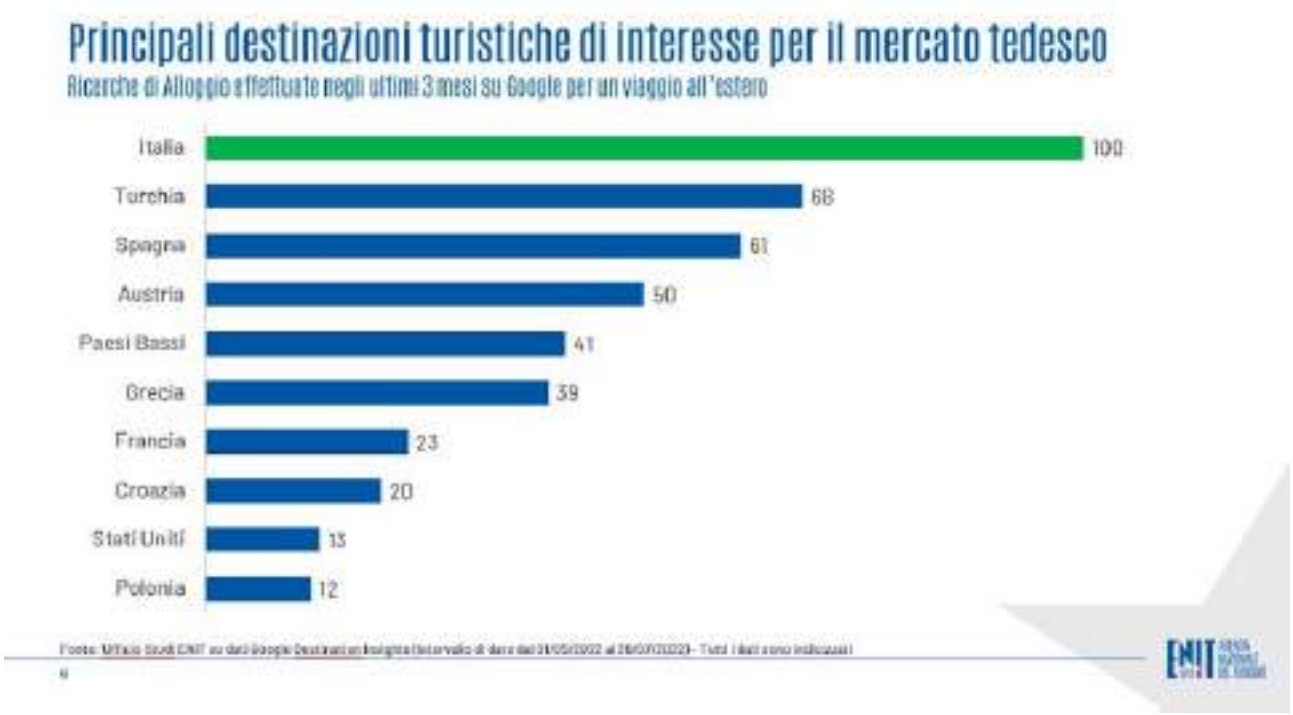
Ad agosto la fiducia si restringe**.** SWG per Confcommercio disegna uno scenario critico, da "frenata improvvisa". Partendo da una previsione di 27 milioni di Italiani vacanzieri, come nel 2019, la paura del ritorno di fiamma del Covid ha fatto calare le partenze di luglio di 4,5 milioni di unità, tra disdette e rinunce. Per i prossimi mesi il colpo di coda riduce i viaggi "lunghi" di 7 giorni o più, fa crescere quelli "medi", ed esplodere le microvacanze. La spesa prevista cala di conseguenza.

E' poi interessante monitorare le spese "affluenti**" .** A certificarle è Global Blue Tax Free Shopping, che a Roma ha registrato per il trimestre giugno-agosto 2022 un recupero della spesa tax free - rispetto allo stesso periodo del 2019 - del 95. In assenza di cinesi e russi, i leader della spesa sono stati gli americani (43% del totale), che hanno più che doppiato il 2019. Al secondo posto gli arabi. Tra le altre nazionalità emergenti, vanno segnalati i canadesi e gli australiani (entrambe meglio del pre-Covid), e i britannici.

L'indagine mensile della Banca d'Italia arriva a descrivere il fenomeno turistico solo fino a giugno, ma il risultato generale è molto importante: il primo semestre 2022 segna una crescita fondamentale sul 2021, e soprattutto un quasi riallineamento anche rispetto al "favoloso" 2019: siamo infatti ad un 86% delle notti trascorse dagli stranieri in Italia, e all'85 % della spesa. E' un dato molto differenziato sul territorio, che vede tutto il Sud continentale (tranne la Calabria) in territorio positivo. Al Centro-Nord volano solo l'Umbria e le Marche.

Si arriva a settembre quando i dati di Confturismo parlano di 12 milioni di Italiani in vacanza proprio in questo mese: 9,9 milioni in Italia; 2,1 milioni optano, invece, per le destinazioni estere. Un mese positivo per i viaggi, a conclusione di una stagione estiva in cui saranno complessivamente, a partire da giugno, 30 milioni coloro che si sono concessi almeno una vacanza.

Sempre a settembre l'ENIT mostra il dinamismo del mercato turistico tedesco, ed il suo grande desiderio di Italia.



A novembre, da fonti varie, Il Sole-24 Ore ricava una tendenza al recupero delle presenze turistiche trainato dagli Italiani (+ 30% rispetto al gennaio-agosto 2021), ma soprattutto dagli stranieri (+ 171%, stesso periodo). Sempre più forte la domanda di wellness e contatto con la natura.

Dalla ricerca di Confcommercio presentata al TTG di Rimini sui turisti di diverse nazionalità emerge che l'Italia è tra le mete preferite di vacanza, particolarmente attrattiva per gli americani e i brasiliani, che la mettono al primo posto in Europa rispettivamente per il 75% e l'88%. Tra gli europei, i più interessati al nostro paese sono i francesi (74%), i tedeschi (70%) e gli inglesi (65%). Tra le motivazioni di scelta troviamo la cultura, con le grandi città d'arte.

E arriviamo al 2023. Secondo la ricerca sui trend di viaggio effettuata da Marriott Bonvoy, che ha analizzato i programmi di viaggio in Europa e Medio Oriente di 14.000 viaggiatori per il 2023, la maggior parte di loro (87%) prevede di viaggiare e oltre 4 italiani su 10 (44%) hanno in programma di farlo di più rispetto al 2022.

La meta principale è sempre l'Italia, il 65% dei viaggiatori italiani prevede di trascorrere qui le proprie vacanze del 2023.

1.3.2. Un'offerta in veloce cambiamento

HOTELS

L'occhio degli investitori internazionali è puntato sul settore alberghiero: all'insegna della ripresa dei flussi, che sta finalmente interessando anche il comparto alberghiero, l'ospitalità italiana trae rinnovata linfa vitale dalla dinamicità degli investimenti nel settore, che vede nell'anno appena trascorso e in quello corrente una crescente attrazione di capitali. Il recente report di Ernest & Young sottolinea come il 2021 si sia chiuso a quota 2,1 miliardi di investimenti, con un numero di operazioni in incremento di oltre il 90% sul 2020, specialmente da parte di investitori europei interessati alle grandi città. Il capoluogo veneto, al pari di Roma, ha attirato il 16% delle operazioni in ambito alberghiero. In un'Italia sempre più attrattiva gli investitori internazionali continuano a vedere occasioni di business e, così facendo, continuano ad immettere generose quantità di denaro nel settore.

Nei primi sette mesi del 2022 un trend positivo dei volumi di investimento, arrivati a 730 milioni di euro, continua il percorso di crescita dell'anno passato, quando gli investimenti complessivi hanno toccato i 2,1 miliardi di euro. Nell'ultimo anno gli hotel italiani hanno attirato il 16% del commercial real estate, contro una media europea del 5%. Roma e Milano continuano a dominare la scena. L'interesse degli investitori è rivolto in particolare al segmento ultra-lusso a Roma, puntando al riposizionamento di strutture esistenti e alla conversione di immobili ad uso ufficio nel centro storico della città.

A Milano invece i flussi si sono diretti verso il segmento upper-upscale con operazioni di rebranding di hotel esistenti o acquisto di alberghi a reddito da parte di investitori core. A livello di performance, nei primi sette mesi del 2022 a Roma e Milano l'Adr (Average Daily Rate) è cresciuto rispettivamente del 21% e del 14%, conseguendo i migliori risultati tra le capitali europee.

I tassi di occupazione degli alberghi si collocano ancora di poco sotto i livelli del 2019 (-14% a Roma e -22% a Milano), ma in linea con quelli del mercato europeo. Il rendimento per camera occupata (RevPAR) a Roma è già al di sopra dei livelli raggiunti nel 2019 (+4%) mentre ancora di poco in area negativa a Milano (-11%).

Le performance del mercato sono robuste, in rapidissima crescita e con valori/profitti superiori alle aspettative.

INTERMEDIAZIONE

Quanto all'intermediazione online, la crescita si propone all'insegna della trasparenza. Parte da una legge del Belgio, passando per la Corte di Giustizia dell'Unione Europea, l'obbligo per gli intermediari, inclusi i portali di prenotazione, di comunicare all'Amministrazione finanziaria i dati degli host e i loro recapiti, nonché il numero di pernottamenti e le unità abitative gestite nell'anno precedente, al fine di identificare i soggetti debitori di un'imposta regionale sugli esercizi ricettivi turistici e i loro redditi imponibili.

Si tratta di una rivoluzione che, più che colpire i grandi portali, potrebbe far emergere le situazioni meno trasparenti per quanto riguarda gli host. Nel frattempo i grandi player del settore hanno ricominciato a raggiungere risultati importanti. Per il secondo trimestre del 2022, che coincide con il primo periodo della stagione estiva, Airbnb prevede per le sue casse entrate superiori ai 2 miliardi di dollari in un trend di continua crescita, visto che nel primo trimestre del 2022 aveva registrato un boom di 100 milioni di prenotazioni.

Un record che ha permesso al portale dedicato al turismo di totalizzare un fatturato di 1,5 miliardi di dollari tra gennaio e marzo. Questo grazie all'allentamento dalle restrizioni della pandemia, ma anche all'aumento dei prezzi (+39%) rispetto allo stesso periodo del 2022.

Si prevedono anche alcuni cambiamenti: le persone prenoteranno non più per brevi periodi, ma per "settimane, mesi o persino intere stagioni". Del resto le prenotazioni di oltre 28 giorni rappresentano già la categoria in maggiore crescita dal 2019. Inoltre la metà delle prenotazioni totali da inizio anno hanno riguardato un soggiorno di almeno 7 notti. Tra i fenomeni globali che potrebbero favorire ulteriormente Airbnb in futuro c'è anche lo smart working.

Ma ci sono anche limiti evidenti per l'intermediazione turistica online: il 44% di chi ha scelto non ricorda neppure su quale portale, il 67% non ha prenotato anche un'auto o un aereo (55%), mentre il 36% usa le OTA solo per cercare, ma poi prenota in altro modo.

ALLOGGI

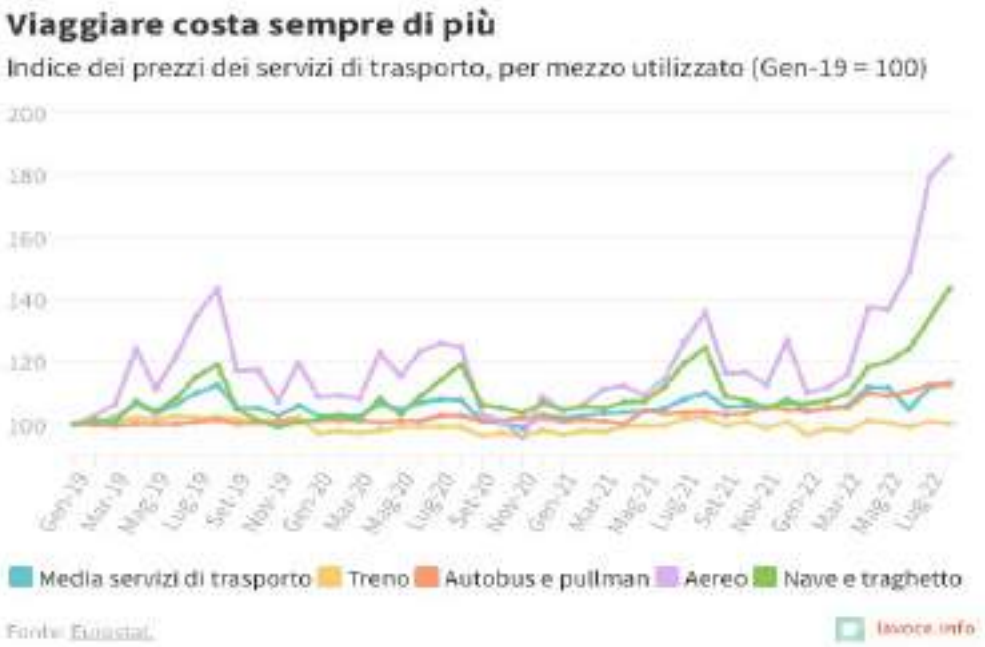
Anche in Italia ci vorrà una Legge Nazionale per "consentire alle diverse Amministrazioni comunali di definire i limiti massimi per la destinazione degli immobili residenziali alle locazioni brevi". Venezia sta facendo da apripista con un emendamento al Decreto Semplificazioni Fiscali, ma Firenze e Bologna non sono da meno. La regola proposta è che fino a 120 giorni di locazione un host rimane nella categoria "uso residenziale", oltre diventa "ricettivo" e si accolla oneri ed onori delle imprese. Al contempo avanza il Codice Univoco nazionale, che consentirà di evidenziate tutte le realtà ricettive "a norma".

Secondo una stima di Scenari Immobiliari, si prevede un incremento del 105% di contratti di locazione breve nel 2022 rispetto al 2021. Un trend questo che ha risentito meno dell'impatto pandemico in questi due anni, consolidando la crescita con +7% di notti prenotate per l'estate 2022, rispetto al trimestre giugno-settembre del 2019. Ma queste case qualcuno le dovrà pur gestire: un esempio in tal senso è CleanBnB (società quotata su EGM, Euronext Growth Milan di Borsa Italiana), con le sue prenotazioni da record. Superato il picco di contagi da Covid-19, il volume di incassi registrati dall'azienda nel corso del 2022 ha subito una brusca accelerazione delle prenotazioni (+ 8.928 soggiorni). Un incremento del 289% rispetto allo stesso periodo del 2021, con incassi superiori a 2,96 milioni di euro (circa il triplo rispetto al primo trimestre del 2021).

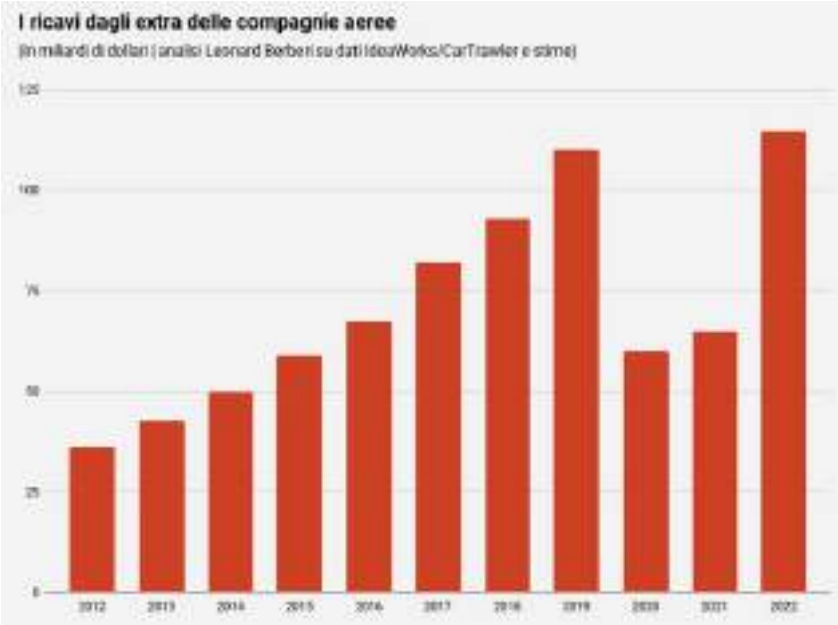
VIAGGI

Ma la ripresa ha trovato molti operatori spiazzati: i problemi maggiori hanno riguardato gli aeroporti del Nord Europa, che non riescono a fronteggiare l'impennata di domanda di viaggi aerei e la carenza di personale, che genera una crisi di sovraffollamento. Così Amsterdam Schipol limita il numero di passeggeri ammessi durante l'estate (massimo 16 mila/giorno, 16% in meno), e lo stesso fa Londra Gatwick (-100 voli/giorno, il 10%). Per converso tagliano l'operativo anche KLM, EasyJet, Lufthansa, che addirittura si scusa pubblicamente con i propri clienti potenziali, costretti a reprimere almeno per questa estate il loro "revenge travel"

Eurostat documenta l'inflazione nei servizi di trasporto, che nel 2022 hanno toccato nuove vette di crescita sia rispetto alla congiuntura che al pre-pandemia. Ad aumentare sono soprattutto i costi legati ai mezzi a maggiore intensità energetica, come il trasporto aereo, che ad agosto 2022 vedeva un aumento medio di quasi il 30% sui prezzi dei biglietti rispetto all'estate del 2019. Sostanzialmente lo stesso può dirsi del settore navale. Decisamente più convenienti i costi dei biglietti degli autobus e dei treni.



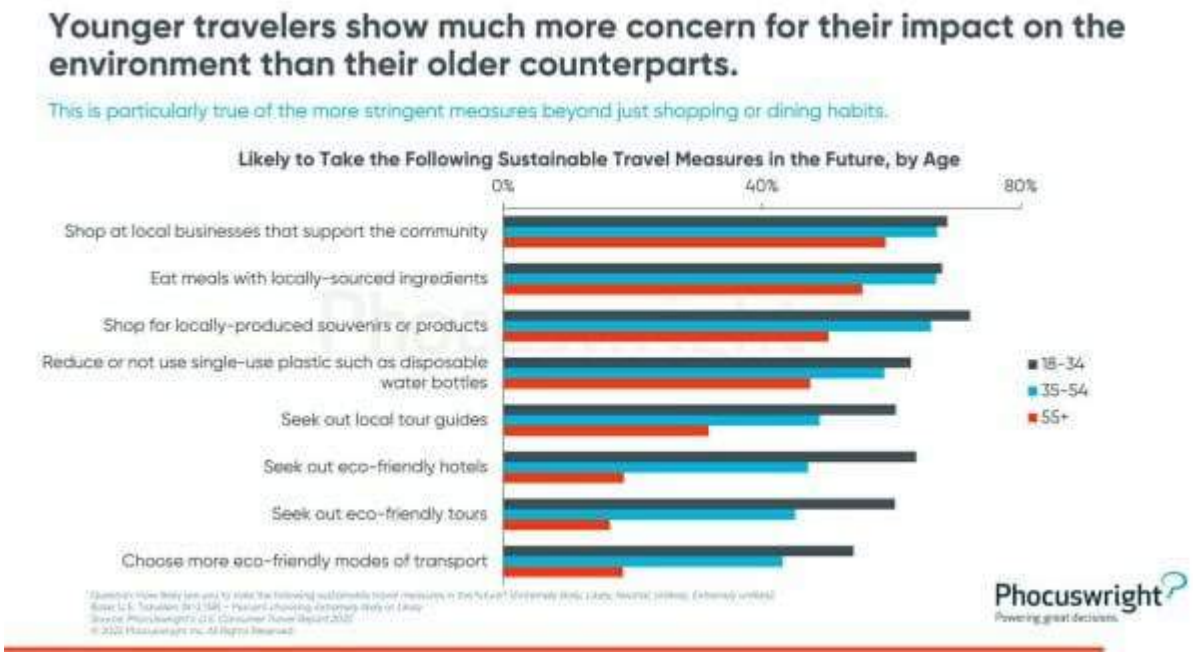
L'allentamento delle restrizioni anti-Covid e la ripresa della domanda di turismo, con l'esplosione dei viaggi nell'estate 2022, hanno permesso alle compagnie aeree di ottenere grandi profitti. Questi ricavi sono imputabili per ben il 19% ai servizi extra della vendita dei biglietti aerei. I cosiddetti optional o servizi "ancillari", come ad esempio l'imbarco prioritario o il bagaglio in stiva o la scelta del posto a sedere, rappresentano quasi un quinto del prezzo del biglietto, quota che arriva fino al 60% per le compagnie low cost. Questa voce frutterà alle compagnie la cifra record di 115 miliardi di euro entro il 2022, anno che ha già superato i ricavi del 2019.



Intanto il lusso non si ferma: ad esempio per il mercato globale delle barche da diporto, che nel 2020 aveva raggiunto i 35 miliardi di dollari, è prevista una crescita annua del 6%, andando a sfiorare i 45 miliardi di dollari entro il 2026. Buona parte del risultato si deve al segmento del lusso, che a quanto pare non conosce crisi: il trend di crescita stimato è del 6,3% annuo, con un giro di affari pari 11 miliardi di dollari, in crescita fino a 17 miliardi nei prossimi sei anni.

MEDIA

Per quanto riguarda gli strumenti della comunicazione, il canale/media di ispirazione per le scelte turistiche che si afferma come più forte rimane la recensione social da parte di amici o familiari, piuttosto che quello che dicono VIP ed Influencer, il nuovo "asso" della comunicazione commerciale più o meno mascherata. Soprattutto tra i giovani, assumono grande importanza i rapporti anche economici con le comunità locali, i pasti "a km zero", i prodotti locali. E basta con la plastica usa-e-getta, il nuovo stigma.



1.3.3. Il lavoro tra quantità in crescita e qualità in calo

Secondo WTTC ci sono 263.000 posti di lavoro vacanti in Italia nel turismo. È quanto emerge dal nuovo report del World Travel & Tourism Council, che ha rivelato e confermato le voci di un enorme deficit di manodopera nel settore turistico italiano. Non soltanto in Italia, però. La ricerca, in collaborazione con Oxford Economics, ha evidenziato una forte carenza di manodopera anche in altre importanti destinazioni come Stati Uniti, Francia, Spagna, Regno Unito e Portogallo. Tra i Paesi europei analizzati, però, l'Italia è il più sensibile, con un posto di lavoro vacante ogni sette. Solo nel 2020, il settore dei viaggi e del turismo italiano ha registrato una riduzione del 12,4% dell'occupazione, pari a 215.000 posti di lavoro persi.

Durante la seconda metà del 2021, con l'aumento della voglia di viaggiare, il settore del Travel & Tourism ha raggiunto un punto in cui la domanda di lavoro ha superato l'offerta. Julia Simpson, presidente e ceo del Wttc, ha dichiarato: «Se non ci saranno abbastanza persone per ricoprire questi posti di lavoro quando i viaggiatori torneranno, la ripresa economica dell'Italia potrebbe essere messa a repentaglio". Secondo le stime, a fine del 2021 l'occupazione mondiale nel settore è aumentata dello 0,7% – il che equivale ad altri due milioni di posti di lavoro – a cui farà seguito un aumento anno su anno del 18% nel 2022, raggiungendo 324 milioni di posti di lavoro.

La carenza di personale rappresenta quindi una sfida chiave per il settore del turismo globale, e per poter sfruttare al meglio domanda di viaggio che verrà.

Il bollettino di ANPAL, Banca d'Italia e Ministero del Lavoro, che già aveva mostrato la ripresa impetuosa del lavoro anche nel turismo, a inizio anno descrive un fenomeno imponente, che

fa il paio con una crescita record del PIL (+6,5%, il massimo in Europa), ancora più forte che nel 2019.

Se questo è vero per tutta l'economia italiana, lo è ancora di più per il turismo. Nel 2021 si sono avute nel settore 44.565 attivazioni nette di lavoro a tempo indeterminato, oltre 20 mila in più che nel 2020, mentre le pur tantissime attivazioni a tempo determinato (136.561) sono calate di circa 8 mila unità. Un ottimo segnale di possibile ritorno alla stabilizzazione. Nel complesso con quasi 168 mila attivazioni il turismo si dimostra il settore più consistente e dinamico, persino più delle costruzioni, che pur beneficiano di un sostegno eccezionale grazie ai vari bonus.

Ad aprile, secondo le previsioni di Unioncamere Excelsior in collaborazione con Anpal, il turismo è al primo posto tra i settori che assumeranno da qui a giugno: il 22,5% quelle che prevedono assunzioni sono imprese ricettive e della ristorazione, contro il 19% del commercio e il 18,2% del manifatturiero. Non è dato conoscere le tipologie di contratto, ma considerato che si tratta del periodo pre-estivo molti dei contratti si presume siano a tempo determinato. Considerato solo il turismo le imprese che prevedono entrate lavorative si concentrano nelle province di Roma, Bolzano e Milano. Tra le prime dieci anche Venezia e Verona.

Anpal, Banca d'Italia e Ministero del Lavoro continuano a certificare la crescita: il lavoro dipendente, da gennaio ad agosto 2022, è cresciuto di 300.000 posizioni nel totale dell'economia. Da gennaio a giugno 2022 le posizioni lavorative create – sempre nel totale dell'economia- sono state quasi 100 mila in più dello stesso periodo del 2019. Nei soli mesi di luglio ed agosto 2022 le posizioni create sono state 35 mila. La dinamica, molto accelerata a fine primavera, ha mostrato poi segnali di rallentamento in estate: la differenza tra assunzioni e cessazioni si è infatti ridotta, pur restando ampiamente positiva.

Nel turismo, in particolare i dipendenti hanno raggiunto il massimo storico assoluto, con 1.228.000 addetti nel secondo trimestre, quasi 200 mila in più del 2021 (+21,7%), 8 mila in più persino dell'anno-record, il 2019. La dinamica è stata quindi molto forte almeno per i mesi di aprile-giugno, e anche durante l'estate è proseguita in crescendo: + 3 mila a luglio, + 6 mila ad agosto.

Nel corso del 2022 , però, il guest rating online di molte località turistiche italiane è peggiorato rispetto a quello degli anni precedenti. Questo fenomeno non va sottovalutato, ma esaminato congiuntamente con un altro dato relativo alle recensioni che soprattutto gli ospiti stranieri hanno lasciato per molte strutture ricettive inserite nella top ten di località (TripAdvisor). A leggerle ci si accorge che una delle denunce più comuni è quella inerente la scarsa professionalità nel fornire servizi di ospitalità.

Inutile continuare ad ignorare il problema della disponibilità di manodopera specializzata nel settore del turismo.

1.4. DOPO NON SARÀ COME PRIMA

Il Covid ha rappresentato quindi uno spartiacque tra le tendenze di consumo legate alla vacanza, con un prima, un durante e dopo che hanno visto modificarsi i bisogni dei turisti o gli stessi bisogni affermarsi in maniera strutturale.

Tendenzialmente fino al 2019 le tematiche emergenti e preponderanti erano: ambiente, mobilità, avventura, local, esperienza.

Durante la pandemia è emersa l'attenzione a temi silenti, che erano già comparsi durante la fase degli attacchi terroristici, ma sotto un'altra veste: sicurezza ed accoglienza. Soprattutto è stata l'occasione per lo sviluppo di tutti quei servizi legati all'innovazione tecnologica, alla sharing economy, alla comunicazione social, ai servizi di prenotazione, ecc.

Ora che si è aperta una nuova fase post-pandemia, alcuni di questi elementi sono diventati strutturali, mentre altri si sono tradotti in nuove visioni di viaggio.

Le tendenze di viaggio

Prima della pandemia	Durante la pandemia	Dopo la pandemia
GREEN e STARE BENE attività fisica / salute e benessere / cibo sano / cammini	**SICUREZZA** sanità / salute	**ETICA DEL VIAGGIO** sostenibilità / impatti / comunità
MOBILITÀ arrivare veloci / vivere il territorio con lentezza / nuove combinazioni	**PROSSIMITÀ** in Italia / nella stessa regione	**NUOVE DESTINAZIONI** aree meno conosciute / luoghi meno affollati / riscoperta
AVVENTURA luoghi nuovi / attività insolite / adrenalina	**INNOVAZIONE** sharing economy / prenotazione / social network	**DIGITALIZZAZIONE** come commodity
ESPERIENZE LOCALI quello che fanno i locali / vivere come un residente	**ACCOGLIENZA** informazione / organizzazione dell'offerta	**OUTDOOR** cammini / bici / movimento

Fonte: elaborazione SL&A

Le tendenze di comportamento nelle scelte di viaggio rispecchiano i trend di consumo generale, che nel 2022 si concentrano su tematiche come clima e scelte ambientali, digitale e metaverso, nuove forme di socialità, attenzione al benessere personale.

Soffermarsi sulle tendenze di consumo, ancora prima che su quelle di comportamento turistico, aiuta a contestualizzare i bisogni dei turisti: prima che da viaggiatori, la domanda turistica è rappresentata da persone e consumatori a tutti gli effetti, che, nel bene o nel male, tendono a traslare i propri atteggiamenti giornalieri anche nelle esperienze di viaggio.

Da questo punto di vista, la ricerca Euromonitor, che individua i primi 10 comportamenti di consumo per il 2022, offre spunti interessanti per una riflessione in ambito di strategia turistica.

La Top 10 dei trend di consumo 2022 – dettaglio

Fonte: Euromonitor 2022

Dopo la pandemia si rileva quindi come crescente la responsabilità negli acquisti, che si traduce in etica del viaggio: attenzione forte non solo alla sostenibilità ambientale ma all'impatto che il turismo produce in termini economici e sociali, ovvero un'attenzione specifica verso le comunità ospitanti. I viaggiatori oramai sono più attenti verso chi e per cosa stanno viaggiando, con il 78%[11] che desidera avere un impatto positivo sulla comunità che sta incontrando. Impatto positivo che si traduce in mangiare e acquistare prodotti locali come attività al primo posto, seguiti da visitare attrattori sia naturali che culturali, praticare

[11] Fonte: Global Travel Trends Report. American Express. 2022

attività outdoor, tutto questo ancora meglio se con la propria famiglia, cercando di soddisfare gli interessi di tutte le fasce di età, magari in momenti diversi.

Quando si parla di attività interessanti da fare durante il viaggio le tematiche sono trasversali e si declinano in numerose possibilità:

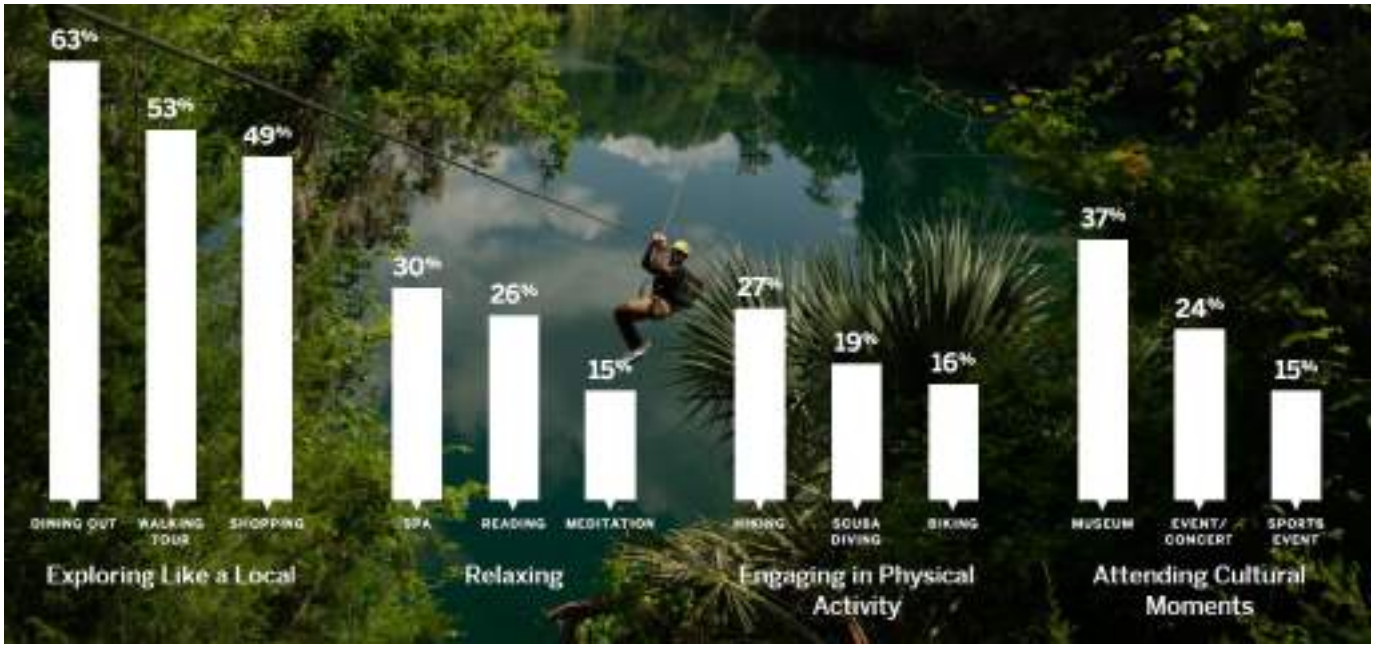
- Vivere come un local: al primo posto il mangiare locale, seguito da un walking tour, e lo shopping;
- Rilassarsi: al primo posto rilassarsi in spa, seguito dalla lettura e dalla meditazione;
- Fare attività outdoor: camminare, diving, in bici;
- Fare una esperienza culturale: in musei, ad eventi culturali, ad eventi sportivi.

Top activities scelte dai turisti con impatto positivo sulla comunità locale

Fonte: Global Travel Trends Report. American Express. 2022

L'evoluzione si nota anche nella ricerca di nuove destinazioni, luoghi non necessariamente *top of mind*, ma mete meno conosciute, meno affollate, anche importanti per la riscoperta delle proprie origini.

Attività che si fanno in viaggio

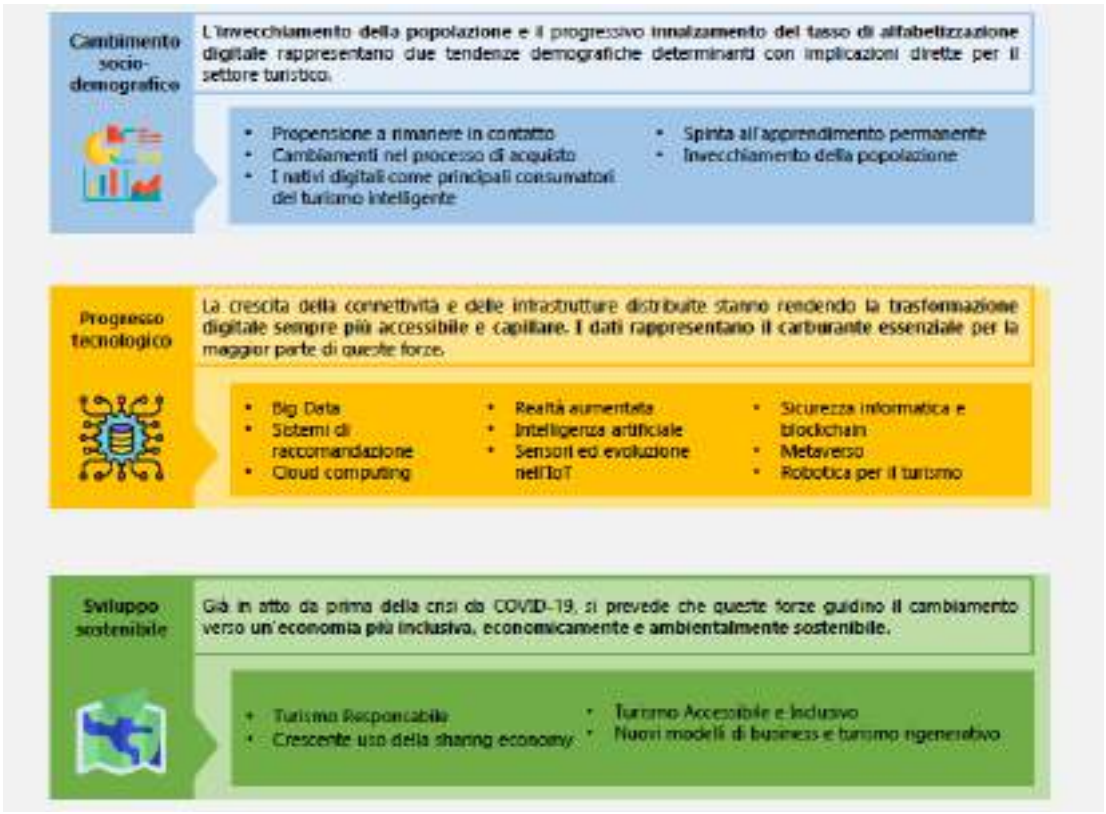


Fonte: Global Travel Trends Report. American Express. 2022

La digitalizzazione prende il sopravvento come prodotto tangibile e fruibile sul mercato, e diventa strumento irrinunciabile per scegliere e acquistare, quindi in tutte le fasi del *customer journey* del turista. È inoltre utile approfondire come il turismo attivo ponga le basi per consolidarsi sempre di più negli scenari turistici attuali. Nel contesto europeo l'Italia si conferma in crescita e si colloca al quarto posto con la particolare tendenza a privilegiare anche l'aspetto culturale. Si conferma il crescente desiderio dei viaggi all'aria aperta, a contatto con la natura, ricchi di attività fisiche diverse e di esperienze da ricordare e soprattutto in modo sicuro, distanziato e sostenibile. E tutto questo ben si sposa con la forte tendenza alla destagionalizzazione che si afferma sempre di più come strutturale.

Le considerazioni sopra esposte sono peraltro in linea con l'approccio e la visione della politica europea sul turismo. Uscendo, infatti fuori dai confini del mercato nazionale, e rivolgendo particolare attenzione ai comportamenti della domanda turistica a livello mondiale ed europeo, la *Guida europea sull'uso dei dati per le destinazioni turistiche,* pubblicata a luglio 2022, evidenzia le tendenze osservabili e prevedibili nell'ambito turistico e le raggruppa sotto tre direttrici principali: il cambiamento sociodemografico, il progresso tecnologico e lo sviluppo sostenibile. La guida mostra come l'innalzamento del tasso di alfabetizzazione digitale, generato sia dai senior che dai nativi digitali, provoca cambiamenti nei processi d'acquisto e fa crescere la domanda del turismo intelligente; a seguire sono illustrati i prodotti e le conseguenze del progresso tecnologico, evidenziando il ruolo della raccolta e dell'uso dei dati in tale ambito; infine, vengono presentate le tendenze legate allo sviluppo sostenibile, che coinvolgono il turismo responsabile e rigenerativo e nuovi modelli di business.

Principali direttrici di cambiamento impattanti nel settore turistico



Fonte: EU guide on data for tourism destinations

2. I COMPARTI

Il turismo nel settore dei servizi

Nel secondo trimestre del 2022 si registra una crescita congiunturale in tutti i settori dei servizi[12], in particolare di quelli legati ai trasporti, come il Trasporto e magazzinaggio (+6,0%) e Commercio all'ingrosso, commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli (+3,8%). In aumento anche i fatturati dei comparti turistici, che vedono un +2,1% per le Agenzie di viaggio e un +0,5% per le Attività dei servizi di alloggio e ristorazione.

Tutti i settori dei servizi vedono nel periodo in esame variazioni tendenziali positive nel valore dell'indice del fatturato[13], specialmente per le Attività di servizi di alloggio e ristorazione – quelle che più da vicino descrivono il turismo -, con una crescita del 92,3%.

Il comparto delle Agenzie di viaggio registra, invece, un incremento del +15,6%. A livello tendenziale, entrambi i settori crescono maggiormente di quelli dei servizi riferibili al trasporto e al commercio.

Dagli ultimi dati disponibili, riferibili al secondo trimestre 2022, il settore dei servizi vede una crescita del 3,5% dell'indice del fatturato del settore (dati destagionalizzati) rispetto al trimestre che lo precede, una crescita sostenuta che si protrae per il sesto trimestre consecutivo, e supera i livelli prepandemici del quarto trimestre del 2019. Anche la tendenza dell'indice generale grezzo è in aumento del 17,0%.

Tuttavia, i settori che sono cresciuti di più sono quelli dei trasporti e del commercio, mentre le attività dei servizi di Alloggio e ristorazione sono ancora al -4,5% rispetto al 2019.

Fatturato dei servizi (var. % congiunturali e tendenziali)
I trimestre 2011 – II trimestre 2022

Fonte: Istat

[12] Fonte: Istat.
[13] L'indice del fatturato dei servizi misura la variazione nel tempo delle vendite delle imprese di servizi, espresse a prezzi correnti. (Fonte: Istat)

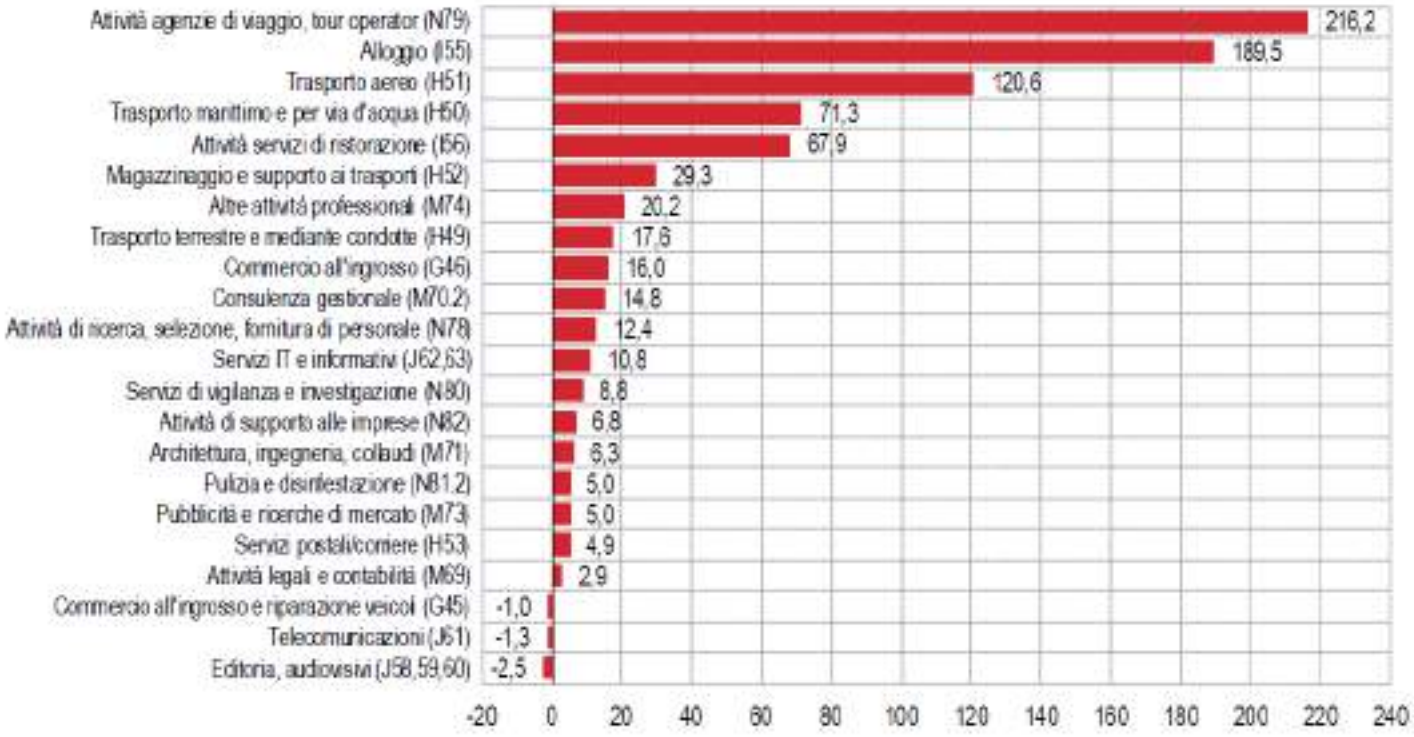
Fatturato dei servizi per attività economica (var. % congiunturali e tendenziali)

ATTIVITÀ ECONOMICHE		INDICI DESTAGIONALIZZATI	INDICI GREZZI	
		Variazioni congiunturali	Variazioni tendenziali	
		II trim 22 / I trim 22	II trim 22 / II trim 21	I-II trim 22 / I-II trim 21
G	Commercio all'ingrosso, commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli (b)	+3,8	+12,9	+13,9
H	Trasporto e magazzinaggio	+6,0	+27,7	+27,6
I	Attività dei servizi di alloggio e ristorazione	+0,5	+92,3	+98,8
J	Servizi di informazione e comunicazione	+1,1	+4,7	+4,3
M	Attività professionali, scientifiche e tecniche	+2,0	+8,4	+6,9
N	Agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	+2,1	+15,6	+13,8
Indice generale del fatturato dei servizi		**+3,5**	**+17,0**	**+17,0**

(a) Dati provvisori, soggetti a revisione nel trimestre successivo
(b) Esclusa G47 Commercio al dettaglio

Fonte: Istat

Ranking del fatturato dei servizi rispetto alle variazioni tendenziali (II trimestre 2022, variazioni percentuali tendenziali degli indici grezzi. Base 2015=100)



Fonte: Istat

2.1. Hotellerie

2.1.1. I dati del settore e la congiuntura economica

Dalle informazioni disponibili sugli indici trimestrali del fatturato delle attività economiche riferibili ai servizi, che uniscono i dati dei due comparti relativi ai servizi di alloggio e ristorazione, emerge una tendenza positiva verso l'alto già negli anni 2017 e 2018. Una crescita rallentata nel 2019 e arrestata negli anni della pandemia, almeno fino al secondo trimestre del 2021, quando il livello del fatturato inizia il suo recupero nei trimestri centrali dell'anno. L'andamento congiunturale del fatturato subisce un'altra battura di arresto tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022, per ritrovare slancio a partire dal secondo trimestre dell'anno.

Indici trimestrali del fatturato dei servizi di alloggio e ristorazione – Anni 2017/2022

Periodo **Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione**

		var. % su trimestre precedente	var. % su anno precedente
2017	III-trim	0,3	2,5
	IV-trim	0,4	2,3
2018	I-trim	0,5	1,5
	II-trim	0,9	2,6
	III-trim	0,3	1,7
	IV-trim	0,5	2,9
2019	I-trim	0,8	2,8
	II-trim	-0,7	0,1
	III-trim	0,9	1,6
	IV-trim	0,4	2,3
2020	I-trim	-22,0	-23,5
	II-trim	-65,1	-71,4
	III-trim	176,4	-24,9
	IV-trim	-32,2	-50,1
2021	I-trim	-13,5	-44,4
	II-trim	16,8	100,0
	III-trim	85,6	26,9
	IV-trim	-0,7	81,3
2022	I-trim	-0,2	110,3
	II-trim	0,5	92,3

Fonte: Istat

Nello specifico i soli servizi di Alloggio, secondo quanto reso noto dalle indagini periodiche di Istat, sono tra quelli che hanno registrato la più significativa crescita tendenziale (insieme ai servizi di Agenzie di viaggi, primi nel ranking, ad evidenziare un rimbalzo da molti definito "revenge travelling"), ovvero una variazione percentuale tendenziale maggiore rispetto alle altre attività economiche, con un valore di +189,5% di fatturato nel II trimestre del 2022.

Negli anni, dunque, è cresciuto il valore del fatturato per le imprese afferenti alla sfera dei servizi turistici, con un incremento del comparto di attività di alloggio rispetto al 2021 del +207% nei primi due trimestri e del +189% nel solo II trimestre dell'anno.

Fatturato dei servizi di alloggio (var. % tendenziale)

Attività economica	Variazioni tendenziali	
Alloggio	**II trim. 22 – II trim 21**	**I-II trim. 22 – I-II trim 21**
	+189,5%	+207,1%

Fonte: Istat

2.1.2. Alberghi e ricettivo: le imprese negli anni

Prendendo in considerazione il numero delle imprese registrate nel settore Alloggi, che comprende sia gli alberghi che le altre tipologie di strutture, osserviamo un aumento negli ultimi 5 anni, con 65.870 imprese registrate nel 2022.

Il numero delle imprese della ricettività in Italia ha subito negli anni un processo trasformativo di non poco conto, soprattutto a favore della ricettività extralberghiera, che negli ultimi quindici anni è aumentata esponenzialmente, soprattutto in termini di numero di esercizi, a scapito della ricettività tradizionale, che tuttavia ha mantenuto se non di poco accresciuto la sua fetta di posti letto.

ALLOGGIO (alberghi e altre strutture)					
	Imprese registrate	**Imprese attive**	**Iscrizioni**	**Cessazioni**	**Tasso di crescita dello stock***
2018	59.274	53.751	2.075	2.332	-0,4%
2019	62.188	56.417	2.834	2.558	0,5
2020	63.544	57.568	1.682	2.850	-1,6%
2021	64.364	58.564	1.516	2.872	-1,3%

** al netto delle cancellazioni di ufficio*
Fonte: elaborazioni su dati Movimprese-Infocamere

Infatti, rispetto a quindici anni fa il numero di alberghi è diminuito di oltre il -4%, ma il numero di posti letto è cresciuto, registrando un +10% del 2021 sul 2005.

Nel 2021 si contano 226.762 esercizi ricettivi, per un totale di oltre 5 milioni di posti letto.

Gli esercizi alberghieri sono 32.109, con oltre 2 milioni di posti letto, pari a poco più del 14% delle imprese ricettive italiane e al 43% dei posti letto totali. Di contro, sono gli esercizi extralberghieri a rappresentare la stragrande maggioranza delle imprese della ricettività (oltre l'85% sul totale), sebbene detengano una quantità minore di posti letto in termini di media per esercizio, con un totale pari al 56% del totale di posti letto in Italia

Offerta ricettiva per tipologia – Serie storica

	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRALBERGHIERI		TOTALE	
Anni	**Numero**	**Letti**	**Numero**	**Letti**	**Numero**	**Letti**
2005	33.527	2.028.452	96.409	2.322.081	129.936	4.350.533
2006	33.768	2.087.010	100.939	2.411.900	134.707	4.498.910
2007	34.058	2.142.786	96.991	2.342.795	131.049	4.485.581
2008	34.155	2.201.838	106.108	2.447.212	140.263	4.649.050
2009	33.976	2.228.639	111.454	2.371.720	145.430	4.600.359
2010	33.999	2.253.342	116.316	2.445.510	150.315	4.698.852
2011	33.911	2.252.636	119.818	2.489.102	153.729	4.741.738
2012	33.728	2.250.704	123.500	2.511.897	157.228	4.762.601
2013	33.316	2.233.823	124.205	2.494.357	157.521	4.728.180
2014	33.290	2.241.239	125.122	2.608.193	158.412	4.849.432
2015	33.199	2.250.718	134.519	2.628.615	167.718	4.879.333
2016	33.166	2.248.225	145.283	2.694.287	178.449	4.942.512
2017	32.988	2.239.446	171.915	2.798.352	204.903	5.037.798
2018	32.898	2.260.893	171.915	2.798.352	204.813	5.059.245
2019	32.730	2.260.490	183.243	2.852.304	215.973	5.112.794
2020	32.202	2.229.264	185.597	2.915.313	217.799	5.144.577
2021	32.109	2.232.676	194.653	2.922.092	226.762	5.154.768

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat

Offerta ricettiva per tipologia
(valori %, totale = 100)

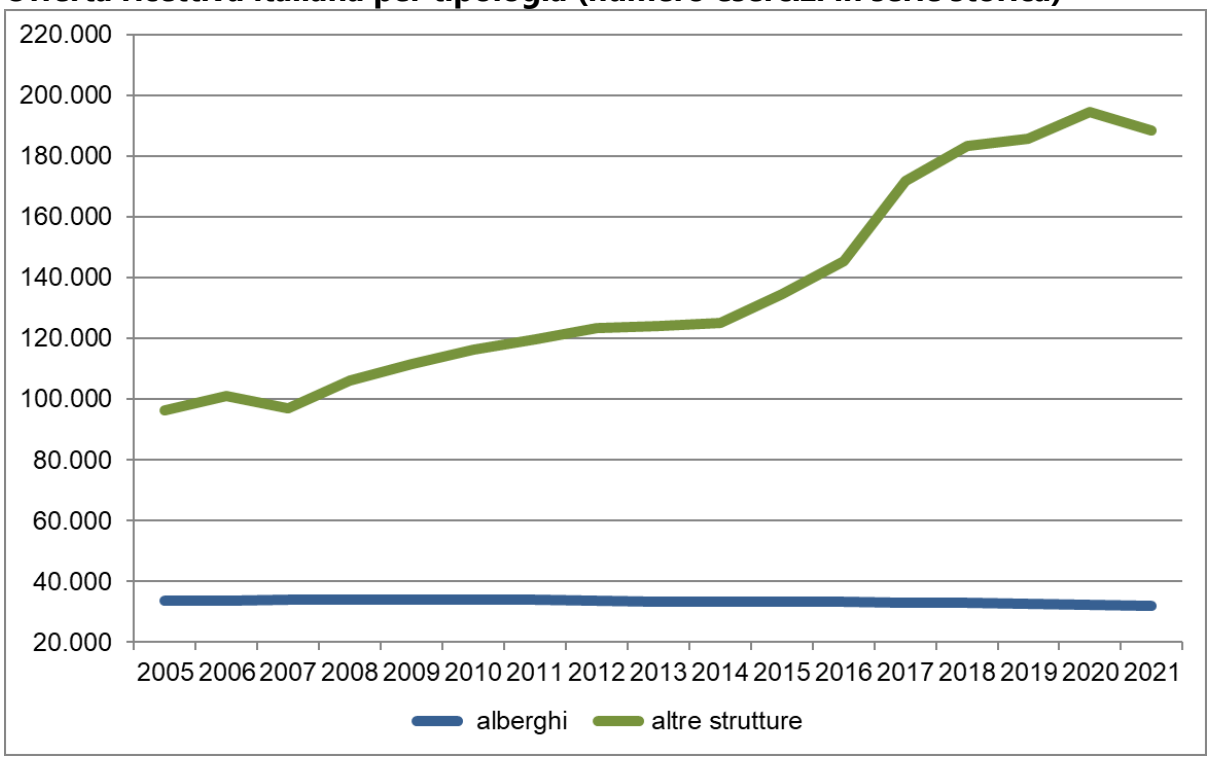
	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRALBERGHIERI	
Anni	**Numero**	**Letti**	**Numero**	**Letti**
2005	25,8	46,6	74,2	53,4
2006	25,1	46,4	74,9	53,6
2007	26,0	47,8	74,0	52,2
2008	24,4	47,4	75,6	52,6
2009	23,4	48,4	76,6	51,6
2010	22,6	48,0	77,4	52,0
2011	22,1	47,5	77,9	52,5
2012	21,5	47,3	78,5	52,7
2013	21,2	47,2	78,8	52,8

2014	21,0	46,2	79,0	53,8
2015	19,8	46,1	80,2	53,9
2016	18,6	45,5	81,4	54,5
2017	16,1	44,5	83,9	55,5
2018	15,2	44,2	84,8	55,8
2019	15,0	43,7	85,0	56,3
2020	14,2	43,3	85,8	56,7
2021	14,6	43,6	85,4	56,4

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat

Le strutture extralberghiere dal 2005 hanno effettuato un balzo in termini di numero di imprese, raddoppiando il loro valore, passando da 96mila strutture a 195mila, e rendendo sempre più evidente la differenza di crescita con gli alberghi. Di pari passo si sono incrementati i posti letto extralberghieri, con un +25% rispetto al valore del 2005.

Offerta ricettiva italiana per tipologia (numero esercizi in serie storica)



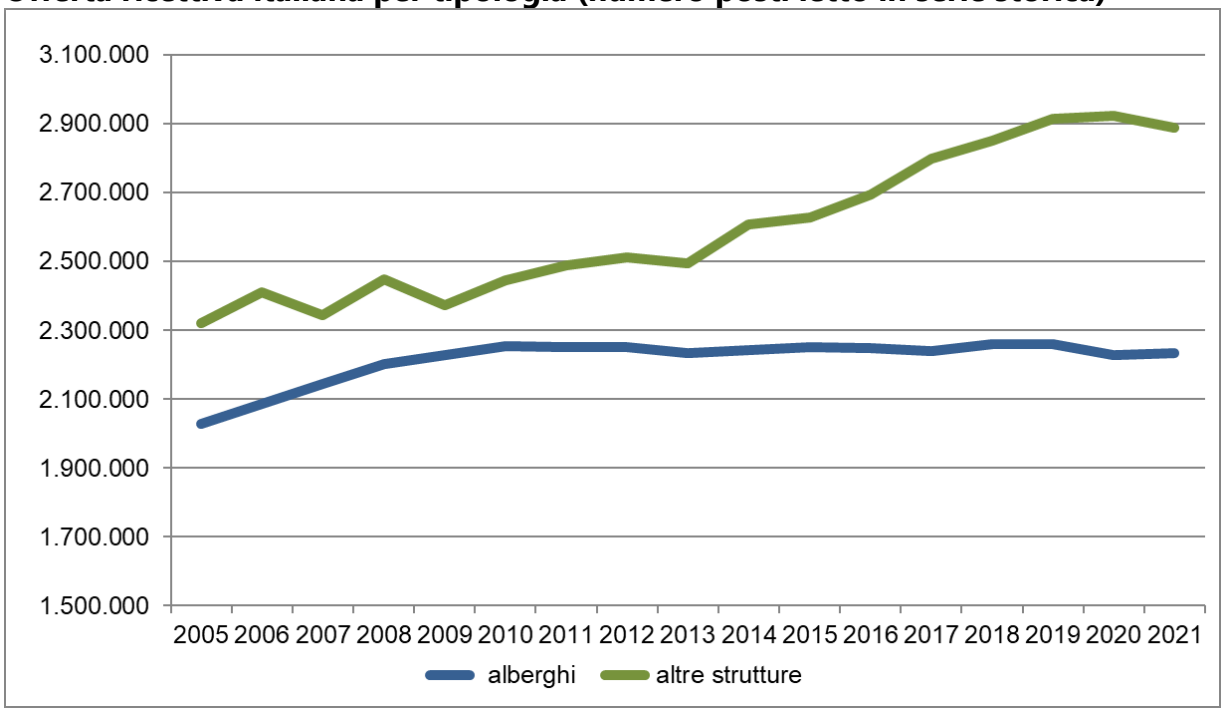
Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2023

Offerta ricettiva per tipologia – Numero di posti letto per struttura

Anni	ESERCIZI ALBERGHIERI	ESERCIZI EXTRALBERGHIERI
2005	60,5	24,1
2006	61,8	23,9
2007	62,9	24,2
2008	64,5	23,1
2009	65,6	21,3
2010	66,3	21,0
2011	66,4	20,8
2012	66,7	20,3
2013	67,0	20,1
2014	67,3	20,8
2015	67,8	19,5
2016	67,8	18,5
2017	67,9	16,3
2018	68,7	15,6
2019	69,1	15,7
2020	69,2	15,0
2021	69,5	15,3

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat 2023

Offerta ricettiva italiana per tipologia (numero posti letto in serie storica)

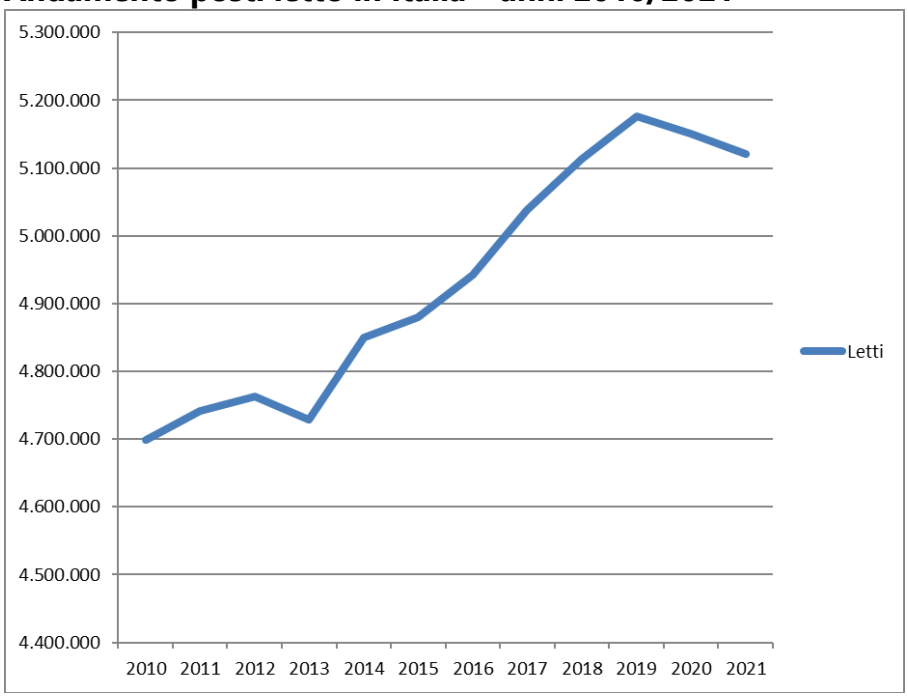


Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat

Trainato dall'aumento delle strutture extralberghiere e dalla crescita dei posti letto nelle strutture di ricettività tradizionale e non, il numero totale dei posti letto in Italia è quindi

sostanzialmente in ascesa, con qualche flessione congiunturale a cavallo tra gli anni 2012-2013 e negli anni della pandemia 2020-2021.

Andamento posti letto in Italia – anni 2010/2021



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2023

Allo stesso tempo gli alberghi hanno subito una spinta qualitativa verso l'alto, incrementando negli anni il numero dei posti letto per la categoria 4 e 5 stelle, che tra il 2018 e il 2021 risulta essere l'unica categoria alberghiera che ha registrato una crescita.

Nel 2021 gli alberghi di categoria 5 stelle e 5 stelle lusso offrono 41mila camere e 90mila posti letto, con una media di 150 posti letto per struttura. I 4 stelle hanno una media di 133 posti letto, per un totale di 827mila e 390mila camere.

Offerta alberghiera per categoria – anno 2021

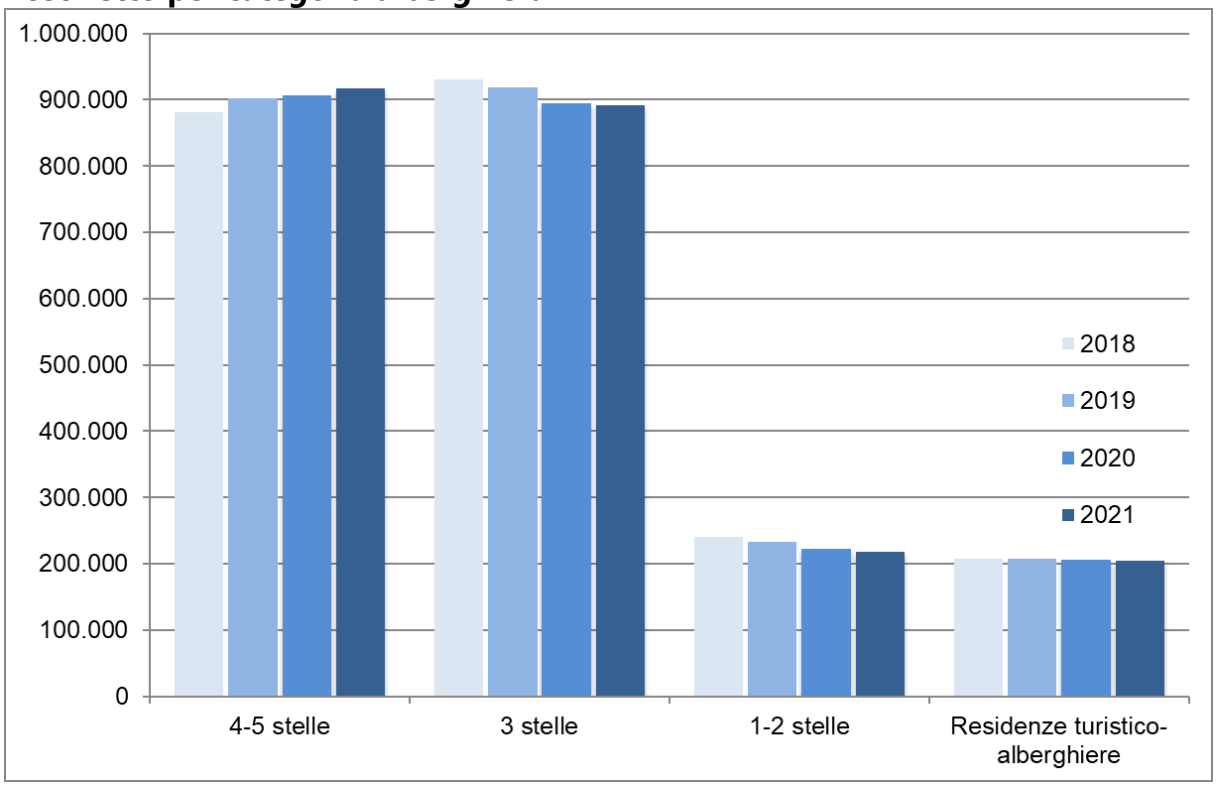
	numero di esercizi	camere	posti letto	media camere	media posti letto
5 stelle e 5 stelle lusso	601	41.224	90.118	68,6	149,9
4 stelle	6.217	390.782	827.596	62,9	133,1
3 stelle	14.837	446.714	892.197	30,1	60,1
2 stelle	5.110	84.371	160.231	16,5	31,4
1 stella	2.398	30.816	57.317	12,9	23,9
Residenze turistico-alberghiere	2.946	79.685	205.217	27,0	69,7
Totale alberghi	**32.109**	**1.073.592**	**2.232.676**	**33,4**	**69,5**

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2023

Tendenzialmente, sono le strutture extralberghiere ad aver assorbito gran parte delle esigenze di ospitalità di livello medio e medio-basso, con gli hotel a presidio costante del segmento medio-alto e lusso.
Questo è evidente anche dall'analisi degli investimenti, che nel 2021 sono raddoppiati, arrivando oltre i 2 miliardi sugli hotel italiani con una trentina di nuove aperture nel segmento "mid-scale" e lusso. Le nuove aperture sono rivolte principalmente alle città, come Milano, Venezia, Roma e Firenze, ma emergono anche destinazioni leisure come Cortina, la Puglia e la Sicilia.

Anche l'Umbria e la Toscana sono state oggetto di importanti investimenti, come anche le cosiddette alternative cities come Trieste, Genova, Napoli e Bari. L'interesse dei brand - da Radisson a Hilton, Marriott, NH, Meliá - più che in passato punta sull'intera penisola da nord a sud.[14]

Posti letto per categoria alberghiera



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2022

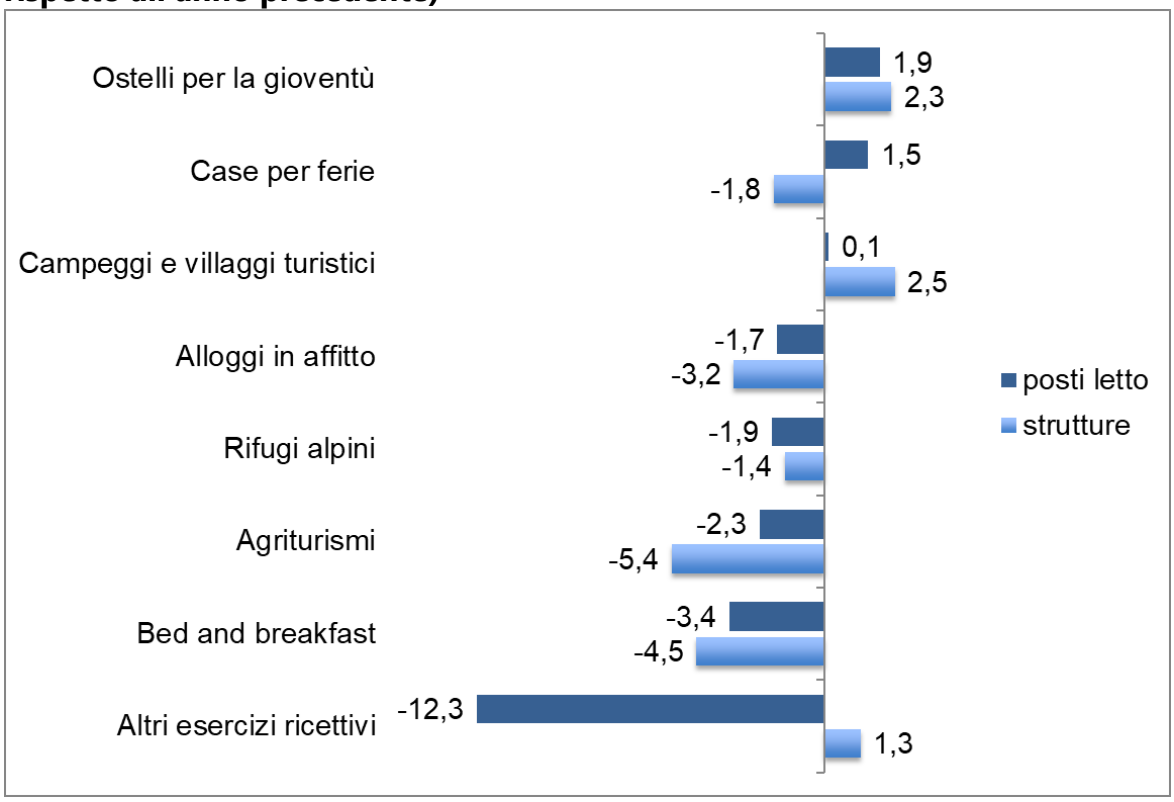
L'offerta extralberghiera in Italia registra 188mila esercizi e quasi 3 milioni di posti letto (anno 2021). Il numero dei campeggi e villaggi è in crescita, così come quello degli ostelli per la gioventù.

[14] Fonte: Sole24ore –dati Pkt Hotelexperts.

Offerta extralberghiera per tipologia – anno 2021

	Esercizi	Posti letto
campeggi e villaggi	2.568	1.306.693
alloggi gestiti in forma imprenditoriale	113.924	839.643
agriturismi	19.069	274.541
ostelli per la gioventù	699	38.238
case per ferie	2.165	124.853
rifugi di montagna	1.197	37.240
altri esercizi n.a.c.	14.361	79.420
B&B	34.365	186.871
Totale	**188.348**	**2.887.499**

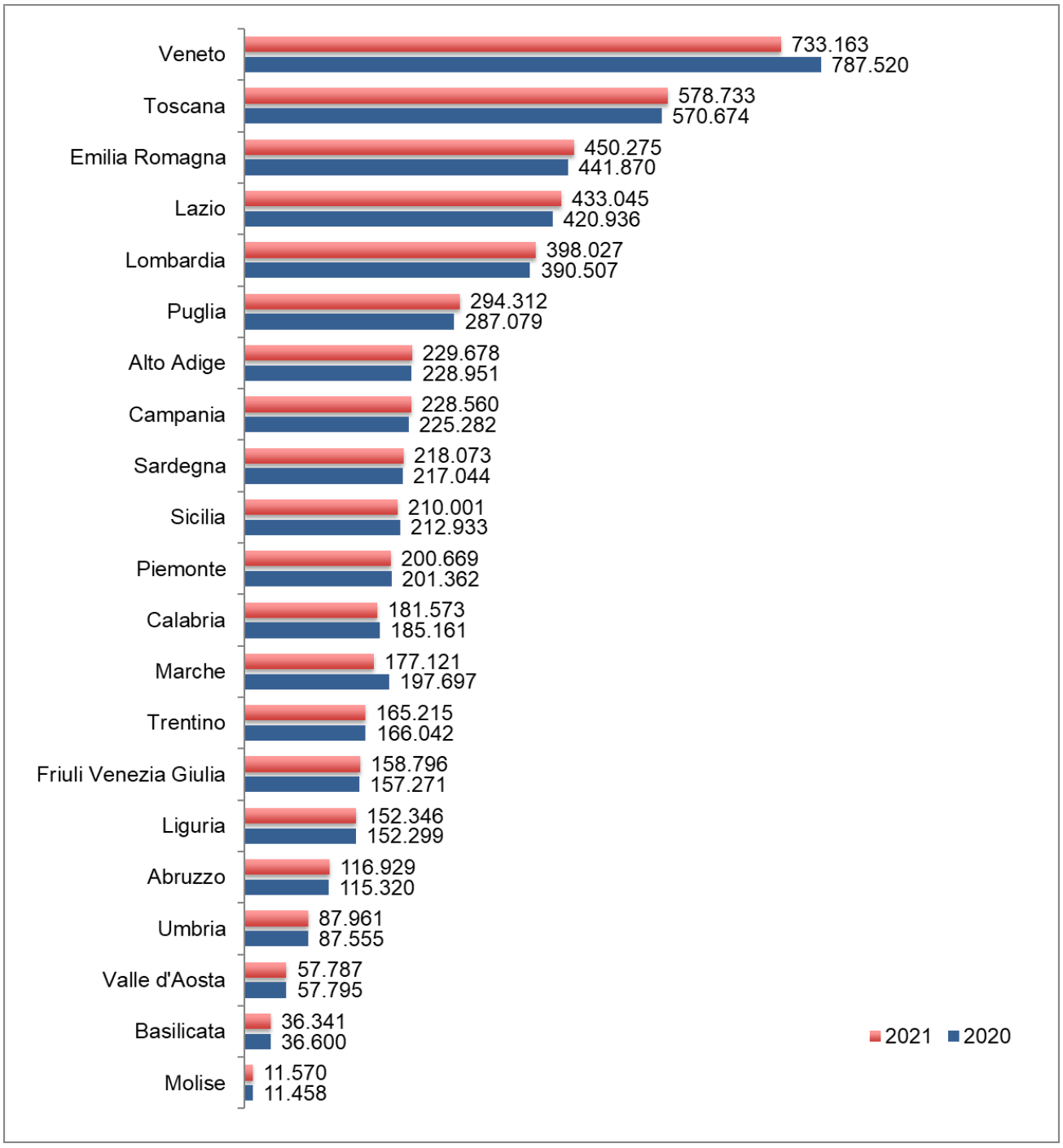
Capacità ricettiva extralberghiera per tipologia (anno 2021, variazione percentuale rispetto all'anno precedente)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2022

La distribuzione dei posti letto a livello geografico vede la regione Veneto al primo posto per numero di esercizi (quasi 60mila esercizi, il 27% del totale). A seguire il Lazio (con circa 28mila esercizi, 13% del totale), la regione Toscana (17mila strutture e 8% del totale) e la regione Emilia-Romagna (16mila strutture e 7% del totale).

Offerta ricettiva per regione (graduatoria per numero di posti letto)

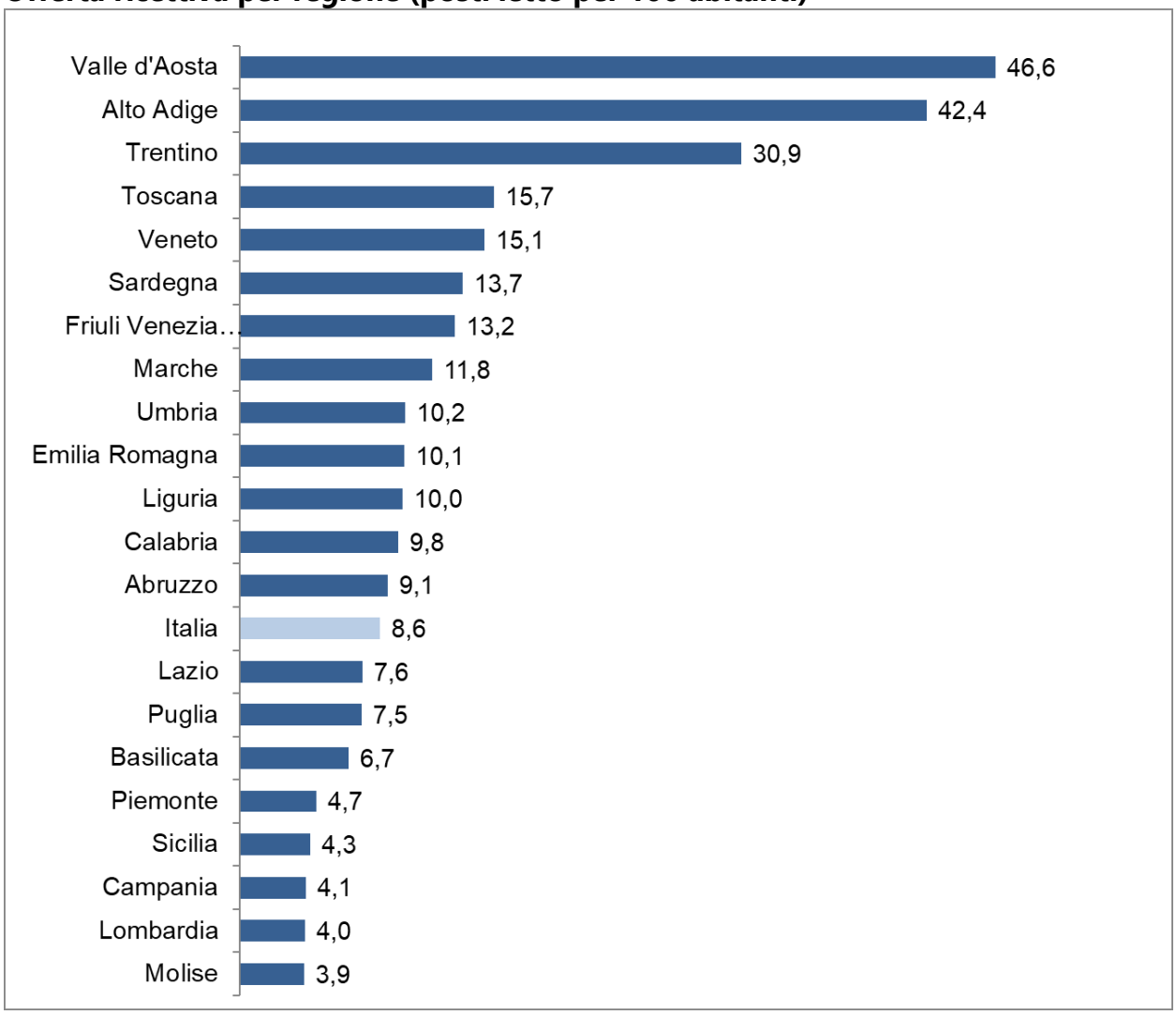


Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2022

Il ranking dei posti letto vede le stesse regioni sul podio, nell'ordine: Veneto (733mila posti letto), Toscana (578mila), Emilia Romagna (450mila) e Lazio (433mila).

La maggior capacità ricettiva rispetto al numero della popolazione è appannaggio della Valle d'Aosta, con 46 posti letto per 100 abitanti. Seguono le due province autonome dell'Alto Adige e del Trentino, rispettivamente al 42% e al 30%.

Offerta ricettiva per regione (posti letto per 100 abitanti)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2022

L'offerta di alberghi di fascia alta (4 e 5 stelle) si concentra nelle regioni del Mezzogiorno e nello specifico in Puglia, con il 40% delle strutture regionali, in Sardegna e Campania (36%), Sicilia (35%).

Le catene alberghiere in Italia

Il numero degli hotel nelle catene alberghiere in Italia è in crescita costante. Nel 2021 il numero dei brand nazionali è pari a 150, superando di poco quello dei brand internazionali di 122.
185mila è il numero delle camere degli hotel in catena, con una media di 106 camere per albergo.

Nel 2021 è in aumento il numero dei brand di catene alberghiere, sia nazionali che internazionali.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
n. brand	148	170	196	207	227	240	254	264	272
nazionali	*87*	*98*	*110*	*127*	*137*	*143*	*148*	*156*	*150*
internazionali	*61*	*72*	*86*	*80*	*90*	*97*	*106*	*108*	*122*
n. hotel	1.308	1.330	1.360	1.424	1.488	1.584	1.695	1.750	1.747
nazionali	*860*	*882*	*890*	*974*	*1.034*	*1.102*	*1.154*	*1.206*	*1191*
internazionali	*516*	*515*	*537*	*515*	*523*	*558*	*616*	*619*	645
n. camere	143.968	144.956	148.963	158.043	164.196	171.845	180.954	185.098	185.081
numero medio camere	*110*	*109*	*110*	*111*	*110*	*109*	*107*	*106*	*106*

2.1.3. La domanda di viaggi e soggiorni

I flussi turistici registravano in epoca prepandemica oltre 131 milio di arrivi e 436 milioni di presenze sul territorio nazionale, con 216 milioni di presenze di provenienza nazionale e 220 milioni di provenienza estera (51% del totale). Nel 2021 i turisti che hanno soggiornato in Italia sono stati meno del 70% di quelli ospitati nel 2019, di cui il 36% di provenienza internazionale.

Prendendo in esame i dati pre-Covid sui viaggi degli italiani, si registravano 63mila viaggi per motivazione vacanza e circa 8mila viaggi di lavoro. Le notti spese in vacanza sono state pari a 382mila, mentre 27mila i soggiorni per lavoro.

Flussi turistici nelle strutture ricettive italiane (serie storica)

	Arrivi			Presenze		
	Italiani	**Stranieri**	**Totale**	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**
2011	56.263.060	47.460.809	103.723.869	210.420.670	176.474.062	386.894.732
2012	50.705.768	47.394.537	98.100.305	186.850.624	175.198.164	362.048.788
2013	53.599.294	50.263.236	103.862.530	191.992.233	184.793.382	376.785.615
2014	54.916.852	51.635.500	106.552.352	190.978.299	186.792.507	377.770.806
2015	58.352.886	55.039.251	113.392.137	200.249.044	192.625.026	392.874.070
2016	60.180.004	56.764.239	116.944.243	203.540.299	199.421.814	402.962.113
2017	62.672.366	60.523.190	123.195.556	209.970.369	210.658.786	420.629.155
2018	64.905.729	63.195.203	128.100.932	212.334.391	216.510.546	428.844.937
2019	66.371.433	65.010.220	131.381.653	216.076.587	220.662.684	436.739.271
2020	39.190.227	16.511.911	55.702.138	143.003.478	65.443.607	208.447.085
2021	51.767.750	26.903.217	78.670.967	183.054.967	106.123.175	289.178.142

Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, 2022

Tra i turisti internazionali che hanno visto il maggior numero di presenze in Italia nel 2021 troviamo gli ospiti provenienti da: Germania, Svizzera e Liechtenstein, Paesi Bassi, Austria e Francia.

Il totale delle presenze nel 2021, pari a 289mila notti, vedono gli italiani preferire il soggiorno in albergo e gli stranieri distribuirsi piuttosto equamente tra la ricettività tradizionale e non convenzionale. Gli italiani hanno frequentato di più gli hotel a 4 e a 3 stelle, mentre gli stranieri si sono concentrati nei campeggi e negli alloggi in affitto.

Arrivi e presenze per tipologia ricettiva e provenienza (Anno 2021)

	Italia		**Paesi esteri**		**Totale**	
	arrivi	**presenze**	**arrivi**	**presenze**	**arrivi**	**presenze**
Alberghi	37.612.304	112.996.772	17.107.365	56.539.456	54.719.669	169.536.228
5 stelle e 5 stelle lusso	1.030.501	2.804.863	1.216.054	4.131.085	2.246.555	6.935.948
4 stelle	16.537.479	42.615.525	8.350.513	25.663.081	24.887.992	68.278.606
3 stelle	15.598.270	48.643.850	5.817.459	19.360.236	21.415.729	68.004.086
2 stelle	2.083.135	6.596.178	739.694	2.313.314	2.822.829	8.909.492
1 stella	606.006	1.908.461	238.220	720.024	844.226	2.628.485
residenze turistico alberghiere	1.756.913	10.427.895	745.425	4.351.716	2.502.338	14.779.611
Esercizi extra-alberghieri	14.155.446	70.058.195	9.795.852	49.583.719	23.951.298	119.641.914
campeggi e villaggi turistici	4.720.761	30.231.962	3.987.400	24.386.072	8.708.161	54.618.034
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	4.786.238	22.968.586	3.392.632	15.783.531	8.178.870	38.752.117
agriturismi	1.897.890	6.438.328	1.122.733	5.612.853	3.020.623	12.051.181
bed and breakfast	1.344.219	3.417.332	532.946	1.366.800	1.877.165	4.784.132
altri esercizi ricettivi	1.406.338	7.001.987	760.141	2.434.463	2.166.479	9.436.450
Totale	51.767.750	183.054.967	26.903.217	106.123.175	78.670.967	289.178.142

Fonte: Istat

Gli arrivi internazionali relativi al pre-Covid vedono in testa le regioni Veneto, Lombardia e Lazio. Il numero maggiore di presenze straniere, invece, lo troviamo in Veneto, Toscana, Lazio, Lombardia e Alto Adige. Gli italiani hanno trascorso le loro vacanze in Emilia-Romagna, Veneto e Toscana.

2.1.4. L'andamento del lavoro nel settore dei servizi di alloggio

Tra i lavoratori del turismo, per tipo di contratto riferibile a "Servizi Turistici" troviamo diverse tipologie di lavoratori, tra i quali anche i dipendenti del comparto della ricettività. In linea generale, l'ultimo dato disponibile al 2021 ci illustra un saldo tra attivazioni e cessazioni di rapporti di lavoro positivo per quello che riguarda i contratti a tempo determinato e indeterminato, con netta

maggioranza di quest'ultimi. Con 167mila attivazioni nette, il 2021 vede in saldo negativo soltanto i lavoratori con contratto di apprendistato.

Lavoro: attivazioni nette* per tipo di contratto "Servizi Turistici"

	2021	2020	2019
Tempo determinato	136.561	- 144.914	- 2.438
Apprendistato	- 13.303	- 19.614	7.151
Tempo indeterminato	44.565	24.142	79.029
Totale	167.823	-140.386	83.742

** saldo tra attivazioni e cessazioni di rapporti di lavoro*
Fonte: Ministero del Lavoro e Banca d'Italia, Il mercato del lavoro: dati e analisi gennaio 2022

Nelle rilevazioni statistiche il comparto degli alberghi è spesso accorpato a quello della ristorazione, e per questi si contano più di 970mila lavoratori nel 2021, il 7,3% del totale dei lavoratori. Se il totale dei lavoratori nel 2021 rispecchia un numero sostanzialmente simili a quello pre-Covid, questo non vale per i lavoratori di alberghi e ristoranti, che nel 2019 superavano 1,2 milioni.

Lavoratori dipendenti nel comparto alberghi e ristoranti (media annuale, serie storica)

	Alberghi e ristoranti		Totale lavoratori	
	n.	%	n.	%
2011	874.557	7,2	12.221.953	100,0
2012	916.236	7,6	12.071.650	100,0
2013	882.461	7,5	11.791.394	100,0
2014	878.271	7,5	11.746.679	100,0
2015	908.757	7,6	11.933.027	100,0
2016	965.931	7,8	12.344.874	100,0
2017	1.091.687	8,6	12.766.909	100,0
2018	1.158.613	8,8	13.094.735	100,0
2019	1.208.204	9,1	13.310.060	100,0
2020	904.126	7,2	12.589.901	100,0
2021	970.724	7,3	13.304.897	100,0

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoratori dipendenti nel mese, 2022

Nello specifico i lavoratori del settore Alloggio sono 199.647 nel 2021.

Riguardo alla tipologia di contratto, i dipendenti del settore alberghiero si posizionano principalmente nel tempo indeterminato (43,6%) e nel contratto stagionale (43%).

I lavoratori dipendenti nel turismo, per tipologia di contratto (anno 2021, valore assoluto)

	Tempo determinato	Tempo indeterminato	Stagionale	TOTALE
Alloggio	26.686	87.022	85.939	199.647

L'età dei lavoratori nel settore alberghiero è piuttosto giovane, con oltre il 40% nella fascia under39.

I lavoratori dipendenti nel settore Alloggio per età (anno 2021)

	Alloggio	
	n.	%
fino a 19	5.628	2,8
20-24	18.424	9,2
25-29	20.708	10,4
30-34	21.524	10,8
35-39	22.019	11,0
40-44	22.827	11,4
45-49	26.142	13,1
50-54	25.687	12,9
55-59	20.956	10,5
60-64	11.588	5,8
65 e oltre	4.144	2,1
Totale	199.647	100,0

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoratori dipendenti nel mese, 2021

La maggioranza dei lavoratori è di sesso femminile (54,5%). La qualifica più frequente è quella di "operaio".

I lavoratori dipendenti nel turismo per qualifica (anno 2021)

Settore	Operai	Impiegati	Quadri	Dirigenti	Apprendisti	Altro	Totale
Alloggio	146.894	41.867	2.109	269	8.506	-	199.647

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoratori dipendenti nel mese, 2021

Il 72% dei lavoratori del settore Alloggio ha un impiego a tempo indeterminato, il 25% a tempo parziale orizzontale.

I lavoratori a chiamata sono 53.818 (26% del totale).

2.2. Intermediazione

2.2.1. I dati del settore e la congiuntura economica

Dagli ultimi dati disponibili relativi al II trimestre 2022, si registra per il comparto delle Agenzie di viaggio un aumento, anche se abbastanza contenuto, del +2,1% rispetto al trimestre precedente. L'indice del fatturato del comparto presenta anche una variazione tendenziale positiva del +15,6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La variazione percentuale del fatturato rispetto al 2021 per il settore dei servizi "Attività agenzie di viaggio, tour operator" è pari a 216,2%[15].

PROSPETTO 7. FATTURATO DELLE ATTIVITÀ DI AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE
II trimestre 2022 (a), variazioni percentuali congiunturali su indici destagionalizzati e tendenziali su indici grezzi (base 2015=100)

ATTIVITÀ ECONOMICHE		INDICI DESTAGIONALIZZATI	INDICI GREZZI	
		Variazioni congiunturali	Variazioni tendenziali	
		II trim 22 / I trim 22	II trim 22 / II trim 21	I-II trim 22 / I-II trim 21
N 78	Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale	-	+12,4	+15,8
N 79	Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	-	+216,2	+230,5
N 80	Servizi di vigilanza e investigazione	-	+8,8	+9,0
N 81.2	Attività di pulizia e disinfestazione	-	+5,0	+4,4
N 82	Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese	-	+6,8	+6,3
N	Agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	+2,1	+15,6	+13,6

Fonte: Istat

Per quel che riguarda nello specifico il fatturato delle agenzie di viaggi, gli ultimi dati sul 2022 del Politecnico di Milano riferiscono una crescita annua del +182%, con una differenza rispetto al 2019 del -21%.

2.2.2. Le imprese dell'intermediazione

Le imprese dell'intermediazione registrato sono 18.380 nel 2021, con circa 16mila imprese attive, in diminuzione rispetto all'anno precedente.

Agenzie di viaggio					
Anni	**Imprese registrate**	**Imprese attive**	**Iscrizioni**	**Cessazioni**	**Tasso di crescita dello stock***
2018	18.526	16.058	555	864	-0,5
2019	18.759	16.349	609	975	-1,9
2020	18.799	16.390	387	1.033	-2,5
2021	18.380	16.211	400	1.244	-1,7

** al netto delle cancellazioni di ufficio*
Fonte: elaborazioni su dati Movimprese-Infocamere

[15] Fonte: Istat.

Nel 2021 la maggior concentrazione di imprese dell'intermediazione è presente nelle regioni Lombardia (14,6%), Lazio (13,5%) e Campania (11,0%).

Le agenzie di viaggio in Italia* (imprese attive, serie storica)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Abruzzo	292	295	292	299	306	302	319
Alto Adige	101	103	103	103	104	97	95
Basilicata	128	129	134	132	133	139	139
Calabria	340	343	351	361	361	377	381
Campania	1.542	1.541	1.564	1617	1.685	1.753	1787
Emilia Romagna	831	840	844	845	860	852	855
Friuli Venezia Giulia	187	191	194	195	199	203	196
Lazio	2.270	2.300	2.359	2416	2.467	2.457	2197
Liguria	420	407	412	426	428	417	412
Lombardia	2.437	2.402	2.423	2444	2.450	2.391	2371
Marche	345	348	349	344	346	354	375
Molise	51	54	55	57	59	61	63
Piemonte	1.079	1.054	1.044	1053	1.070	1.055	1057
Puglia	825	844	854	883	914	917	919
Sardegna	537	533	543	569	588	612	615
Sicilia	1.391	1.407	1.459	1522	1.535	1.577	1603
Toscana	1.198	1.224	1.265	1308	1.370	1.363	1368
Trentino	95	95	87	88	87	83	82
Umbria	253	257	250	263	256	258	261
Valle d'Aosta	30	31	35	34	34	35	37
Veneto	1.087	1.090	1.090	1099	1.097	1.087	1079
Italia	**15.439**	**15.488**	**15.707**	**16.058**	**16.349**	**16.390**	**16.211**

** Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator*
Fonte: elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - Movimprese, 2022

2.2.3. L'organizzazione delle vacanze degli italiani

Prendendo a riferimento i dati pre-Covid, era il 54% degli italiani ad aver effettuato un viaggio prenotando l'alloggio. Il canale principale si conferma essere il web, con il 58,2% deli italiani che nel 2019 ha effettuato una prenotazione su internet. Di questi, il 69% ha prenotato avvalendosi di intermediari, mentre il restante 31% lo ha fatto rivolgendosi direttamente alla struttura[16].

Tra le tipologie di intermediazione online più utilizzate troviamo:

- Le OTA, online travel agencies, che dominano il mercato con il 79,5% delle preferenze;

[16] Fonte: Istat.

- Le piattaforme di alloggi privati, con il 10,8%;
- Le agenzie di viaggio e i tour operator (ma anche le agenzie immobiliari) con il 9,6%.

Queste ultime, più deboli sui canali online, sono però scelte dal 33,5% da coloro che non effettuano prenotazioni via web.

L'alloggio è certamente il servizio più prenotato online: rappresenta oltre il 44% dei servizi nei viaggi prenotati sul web. A seguire il trasporto con il 30%. Solo il 25,2% dei viaggi prenotati online comprendeva sia il servizio di alloggio che quello di trasporto.

Viaggi con prenotazione alloggio e trasporto tramite internet (Anno 2019)

Tipologie servizi inclusi	Viaggi prenotati tramite internet
Solo alloggio	44,6 %
Solo trasporto	30,2 %
Alloggio e trasporto	25,2 %

Fonte: Istat

Con l'avvento della pandemia, le abitudini degli italiani sugli acquisti online hanno subito dei cambiamenti. Nel 2019 meno del 40% degli italiani ha comprato online, ma già durante il primo lockdown questo numero è arrivato al 75% della popolazione, quando milioni di italiani hanno provato per la prima volta ad acquistare sul web.

Il digitale, di fatto, sta guidando la ripresa del turismo, trainandolo verso i numeri pre-Covid, soprattutto attraverso una spinta dell'e-commerce nei trasporti e nel ricettivo. Secondo i dati dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo[17] il 2022 ha visto crescere gli acquisti online relativi ai trasporti del +84% rispetto all'anno precedente (e -6% sul 2019), mentre il mercato del ricettivo sale del +32% sul 2021, superando quota 14,9 miliardi e superando del 2% il dato pre-pandemia del comparto (ovvero 14,5 miliardi nel 2019).

Il tasso di crescita del ricettivo è maggiore rispetto al totale del mercato, ma risulta più basso rispetto al 2021, per via della ripresa delle vendite in agenzia, che registra un +27% sull'anno precedente.

Nel 2022 l'e-commerce nell'ospitalità rappresenta il 53% del comparto ricettivo, anno in cui gli acquisti digitali sul canale indiretto crescono fino al 62% a scapito del canale diretto.

Rispetto all'intermediazione rappresentata dalle OTA, nonostante sia largamente utilizzate a livello globale, una recente ricerca[18] mette in luce le criticità associate ai loro brand, che di

[17] School of Management, Politecnico di Milano, 2023.
[18] Modern Retail Study per Travelport, in collaborazione con Toluna Research, 2023.

fatto hanno puntato essenzialmente sul fattore prezzo e che quindi risultano meno distinguibili rispetto ai loro competitor offline. La possibilità di prenotare tutti i servizi necessari al viaggio è sempre molto apprezzata dai turisti, che tuttavia sembrano essere inclini ad approfittarne di più quando prenotano con intermediazione classica.

2.2.4. L'andamento del lavoro nel settore dell'intermediazione

Il settore delle agenzie di viaggio è stato fortemente colpito dagli eventi legati alla pandemia, quando il 60% del personale ha svolto il proprio lavoro da remoto.

Dagli ultimi dati (anno 2021) i lavoratori dipendenti nell'intermediazione turistica sono 25.965, dei quali l'83,4% sotto contratto a tempo indeterminato (10,4% a tempo determinato e 6,1% stagionale).

Tra i lavoratori delle agenzie di viaggio e dei tour operator, oltre il 43% si colloca nella fascia d'età tra i 40 e i 54 anni, mentre circa il 41% è compreso negli under40.

La maggioranza dei dipendenti è di sesso femminile (69,3%).

I lavoratori dell'intermediazione per età (anno 2021)

Agenzie, TO		
	n.	**%**
fino a 19	152	0,6
20-24	1.259	4,8
25-29	2.464	9,5
30-34	3.209	12,4
35-39	3.915	15,1
40-44	4.003	15,4
45-49	3.893	15
50-54	3.396	13,1
55-59	2.503	9,6
60-64	944	3,6
65 e oltre	226	0,9
Totale	**25.963**	**100**

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoratori dipendenti nel mese, 2021

La maggior parte degli impiegati – il 76% – nel comparto possiede la qualifica di impiegato, mentre il 16% è riferibile alla qualifica operaio. Gli apprendisti sono poco più del 4%, anche quadri e dirigenti rappresentano circa il 4%.

La tipologia di orario di lavoro maggiormente adottata dai lavoratori dell'intermediazione è il tempo pieno, con più del 68% degli impiegati; segue il tempo parziale orizzontale, con il 28% degli occupati nel comparto.

Nel 2021 i lavoratori a chiamata nell'intermediazione sono stati 4.617, con una media mensile di 1.406 (in crescita dal 2015, con la sola eccezione dell'anno 2020), la maggioranza operai.

Il lavoro a chiamata nel comparto intermediazione – retribuzione e qualifica (anno 2021)

Numero lavoratori nell'anno	Retribuzione nell'anno	Numero giornate retribuite nell'anno	Giornate retribuite per lavoratore	Retribuzione per giorno	Retribuzione per lavoratore
				in euro	in euro
4.617	6.574.961	121.955	26,4	53,9	1.424

Operai			Impiegati		
Numero lavoratori nell'anno	Retribuzione nell'anno	Numero giornate retribuite nell'anno	Numero lavoratori nell'anno	Retribuzione nell'anno	Numero giornate retribuite nell'anno
4.307	5.709.189	108.735	310	865.772	13.220

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoro intermittente, 2022

2.3. Ristorazione

2.3.1. I dati del settore e la congiuntura economica

Come detto, il secondo trimestre 2022 vede un aumento generale dell'indice del fatturato dei servizi, sia in termini congiunturali che tendenziali. Il comparto della ristorazione, incluso nel dato di "Attività dei servizi di alloggio e ristorazione", è al +0,5% rispetto al I trimestre del 2022 e al +92,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Indici trimestrali del fatturato dei servizi di alloggio e ristorazione – Anni 2017/2022

Periodo		Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	
		var. % su trimestre precedente	**var. % su anno precedente**
2017	III-trim	0,3	2,5
	IV-trim	0,4	2,3
2018	I-trim	0,5	1,5
	II-trim	0,9	2,6
	III-trim	0,3	1,7
	IV-trim	0,5	2,9
2019	I-trim	0,8	2,8
	II-trim	-0,7	0,1
	III-trim	0,9	1,6
	IV-trim	0,4	2,3
2020	I-trim	-22,0	-23,5
	II-trim	-65,1	-71,4
	III-trim	176,4	-24,9
	IV-trim	-32,2	-50,1
2021	I-trim	-13,5	-44,4
	II-trim	16,8	100,0
	III-trim	85,6	26,9
	IV-trim	-0,7	81,3
2022	I-trim	-0,2	110,3
	II-trim	0,5	92,3

Fonte: Istat

Se quindi il valore del fatturato delle imprese afferenti alla sfera dei servizi è in evidente aumento e il comparto di attività di ristorazione è cresciuto del +76,3% nei primi due trimestri del 2022 (rispetto all'anno precedente) e del +67,9% nel II trimestre dello stesso anno, si trova ancora al di sotto del livello pre-pandemico (-4,5%).

Fatturato dei servizi di alloggio e ristorazione (var. % tendenziale)

Attività economica	Variazioni tendenziali	
	II trim. 22 – II trim 21	I-II trim. 22 – I-II trim 21
Ristorazione	+67,9%	+76,3%

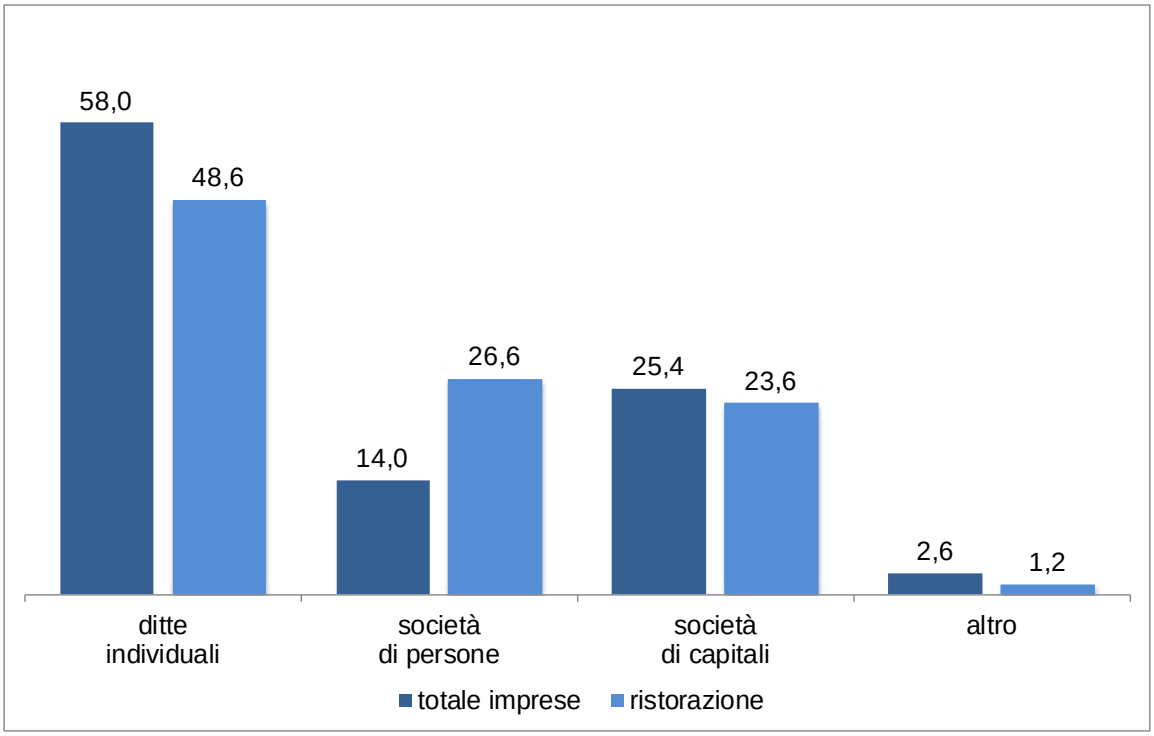
Fonte: Istat

2.3.2. Le imprese della ristorazione

Secondo Unioncamere-Movimprese nel 2021 le imprese della ristorazione registrate sono 396.993, delle quali attive pari a 340.610. Il maggior numero di imprese della ristorazione si trova nelle regioni Lombardia (15%), Lazio (10%) e Campania (10%).

La forma giuridica prevalente delle imprese della ristorazione italiana è quella della ditta individuale, con il 48,6% delle imprese.

Imprese della ristorazione in Italia per forma giuridica



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - Movimprese 2022

RISTORANTI					
	Imprese registrate	**Imprese attive**	**Iscrizioni**	**Cessazioni**	**Tasso di crescita dello stock***
2018	392.134	337.172	13.629	26.073	-2,8
2019	395.197	338.588	13.185	26.979	-3,4
2020	397.700	340.564	9.207	22.692	-2,9
2021	396.993	340.610	8.942	23.130	-2,0%

** al netto delle cancellazioni di ufficio*

Fonte: elaborazioni su dati Movimprese-Infocamere

Rispetto all'ultimo dato disponibile (anno 2020), Istat evidenzia un totale di imprese appartenenti alle attività dei servizi di ristorazione pari a 271.383. Circa il 58% di queste attività è rappresentata da ristoranti e attività di ristorazione mobile, il 40% da bar e altri esercizi simili senza cucina e il restante da catering e altri servizi di ristorazione.

In epoca pre-Covid, le imprese di catering erano oltre 3mila e impiegavano un totale di oltre 126mila addetti.

Le imprese della ristorazione (serie storica)

	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
ristoranti e attività di ristorazione mobile	144.959	146.089	148.576	152.743	159.835	157.266
fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione	3.966	3.909	3.887	3.277	3.291	3.138
bar e altri esercizi simili senza cucina	118.534	123.866	124.146	121.051	116.393	110.979
attività dei servizi di ristorazione	**267.459**	**273.864**	**276.609**	**277.071**	**279.519**	**271.383**

Fonte: Istat, 2022

Numero delle imprese attive e degli addetti del settore fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione (valori medi annui, anno 2019)

ATECO	Settore imprese	Totale imprese attive	Var.2019/2018	Totale Addetti	Var.2019/ 2018
562	**fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione**	**3.291**	**0,6**	**126.279**	**0,6**
5621	Di cui: fornitura di pasti preparati (catering per eventi, banqueting)	1.935	6,1	15.098	6,1
5629	Di cui: mense e catering continuativo su base contrattuale	1.356	-0,1	111.181	-0,1
56291	Di cui: mense	916	-1,1	93.647	-1,1
56292	Di cui: catering continuativo su base contrattuale	440	5,7	17.533	5,7

Fonte: Istat

2.3.3. I consumi nella ristorazione

Come molti altri settori anche la ristorazione ha subito dei cambiamenti importanti a seguito della pandemia. Alcuni di questi cambiamenti stanno guidando i nuovi trend del comparti, sia in termini di offerta che di domanda.

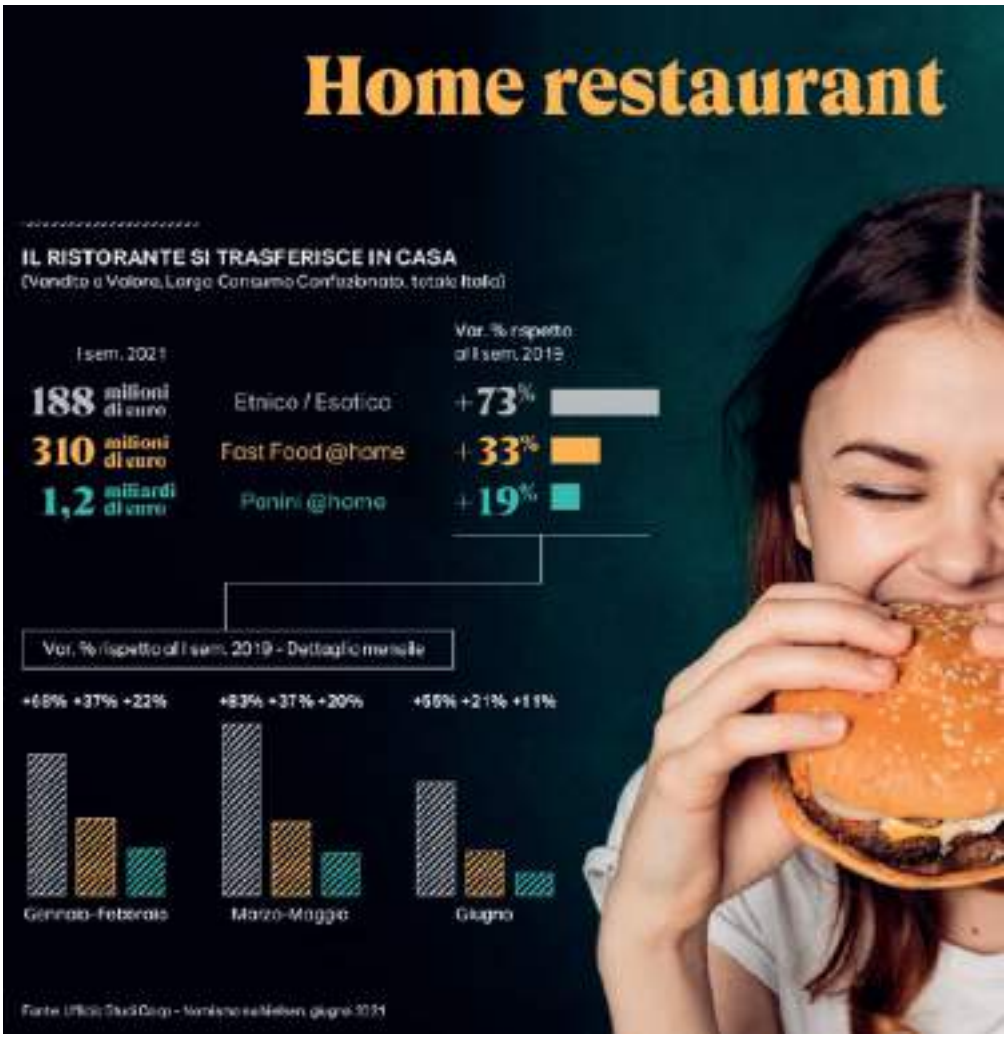
Tra le tendenze[19] di breve termine, per lo più legate alla congiuntura, si evidenzia un incremento dei prezzi al consumo e una riduzione della capacità di spesa, notevolmente accentuata dall'andamento dell'inflazione.

Il consolidamento del lavoro da remoto ha visto una accelerazione di modalità ibride durante la pandemia e, di conseguenza, la conformazione di nuovi modelli di business che intercettavano il consumo da casa. È evidente che queste nuove fruizioni stanno permanendo nelle abitudini di consumo degli italiani, in qualità di cambiamento strutturale. Si fa riferimento in particolare alla diffusione di nuovi modelli di delivery – con nuovi modelli

[19] Fonte: Fipe, Rapporto Ristorazione 2021.

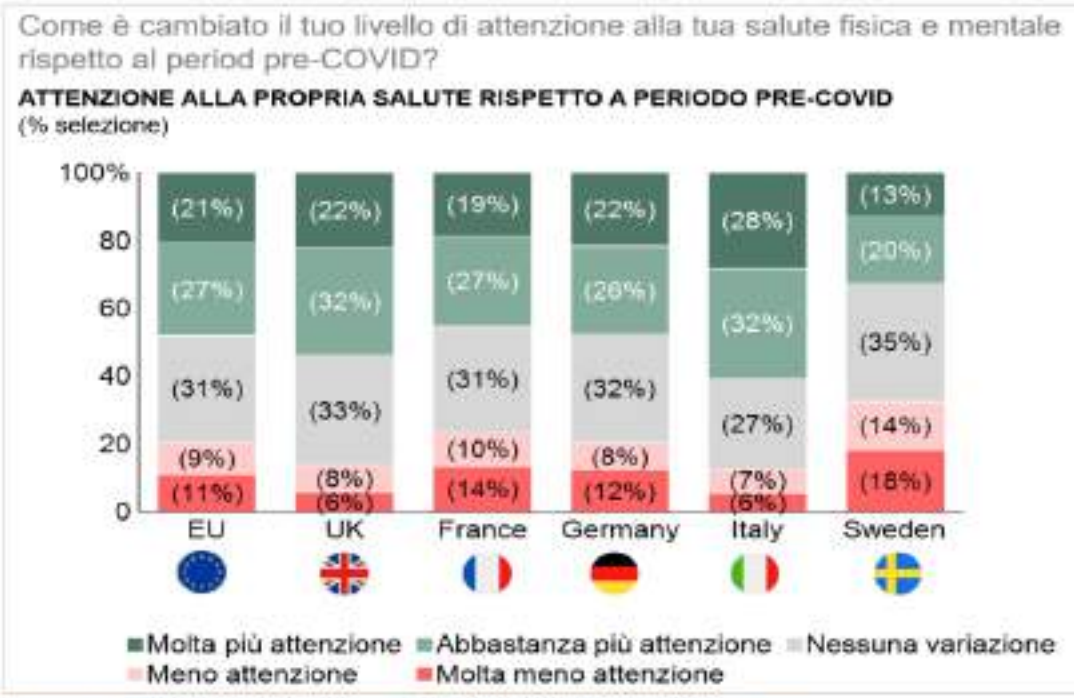
di business e canali – e una sempre maggiore attenzione verso una alimentazione sana e sostenibile.

Questa nuova consapevolezza sui temi della sostenibilità riguarda tutti i cittadini europei; tra gli italiani è il 47% dei consumatori a dichiarare di avere sviluppato un maggior interesse verso i temi della sostenibilità sociale e ambientale nel mondo del Food & Beverage.



Fonte: Rapporto Coop, 2021

I consumatori europei e la sostenibilità



Fonte: Fipe, 2021

Come detto, il food delivery è in forte crescita e si sta consolidando nelle abitudini dei consumatori italiani, con un tasso di penetrazione nel 2021 del 22%, con previsioni di crescita fino al 35% nei prossimi anni.

Penetrazione mercato del food delivery in Italia

Fonte: Fipe, 2021

Per quel che riguarda le occasioni di consumo degli italiani, i dati di Fipe presentano nel primo trimestre del 2021 una netta preferenza delle visite fuori casa per i pasti colazione, pausa e pranzo (73%), mentre le occasioni serali (aperitivo, cena, dopocena) hanno rappresentato solo il 26% delle totali. Questo dato passa dal 25% del secondo trimestre, al 39% del terzo trimestre, fino al 28% dell'ultimo trimestre del 2021, rispecchiando l'andamento delle riaperture e della revoca delle restrizioni anti-Covid.

La ripresa delle attività fuori casa ha visto anche una crescita dei ristoranti di fascia medio-alta, a scapito delle pizzerie, che invece avevano avuto più successo nel periodo delle restrizioni, spinte anche da asporto e food delivery.

Nel corso del 2021 la quota di visite agli esercizi in catena rispetto ai punti di consumo indipendenti resta sostanzialmente costante, tra il 7% e l'8%. Anche la ristorazione veloce ha mantenuto una quota di visite costante durante l'anno, mentre le incidenze più alte sono state per il delivery, specialmente ad inizio anno.

Rispetto ai singoli canali, sono i bar ad avere il primato di visite nel 2021. I ristoranti hanno avuto performance migliori nei mesi estivi.

I frequentatori delle imprese della ristorazione nel 2021 sono soprattutto di sesso maschile (55%), con ripresa di quella femminile rispetto all'anno della pandemia. Nei mesi estivi cresce la frequentazione delle fasce di età più giovani. Questi tendono ad uscire di più nella pausa pomeriggio o nella sera. Le fasce di età centrali (34-54 anni) hanno invece una frequentazione più legata al lavoro. Gli over55 si concentrano soprattutto nelle occasioni della mattina.

2.3.4. L'andamento del lavoro nel settore della ristorazione

I lavoratori dipendenti del comparto, considerati nel totale dei lavoratori di alberghi e ristoranti, rappresentano il 7,3% del totale dei lavoratori, con un valore di 970.724 nel 2021. Prendendo in esame i soli dipendenti della ristorazione, il numero dei lavoratori è di 771.077. Di questi il 66% è a contratto a tempo indeterminato e il 25% determinato. Il lavoro con contratto stagionale nella ristorazione rappresenta nel 2021 l'8%.

L'età media dei lavoratori del comparto è notevolmente giovane, con circa il 60% degli impiegati nel settore under40. Le fasce di età maggiormente impiegate nella ristorazione sono principalmente i giovani tra i 20 e i 24 anni (16,9%) e quelli tra i 25 e i 29 anni (15,6%).

Lavoratori dipendenti del comparto della ristorazione per età – anno 2021

	Attività dei servizi di ristorazione	
	n.	%
fino a 19	25.802	3,3
20-24	130.064	16,9
25-29	120.079	15,6
30-34	102.185	13,3
35-39	83.248	10,8
40-44	74.721	9,7
45-49	75.873	9,8
50-54	68.205	8,8
55-59	54.610	7,1
60-64	26.786	3,5
65 e oltre	9.504	1,2
Totale	771.077	100

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoratori dipendenti nel mese, 2021

Gli impiegati nella ristorazione sono soprattutto donne (52,5%) e la quasi totalità degli occupati possiede la qualifica di operaio (87%), il 7% è apprendista e il 5% impiegato. Il tempo parziale orizzontale è la tipologia di orario più adottata (55%), a cui fa seguito il tempo pieno (37,5%).

I lavoratori a chiamata sono circa 268mila nel 2021, dei quali la stragrande maggioranza assunti con qualifica di operai.

Il lavoro a chiamata nel comparto ristorazione – retribuzione e qualifica (anno 2021)

Numero lavoratori nell'anno	Retribuzione nell'anno	Numero giornate retribuite nell'anno	Giornate retribuite per lavoratore	Retribuzione per giorno	Retribuzione per lavoratore
				in euro	in euro
268.310	442.834.965	10.469.055	39,0	42,3	1.650

Operai			Impiegati		
Numero lavoratori nell'anno	**Retribuzione nell'anno**	**Numero giornate retribuite nell'anno**	**Numero lavoratori nell'anno**	**Retribuzione nell'anno**	**Numero giornate retribuite nell'anno**
266.520	439.446.613	10.398.734	1.790	3.388.352	70.321

Fonte: Inps - Osservatorio sui lavoratori dipendenti - sezione lavoro intermittente, 2022

Gli effetti attesi sull'occupazione nel comparto della ristorazione dal PNRR

All'interno del PNRR Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza si prevede un notevole investimento per asili nido, scuole per l'infanzia e servizi di educazione e cura per la prima infanzia. Da una ricerca di Oricon[20] sugli investimenti:

1.1 "Piano per asili nido e scuole dell'infanzia" e

1.2 "Piano per estensione del tempo pieno e le mense",

emergono alcune simulazioni riguardo all'impatto occupazionale nella ristorazione scolastica.

Si stima, infatti, una crescita dell'occupazione nel settore, che entro il 2026 avrà un numero di dipendenti in aumento di +6.259 unità, relative ai nuovi posti attivati nei servizi socio-educativi per l'infanzia. Parimenti ci si aspetta una crescita dell'occupazione sulla ristorazione collettiva delle scuole di +3.811 unità come effetto dell'estensione del tempo pieno (per un totale di 10.070 unità da entrambi gli interventi).

[20] Oricon – Osservatorio Ristorazione Collettiva e Nutrizione, 2022.

2.4. Termale

Come noto, il comparto termale italiano (che si sviluppa su 180 comuni in cui sono attive 326 imprese termali), dopo un forte sviluppo nell'immediato dopoguerra, soffre da decenni di una crisi strutturale, in quanto, al venir meno del sostegno pubblico alla domanda (il cosiddetto "termalismo sociale"), la maggior parte delle realtà termali non sono riuscite ad intraprendere percorsi alternativi di posizionamento sul mercato.

Solo in alcuni casi di successo, alla connotazione terapeutica ("clienti=pazienti da curare") se ne è sostituita una di benessere, peraltro assecondando una domanda forte e con connotazioni precise: salutista, ma anche estetica, ludica e "romantica".

In crisi appaiono soprattutto le prestazioni curative, sempre più ristrette alla popolazione residente in un breve raggio, e con una fruizione pendolare. A testimonianza di questo sta il dato della permanenza degli ospiti delle strutture alberghiere, che da medio-lunga si è oramai ristretta a 3 notti, a testimonianza di un modello di fruizione ben diverso da quello tradizionale ("passare le acque").

C'è comunque una grande l'opportunità rappresentata dal turismo sanitario incoming, motivato dall'alta specializzazione del nostro sistema, e che conta attualmente 5.000 stranieri che vengono a curarsi in Italia, contro 200.000 Italiani che lo fanno all'estero, soprattutto per il minor costo. Peraltro i centri di eccellenza sanitaria italiani non coincidono quasi mai con i comuni termali, e quindi la proposta "turistico-curativa" deve trovare una opportuna strutturazione in pacchetti che comprendano anche la mobilità sul territorio.

La stessa domanda di benessere, nazionale ed internazionale, appare in forte crescita anche e soprattutto attraverso l'esperienza della pandemia, ma si coniuga ormai in modo differente ed evolutivo: attenzione all'ambiente tutelato e salutare, attività fisica e sportiva all'aria aperta, respiro ed attività aerobiche, cura del corpo anche attraverso l'alimentazione.

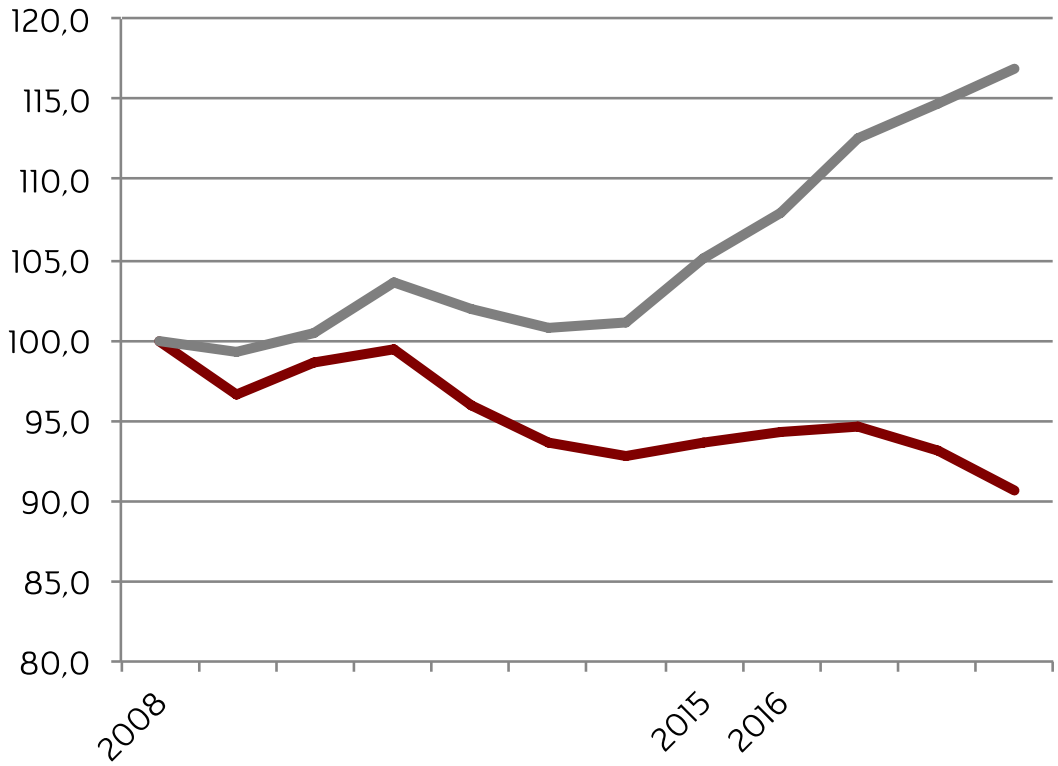
La domanda

La domanda nelle località termali è storicamente in difficoltà e non sono molte le destinazioni che sono riuscite a riconvertirsi sul segmento del benessere e a diversificare il prodotto. Fiuggi, Chianciano, Montecatini sono esempli eclatanti di un mercato in difficoltà.

Come indicato anche nel grafico che segue a fronte di una crescita generalizzata delle presenze nel resto del Paese le località termali hanno registrato un andamento costantemente negativo.

Il destino del termale

(andamento presenze per località termali e tutte le località, serie storica)



Una indagine recente sul turismo termale[21] evidenzia come il 32% degli italiani non sia mai stato alle terme, mentre il 27% ha frequentato un centro termale con pernottamento.

Tra chi frequenta le terme senza pernottamento prevalgono i più giovani (18-34) mentre a concedersi la vacanza termale sono soprattutto gli adulti tra i 34 e i 54 anni.

Sempre guardando ai frequentatori "turisti" hanno uno stile di vita attento alla salute, alla forma fisica e all'alimentazione e in un terzo dei casi presentano disagi di salute cronici.

La qualità delle acque (o fanghi), la qualità della struttura ricettiva e la bellezza del territorio sono i principali driver di scelta per una vacanza termale.

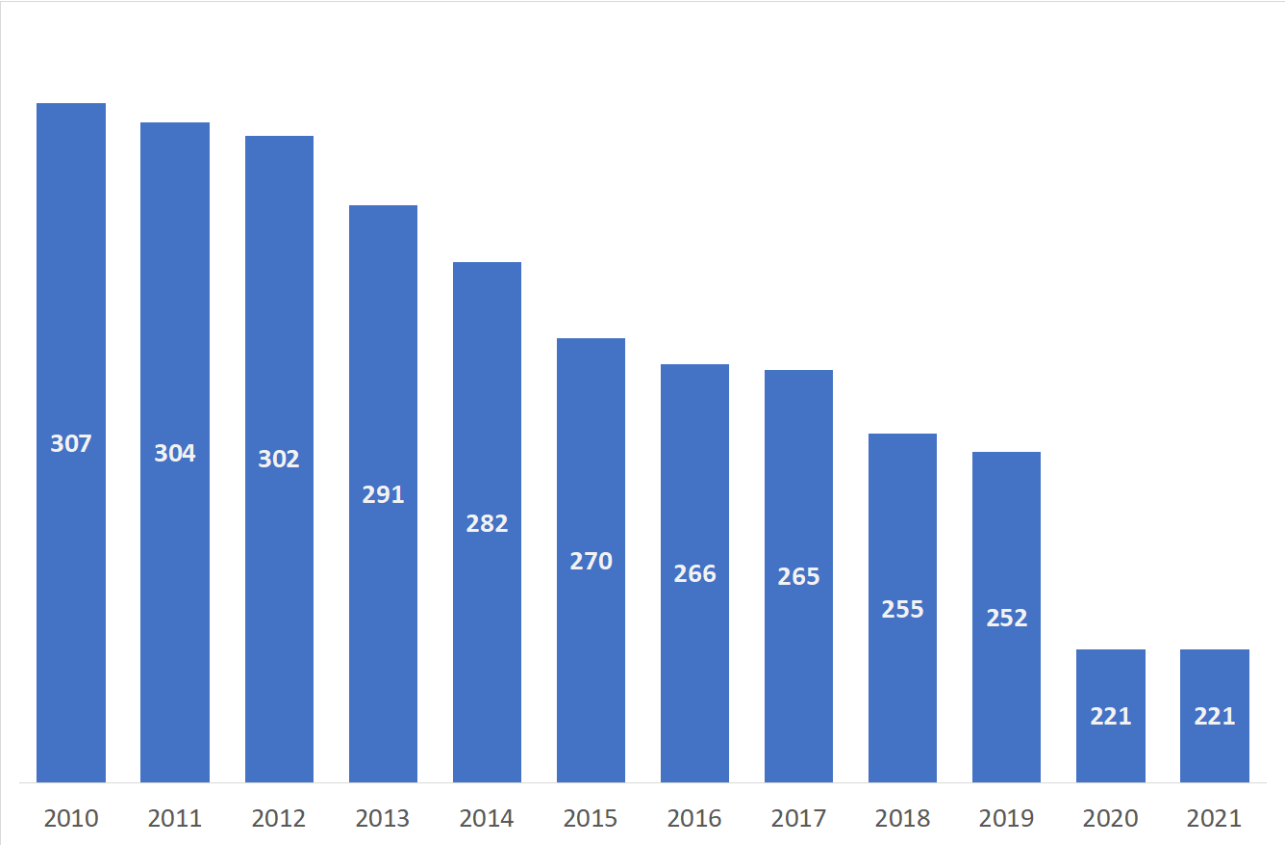
Tra i principali motivi per cui gli italiani non scelgono una vacanza alle terme è perché si ritiene sia una vacanza costosa (48%) o non rispondente alle proprie esigenze (34%) o comunque non necessaria (25%)

[21] Osservatorio sul turismo termale - Cultura e attrattività delle terme fra gli Italiani, Eumetra per Federalberghi, 2022

L'offerta

La consistenza delle imprese "termali" segue la curva della domanda. In dieci anni il numero degli stabilimenti termali attivi è passato secondo l'Inps da oltre 300 ai 221 censiti nel 2021.

Gli stabilimenti termali attivi in Italia (serie storica)



Fonte: elaborazione su dati Federalberghi-Inps, 2022

Si tratta di aziende mediamente più grandi rispetto a quelle del turismo nel suo complesso, considerato che in media occupano 27 lavoratori rispetto agli 8 degli hotel o ai 5 dei pubblici esercizi.

Il lavoro dipendente

Il comparto termale si distingue rispetto a quelli della ricettività e della ristorazione per diversi aspetti, a partire dal profilo del lavoratore:

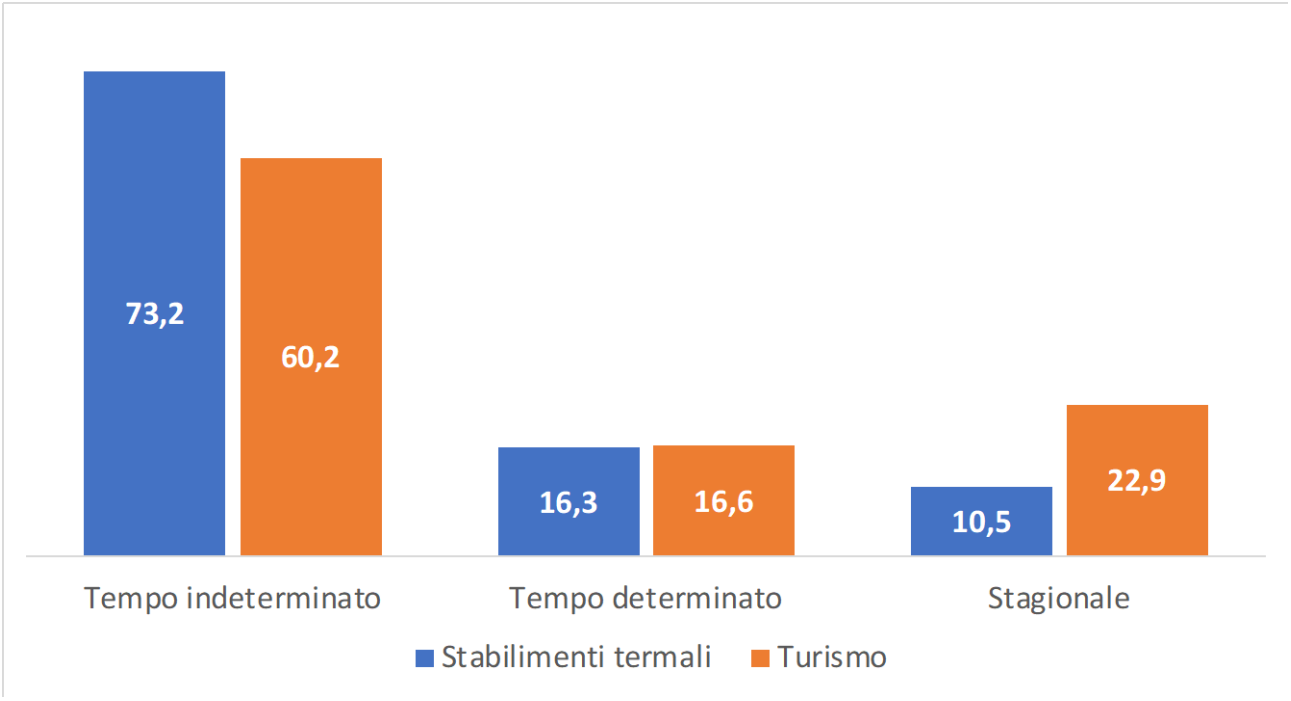
- il 47% dei lavoratori ha più di 50 anni (21% nella media del settore);
- la presenza femminile è ancora più preponderante che negli altri comparti;
- solo il 7% dei lavoratori sono stranieri.

Oltre la metà degli occupati nel settore termale ricopre un ruolo ricompreso nella categoria "operai" (meno che nella media di tutti i comparti turisti, pari a 82%). Al contrario le funzioni

direttive (0,5%) e soprattutto quelle impiegatizie (43,7%) sono più presenti che nella media del settore (rispettivamente 0,1% e 9,8%).

Quasi i tre quarti dei contratti negli stabilimenti termali sono a tempo indeterminato (73%), mentre il 16% sono stagionali.

Le tipologie contrattuali negli stabilimenti termali (valori percentuali, anno 2021)



Fonte: elaborazione su dati Federalberghi-Inps, 2022

Un ultimo aspetto riguarda la stagionalità. Anche in questo caso la dinamica del comparto non segue quella generale del turismo, con una concentrazione della bassa stagione tra gennaio e aprile.

2.5. Congressuale

Stando all'edizione 2023 del Global Meetings and Event Forecast, che indica le prospettive della domanda di congressi nel mondo e dedica un focus anche all'Europa, il settore dei congressi guarda al 2023 con ottimismo e segnali di crescita per un comparto che sicuramente è stato colpito più di altri dalla pandemia

A livello mondiale le aspettative sono positive, il 65% delle imprese investirà di più che nel passato nei meeting, anche se si punterà ancora verso destinazioni interne (regionali e nazionali) nell'incertezza di nuove restrizioni ai viaggi: gli eventi congressuali, infatti, a differenza di altre forme di viaggio richiedono una preparazione molto lunga, talvolta pluriennale, e non possono certo essere spostati all'ultimo minuto. E bisogna ancora tenere conto che molti eventi vengono organizzati on-line o in forma ibrida. L'incremento maggiore del numero di eventi è previsto in Nord America, seguito dall'Europa.

Quanto al mercato europeo

- Il 75% degli intervistati è ottimista sul futuro del settore nel 2023
- Il 69% ritiene che il numero di eventi di persona tornerà ai livelli pre-pandemia entro 1-2 anni
- i due terzi prevedono che la spesa complessiva aumenterà del 3,2% (in crescita rispetto al 2022, quando la previsione si attestava ad un aumento del 2,9%).

Un'importante tematica legata ai congressi è quella della sostenibilità: Il 78% degli intervistati europei ha affermato che la propria organizzazione tiene conto della sostenibilità quando pianifica riunioni ed eventi.

Un ultimo aspetto riguarda le destinazioni: i meeting planner indicano tra le loro preferenze i centri urbani e tra questi nella top 5 si trovano Madrid, Barcellona, Londra, Parigi e Manchester, mentre non figura nessuna destinazione italiana.

Anche nel mondo degli eventi niente è o sarà più come prima, né oggi né dopo la pandemia. Le vecchie regole sono saltate, le nuove si stanno ancora formando. Inutile pensare a un ritorno alla cosiddetta normalità, cioè al passato. Nel mondo del lavoro sono cambiati l'ambiente, le abitudini, il modo di relazionarsi e di fare business. Riunioni sulle piattaforme online, eventi ibridi, fiere virtuali sono entrati nella nostra vita, ma tutto è così recente che non ci sono ancora né una cultura condivisa né un quadro di riferimento.

Secondo gli esperti del settore la sfida per chi si occupa di eventi nei prossimi anni starà tutta nella progettazione – il meeting design – e in particolare nell'uso della tecnologia che dovrà fornire un supporto sempre più pervasivo e importante in ogni fase e aspetto del meeting.

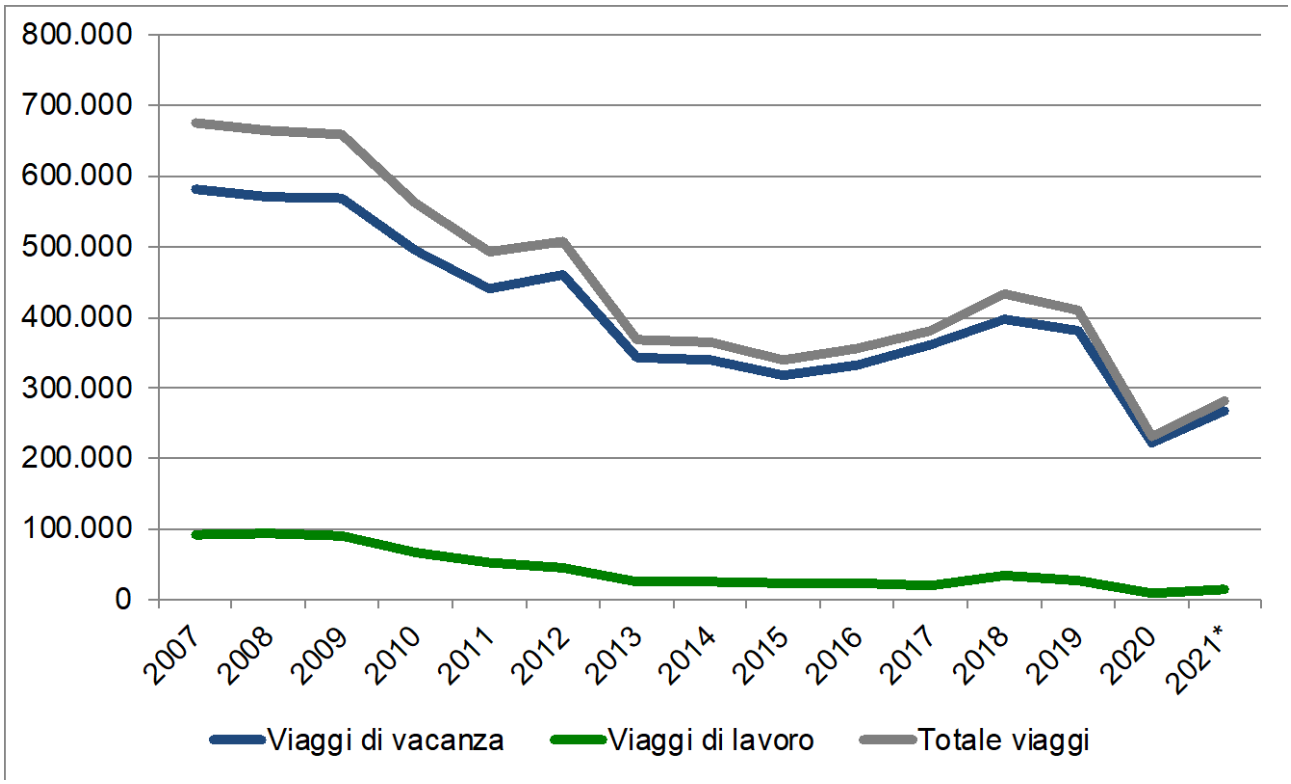
Le competenze su cui focalizzarsi saranno relative al saper scegliere e proporre la tipologia di evento più adatta in relazione ai vincoli e agli obiettivi, al conoscere le tecnologie più avanzate per poter valutare e chiedere il supporto necessario, alla pianificazione del budget.

Quanto agli eventi "live" le dominanti principali saranno la sicurezza, sia per quanto riguarda gli aspetti tecnici (relativi ad attrezzature e procedure) che quelli psicologici (battere la paura del contagio), e la creatività nel trovare soluzioni.

La domanda

In assenza di dati più specifici, l'indagine Istat sulle vacanze degli italiani ci mostra come già a partire dallo scorso decennio il numero di viaggi per lavoro (tra i quali rientrano anche quelli per la partecipazione ai congressi) sia andato via via diminuendo.

I viaggi degli italiani per tipologia (serie storica, migliaia di notti)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati IStat, 2022

L'offerta

L'offerta congressuale è molto composita ed eterogenea, a partire dalle sedi alberghiere che rappresentano il nocciolo duro dell'offerta congressuale. Si tratta di sedi in genere in grado di ospitare eventi di piccole e medie dimensioni, che non hanno personale dedicato se non in minima quota, e che non offrono i servizi tecnici se non attraverso aziende esterne. A queste si assimilano le Dimore storiche.

Un'offerta più strutturata è quella dei centri congressi, che offrono servizi direttamente o in outsourcing, e la cui dimensione è variabile e può raggiungere le migliaia di posti.

La distribuzione delle sedi premia il Nord Italia, con il 52% del totale, seguito dal Centro con un quarto del totale. Il Sud Italia con il 13% e le Isole (8%) si spartiscono la quota residua.

Le sedi congressuali in Italia

	Numero	%	% che ha ospitato almeno un evento nel 2021
Alberghi congressuali	3721	68,4	48,1
Arene e centri sportivi	38	0,7	84,2
Centri Congressi	75	1,4	79,3
Dimore storiche	427	7,8	54,0
Sedi congressuali fieristica	50	0,9	74,7
Sedi istituzionali e altre sedi	579	10,6	63,0
Spazi non convenzionali	373	6,9	66,6
Teatri, cinema, auditori	180	3,3	51,7
Totale	5.443	100,0	52,5

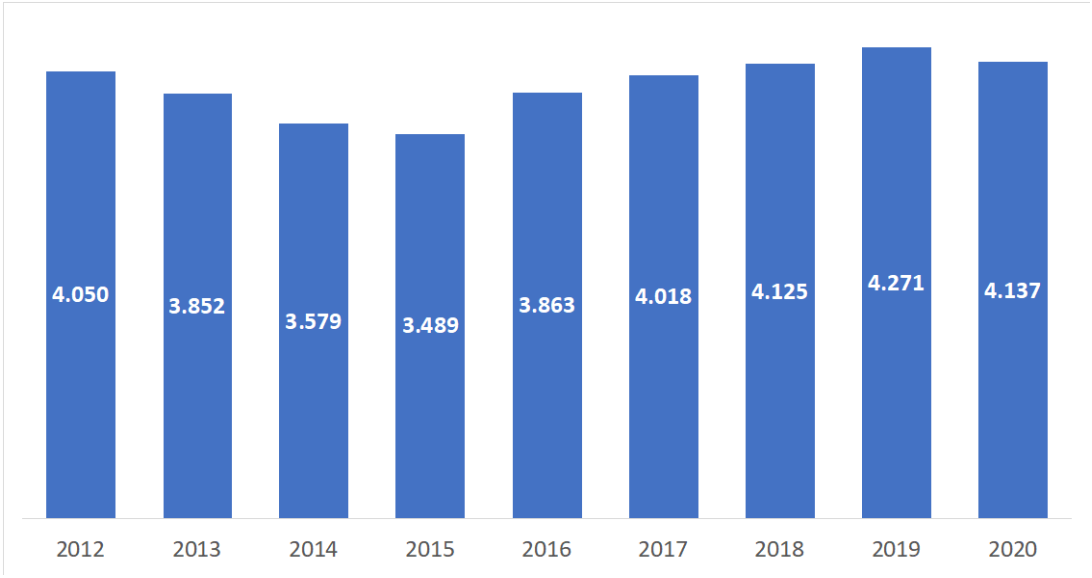
Fonte: Oice, Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi, 2022

Il lavoro

L'Istat classifica le imprese dell'organizzazione congressuale (talvolta anche definite PCO; Professional Congress Organizer) nello specifico codice ATECO 82,.30.00 che comprende l'"organizzazione, promozione e/o gestione di eventi, quali fiere, congressi, conferenze e meeting, inclusa o meno la gestione e la fornitura di personale operativo nell'ambito delle strutture in cui hanno luogo gli eventi".

A questa voce fanno capo (dato 2020 ultimo disponibile) 4.137 imprese.

Le imprese congressuali in Italia (serie storica)

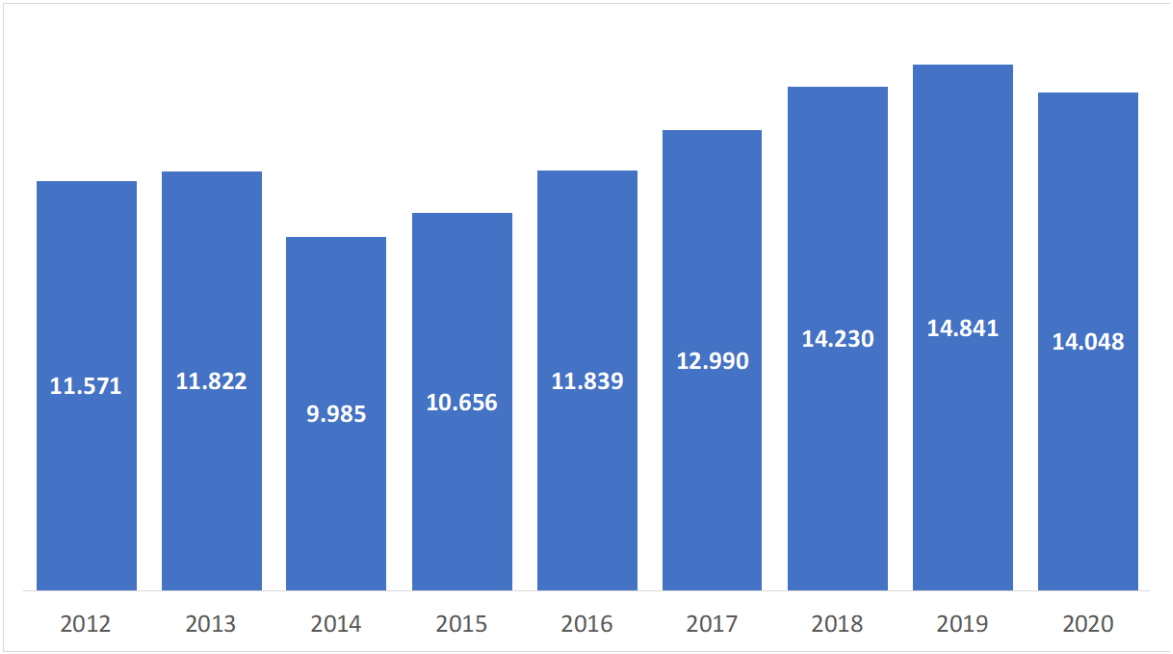


Fonte: elaborazione SL&A su dati Istat, 2022

Un terzo delle imprese è gestito in forma individuale (imprenditore individuale, libero professionista e lavoratore autonomo), il 60% sono società di capitali e il rimanente 6,6% società di persone.

Queste imprese generano una occupazione di oltre 14 mila addetti, in crescita fino a prima della pandemia.

GIl addetti delle imprese congressuali (serie storica)



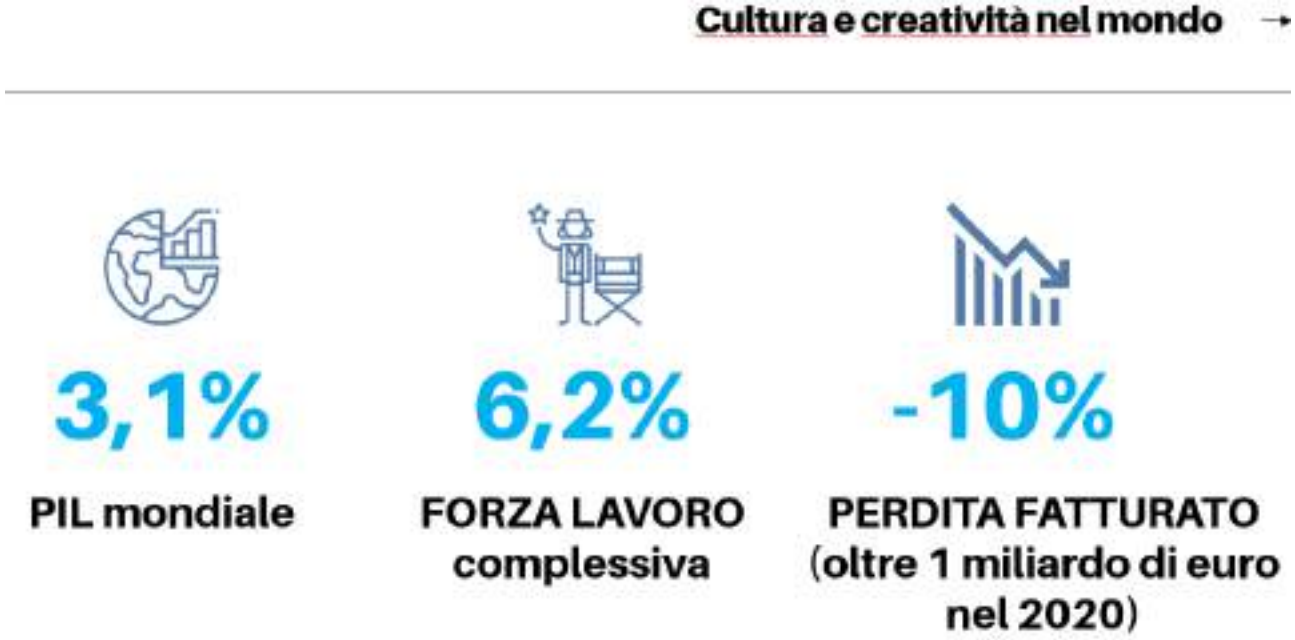
Fonte: elaborazione SL&A su dati Istat, 2022

Come sottolineato per altri settori e per il turismo nello specifico a questa occupazione diretta si somma tutto quello che sono i servizi legati al congressuale da quelli tecnici (audio, video, ecc.) alla ristorazione, ecc., non quantificabili in questa sede.

2.6. Culturale

2.6.1. I dati del settore e la congiuntura economica

Le imprese culturali e creative hanno un grande impatto a livello globale, generando il 3,1% del PIL, con una forza lavoro complessiva del 6,2%, sebbene il fatturato complessivo sia ancora in perdita rispetto al pre-pandemia.



Dal rapporto Re|Shaping Policies for Creativity dell'Unesco, 2022.
Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola – Io sono cultura - Rapporto 2022

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ha due componenti principali in cui sono suddivise le imprese con "Core cultura" e le imprese "Creative driven", le quali hanno rispettivamente un valore aggiunto del 54,9% e del 45,1%. Le prime sono le imprese della cultura vere e proprie, le seconde comprendono invece tutte quelle imprese che impiegano contenuti e competenze culturali e creative[22].

[22] Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola.

Nel corso del 2022 le imprese culturali, messe a dura prova dagli impatti della pandemia, hanno dimostrato di essere resilienti attraverso la creazione di nuovi modelli di business e di nuovi modelli di fruizione e contribuendo alla complessiva crescita di tutto il Sistema. Nel corso del 2021 in Italia questo è cresciuto del +4,2% rispetto all'anno precedente. Si tratta di ben 89 miliardi di euro, di cui 48,6 miliardi relativi al core cultura e il restante alle imprese creative, con un peso del 5,6% sul totale dell'economia; ma ciò non è ancora sufficiente a recuperane il valore perso negli ultimi due anni.

Fondamentale è l'elemento moltiplicativo tipico della filiera culturale: per ogni euro prodotto si stima se ne generino 1,8 nel resto dell'economia, valore che diventa il 2,0 per il Patrimonio storico e artistico e il 2,2 per le Industrie creative.

2.6.2. L'offerta culturale

L'offerta culturale in Italia ha ampia portata, basti pensare che sono aperti al pubblico 4.908 tra musei, aree archeologiche, monumenti ed ecomusei statali e privati. Esiste almeno un istituto culturale in un comune su tre, e ogni 6 mila persone. Il 30% degli istituti culturali è localizzato nei comuni da 2mila a 10mila abitanti e oltre il 16% in comuni da meno di 2mila abitanti[23].

Oltre ai musei, il nostro paese ospita 431 Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, mete di turismo culturale. I cosiddetti "borghi" in Italia raccolgono quasi il 46% del patrimonio culturale nazionale.

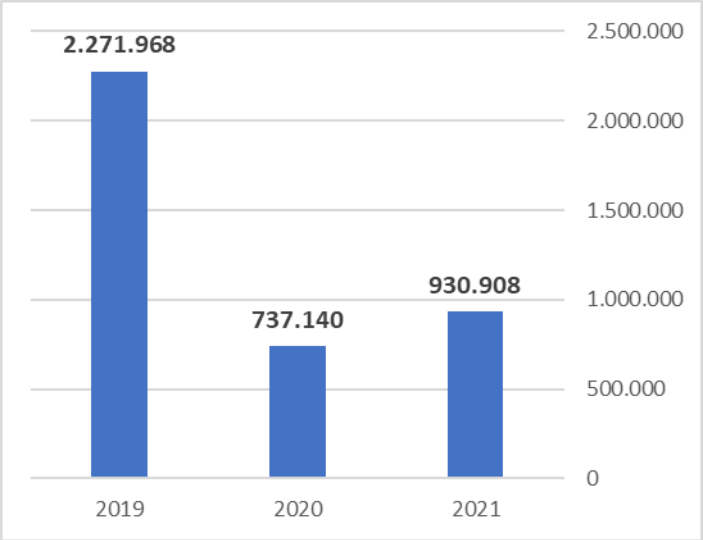
Nell'offerta culturale più ampia sono naturalmente da considerare anche le attività relative agli spettacoli (cinema, teatri, concerti, sport, ballo e concertini, mostre, ecc.). Al significativo incremento dell'offerta di spettacoli del 2021 rispetto all'anno della pandemia (+26%), non

[23] Fonte: Istat, 2019.

ha fatto riscontro una crescita equivalente degli spettatori, che si sono fermati al +4,5%[24]. Nel 2021 il numero degli spettacoli è stato pari a 930.908.

Il numero complessivo di imprese del più ampio Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano è di 270.318, con una flessione negli ultimi due anni del -1,5% e una perdita di circa 4mila unità. Tuttavia, il numero di iscrizioni di nuove imprese di questo genere nel 2021 rispetto al 2020 è in aumento del +24,9%.

Numero degli spettacoli in Italia – serie storica



Fonte: SIAE

[24] Rapporto sullo Spettacolo e lo Sport 2021, SIAE 2022.

Imprese del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per comparti (anni 2019 e 2021)

Settori	Valori assoluti		Incidenze percentuali		Variazioni	
	2019	2021	2019	2021	Assolute	Percentuali
Architettura e design	87.152	82.993	1,4	1,4	-4.159	-4,8
Comunicazione	39.963	41.764	0,6	0,7	1.801	4,5
Audiovisivo e musica	16.388	15.853	0,3	0,3	-535	-3,3
Videogiochi e software	31.154	33.240	0,5	0,5	2.086	6,7
Editoria e stampa	67.955	64.532	1,1	1,1	-3.423	-5,0
Performing arts e arti visive	30.722	30.781	0,5	0,5	59	0,2
Patrimonio storico-artistico	1.032	1.155	0,0	0,0	123	11,9
CORE Cultura	*274.366*	*270.318*	*4,5*	*4,5*	*-4.048*	*-1,5*
TOTALE ECONOMIA	**6.156.623**	**6.067.466**	**100,0**	**100,0**	**-89.157**	**-1,4**

Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola

2.6.3. I consumi culturali

I dati messi a disposizione da Istat e Federculture sulla spesa delle famiglie italiane evidenziano una crescita del valore già a partire dal 2015, con alcune flessioni negli anni precedenti.

Le indagini sul settore, dunque, confermano che la crescita costante dei consumi culturali che si registrava prima del 2020 ha subito un brusco rallentamento soltanto a causa dell'arrivo della pandemia di Covid-19, che ha portato il valore della spesa delle famiglie in cultura e ricreazione da 73.427 milioni di euro nel 2019 a 56.657 milioni di euro nel 2020.

Spesa delle famiglie italiane - Valori a prezzi correnti (milioni di euro)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
SPESA IN CULTURA E RICREAZIONE	70.590	72.127	68.448	63.968	64.792	67.273	69.324	70.888	71.874	73.427	56.657
TOTALE SPESA FAMIGLIE	983.044	1.012.781	1.001.015	989.236	994.358	1.015.428	1.029.343	1.056.495	1.077.820	1.087.259	958.493

Fonte: elaborazioni Federculture su dati Istat

Dai dati disponibili sul 2021 emerge ancora un sostanziale ritardo nel recupero del livello di spesa in cultura del pre-pandemia, e anche la voce riferibile a ricreazione, spettacoli e cultura si mantiene lontana dal 2019 (-22%). Il comparto che ha subito le perdite maggiori è stato quello di cinema, teatri e concerti (-74,8%), mentre musei, parchi e giardini hanno perso il -26,6%.

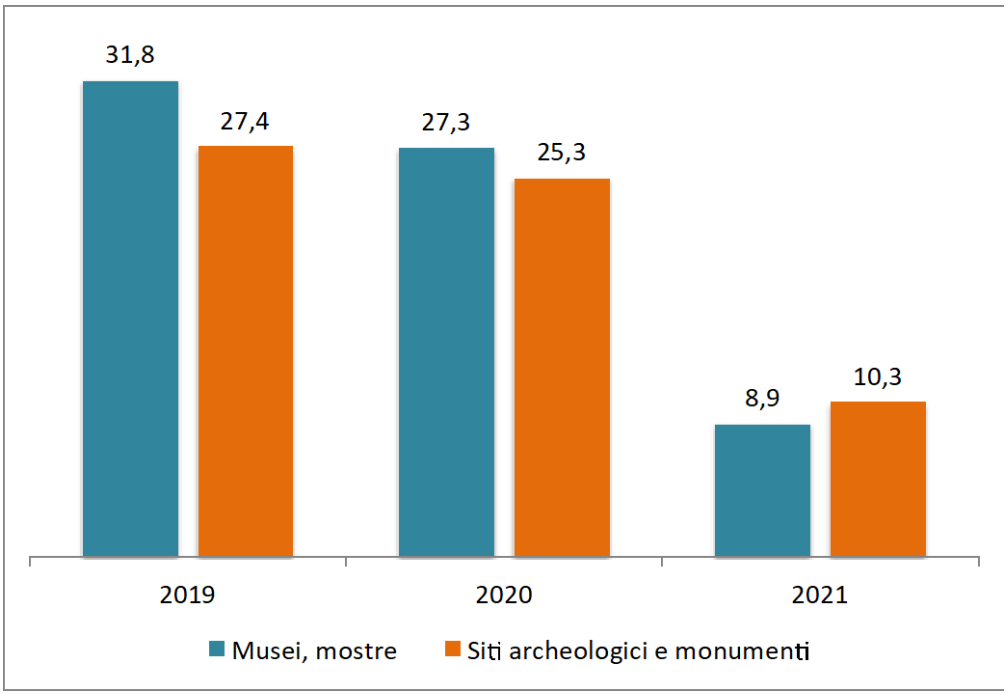
Spesa media mensile delle famiglie, composizione *(valori in euro correnti)*

	2019	2020	2021	Var. 2021/2020	Var. 2019/2021
09:--ricreazione, spettacoli e cultura	**127,0**	**93,4**	**99,1**	**6,0%**	**-22,0%**
091: apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici	7,3	7,4	9,0	21,0%	24,1%
092: altri beni durevoli per ricreazione e cultura	2,1	1,9	2,0	4,2%	-4,3%
093: altri articoli e attrezzature per attività ricreative, giardinaggio e animali	37,4	32,4	38,4	18,4%	2,6%
094: servizi ricreativi e culturali	39,4	24,7	23,6	-4,5%	-40,1%
095: giornali, libri e articoli di cartoleria	20,6	18,2	19,4	6,4%	-6,2%
096: pacchetti vacanza	20,2	8,7	6,7	-23,1%	-66,8%

Fonte: Istat

I dati sulla partecipazione culturale mostrano, invece, un quadro piuttosto negativo: le persone che hanno visitato almeno un museo nel 2021 sono circa 9 su 100, valore che nel 2019 era pari a 32 su 100, con marcate differenze regionali. Le performance del Sud Italia registrano un trend molto altalenante.

Fruizione di beni e attività culturali in Italia (valori %)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2022

Per quel che riguarda gli spettacoli, la SIAE[25] riferisce un numero totale di spettatori in calo dai 306 milioni del 2019 agli 84 milioni del 2021, e con la spesa al botteghino precipitata dai 2,7 miliardi di euro del 2019 agli 870 milioni di euro nel 2021: si tratta di un crollo del 72% degli spettatori e del 78% della spesa rispetto al pre-Covid. Il settore degli spettacoli che ha attirato più pubblico nel 2021 è stato quello del cinema, seguito da ballo ed intrattenimenti musicali. Il cinema è quello che acquisisce anche la quota più alta di spesa, con 177milioni. Anche qui le differenze regionali premiano il Nord Italia, sia come partecipazione per spettacoli che come spesa.

Quasi la metà della spesa totale degli spettacoli e dei biglietti venduti nel 2021 sono da attribuirsi ai giorni del weekend, con i mesi più frequentati di agosto e dicembre.

Come per altri comparti, anche i consumi culturali sono stati profondamente influenzati dalla pandemia, che ha trasformato alcune abitudini di fruizione e le ha rese più dipendenti dal digitale, soprattutto per quel che riguarda la musica e lettura, un po' meno per gli spettacoli dal vivo in digitale e per le visite virtuali a musei e siti archeologici.

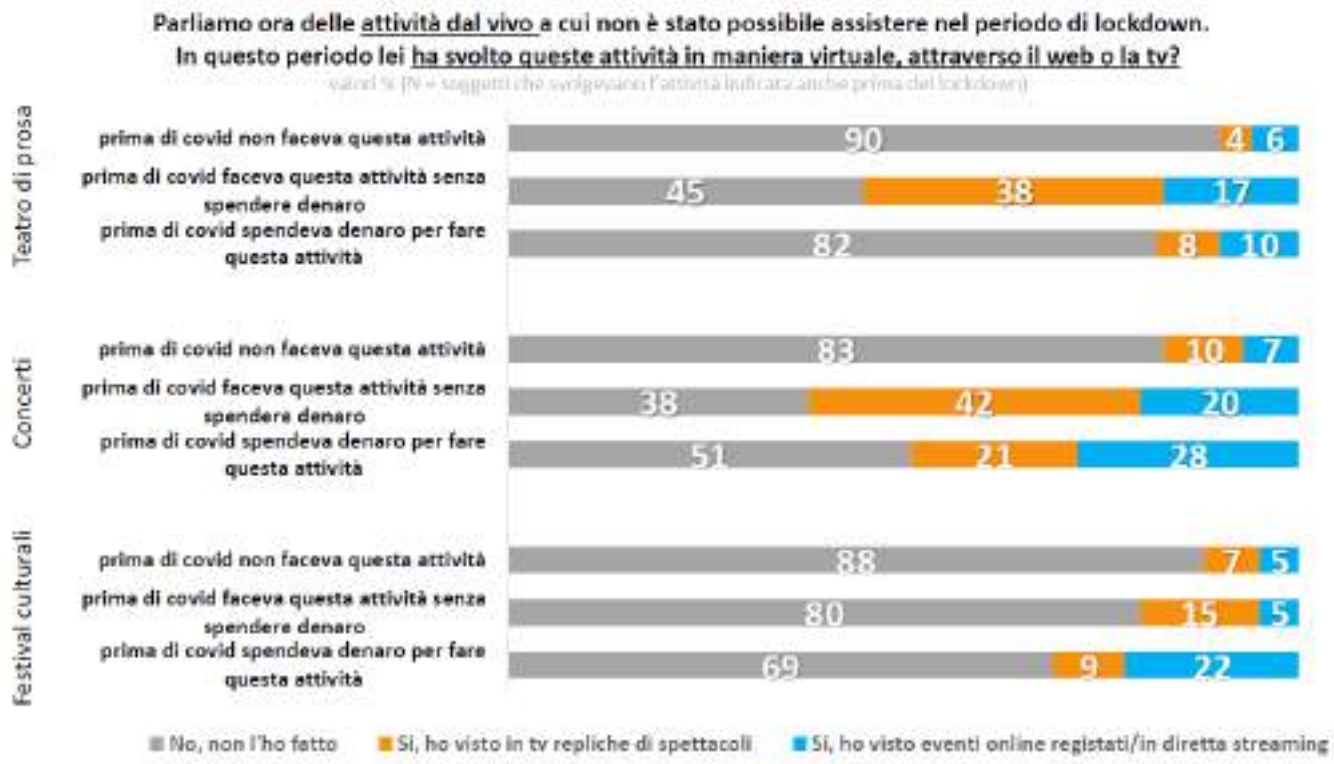
Le visite virtuali a musei e siti archeologici

Fonte: Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

[25] Rapporto sullo Spettacolo e lo Sport 2021, SIAE 2022.

Gli spettacoli dal vivo in digitale non sembrano avere avuto un successo significativo e sono stati seguiti principalmente da quei fruitori che già prima del Coronavirus tendevano ad assistere a queste attività soprattutto in forma gratuita.

Gli spettacoli dal vivo in digitale



Fonte: Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

Alcune delle tendenze che stanno caratterizzando la domanda di cultura a livello nazionale sono evidenziate dagli studi di Fondazione Symbola, che riporta alcuni cambiamenti di rilievo che sempre più influenzano i consumi degli italiani, specialmente in termini di sostenibilità e digitalizzazione:

- Crescita generale dell'attenzione verso la sostenibilità ambientale;
- Rafforzamento del binomio cultura-benessere;
- Crescita del digitale, specialmente nel rapporto tra cultura, realtà virtuale e metaverso;
- Sviluppo della multicanalità nella comunicazione;
- Crescita dell'online gaming;
- Incremento dei servizi ibridi, tra digitale e fisico (il cosiddetto *phygital*);
- Aumento della condivisione di contenuti immersivi e in simultanea.

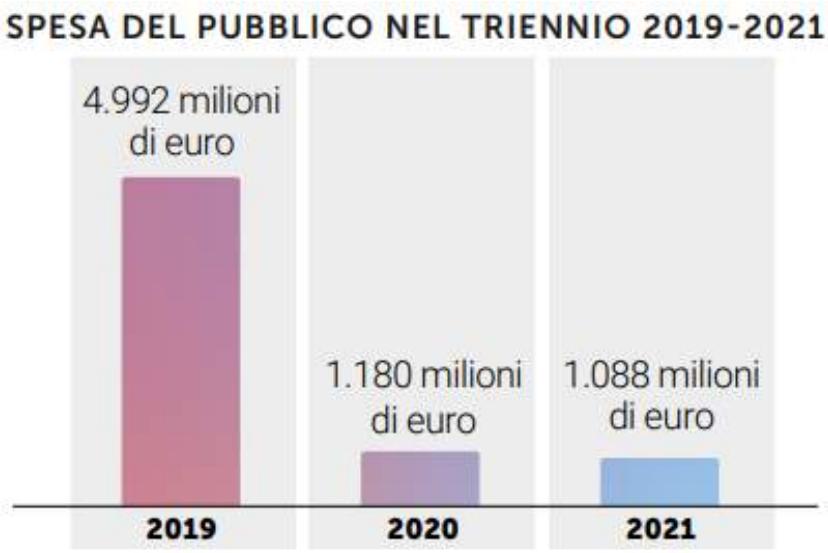
Riguardo al digitale, i dati dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni Culturali del Politecnico di Milano riferiscono che nel 2021 il 35% degli italiani ha usufruito di contenuti culturali, in particolar modo per la fruizione di tour e visite guidate, concerti in streaming,

podcast. Lo stesso booking dei biglietti online per accedere ai siti culturali diventa sempre più importante e funzionale alla visita stress-free[26].

Rispetto alla evidente ripresa dei flussi turistici internazionali, ci si rende conto che non soltanto la pandemia non ha intaccato i desideri dei turisti di fruire di attività legate al mondo della cultura, ma anche che l'appeal delle città d'arte italiane è sempre molto forte e presente nella mente degli ospiti. Infatti, gli stranieri che nel 2022 sono tornati a visitare le nostre città d'arte sono stati oltre 17 milioni, con un +35% rispetto all'anno precedente (2021). Anche gli italiani nelle città d'arte crescono nel 2022, con un +10% sul 2021.

La spesa degli italiani per la partecipazione agli spettacoli nel 2021 è stata pari a 1.088 milioni di euro, ancora in significativa perdita rispetto al pre-pandemia (-3.904 milioni di euro di spesa sul 2019, -78,2%)[27], con la spesa maggiore per il macrosettore di attività del cinema (17,1%), seguito dalla spesa per lo sport (16,9) e per i parchi divertimento (15,5%).

Spesa relativa agli spettacoli in Italia (anno 2019-2021)



Fonte: SIAE

2.6.4. L'andamento del lavoro nel settore culturale

Sebbene il Sistema Produttivo Culturale e Creativo in Italia nel 2021 sia cresciuto in termini di ricchezza della filiera, con un recupero sul disastro pandemico, non è accaduto lo stesso

[26] La piattaforma di prenotazione visite GetYourGuide ha confermato il trend in ascesa, dichiarando che nel 2021 le prenotazioni sul loro sito web per musei, monumenti e aree archeologiche italiane sono sostanzialmente raddoppiate rispetto all'anno precedente.
[27] Rapporto sullo Spettacolo e lo Sport 2021, SIAE 2022.

a livello occupazionale. Come filiera allargata il settore conta 1 milione 460 mila occupati, il 5,8% del totale degli occupati a livello nazionale, in flessione del -2,3% rispetto al dato pre-pandemico (e un -0,6% sul 2020), ben al di sotto della percentuale di perdita dell'intera economia nazionale, che ha registrato il -1,5%.

	Valore aggiunto	Occupazione
Sistema culturale e creativo (*valori assoluti*)	88.584,4 *milioni di euro*	1.459.767
Peso del Sistema Culturale e Creativo sul totale dell'economia	5,6%	5,8%
Variazioni percentuali rispetto al 2019	-3,4% *(-1,1% nel totale economia)*	-2,3% *(-1,5% nel totale economia)*
Variazioni percentuali rispetto al 2020	+4,2% *(+6,6% nel totale economia)*	-0,6% *(+0,6% nel totale economia)*

Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola – Io sono cultura - Rapporto 2022

Sul totale degli occupati nel settore, la quota maggiore di lavoratori si trova nel comparto dell'editoria e della stampa, che impiega il 13,4% dei lavoratori. A seguire il comparto dei videogiochi e software con il 12,3% degli impiegati nel settore, architettura e design con il 10,1% e comunicazione con il 7,6% degli occupati.

Occupazione nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano (anno 2021)

	Occupazione		
	Valori assoluti (in migliaia)	**% Sistema Produttivo**	**% Tot Economia**
Architettura e design	147,9	10,1	0,6
Comunicazione	111	7,6	0,4
Audiovisivo e musica	55,3	3,8	0,2
Videogiochi e software	178,9	12,3	0,7
Editoria e stampa	195,4	13,4	0,8
Performing arts e arti visive	91,2	6,2	0,4
Patrimonio storico e artistico	51,1	3,5	0,2
CORE CULTURA	**838,8**	**56,9**	**3,3**
CREATIVE DRIVEN	**629**	**43,1**	**2,5**
TOTALE SISTEMA PRODUTTIVO	**1.459,80**	**100**	**5,8**

Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola

A livello occupazionale nel 2021 le attività definibili "creative driven" hanno avuto performance migliori rispetto a quelle con core cultura, con una occupazione che tuttavia risulta ancora in perdita del -1,0%, mentre le imprese "core" perdono il -3,2% degli addetti. Nello specifico, in recupero rispetto al 2020 abbiamo i comparti videogiochi e software (+3,0%), audiovisivo e musica (+1,7%) e comunicazione (+0,5%).

Gli unici comparti della cultura che hanno avuto risultati migliori in termini di occupati rispetto al pre-Covid sono quello dei videogiochi e software, con +7,0% sul 2019 e quello di architettura e design, con +0,2%.

Andamento dell'occupazione nei comparti del Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano (2019 vs 2021)

	Var.% **2019-2021**
Architettura e design	0,2
Comunicazione	-0,9
Audiovisivo e musica	-3,0
Videogiochi e software	7,0
Editoria e stampa	-5,5
Performing arts e arti visive	-15,6
Patrimonio storico e artistico	14,6
CORE CULTURA	**-3,2**
CREATIVE DRIVEN	**-1,0**
TOTALE SISTEMA PRODUTTIVO	**-2,3**
TOTALE ECONOMIA	**-1,5**

Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola

Il comparto delle performing arts ha evidetemente risentito più degli altri delle criticità di questi anni, anche a causa delle tipologie di contratto, prevalentemente atipici, similmente a quanto accaduto alle attività di valorizzazione del patrimonio storico e artistico.

A livello geografico è il Nord-Ovest ad impiegare più lavoratori nel settore. Le regioni maggiormente caratterizzate dalla presenza di addetti della cultura sono la Lombardia e il Lazio, rispettivamente con 344mila addetti e il 7,2% del totale dell'economia regionale, e 190mila addetti con il 7,1%. A seguire il Piemonte, con quasi 125mila addetti e il 6,6% del totale dell'economia regionale. A livello provinciale, le prime province per incidenza degli occupati sono Milano (13,2% sul totale italiano), Roma (11,4%), Torino (5,5%), Napoli (3,3%).

Occupazione nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano (anno 2021)

	Occupazione		
	Valori assoluti (in migliaia)	**% totale Italia**	**% totale economia**
Piemonte	124,8	8,5	6,6
Valle d'Aosta	3,1	0,2	4,8
Lombardia	343,6	23,5	7,2
Trentino-Alto Adige	32,3	2,2	5,9
Veneto	136,9	9,4	5,9
Friuli V. G.	30,9	2,1	5,7
Liguria	32,6	2,2	4,6
Emilia-Romagna	123,3	8,4	5,8
Toscana	101,2	6,9	6,1
Umbria	20,6	1,4	5,6
Marche	37,5	2,6	5,7
Lazio	190,2	13,0	7,1
Abruzzo	23,5	1,6	4,5
Molise	4,6	0,3	4,2
Campania	82,1	5,6	4,4
Puglia	56,4	3,9	4,1
Basilicata	8,4	0,6	4,0
Calabria	21,7	1,5	3,4
Sicilia	61,9	4,2	4,1
Sardegna	20,4	1,6	3,9
Nord-Ovest	**504,1**	**34,5**	**6,8**
Nord-Est	**323,4**	**22,2**	**5,8**
Centro	**349,6**	**23,9**	**6,5**
Mezzogiorno	**282,7**	**19,4**	**4,1**
ITALIA	**1.459,8**	**100,0**	**5,8**

Fonte: Unioncamere – Fondazione Symbola

2.7. CONCESSIONI

Le concessioni di beni e servizi: una premessa

Gli ambiti concessori in tema di turismo riguardano numerose tipologie di beni materiali e/o servizi. In termini di diritto del tutto generali, si parla di concessione quando un'autorità concedente affida ad un soggetto terzo il compito di gestire un servizio e/o un bene pubblico sotto il suo controllo, in cambio di un corrispettivo costituito dai canoni concessori, per la sua fruizione da parte di utenti.

Va tuttavia specificato che netta è la distinzione tra concessione di beni e concessione di servizi, dove l'art. 3, comma 1, lettera vv) d.lgs. n. 50 del 2016 definisce come "concessione di servizi, un contratto a titolo oneroso stipulato per iscritto in virtù del quale una o più stazioni appaltanti affidano a uno o più operatori economici la fornitura e la gestione di servizi diversi dall'esecuzione di lavori (di cui alla lettera II), riconoscendo a titolo di corrispettivo unicamente il diritto di gestire i servizi oggetto del contratto o tale diritto accompagnato da un prezzo con assunzione in capo al concessionario del rischio operativo legato alla gestione dei servizi". Pertanto l'elemento qualificante della concessione di servizi è costituito dal trasferimento del rischio economico/operativo a carico dell'affidatario, in quanto "la remunerazione del concessionario proviene principalmente dalla sua attività, con il rischio operativo e di gestione esclusivamente in capo al concessionario stesso e con integrale trasferimento dall'amministrazione concedente all'aggiudicatario del rischio di gestione economica del bene immobile"[28].

In riferimento alla concessione di beni invece appare utile riportare quanto afferma il Consiglio di Stato: "La giurisprudenza prevalente individua il criterio discriminante tra "componente beni" e "componente servizi" negli obiettivi di fondo perseguiti dall'Amministrazione concedente, i quali, se travalicano il mero utilizzo ordinario del bene (secondo la sua destinazione dichiarata negli atti di gara), collocandosi in una prospettiva più ampia, qualificano necessariamente il rapporto in termine di servizi"[29].

In base a quanto sopra riportato, il focus del presente paragrafo si indirizza ad analizzare le concessioni ad uso turistico, siano esse di beni che di servizi, con l'obiettivo non di differenziarle nel merito del diritto, ma di inquadrarne il peso che ricoprono nel settore, sia in termini economici che di ricadute occupazionali.

---

[28] "Concessioni di servizi o concessioni di beni? Il Consiglio di Stato spiega la differenza" – Avv. Emanuela Pellicciotti – 12 luglio 2022

[29] Decisione della Sezione V del Consiglio di Stato, 16 giugno 2022, n. 4949. Il caso esaminato verte su un ristorante collocato all'interno di un Parco naturale di rilevanza nazionale, in Sardegna.

Va specificato che parlando di beni, la prima distinzione da effettuare è tra beni demaniali e beni del patrimonio indisponibile. Tra i primi si annoverano[30]:

- ✓ Il lido del mare, la spiaggia, le rade e i porti;
- ✓ I fiumi, i torrenti, i laghi e le altre acque definite pubbliche dalle leggi in materia;
- ✓ Le autostrade e le strade ferrate (se appartengono allo Stato)
- ✓ Gli aerodromi
- ✓ Gli immobili riconosciuti d'interesse storico, archeologico e artistico a norma delle leggi in materia
- ✓ Ma anche opere destinate alla difesa nazionale, cave, miniere, fonti etc.

Gli ambiti di concessione di beni demaniali e servizi con indirizzo d'uso anche turistico, che verranno trattati in questo paragrafo, riguardano:

- Le concessioni balneari
- Portualità turistica
- Impianti di Risalita
- Aeroporti
- Reti ferroviarie

Le concessioni balneari

Senza ripercorrere le fasi della battaglia tra Governo italiano e Unione Europea sulla questione delle concessioni balneari a partire dal 2006 (Direttiva Bolkestein), si riportano gli ultimi due principali passaggi temporali.

Il 15 febbraio 2022 il Consiglio dei Ministri ha approvato la proposta emendativa al disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza 2021 (A.S. 2469) in materia di concessioni demaniali marittime, che prevedeva, tra le altre materie, che le concessioni balneari in essere continuassero ad avere efficacia fino al 31 dicembre 2023, con possibilità di proroga al 31 dicembre 2024 in caso di pendenza di un contenzioso o di "difficoltà oggettive" nell'espletamento delle gare. Ci si riferisce in particolare a:

- le concessioni demaniali marittime, lacuali e fluviali per l'esercizio delle attività turistico ricreative (…), le concessioni gestite dalle società sportive iscritte al registro CONI (…), e le concessioni per la realizzazione e la gestione di strutture dedicate alla nautica da diporto, inclusi i punti d'ormeggio;

[30] Fonte: Codice Civile – art. 822

- i rapporti aventi ad oggetto la gestione di strutture turistico ricreative in aree ricadenti nel demanio marittimo, per effetto di provvedimenti successivi all'inizio dell'utilizzazione.

Entro 6 mesi (data effettiva: 27 febbraio 2023) il Governo avrebbe dovuto impegnarsi ad adottare i decreti legislativi contenenti i nuovi criteri direttivi per l'affidamento (nell'ambito del più ampio contenitore della Legge sulla Concorrenza), quali ad esempio:

- affidamento in concessione, al fine di assicurare adeguato equilibrio tra le aree demaniali in concessione e le aree libere o libere attrezzate, nonché la costante presenza di varchi per il libero e gratuito accesso nonché transito;
- affidamento delle concessioni sulla base di procedure selettive nel rispetto dei principi di imparzialità, non discriminazione, parità di trattamento, massima partecipazione, trasparenza e adeguata pubblicità;
- definizione di una disciplina uniforme delle procedure selettive di affidamento delle concessioni sulla base di specifici criteri e di una serie di elementi di valorizzazione del concessionario da scegliere.

Il 9 febbraio 2023, senza di fatto rinnegare i principi alla base della Legge sulla Concorrenza, le Commissioni Bilancio e Affari Costituzionali del Senato hanno approvato gli emendamenti che prevedono la proroga di un anno delle attuali concessioni (31 dicembre 2024, che può diventare 31 dicembre 2025 in caso di "impedimenti oggettivi all'espletamento delle gare") e concedono cinque mesi in più per l'esercizio della delega sulla mappatura delle spiagge in concessione, che sarebbe scaduta appunto il 27 febbraio 2023.

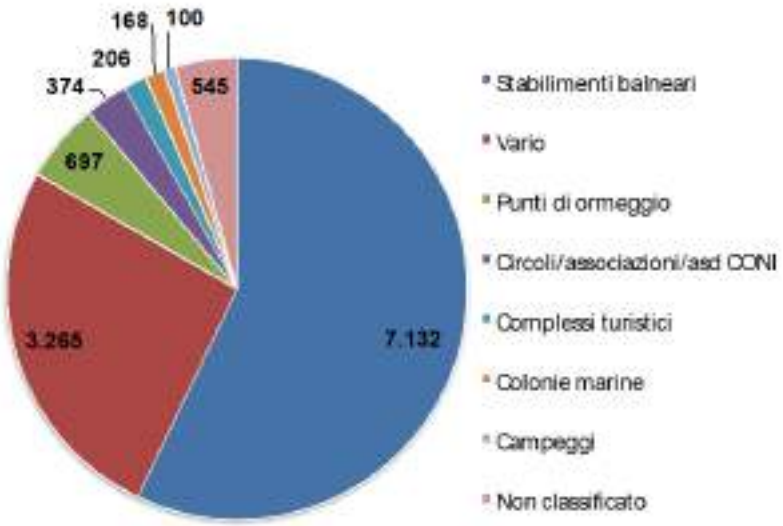
Stiamo parlando di una realtà il cui giro di affari è stimato in oltre 15 miliardi di euro, tra fatturato delle diverse attività imprenditoriali che vengono svolte all'interno degli stabilimenti e che comprendono le attività ricreative e sportive, ma anche quelle riferibili alla ristorazione e agli alloggi. Sul dato, calcolato qualche anno fa da Nomisma e ripreso da varie fonti tra cui il Sole24Ore, non è d'accordo il Sindacato Italiano Balneari che calcola un miliardo di fatturato annuo complessivo per le 103.620 concessioni e i 6.318 stabilimenti balneari (dato 2021).

È proprio sul numero totale degli stabilimenti balneari che risulta la discordanza tra le fonti. Nel Rapporto Spiagge 2022 di Legambiente, le concessioni balneari censite sono pari a 12.166, e questo secondo i dati del monitoraggio del Sistema informativo demanio marittimo (S.I.D), con un aumento del 12.5% in tre anni, quando nel 2018 se ne registravano 10.812.

Secondo la fonte principale, il S.I.D. appunto, le concessioni marittime a uso turistico ricreativo sono 12.488 (dato maggio 2022), tra le 22.489 concessioni marittime totali, che comprendono anche la cantieristica navale, il diporto nautico, la pesca e acquacoltura, siti produttivi e industriali e altro genere non specificato. Il 55% delle concessioni marittime lungo i 7.375 km di costa italiana sono pertanto ad uso turistico ricreativo, di cui:

- 7.132 stabilimenti balneari
- 3.265 di categoria "vario"
- 697 punti di ormeggio
- 374 Circoli/associazioni/società affiliate a Federazioni Sportive Nazionali
- 206 complessi turistici
- 168 Colonie marine/Istituti di cura e soggiorno
- 100 campeggi
- i restanti 545 non classificati

Le concessioni marittime a uso turistico ricreativo



Fonte: elaborazione SL&A su dati del Sistema informativo demanio marittimo (S.I.D). Maggio 2022

In ogni caso i canoni concessori annui delle concessioni turistico-ricreative marittime dovrebbero apportare allo Stato (e alle amministrazioni concedenti) oltre 609 milioni di euro. Al 2022 risultano 55,5 milioni di arretrati non versati.

Concessioni marittime per Regione

Regione	Lunghezza spiagge [km]	Totale concessioni demanio marittimo	Concessioni per stabilimenti balneari	Concessioni per campeggi, circoli sportivi e complessi turistici	Costa occupata dalle concessioni [%]
Abruzzo	114	1.663	891	44	48,1
Basilicata	44	226	120	9	28,2
Calabria	614	4.665	1.677	123	29,4
Campania	140	4.772	1.125	166	68,1
Emilia-Romagna	131	3.824	1.313	149	69,5
Friuli-Venezia Giulia	64	1.447	66	39	20,3
Lazio	243	4.508	675	159	40,8
Liguria	114	9.707	1.198	325	69,9
Marche	113	4.392	942	114	61,9
Molise	32	422	49	11	19,6
Puglia	303	5.570	1.110	109	39,1
Sardegna	595	5.394	573	218	20,7
Sicilia	425	5.965	620	107	22,4
Toscana	270	5.090	1.481	172	52,7
Veneto	144	4.381	326	93	39,5
Totale	**3.346**	**61.426**	**12.166**	**1.838**	**42,8**

Fonte: Rapporto Spiagge Legambiente 2022

Al di là della specifica della tipologia (stabilimento balneare, campeggio, complesso turistico, etc.) che non chiarisce il reale numero delle concessioni occupate da stabilimenti balneari, il dato da considerare è che quasi il 43% delle coste italiane risulta occupata dalle concessioni turistiche ricreative. L'Emilia-Romagna è la regione con il maggior numero di stabilimenti balneari pari a 1.063 (circa il 10% del totale nazionale), a seguire la Toscana con 914 imprese e la Liguria che con 807 imprese balneari su 330 chilometri di litorale ha 2,4 stabilimenti per chilometro.

Secondo Unioncamere-Si.Camera[31], gli occupati nell'ambito delle "attività sportive e ricreative[32]" della Blue Economy sono pari a circa 85 mila (erano circa 72 mila nel 2018), per un valore aggiunto di 3,2 miliardi di euro (oltre 2 miliardi di euro nel 2018), ai quali si aggiungono gli occupati nei servizi di alloggio e ristorazione, che ammontano a 330 mila

[31] X Rapporto Nazionale sull'Economia del Mare. Unioncamere-Si.Camera. Giugno 2022

[32] Ricomprende le attività connesse al turismo nel campo dello sport e divertimento, come i tour operator, guide e accompagnatori turistici, parchi tematici, stabilimenti balneari e altri ambiti legati all'intrattenimento e divertimento (discoteche, sale da ballo, sale giochi, ecc.).

(erano circa 332 mila nel 2018) e che realizzano annualmente oltre 8 miliardi di valore aggiunto all'anno (14 miliardi nel 2018). Bisogna considerare che i dati 2020 sono stati condizionati dalla pandemia Covid, anche se il dato degli occupati è notevolmente positivo rispetto al 2018.

L'attività di stabilimento balneare si realizza prevalentemente sotto forma di società di persone (3.507 le aziende con questa forma giuridica alla fine del 2021, pari al 43% del totale), dato che evidenzia l'approccio di conduzione familiare. 2.099 imprese (29% del totale) scelgono invece la formula della società di capitale, mentre il restante 28% si distribuisce tra imprese individuali (25%) e altre forme, principalmente costituite da cooperative (3%).

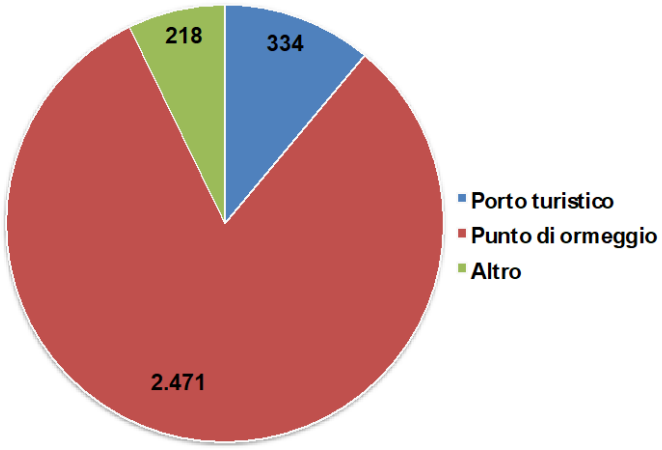
Dei circa 85 mila occupati nell'ambito, è possibile censire (da altra fonte) gli addetti delle unità locali delle imprese attive[33] per la sola realtà degli stabilimenti balneari, all'anno 2020: 5.491 sono le imprese e 16.727 gli addetti.

Portualità turistica

Come nel caso degli stabilimenti balneari, è opportuno fare una premessa. La nuova Legge sulla Concorrenza tratta con i medesimi criteri il settore balneare e quello della portualità, anche turistica, motivo per cui le associazioni di settore chiedono di assegnare una disciplina specifica ai servizi portuali.

Delle 3.024[34] concessioni per diporto nautico, 334 sono ad uso di "porto turistico", 2.471 sono "punto di ormeggio", le restanti 218 appartengono alla categoria "altro". Il canone concessorio annuo totale è pari a quasi 190 milioni di euro (euro 187.931.206), oltre 15 milioni di euro di arretrati non versati.

Le concessioni marittime per diporto nautico



Fonte: elaborazione SL&A su dati del Sistema informativo demanio marittimo (S.I.D). Maggio 2022

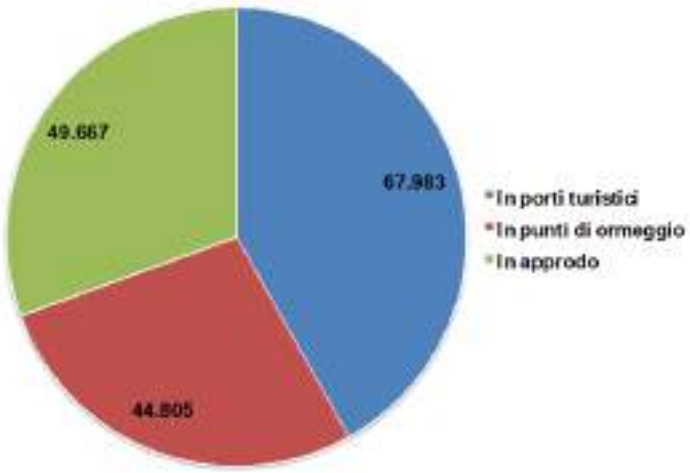
[33] Codice Ateco 2007 - 93 292: gestione di stabilimenti balneari: marittimi, lacuali e fluviali. Istat. 2020
[34] Fonte: Sistema informativo demanio marittimo (S.I.D). Maggio 2022

Secondo i dati Enit nel 2020 l'Italia vantava un totale di 162.455 posti barca di cui 67.983 nei porti turistici, 44.805 in approdo e 49.667 in punti di ormeggio. Il numero più alto si registra in Liguria (24.462), a seguire Sardegna (20.028), Sicilia (18.777) e Toscana (18.092).

Le unità da diporto nautico iscritte presso gli Uffici Marittimi e gli Uffici della Motorizzazione Civile erano in totale 95.611 di cui 18.296 in Liguria, 15.016 in Campania e 10.238 nel Lazio. D'altronde in fase pre-pandemica (dati 2019), il traffico passeggeri complessivo è stato pari a 67,5 milioni di persone.

Nel 2021[35] i dati sono leggermente al ribasso: alla data del 31 dicembre 2021, risultano iscritte in Italia 84.633 unità da diporto, a fronte di 156.465 posti barca destinati all'attracco e all'ormeggio di naviglio da diporto disponibili lungo i litorali italiani. SI specifica che per le unità da diporto di lunghezza inferiore ai 10 metri non sussiste l'obbligo di iscrizione ai registri.

Posti barca in Italia



Fonte: elaborazione SL&A su dati de "Il Diporto Nautico in Italia" – MIMS. 2021

Come dato regionale, si registra un numero di unità iscritte rispetto al numero di posti barca ("indice di affollamento") particolarmente alto nel Lazio (101,8 unità ogni 100 posti barca) e nel Veneto (98,2). Si può ritenere elevato anche in Emilia Romagna (75,5) e in Liguria (73,3), mentre i valori dell'indice significativamente bassi, con valori inferiori alla media nazionale (54,1), si registrano nelle Regioni dell'Italia Meridionale e Insulare. Le dotazioni infrastrutturali nelle regioni del Sud, pertanto, possono, almeno numericamente, soddisfare

[35] Fonte: Il Diporto Nautico in Italia. Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili. Anno 2021

domande di attracco nei mesi estivi da parte dei diportisti di altre Regioni o esteri. Il Friuli Venezia Giulia, invece, è la regione che registra il più alto numero di posti barca per km di litorale, pari a 167, quando tutte le altre regioni sono al di sotto di 64, dato della Liguria.

Connesso all'ambito dell'infrastrutturazione diportistica, c'è il mondo dell'industria nautica[36] che nel 2021 ha registrato l'anno con il migliore incremento di fatturato di sempre: da 4,6 miliardi del 2020 a 6,1 miliardi del 2021, con un incremento del 31%. Il dato è trainato dalle esportazioni della produzione cantieristica nautica, per ben 3,7 miliardi di euro. A seguire gli ordini dei cantieri italiani di yacht e superyacht e i comporta dell'accessoristica nautica e dei motori marini.

Gli addetti complessivi dell'industria nautica sono pari a 26.350 (+ 9,7% rispetto al 2020), soprattutto grazie ai nuovi cantieri di costruzione di nuove unità.

Per quanto riguarda i poli principali di produzione, al primo posto per valore del fatturato, troviamo il "polo produttivo dell'Alto Mediterraneo" (province di Genova, La Spezia, Massa-Carrara, Lucca, Pisa e Livorno), dove si trova il 36,7% degli addetti del settore e ben il 54,4% del fatturato. Segue il "polo produttivo adriatico" (province di Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini, Pesaro-Urbino e Ancona), con il 12,3% delle imprese totali del settore e un fatturato pari al 23,3% del fatturato complessivo del settore. La Lombardia rappresenta l'11,8% degli addetti nazionali del settore e il 9,6% del fatturato totale.

Gli impianti di risalita

Gli impianti di trasporto a fune (o anche detti più estensivamente impianti di risalita) in Italia sono quasi 1.700 per oltre 11.000 addetti tra fissi e stagionali[37]. Le concessioni del bene infrastrutturale sono solitamente regionali o comunali.

I cambiamenti climatici in atto richiedono la necessità di porsi degli interrogativi, in particolar modo circa l'opportunità di avviare nuovi impianti, di dismetterne altri oppure di rimodularne l'utilizzo.

Al 2022[38] oltre 500 impianti (quasi il 30%) sono infatti in una condizione di difficile sostenibilità economica e ambientale: 234 sono gli impianti e gli edifici dismessi (+54 rispetto al 2021), 135 sono gli impianti temporaneamente chiusi (+22 dal 2020), 149 gli impianti che sopravvivono solo grazie a fondi pubblici (+46 dal 2020).

Parlando di cambiamenti climatici e di come questi incidano sulle imprese turistiche di settore e il numero di addetti, si riporta una buona pratica legata alla rimodulazione dell'utilizzo di impianti di risalita anche in altre stagioni che non siano quelle invernali. È il

[36] Fonte: Nautica in Cifre. Confindustria Nautica e Fondazione Edison. 2021

[37] Dato elaborato dagli aderenti all'Associazione nazionale degli imprenditori funiviari

[38] Fonte: Nevediversa – Legambiente - 2022

caso del territorio dell'APT Dolomiti Paganella, in Trentino, dove le Funivie Molveno prevedono 161 giornate di apertura estiva, oltre a quelle invernali, grazie allo sviluppo di una serie di impianti per attività outdoor, come il Dolomiti Paganella Bike, il Forest Park, una serie di sentieri tematici anche didattici, etc.

Nel 2018-2019 la società ha disposto di 25 unità lavorative, di cui due a contratto indeterminato e i restanti assunti stagionalmente, per un totale di 137.806 visitatori trasportati, di cui 129 mila ad utilizzo degli impianti (sci, passeggiate), e quasi 9 mila con bike pass e trek pass, dati destinati a salire negli anni, considerando che gli ingressi bike nel territorio sono aumentati dai 1.275 del 2015 ai 17.098 del 2019.

I ricavi dell'esercizio 2018-2019 per le Funivie Molveno sono stati pari a euro 1.496.579, + 42,3% rispetto al 2015, con una crescita media annua pari al +9% e un valore aggiunto di 771 mila euro.

Sistema aeroportuale

Nel 2022 gli aeroporti attivi in Italia sono stati 41, per un totale di passeggeri movimentati pari a 164.641.136. Nel 2019 i passeggeri erano stati 193.102.660 su 39 aeroporti.

In fase pre-pandemica, a livello nazionale, il settore del trasporto aereo valeva il 3,4% del Prodotto Interno Lordo e impiegava quasi 750 mila lavoratori, dei quali 200 mila diretti, pari al 3,2% dell'occupazione totale del Paese[39]. Studi di settore stimano che per ogni milione di unità trasportate si generino almeno tra i 750 e i 950 occupati in loco e circa 2 posti di lavoro indotto per ciascun posto di lavoro diretto. Nel dettaglio delle imprese che invece operano nel trasporto aereo di passeggeri e merci, senza pertanto considerare gli addetti negli aeroporti e l'indotto relativo, il dato disponibile risale al 2017: le imprese erano 193 per 19.486 occupati (al 99,7% dipendenti).

Sempre in fase pre-pandemica in Europa il settore dell'aviazione occupava direttamente tra 1,4 e 2,0 milioni di persone, e da esso derivava un totale compreso tra 4,8 e 5,8 milioni di posti di lavoro.

Per valutare dove sta andando l'occupazione di settore è opportuno valutare i dati previsionali. ACI Europe (Associazione dei gestori aeroportuali europei) ha rivisto le previsioni circa l'andamento del traffico aereo: i volumi di passeggeri nel 2023 si attesteranno ancora a circa il -10% rispetto al 2019 e, a meno di ulteriori sconvolgimenti internazionali, la piena ripresa si vedrà solo nel 2025.

[39] Fonte: Piano Nazionale degli Aeroporti: proposta - Enac. Ottobre 2022

Il sistema ferroviario

Solo il 6% degli italiani che viaggiano (contro una media europea dell'8%) viaggia su circa 20.000 km di rete ferroviaria italiana (dato 2019), di cui oltre 8.000 km nel settentrione. Il PNRR ha stanziato 25 miliardi di euro per investimenti sulla rete ferroviaria, oltre ulteriori fondi per il "trasporto rapido di massa".

12 sono i gestori dell'infrastruttura nazionale, tra i quali Rete Ferroviaria Italiana (RFI) gestisce oltre 16 mila km, e 43 le imprese ferroviarie, di cui 19 operano anche o solo per il trasporto passeggeri.

Per quel che riguarda i due principali soggetti del settore (FSI e RFI), il dato degli occupati raggiunge quasi i 110 mila occupati: nel 2021 FSI raggruppa circa 82 mila dipendenti, RFI 27.892. Le altre società di riferimento sono Trenord con circa 4 mila dipendenti, Trentino Trasporti con 1.300, stesso dato circa per la Società Unica Abruzzese di Trasporto, infine Italo con circa 1.400 dipendenti.

3. I TERRITORI

3.1. Destinazioni

Se in questo lavoro parliamo di "destinazioni" è perché si tratta di un soggetto emergente nel panorama della governance turistica italiana. In altre parole, in Italia non c'è solo uno Stato e 21 tra Regioni e Province autonome (di fatto equiparate), ma al di sotto di queste , e talvolta anche trasversalmente, si muovono anche altri soggetti.

Questi soggetti interessano perché sono nei fatti la base concreta dell'offerta turistica italiana sul territorio, e quindi anche del lavoro "nel" e "per il" turismo. Sono anche il fondamento di concetti innovativi che possono, da oggi e nel prossimo futuro, rappresentare il nuovo quadro di riferimento di un turismo meno polarizzato nei luoghi e nell'anno, e meno concentrato negli interessi forti delle grandi organizzazioni, che siano esse catene alberghiere multinazionali e tour operators incoming, magari basai in altri paesi.

Si parla sempre più spesso, infatti, di Turismo di Comunità, ma anche di contratti lavorativi di sito o di destinazione, appunto, che stanno a rappresentare una frontiera particolarmente interessante e foriera di sviluppo, soprattutto dopo che il Covid ha imposto una de-concentrazione spaziale stagionale delle attività turistiche, ed ha ispirato in tal senso molte delle provvidenze di legge e dei sostegni al settore, a partire dal PNRR e per finire, negli ultimi giorni, con la Legge finanziaria 2023, approvata il 29 dicembre dell'anno 2022.

Senza la pretesa di essere esaustivi, ma ricordando le diverse denominazioni adottate sia a livello regionale che nazionale, stiamo parlando di:

- OGD (organizzazioni di gestione delle destinazioni in italiano, DMO in inglese)
- APT (aziende di promozione turistica)
- Ambiti turistici
- DMC o tour operator incoming a base locale, siano essi pubblici, privati o misti)
- Distretti turistici riconosciuti dall'allora MIBACT
- Marchi d'area
- IPA (Intese programmatiche d'area)
- Consorzi di Comuni o Associazioni intercomunali
- BIM (Bacini imbriferi) e Consorzi di bonifica
- Consorzi locali di produzione di altri settori, soprattutto agroalimentari
- Siti Unesco riconosciuti come Patrimonio dell'Umanità
- Cammini ed itinerari riconosciuti dal Consiglio d'Europa
- Aree Protette (Nazionali, regionali, di interesse comunitario) e Aree MAB (Man and Biosphere, secondo la denominazione Unesco
- GAL (gruppi di azione locale della programmazione agricola – FEAOG)
- Aree Interne approvate dal Ministero dell'Economia

- e così via.

Anche solo questo elenco parziale rende l'idea di quanto protagonismo turistico esprimano, i territori, intorno ad un tema – lo sviluppo della filiera turistica allargata – che è oramai riconosciuto e rivendicato come uno dei pochi assi di inevitabile sviluppo del nostro Paese. Sviluppo economico ed occupazionale, sociale e demografico, non solo crescita dei valori economici delle imprese già esistenti ed operanti.

Quali sono le destinazioni turistiche italiane?

In Italia, a seguito del Piano Strategico del Turismo, "PST 2017-2022 – Italia Paese per Viaggiatori", è stato realizzato un censimento ed un "catalogo" delle Destinazioni turistiche, che si riferisce alle prime quattro tipologie elencate (OGD-DMO, APT, Ambiti, DMC riconosciute).

Ci si è arrivati attraverso un'indagine quanti-qualitativa, promossa dal MiBACT, sulle aree di destinazione turistica individuate con un idoneo strumento normativo da ciascuna Regione e Provincia Autonoma italiana sul proprio territorio.

Le Destinazioni italiane sono quindi in primo luogo quelle istituite dalle Regioni, ma, come abbiamo visto, nulla vieta che altri soggetti locali possano nei fatti agire da DMO (si veda di seguito il caso dei Distretti Turistici) o DMC.

In particolare in questo ultimo caso si tratta di soggetti di diritto privato che operano per incrementare l'incoming dei territori, sviluppando e vendendo prodotti e pacchetti turistici, e sono quindi soggetti alla normativa comunitaria relativa agli organizzatori di viaggi, recepita in Italia da ultimo con il Codice del Turismo.

Sei Regioni hanno ritenuto di auto-definirsi «mono-destinazione», e non hanno quindi indicato suddivisioni sub-regionali a tal proposito. Solo successivamente, nel 2022, la Regione Lazio ha riconosciuto al suo interno dapprima 28 DMO (approvate e finanziate nel maggio 2022), e quindi ha istituito per legge 9 Ambiti turistici, di cui al momento non è definita la strutturazione.

Ritornando al Censimento nazionale, la risultante generale di questa operazione ha condotto ad un totale di 144 destinazioni complessive, seppur di varia dimensione, connotazione, motivazione.

A complicare un quadro già di per sé non semplice si pone l'istituzione ed il riconoscimento dei Distretti turistici, entità introdotta da una Legge nazionale (la L. 06 del 2011) con finalità diverse –essenzialmente fiscali- da quelle del PST, evento questo che le Regioni hanno in taluni casi stimolato, in altri avversato, in altri ancora in qualche modo tollerato.

A titolo di cronaca si riporta che 49 di tali Distretti hanno realizzato una aggregazione di Comuni, ottenuto un placet regionale (in alcuni casi – come la Lunigiana e l'Etruria- anche interregionale), ed infine conseguito il prescritto riconoscimento da parte del MIBACT.

In alcune aree del Paese, soprattutto centro-meridionali, i distretti hanno riscosso notevole successo, in altre (Nord e Isole) molto meno. Da notare anche che l'aggregazione volontaria dei Comuni non pretendeva la loro contiguità, per cui si sono create anche, paradossalmente, entità «a macchia di leopardo», come nel caso dell'unico distretto sardo.

3.2. Le Regioni

ABRUZZO

Offerta

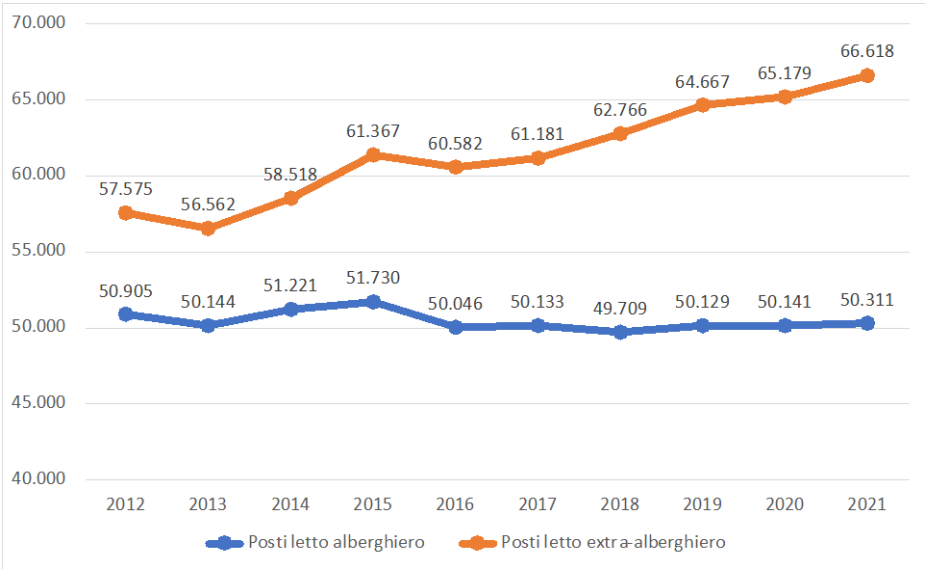
Con 116.929 posti letto, pari al 2,3% del totale dei posti letto italiani, l'Abruzzo occupa il 17° posto della graduatoria tra regioni. Fortissima la connotazione balneare, tradizionale anche l'offerta montana, in progressiva crescita quella delle "terre di mezzo" che si avvantaggiano anche della prossimità degli attrattori consolidati.

L'offerta ricettiva è composta per il 23% da alberghi (776 strutture), che assommano a loro il 43% della capacità ricettiva (50.311 posti letto).

Un'offerta ricettiva connotata quindi da strutture di piccole dimensioni e di livello medio: gli hotel 4-5 stelle rappresentano solo il 14,8% del totale (la media nazionale è del 21,2%), ed il 24,9% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi 10 anni in Abruzzo si evidenzia quanto già rilevato a livello nazionale: sostanzialmente stabile il comparto alberghiero, mentre in aumento il numero delle strutture extralberghiere (+15% tra il 2012 e il 2022).

I posti letto in Abruzzo per tipologia ricettiva (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

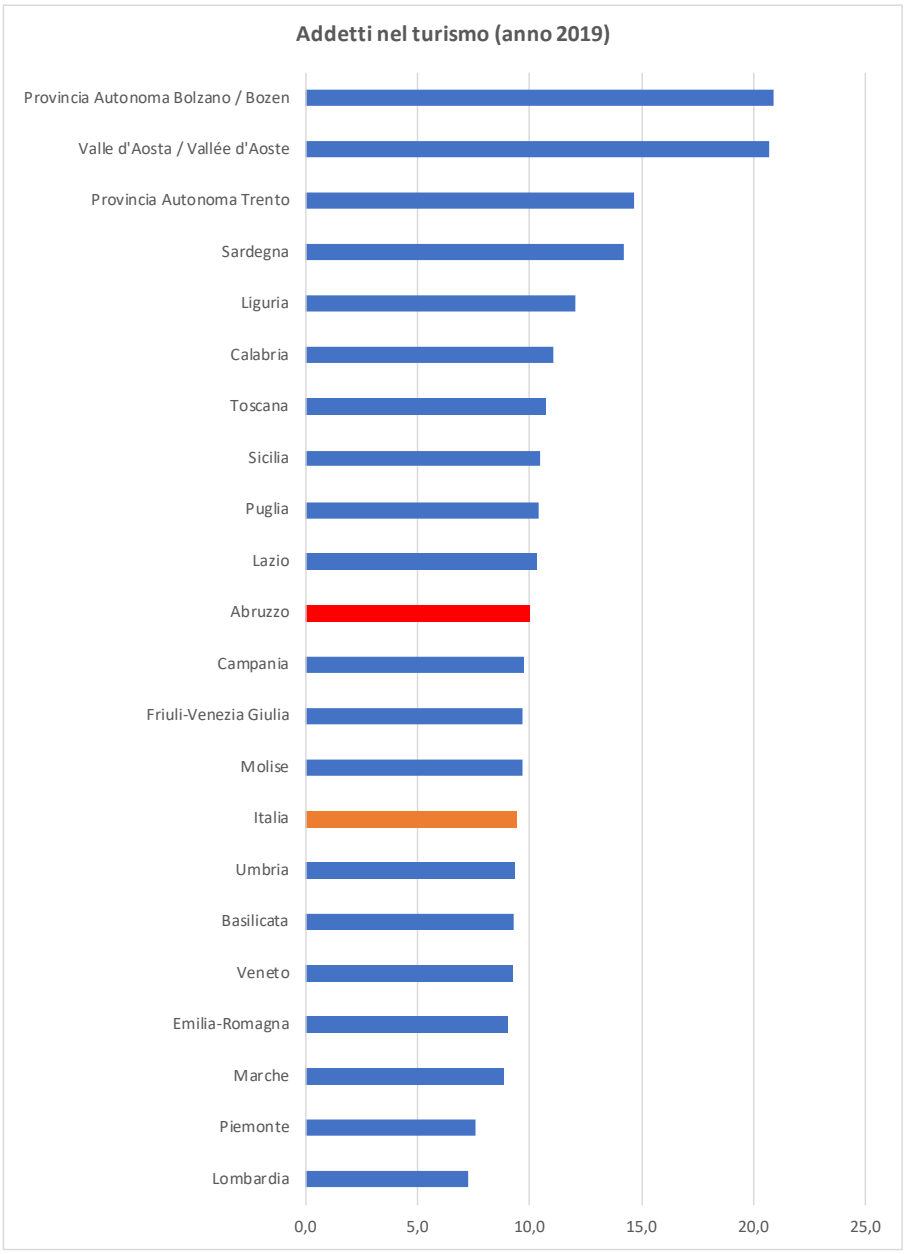
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Abruzzo si registravano l'1,3% degli arrivi e l'1,4% delle presenze sul totale nazionale, collocandola anche in questo caso al 17° posto nella graduatoria nazionale.

Su 6.176.702 notti trascorse dai turisti in Abruzzo solo il 12,8% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Le presenze si concentrano soprattutto nelle strutture alberghiere (65%, contro il 64% dellamedia nazionale).

Lavoro

Rispetto alle dimensioni contenute appena osservate, il turismo rappresenta invece un comparto importante dal punto di vista occupazionale: il 9,2% delle unità locali e il 10% degli addetti sono legati al turismo, al di sopra della media nazionale.



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 27.230 lavoratori, pari al 2,9% del totale nel settore in Italia, il dato più alto negli ultimi 4 anni, anche se presenta ancora forti elementi di precarietà in termini contrattuali.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	2.460	1.010	9.610	2.070
Tempo determinato	13.650	8.440	49.070	20.830
Apprendisti	60	750	2.480	1.150
A chiamata	2.550	1.760	4.120	3.170

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 7,6% è a tempo indeterminato (al di sotto della media italiana: 12%)
- il 17% sono immigrati (in perfetta linea con il 17% della media Italia)
- il 28,2% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	40
3 - Professioni tecniche	60
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.050
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	22.480
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	170
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	90
8 - Professioni non qualificate	3.350

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Termoli del 5 luglio, dedicato al turismo in Abruzzo e Molise, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale ma soprattutto strutturale:

- Promuovere un modello di turismo diffuso e sostenibile e creare lavoro di qualità
- La giusta valorizzazione delle professionalità anche nel turismo
- Problematiche legate alle infrastrutture, sia fisiche che digitali
- Costruire offerte turistiche che mettano in risalto le specificità del territorio
- Formazione e valorizzazione delle professionalità
- Rendere il territorio, con le sue ricchezze naturalistiche e culturali, fruibile tutto l'anno
- L'importanza di fare rete per sviluppare ulteriormente l'industria turistica
- Un turismo più responsabile, sostenibile, che parta dalla valorizzazione delle peculiarità del territorio e dalle sue vocazioni.

ALTO ADIGE

Offerta

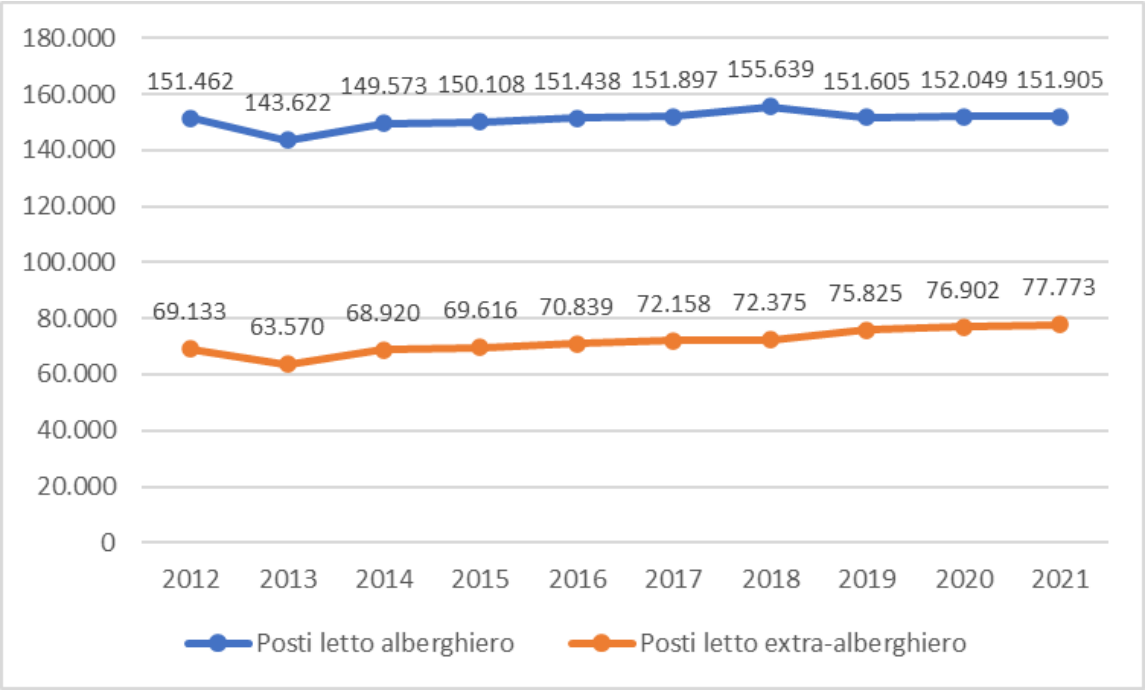
Provincia autonoma del tutto atipica nel panorama nazionale, e non solo per il fattore linguistico, l'Alto Adige con 229.678 posti letto, pari al 4,4% del totale dei posti letto italiani, occupa il settimo posto della graduatoria tra regioni. Un dato, questo, in assoluto limitato, ma in termini relativi del tutto fondamentale.

Il 63% delle strutture ricettive regionali (6.785 strutture) e il 33% dei posti letto (77.773) riguardano il comparto extra-alberghiero.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 14,4% del totale degli hotel (21,2% nella media Italia) e il 27,6% dei posti letto (41,1% nella media Italia). Questo contraddistingue una dimensione dell'impresa "familiare", con imprese piccole e diffuse. Ma questo carattere non è percepito come un limite, quanto semmai come una peculiarità apprezzata sia dalla società locale che della domanda, nazionale e soprattutto internazionale, altro dato connotante.

Negli ultimi dieci anni si è assistito ad una crescita della capacità ricettiva anche alberghiera, oltre alla costante extra-alberghiera.

I posti letto in Alto Adige, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Alto Adige si registravano 5,8% degli arrivi e il 7,7% delle presenze rispetto al totale nazionale.

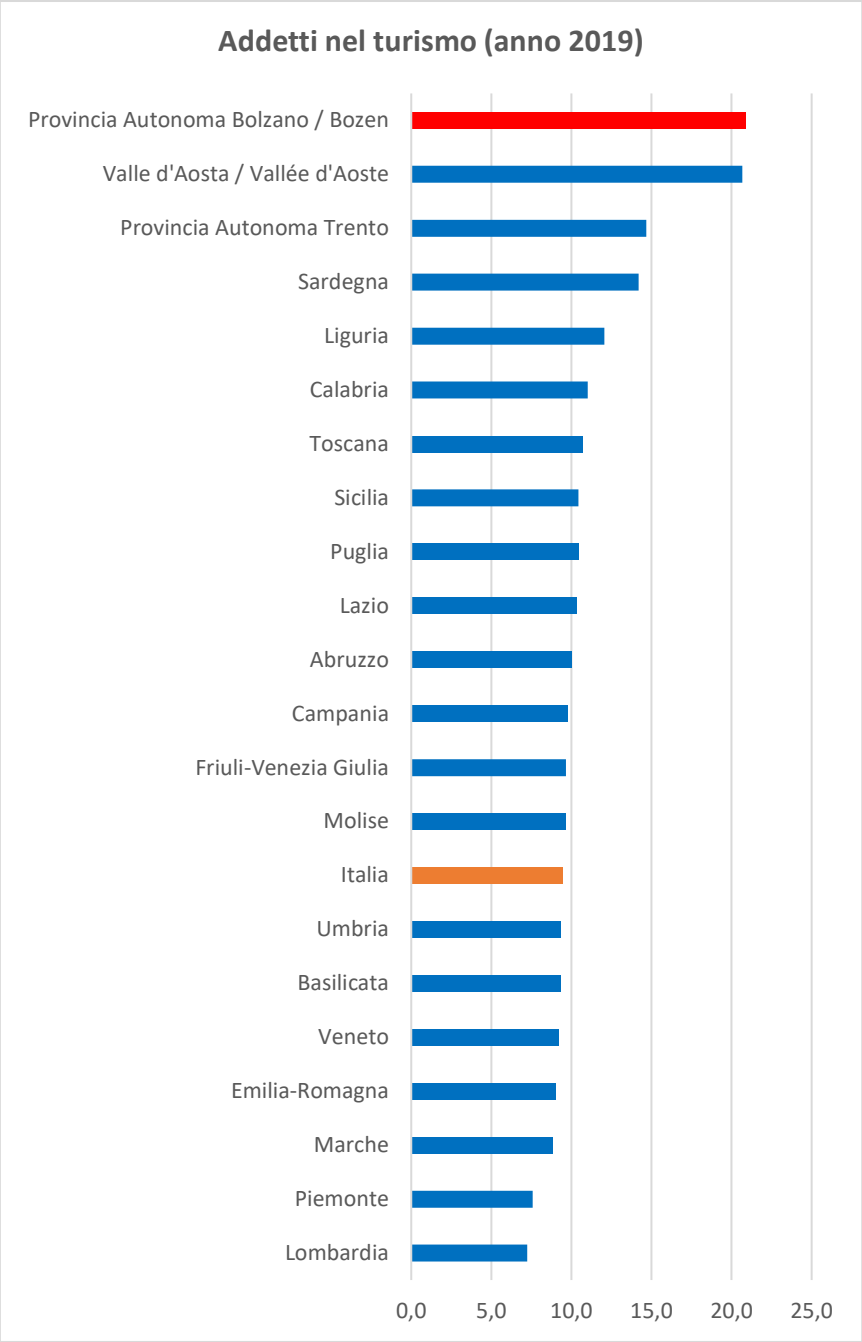
L'Alto Adige si trova quindi al 6° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 33.643.455 notti trascorse dai turisti in Alto Adige, il 41,7% riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (77% vs il 64% della media nazionale).

Lavoro

In Alto Adige il 6,3% delle unità locali e il 20,8% degli addetti sono legati al turismo: è il record assoluto in Italia.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 39.090 lavoratori, pari al 4,1% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	1.680	1.190	920	6.410
Tempo determinato	34.930	20.220	40.560	30.120
Apprendisti	770	620	860	1.700
A chiamata	1.270	730	1.630	860

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- L'16% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 24% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 38,5% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 - Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	70
3 - Professioni tecniche	320
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	2.220
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	26.960
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	0
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	50
8 - Professioni non qualificate	9.460

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

BASILICATA

Offerta

"Ma la Basilicata esiste davvero?" ci si chiedeva nel famoso film "Basilicata coast to coast" che dal 2010 ha rilanciato quantomeno l'immagine della regione.

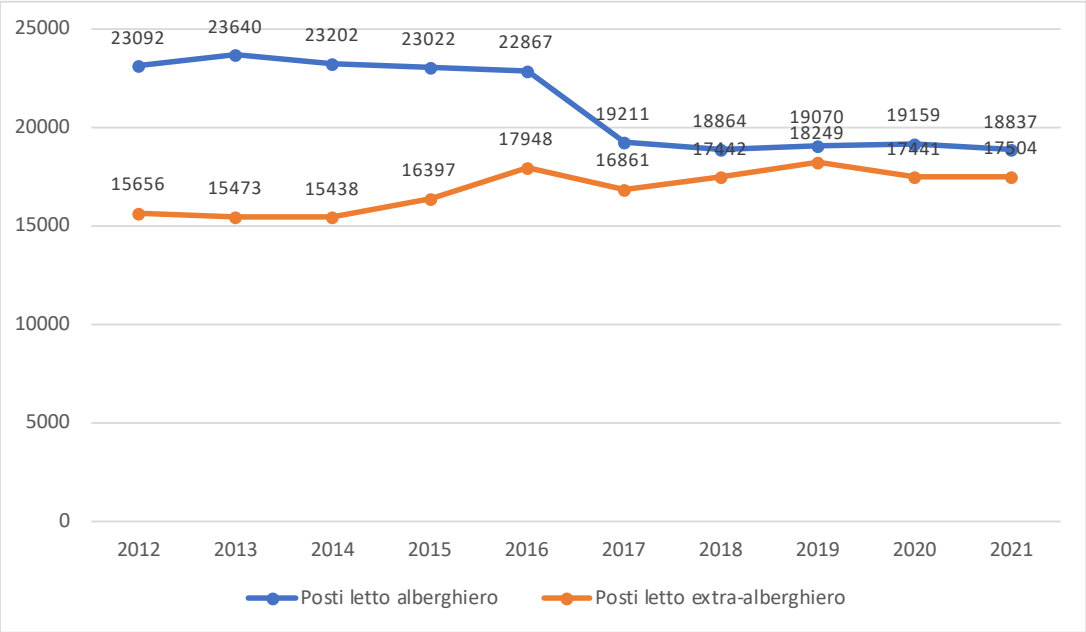
Con 36.341 posti letto, pari allo 0,7% del totale dei posti letto italiani, la regione infatti occupa solo il 20° posto della graduatoria tra regioni.

L'offerta ricettiva è composta per l'15% da strutture alberghiere (225 strutture), che accorpano il 52% della capacità ricettiva regionale (18.837 posti letto).

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano ben il 29% del totale (mentre la media nazionale è del 21,2%), ed il 48% dei posti letto (41,1% nella media Italia). L'occasione di Matera Capitale europea della Cultura 2019 ha dato una forte spinta in questo senso, mentre tradizionalmente il grosso delle attività turistiche si concentravano in campeggi e villaggi del Metapontino, e nella più lussuosa Maratea.

Comunque, negli ultimi 10 anni in Basilicata si è assistita ad una notevole contrazione del comparto alberghiero in termini di posti letto, a fronte però della netta riqualificazione dell'hotellerie. Mentre, in linea con gli andamenti registrati a livello nazionale, il comparto extra-alberghiero è continuato a crescere.

I posti letto in Basilicata, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

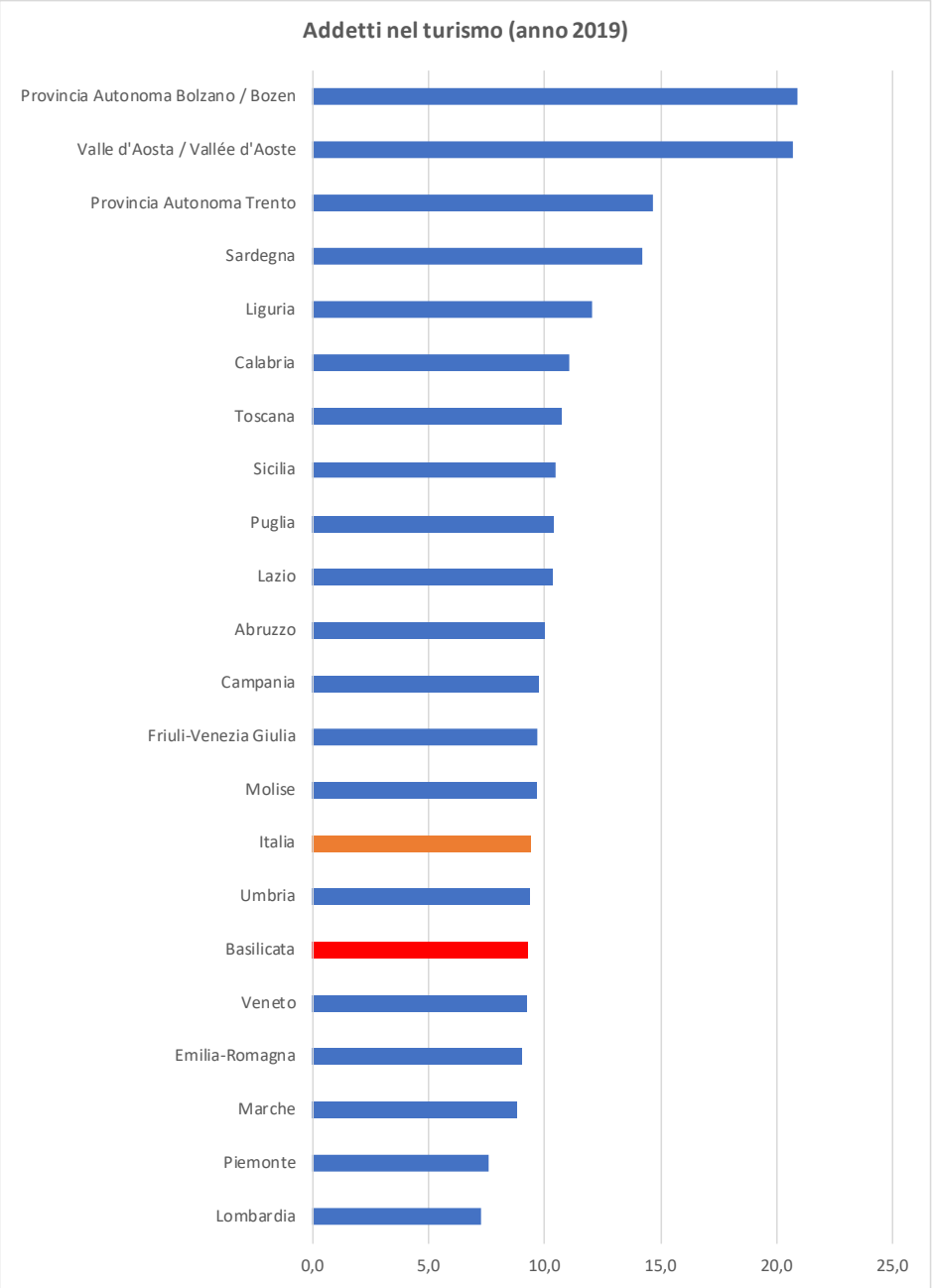
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Basilicata si registravano lo 0,7% degli arrivi e lo 0,6% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 20° posto nella graduatoria nazionale, analogamente a quello che si registra per l'offerta.

Molto bassa risulta essere la sua capacità di attrazione nei confronti dei mercati internazionali: su 2.733.969 notti trascorse dai turisti in Basilicata solo il 12% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Le presenze si concentrano soprattutto nelle strutture alberghiere (70%, contro il 64% della media nazionale).

Lavoro

Il 9,1% delle unità locali e il 9,3% degli addetti sono legati al turismo, in linea con la media registrata a livello nazionale.



Fonte: ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 7.310 lavoratori, pari allo 0,8% del totale nel settore in Italia. Anche se il dato risulta essere esiguo, è quello più elevato di quello registrato negli ultimi 4 anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022

Tempo indeterminato	990	630	360	680
Tempo determinato	4.430	2.370	5.310	6.040
Apprendisti	340	200	310	230
A chiamata	730	270	540	360

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 9,3% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 13% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 18,7% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	0
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	30
3 - Professioni tecniche	100
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	230
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	5.380
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	60
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	80
8 - Professioni non qualificate	1.420

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Matera del 24 giugno, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale e strutturale:

- Trasformare improvvisazione e casualità per un assetto più organizzato, per rendere il turismo una reale opportunità di lavoro
- Necessità di programmazione, investimenti e promozione
- Illegalità: vero tarlo del turismo lucano
- Alta domanda e offerta insufficiente generano zone d'ombra, soprattutto nelle condizioni di lavoro nel turismo, che sfuggono ai controlli.

CALABRIA

Offerta

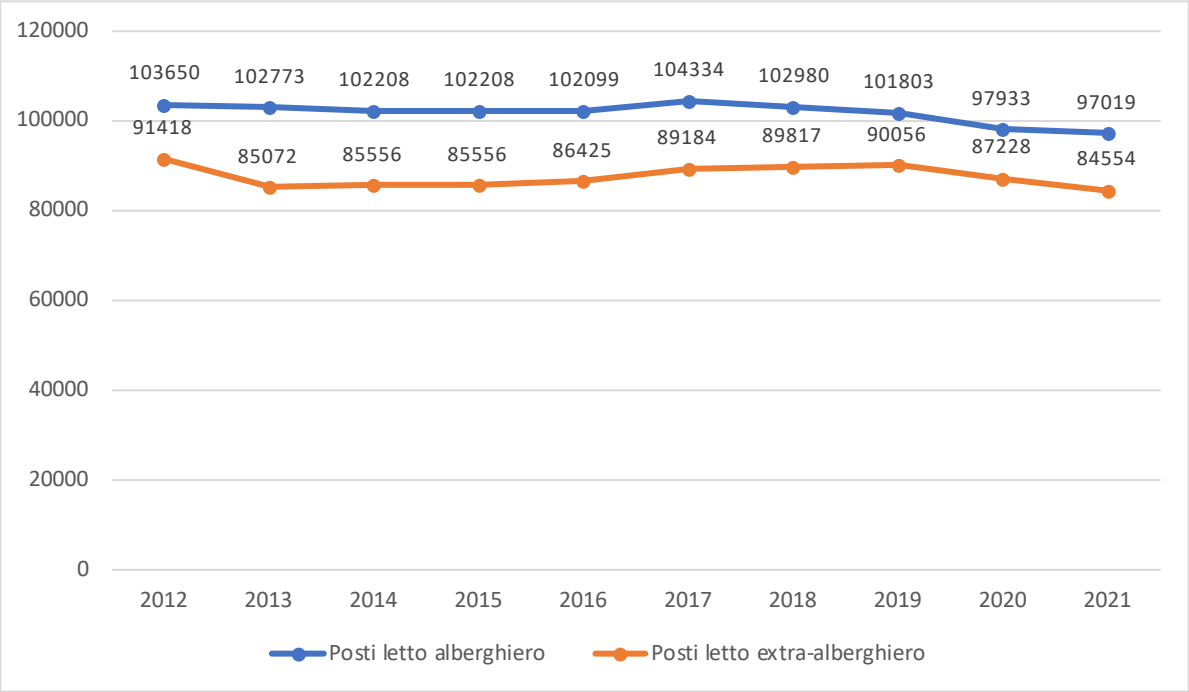
Con 181.573 posti letto, pari al 3,5% del totale dei posti letto italiani, occupa il 12° posto della graduatoria tra regioni. E questo nonostante sia del tutto evidente la quantità e qualità di risorse di attrazione di cui la regione dispone, pur non riuscendo ancora a valorizzarle opportunamente.

L'offerta ricettiva è composta per il 25% da strutture alberghiere (801 strutture), che rappresentano il 53% della capacità ricettiva regionale (97.019 posti letto).

Nel comparto alberghiero si denota una forte concentrazione di alberghi di categoria superiore, anche in un confronto con la media nazionale: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 33% del totale (la media nazionale è del 21,2%), ed il 50% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi 10 anni in Calabria si è assistito ad una diminuzione dei posti letto sia nel comparto alberghiero che extra-alberghiero (quest'ultimo in controtendenza rispetto a quanto accaduto a livello nazionale) che ha portato ad una contrazione del totale della capacità ricettiva regionale.

I posti letto in Calabria, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

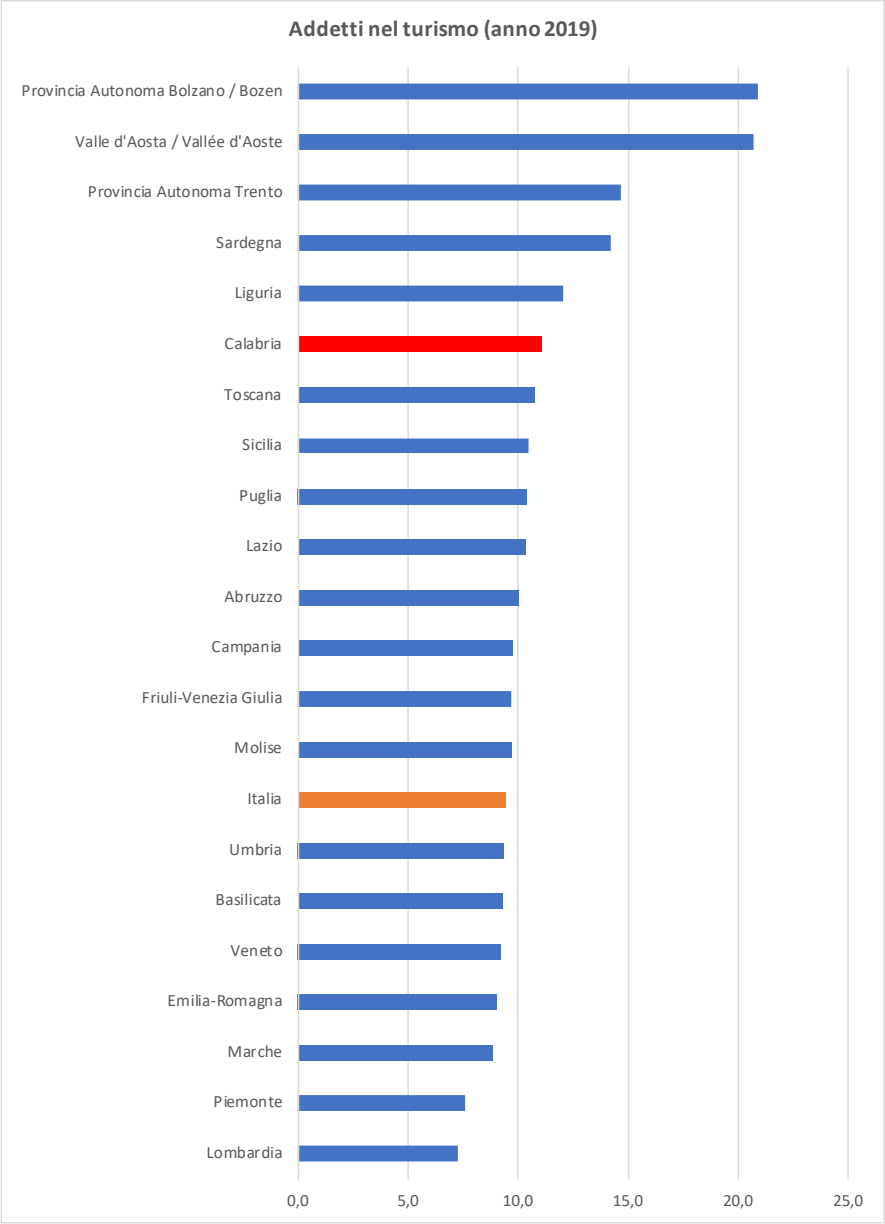
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Calabria si registravano l'1,4% degli arrivi e il 2,2% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 15° posto nella graduatoria nazionale.

Ancora molto limitata risulta essere la percentuale di turisti stranieri: su 9.509.423 notti trascorse dai turisti in Calabria solo il 23% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Molto alta è la concentrazione delle presenze turistiche nelle strutture alberghiere (81%, contro il 64% della media nazionale).

Il 9,4% delle unità locali e l'11% degli addetti sono legati al turismo, al di sopra della media registrata a livello nazionale.



Fonte: ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 28.010 lavoratori, pari al 3% del totale nel settore in Italia. Anche se il dato risulta essere contenuto in valore assoluto, si pone in linea con le assunzioni già rilevate nel 2021.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	**2020**	**2021**	**2022**
Tempo indeterminato	3.020	2.020	1.840	3.090
Tempo determinato	16.160	9.390	24.980	22.930
Apprendisti	660	310	710	941
A chiamata	960	480	870	1.050

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- L'11% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 15% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 22.6% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	110
3 - Professioni tecniche	310
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.940
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	21.400
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	110

7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	250
8 - Professioni non qualificate	3.880

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Pizzo del 5 maggio sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale ma soprattutto strutturale:

- Il progressivo esaurimento di un modello solo dimensionale, fatto di grandi strutture e grandi flussi organizzati
- I problemi di un nuovo placement del prodotto turistico, oltre gli schemi tradizionali ormai consumati
- La necessaria gratificazione del lavoro anche nel turismo
- La necessità di trattenere ed attrarre talenti anche in questo settore
- L'importanza di sostenere la filiera delle produzioni agroalimentari di qualità
- La nuova legalità da porre al centro di ogni azione, anche per invertire lo stereotipo negativo
- La necessità di potenziare anche il sistema ferroviario di raggiungimento
- L'importanza di alcune esperienze locali di eccellenza intorno a Borghi di grande fascino
- Il rischio che le tante analisi e proposte ("bulimia") non vengano "messe a terra"
- La necessità di partire dai "marcatori identitari" e di valorizzarli opportunamente.

CAMPANIA

Offerta

La Campania ha straordinarie risorse di attrazione non solo balneari (con gli emblemi dele Isole, della Costiera e del Cilento), ma anche e forse soprattutto di tipo culturale ed archeologico, anche in questo caso con i siti iconici di Pompei, Ercolano, Paestum, e così via. Da rilevare anche il forte rilancio del Capoluogo, che vanta una antica tradizione ospitale di lusso.

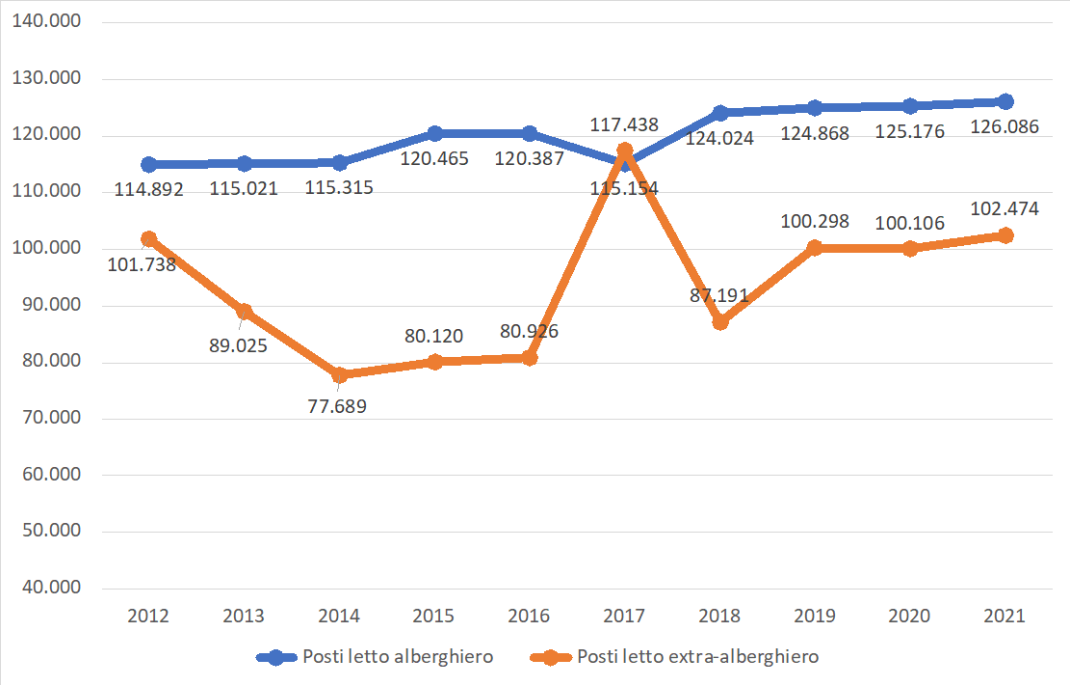
Con 228.560 posti letto, pari al 4,5% del totale dei posti letto italiani, occupa l'8° posto della graduatoria tra regioni.

Rispetto al livello nazionale l'offerta ricettiva campana si contraddistingue per una maggiore percentuale di alberghi, che rappresentano il 20% del totale (1.707 strutture), ed il 55% della capacità ricettiva (126.086 posti letto).

Quello che contraddistingue il comparto alberghiero è inoltre la forte presenza di alberghi di categoria superiore, specie se confrontati con la media nazionale: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 36% del totale (la media nazionale è del 21,2%), ed il 56,3% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

In controtendenza con quanto rilevato al livello nazionale negli ultimi 10 anni l'offerta ricettiva campana ha visto il proliferare di strutture alberghiere, che sono aumentate di circa il 10%, mentre sostanzialmente stabile è rimasto il comparto extra-alberghiero, che ha visto un'impennata nel 2017 (forse dovuta a discontinuità di rilevazione) per poi ridimensionarsi ai livelli iniziali.

I posti letto in Campania, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

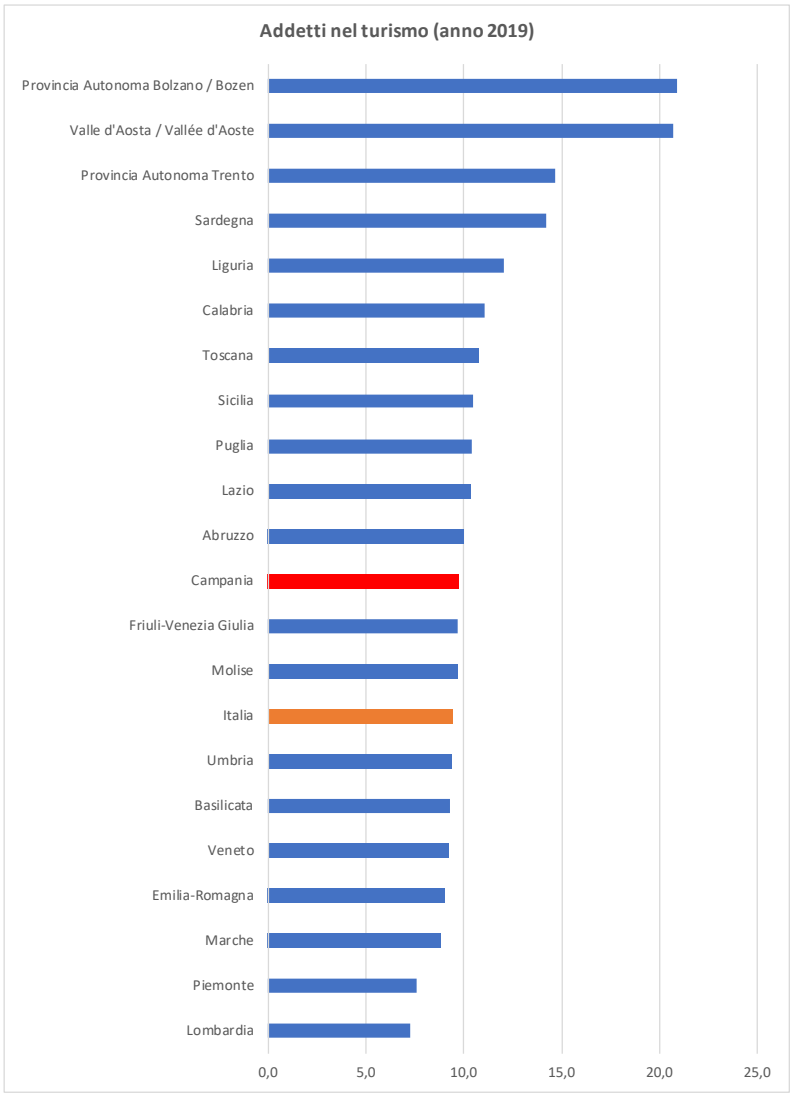
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Campania si registravano il 4,8% degli arrivi e il 5% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 7° posto nella graduatoria nazionale.

Consistente la quota di turisti internazionali: su 22.013.245 notti trascorse dai turisti in Campania il 48,3% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Sono inoltre le strutture alberghiere a captare la maggior parte dei flussi turistici, vista anche la presenza di alberghi di assoluto prestigio e di relativamente grandi dimensioni (78,7% le presenze negli alberghi, contro il 64% della media nazionale).

L’8,4% delle unità locali e il 9,8% degli addetti sono legati al turismo, in linea con la media nazionale.



Fonte: ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 67.090 lavoratori, pari al 7,1% del totale nel settore in Italia, il dato più alto negli ultimi 4 anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	16.560	7.870	5.970	9.880
Tempo determinato	37.500	20.530	36.850	48.120
Apprendisti	2.400	3.080	1.970	4.020
A chiamata	2.900	1.230	3.010	5.070

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 14,7% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 15% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 20,7% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	170
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	280
3 - Professioni tecniche	1.340
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	4.240
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	51.700
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	250
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	270
8 - Professioni non qualificate	8.830

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Napoli del 12 luglio, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale e strutturale:

- Passaggio da una gestione "artigianale" del turismo ad un sistema più organizzato e industriale
- Costruire e retribuire le professionalità in modo costante, nuovo e dignitoso
- Lavoro sempre più precario e poco appetibile
- Carenze infrastrutturali e di servizi pubblici
- Il legame tra turismo, cultura e legalità per il rilancio del settore.

EMILIA-ROMAGNA

Offerta

L'Emilia-Romagna è una delle Regioni più accoglienti d'Italia, caratterizzata da un'offerta di medie dimensioni, diversificata a seconda dei target di interesse. A livello territoriale si caratterizzano 4 comparti produttivi legati al turismo: dalla Costa, che rappresenta il prodotto principale dell'Emilia-Romagna con le sue varie diversificazioni, all'Appennino, alle Città – tra cui spicca per dinamismo Bologna - alle Terme, che vivono invece una crisi strutturale di medio-lungo periodo.

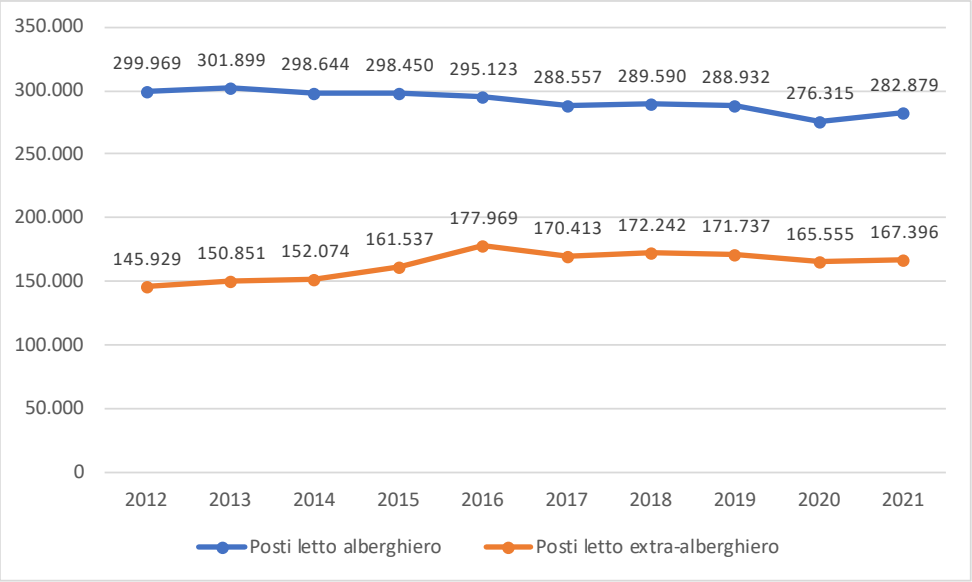
Con 450.275 posti letto, pari al 8,8% del totale dei posti letto italiani, occupa il 3° posto della graduatoria tra regioni.

In termini di numerosità i due terzi (76%) delle strutture ricettive regionali (12.716 strutture) appartengono al comparto extralberghiero, e però rappresentano solamente il 37% dei posti letto complessivi (167.396).

Anche nel comparto alberghiero si tratta di strutture "popolari" di media categoria: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 10,8% del totale degli hotel emiliano romagnoli (21,2% nella media Italia) e il 20,5% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi dieci anni, in linea con le tendenze nazionali, si è assistito ad una sostanziale stabilità del comparto alberghiero, affiancato dal proliferare di strutture extralberghiere (+14% dei posti letto tra il 2012 e il 2021). Ù

I posti letto in Emilia-Romagna, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Emilia Romagna si registravano l'8,8% degli arrivi e il 9,2% delle presenze sul totale nazionale.

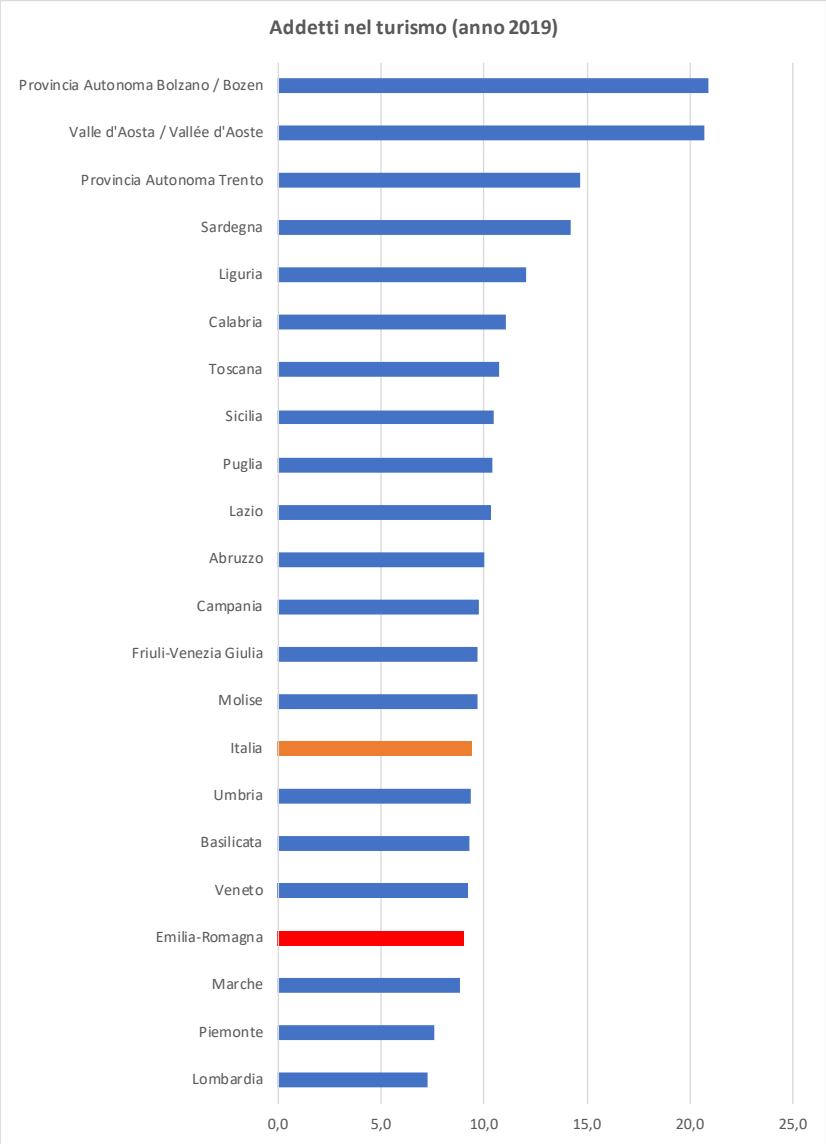
L'Emilia-Romagna si trova al 4° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Ancora marginale risulta però la sua capacità di penetrazione sui mercati internazionali: su 40.360.042 notti trascorse dai turisti in Emilia Romagna, solo un quarto circa (26,3%) proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (78,4% vs il 64% della media nazionale).

Lavoro

In Emilia Romagna il 7,8% delle unità locali e il 9% degli addetti sono legati al turismo. Il dato è leggermente al di sotto della media nazionale, sebbene il turismo rappresenti una componente fondamentale dell'economia regionale.



Fonte: ISTAT

Un dato che però si prospetta in crescita, visto che nel 2022 sono stati assunti nel turismo 83.110 lavoratori, pari al 8,8% degli assunti nel settore in Italia. Si tratta del dato più alto degli ultimi tre anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	6.620	3.540	4.160	7.840
Tempo determinato	45.560	28.330	48.860	58.120
Apprendisti	5.370	3.860	4.430	5.590
A chiamata	10.850	7.360	13.700	11.560

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti si rilevano dati non troppo dissimili dal resto del Paese:

- Il 9,4% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 18% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 32,4% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	120
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	90
3 - Professioni tecniche	810
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	4.410
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	65.420
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	570
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	1.210
8 - Professioni non qualificate	10.480

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

FRIULI-VENEZIA GIULIA

Offerta

Il Friuli-Venezia Giulia è una destinazione turistica italiana caratterizzata dalla presenza di una varietà di destinazioni che attirano turisti con motivazioni diverse, le Dolomiti, le spiagge, i centri d'arte, in una posizione geografica che la vede al "margine" d'Italia, e porta d'Europa verso il centro e l'est del continente.

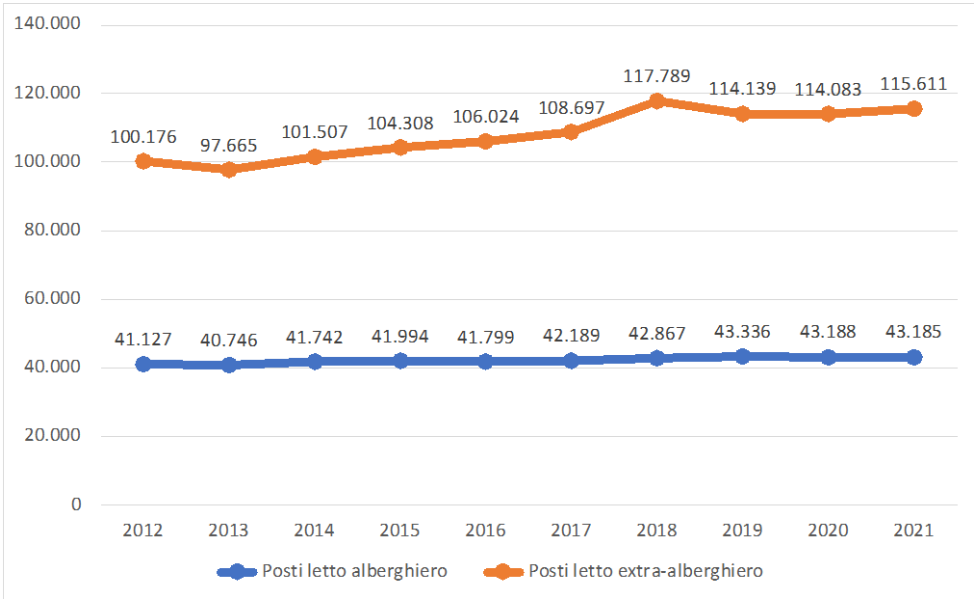
Con 158.796 posti letto, pari al 3% del totale dei posti letto italiani, occupa il 15° posto della graduatoria tra regioni.

Il 91% delle strutture ricettive regionali (8.181 strutture) e il 73% dei posti letto (115.611 letti) riguardano il comparto extra-alberghiero.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 15,7% del totale degli hotel friulani (21,2% nella media Italia) e il 30,6% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi dieci anni è rimasta sostanzialmente stabile l'offerta di posti letto alberghieri, se ne contano circa 2.000 in più, mentre il comparto extralberghiero ha fatto registrare un aumento a partire dal 2013 fino al 2018.

I posti letto in Friuli-Venezia Giulia, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat

Domanda

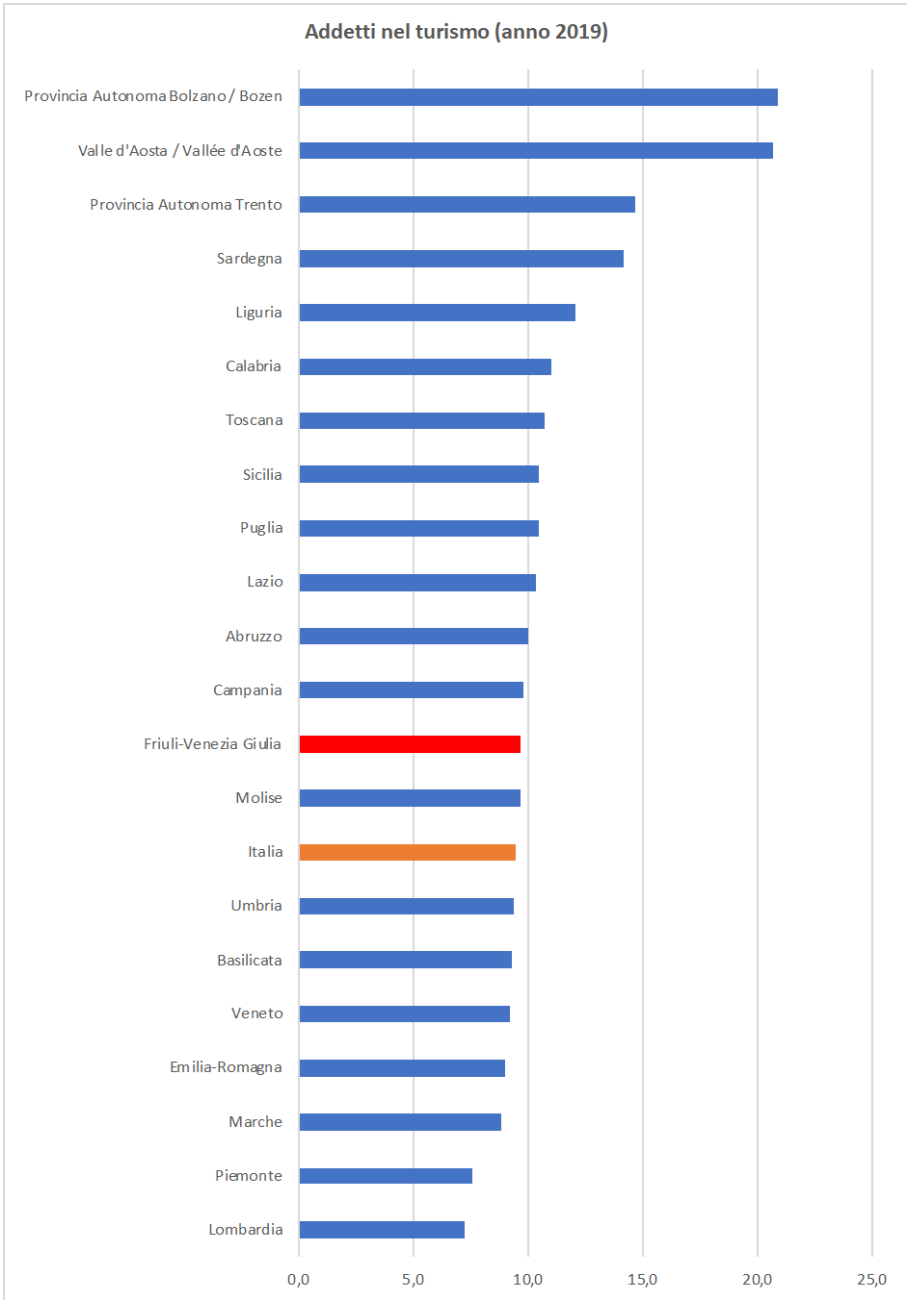
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Friuli- Venezia Giulia si registravano il 2% degli arrivi e l'1,4% delle presenze rispetto al totale nazionale.

Il Friuli- Venezia Giulia, con oltre 9 milioni di notti trascorse, si trova al sedicesimo posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

È, grazie anche alla sua posizione di confine con Slovenia e Austria (e alla facile raggiungibilità anche da molte altre regioni europee), una tra le regioni più internazionalizzate: il 57% delle notti trascorse in regione riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Le presenze si distribuiscono pressoché a metà tra strutture alberghiere ed extra-alberghiere, a differenza della media nazionale dove prevalgono gli hotel (64%).

In Friuli Venezia-Giulia il 9,5% delle unità locali e il 9,7% degli addetti sono legati al turismo. Il dato pone la regione appena al disopra della media nazionale ed è destinato a confermarsi.



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat

Nel 2022, infatti, sono stati assunti nel turismo 19.960 lavoratori, pari al 2,1% degli assunti nel settore in Italia. Si tratta del dato più alto degli ultimi quattro anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	**2020**	**2021**	**2022**
Tempo indeterminato	2.240	1.140	880	2.130
Tempo determinato	11.320	7.010	12.990	13.650
Apprendisti	960	530	1.110	920
A chiamata	2.090	1.830	2.870	3.280

Tra gli assunti:

- Il 10,9% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 13% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 35,4% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	50
3 - Professioni tecniche	140
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	630
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	16.620
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	240
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	10
8 - Professioni non qualificate	2.270

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

LAZIO

Offerta

Il Lazio si è posizionato tra le principali destinazioni turistiche italiane grazie soprattutto alla presenza della Capitale, che da sempre è stato un forte catalizzatore di livello internazionale, fatto che ha portato e porta nella destinazione ingenti flussi legati al turismo culturale e d'affari, ma in generale collegato alla connotazione di "destinazione imperdibile" a livello globale.

Con 433.045 posti letto, pari all'8,5% del totale dei posti letto italiani, il Lazio occupa il 4° posto della graduatoria tra regioni.

L'offerta ricettiva è composta per il 92% da alloggi extralberghieri (26.070 strutture), gli alberghi rappresentano solo l'8%, per un totale di 2.318 strutture.

Se si analizza però il comparto dal punto di vista dei posti letto la situazione appare molto più equilibrata: gli alberghi detengono il 43% della capacità ricettiva totale (185.585 posti letto), mentre le strutture extralberghiere il restante 57% (247.460 posti letto).

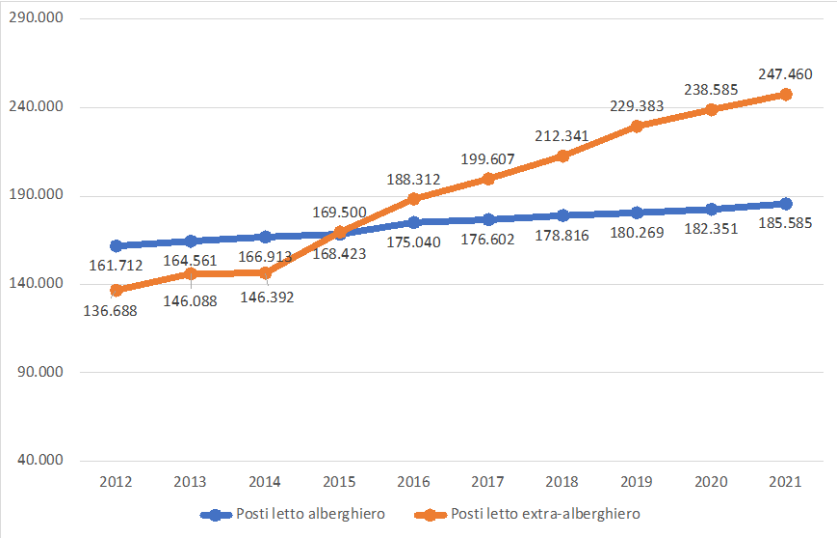
Un'offerta alberghiera di grandi dimensioni, con la presenza di numerose catene e alberghi di lusso, che si collegano anche ai continui flussi legati al turismo d'affari: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 26,3% del totale delle strutture alberghiere (la media nazionale è del 21,2%), ed il 52.8% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Contrariamente a quanto avvenuto in altre regioni italiane nel Lazio negli ultimi 10 anni si è assistito ad un aumento delle strutture alberghiere, sostanzialmente stabili a livello nazionale. Il Lazio ed in particolare Roma sono infatti al centro dell'attenzione delle catene internazionali, soprattutto nel segmento lusso.

Ma ciò che ha più contraddistinto il comparto ricettivo è il proliferare di strutture extra-alberghiere, che sono passate da 136 mila nel 2012 a 247 mila nel 2021, e che hanno visto

affiancarsi migliaia di nuove strutture "residenziali" alla tradizionale, diffusa, formula dei campeggi e villaggi.

I posti letto nel Lazio, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

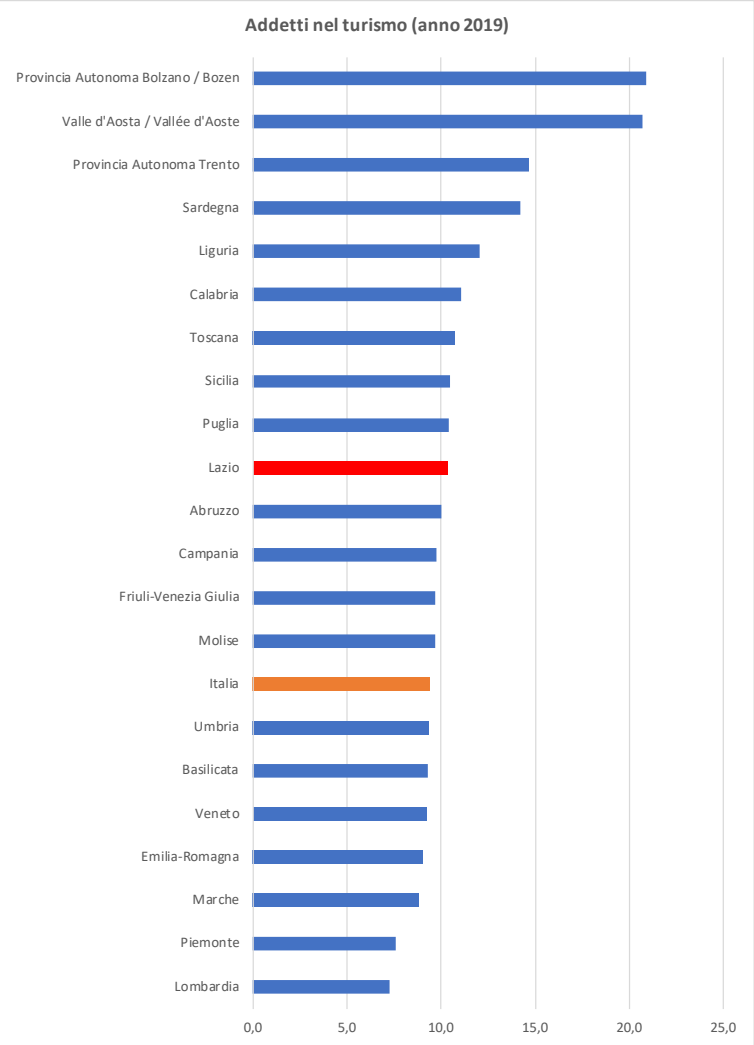
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) nel Lazio si registravano il 9,8% degli arrivi e l'8,9% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 5° posto nella graduatoria nazionale, con 39.029.255 pernottamenti.

E' una delle Regioni italiane con la più alta quota di internazionalizzazione: il 62,5% dei pernottamenti sono di turisti provenienti dall'estero, che si concentrano quasi esclusivamente nella Capitale.

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (69% contro il 64% della media nazionale).

L'importanza del comparto turistico per l'economia regionale del Lazio -per quanto fortemente connotata dalla Pubblica Amministrazione, dalla sanità e dai servizi in generale -si rileva anche dai dati relativi all'occupazione nel settore: l'8,5% delle unità locali e il 10,3% degli addetti sono legati al turismo, leggermente al di sopra della media nazionale.



Fonte: ISTAT

Un comparto senza dubbio in espansione dal punto vista del lavoro: I nuovi assunti nel 2022 sono stati 66.080 lavoratori, pari al 7% del totale nel settore in Italia, in linea con gli anni precedenti (ad esclusione ovviamente del 2020), che evidenzia nel 2022 una maggiore stabilità in termini contrattuali e attenzione verso categorie "Svantaggiate".

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	15.770	9.420	9.610	12.120
Tempo determinato	39.310	21.480	49.070	43.880
Apprendisti	6.000	3.260	2.480	6.170
A chiamata	4.480	2.210	4.120	3.900

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 18,3% è a tempo indeterminato (ben oltre il 12% della media italiana)
- il 22% sono immigrati (anche in questo caso sensibilmente al di sopra della media Italia, che è del 17%)
- il 27% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	310
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	560
3 - Professioni tecniche	1.090
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	2.940
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	55.400
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	170
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	320
8 - Professioni non qualificate	5.280

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Roma del 14 luglio, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale e strutturale:

- Lavoro povero e irregolare
- Esternalizzazioni e terziarizzazioni
- Necessità di politiche attive per governare i processi di ristrutturazione.

LIGURIA

Offerta

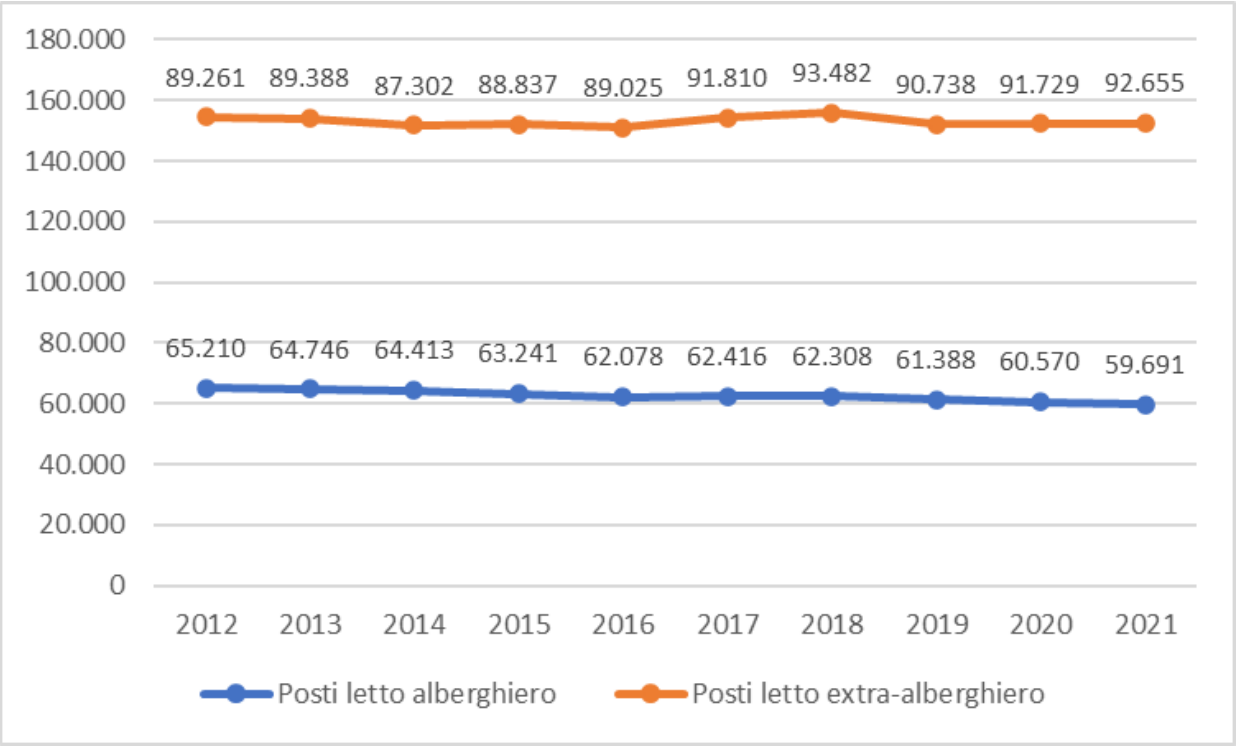
Per quanto di grande tradizione come “sun belt” del Nord Ovest, la anche storicamente di molti viaggiatori del Nord Europa, la Liguria non svetta per capacità ospitale: con 152.346 posti letto, pari al 2,9% del totale dei posti letto italiani, occupa infatti il 16esimo posto della graduatoria tra regioni.

A conferma di un impianto turistico storicamente ben definito, il 76% delle strutture ricettive regionali (4.046 strutture) e il 60% dei posti letto (92.655) riguardano il comparto alberghiero.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano l’11,1% del totale degli hotel liguri (contro il 21,2% nella media Italia) e il 27,2% dei posti letto a fronte del 41,1% nella media Italia). Abbiamo quindi una definizione un po’ datata dell’offerta ricettiva alberghiera, molto orientata sulla fascia media, e con scarsa propensione all’innovazione ed alla riqualificazione.

Negli ultimi dieci anni si è assistito ad una limatura molto graduale delle strutture alberghiere, e ad un altrettanto contenuta crescita di quelle extra, che normalmente in Italia rappresentano la diffusone della ricettività sul territorio, ed un più forte orientamento alla domanda giovane e non convenzionale.

I posti letto in Liguria, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

In coerenza con quanto già osservato, nel 2019 (ultimo dato significativo) in Liguria si registravano il 3,6% degli arrivi e il 3,4% delle presenze rispetto al totale nazionale.

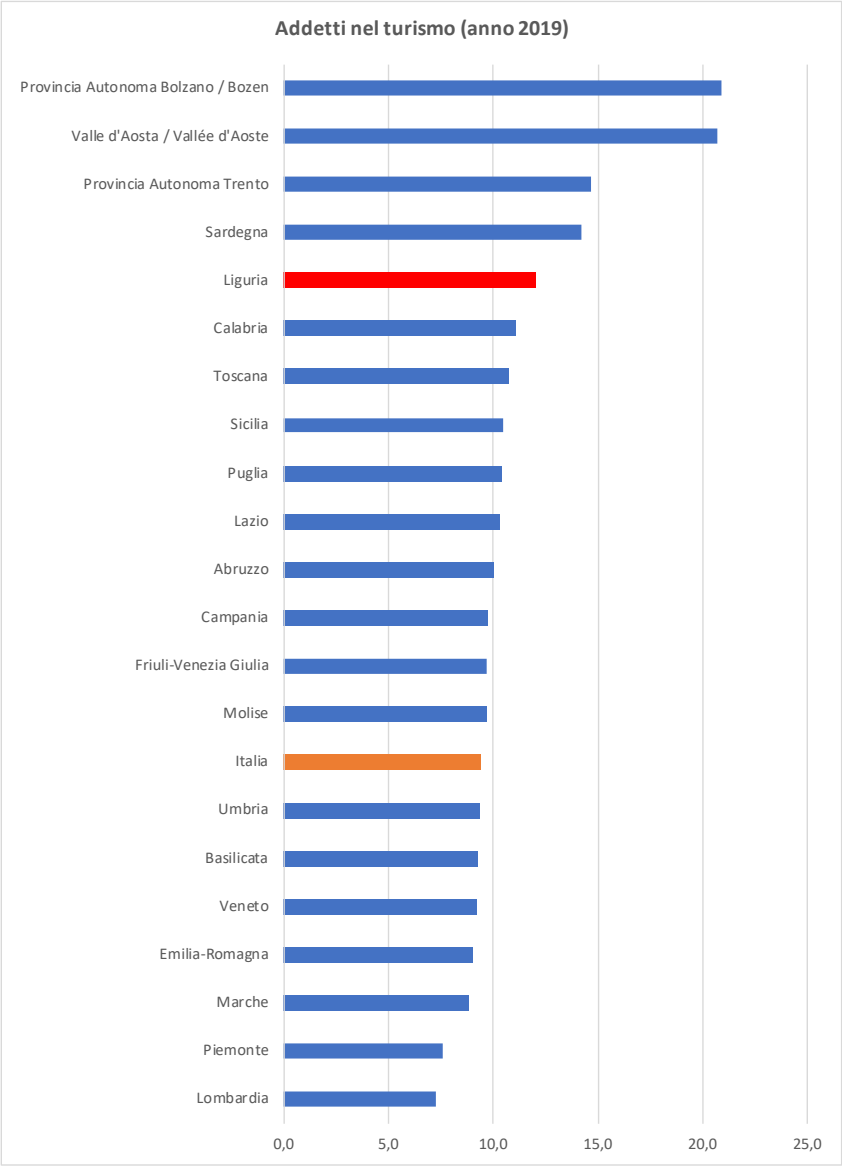
La Liguria si trova al 12° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 15.074.888 notti trascorse dai turisti in Liguria, solo il 16,6% riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (63%, peraltro in linea con il 64% della media nazionale).

Anche da questi dati generali si conferma una certa difficoltà della Liguria turistica a tenere il passo con le grandi tendenze della domanda, ed un certo legame – a lungo andare pericoloso – con il vecchio modello balneare – stagionale.

Per quanto la regione non spicchi per capacità di accoglienza e per domanda turistica attratta, il settore è invece relativamente molto importante in termini occupazionali: in Liguria, infatti, il 10,6% delle unità locali e il 12% degli addetti sono legati al turismo.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 29.630 lavoratori, pari al 3,1% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	2.390	1.810	2.290	3.290
Tempo determinato	16.280	10.040	17.500	20.390
Apprendisti	2.760	1.050	1.050	1.880
A chiamata	3.240	1.950	4.580	4.070

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- L'11% è a tempo indeterminato (contro il 12% nella media Italia),
- il 16% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 24,5% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 - Dirigenti	20
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	40
3 - Professioni tecniche	220
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.730
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	23.460
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	30
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	240
8 - Professioni non qualificate	3.890

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Sestri Levante (GE) del 15 settembre, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale e strutturale:

- Turismo fonte di sviluppo per buona occupazione
- Sfruttamento lavorativo
- Esigenza di destagionalizzare il settore
- Collaborazione tra istituzioni e parti sociali.

LOMBARDIA

Offerta

Che la Lombardia, oltre che contenere la "capitale morale" e il traino industriale e produttivo di tutto il Paese, possa essere anche una destinazione turistica, è fatto relativamente recente.

E questo accade anche perché la regione non ha un nome immediatamente evocativo nel turismo, e le sue località maggiormente vocate hanno denominazioni diverse e non sempre riconducibili a quella regionale: così accade per la Valtellina con Bormio e Livigno, per il lago di Como con le sue città, per il lago di Garda con Limone, Salò, Desenzano, Sirmione e così via. E poi Mantova, Brescia, Bergamo, e questo per restare solo ai luoghi più famosi, in Italia e per certi versi anche nel Mondo.

Ma in questo quadro, già di tutto rispetto, si inserisce a pieno titolo, almeno dall'Expo 2015, il Capoluogo Milano, in cui il turismo d'affari ha velocemente trovato un valido affiancamento in quello leisure, in particolare nella categoria lusso, e con una forte attrazione di "glamour"

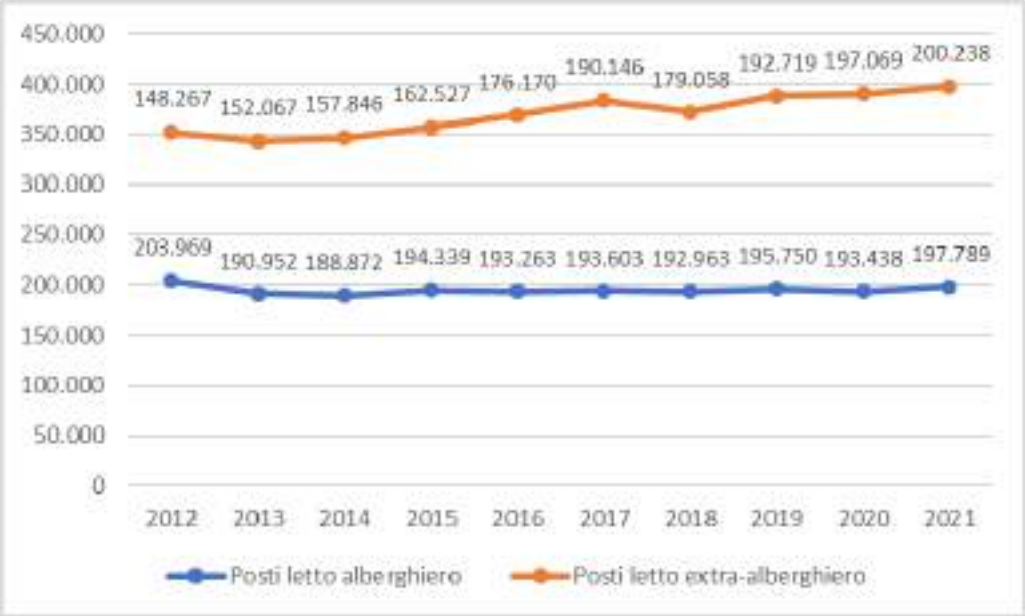
In questo quadro si capisce perché, con 398.027 posti letto, pari al 7,7% del totale dei posti letto italiani, la Lombardia occupa il quinto posto della graduatoria tra regioni.

L'80% delle strutture ricettive regionali (11.226 strutture) e il 50% dei posti letto (200.238) riguardano il comparto alberghiero, a conferma delle vocazioni sopra accennate.

Ad ulteriore sottolineatura, gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 24,6% del totale degli hotel lombardi (ben oltre il 21,2% della media Italiana) e il 51,8% dei posti letto (rispetto al 41,1% nella media Italia).

Negli ultimi dieci anni si è assistito a una netta ripresa delle imprese alberghiere, mentre quelle extralberghiere sono anch'esse cresciute, pur senza diventare così preponderanti come altrove.

I posti letto in Lombardia, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

Da notare innanzi tutto che la Lombardia è sia demograficamente che economicamente il primo bacino di domanda turistica italiana. I Lombardi hanno una elevatissima propensione alla vacanza, sia lunga (anche intercontinentale) che breve e brevissima, di prossimità. Anche per questo vi si sono nel tempo localizzati e sviluppati molti tra i più importanti tour operator, e un gran numero di agenzia di viaggio.

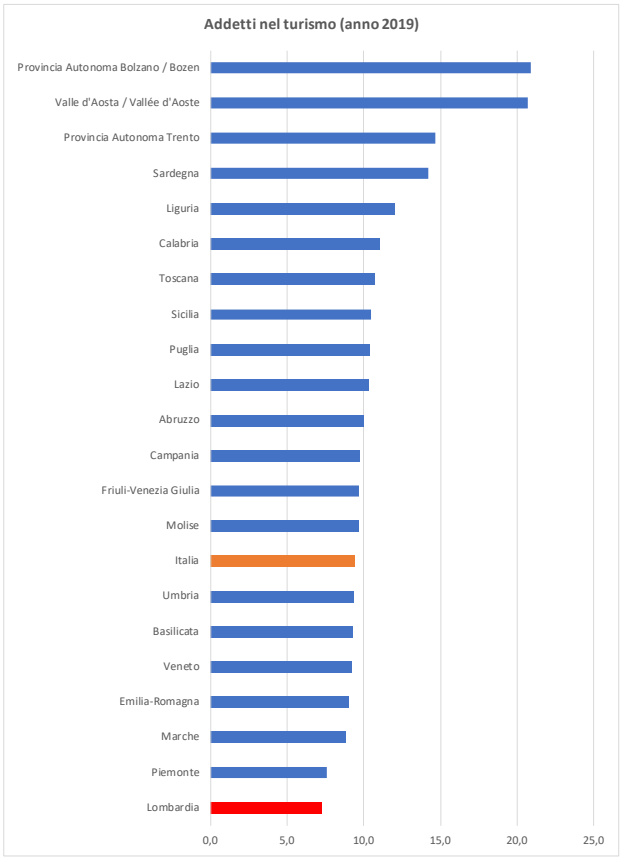
Quanto all'incoming, a cui si somma anche il movimento turistico endo-regionale, nel 2019 (ultimo dato significativo) in Lombardia si registravano il 13,3% degli arrivi e il 9,2% delle presenze rispetto al totale nazionale. La Lombardia si trova al terzo posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 40.482.939 notti trascorse dai turisti in Lombardia, il 40,7% riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (73% a fronte del 64% della media nazionale).

Lavoro

In Lombardia, nonostante la potenza del sistema industriale e terziario, ben il 6,3% delle unità locali e il 7,4% degli addetti sono legati al turismo. Questo rapporto spiega perché la regione figuri in fondo alla graduatoria percentuale, ma non certo per i valori assoluti.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 118.580 lavoratori, pari al 12,5% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	24.730	12.970	11.930	17.920
Tempo determinato	65.160	35.530	78.840	75.280
Apprendisti	6.300	5.580	4.840	10.270
A chiamata	12.840	9.190	18.010	15.110

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 15% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 19% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 34,7% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	380
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	750
3 - Professioni tecniche	2.200
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	4.930
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	97.910
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	1.680
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	570
8 - Professioni non qualificate	10.160

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

MARCHE

Offerta

Da sempre considerate “una grande potenzialità inespressa”, con 177.121 posti letto, pari all’3,5% del totale dei posti letto italiani, le Marche occupano il 13° posto della graduatoria tra regioni.

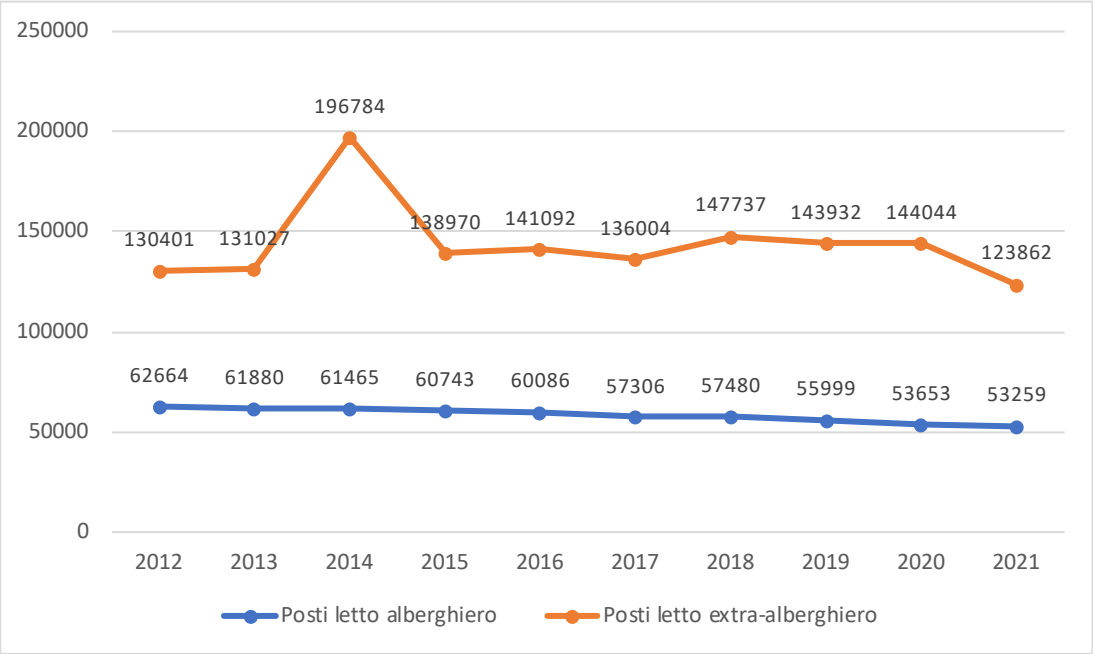
L’87% delle strutture ricettive regionali (3.948 strutture) ed il 70% dei posti letto (123.862) appartengono al comparto extralberghiero.

Anche il comparto alberghiero è prevalentemente composto da strutture di medio/bassa categoria: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 15,4% del totale delle strutture alberghiere (la media nazionale è del 21,2%), ed il 23.8% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Lo schiacciamento storico sulle risorse balneari non ha certo consentito a questa regione, dalle mille qualità per molti versi ancora inespresse, di conoscere lo sviluppo turistico che meriterebbe.

In controtendenza rispetto a quanto accaduto a livello nazionale, nelle Marche si è assistito ad una progressiva diminuzione della propria capacità ricettiva sia nel comparto alberghiero che extralberghiero.

I posti letto nelle Marche, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

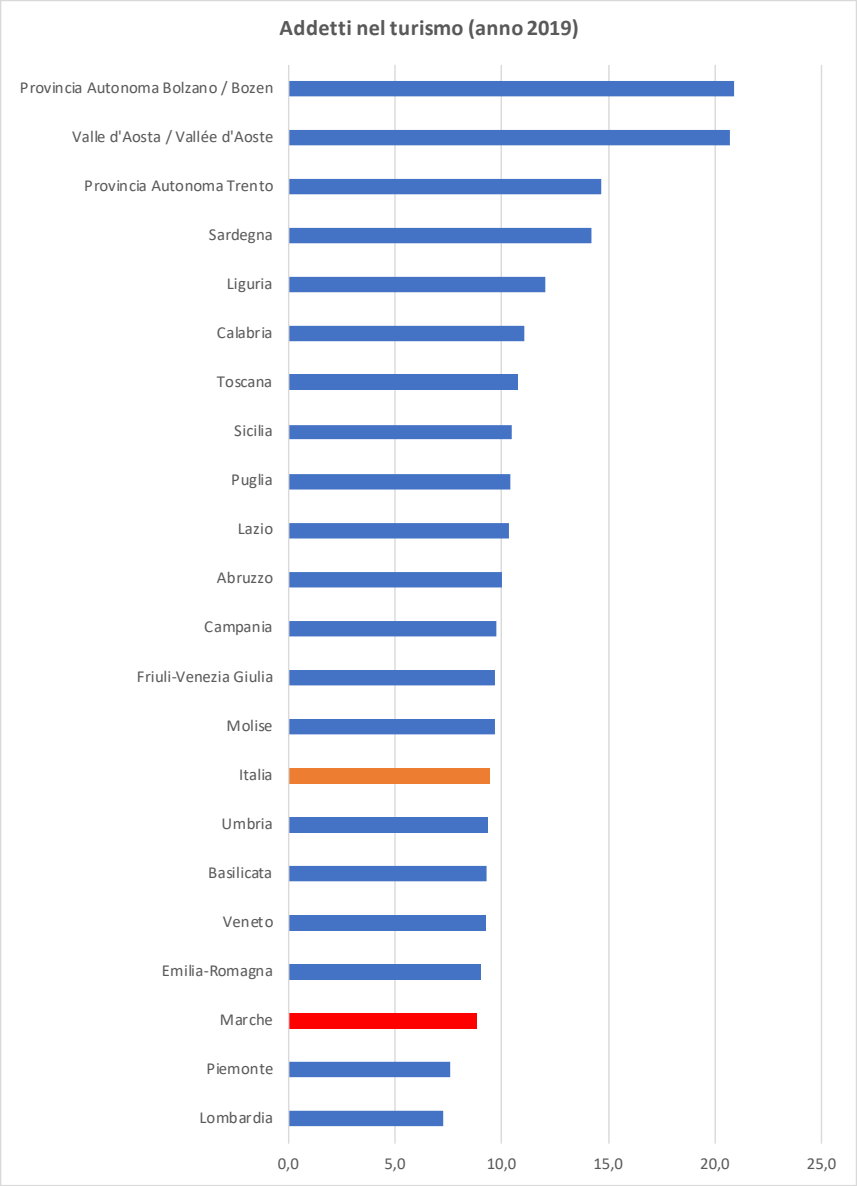
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) nelle Marche si registravano l'1,8% degli arrivi ed il 2,4% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 14° posto nella graduatoria nazionale.

Su 10.370.800 notti trascorse dai turisti nelle Marche solo il 16,6% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Le presenze si concentrano in misura maggioritaria nelle strutture extralberghiere (54,4%, contro il 36% della media nazionale).

In termini occupazionali nelle Marche il 7,5% delle unità locali e l'8,8% degli addetti sono legati al turismo, leggermente al di sotto della media nazionale.



Fonte: ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 27.070 lavoratori, pari al 2,9% del totale nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	1.190	600	1.080	2.600
Tempo determinato	12.940	8.250	15.860	17.590
Apprendisti	1.470	1.150	1.120	1.560
A chiamata	3.270	2.110	4.240	5.330

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 9.6% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 14% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 22,5% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	30
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	20
3 - Professioni tecniche	200
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.170
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	22.020
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	380
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	10
8 - Professioni non qualificate	3.230

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Peraro del 14 luglio 2022 sono state evidenziate diverse tematiche di rilievo, come:

- L'esigenza di ripesdare lo sviluppo turistico "dando le spalle al mare" anche per superare una stagionalità inaccettabile
- La potenzialità di una rete di città medie con una eccezionale qualità della vita anche per ospiti e cittadini temporanei
- L'esigenza di sviluppare progetti di marketing territoriale per le città, che hanno qualità "nascoste" quali la musica, la bicicletta, i motori, i piloti, la legalità, e così via
- Lo sviluppo di infrastrutture di raggiungimento sempre più efficienti
- L'esigenza di valorizzare, anche con incentivi, il "lavoro buono".

MOLISE

Offerta

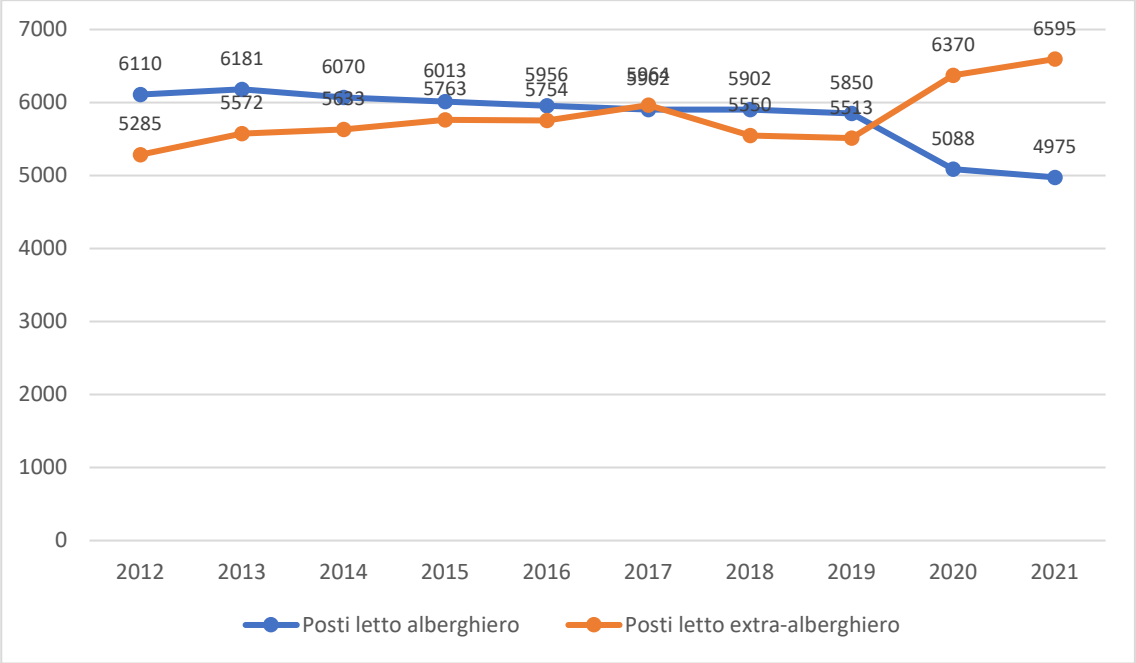
"Fanalino di coda" nonostante le recenti iniziative di potenziamento e riposizionamento di immagine, con 11.570 posti letto, pari allo 0,2% del totale dei posti letto italiani, il Molise occupa il 21° posto della graduatoria tra regioni.

L'offerta ricettiva è composta per il 16% da alberghi (78 strutture), che assommano a loro il 43% della capacità ricettiva (4.975 posti letto).

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano comunque il 26,9% del totale (la media nazionale è del 21,2%), ed il 38,6% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

In Molise la tendenza sull'andamento dell'offerta negli ultimi anni è stata molto più marcata rispetto a quanto verificatasi a livello nazionale; e quindi si è riscontrata una consistente riduzione delle strutture alberghiere (-19%), affiancata da un aumento consistente delle imprese extra-alberghiere (+25%).

I posti letto in Molise, per tipologia (serie storica)



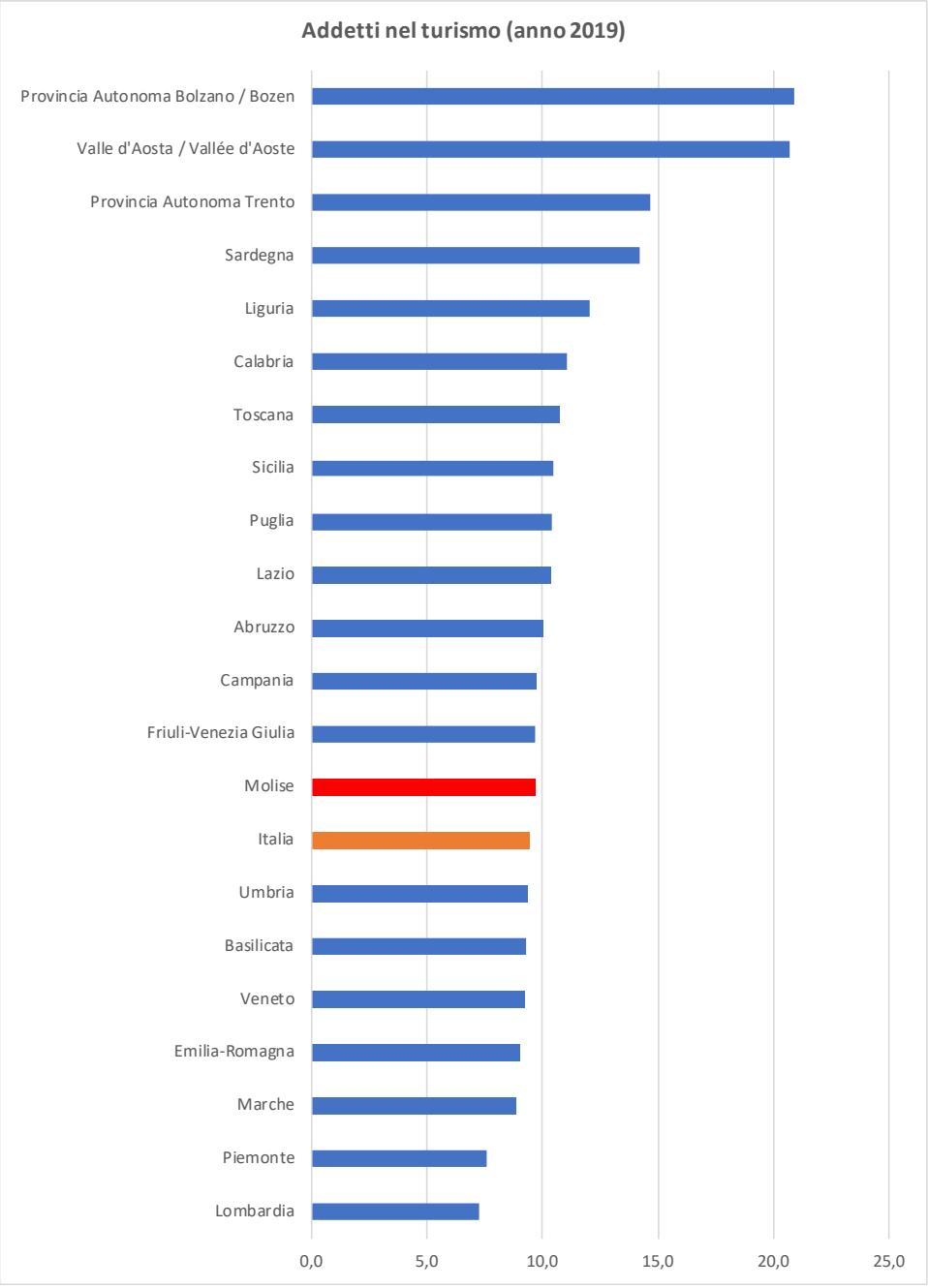
Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Molise si registravano lo 0,1% degli arrivi e lo 0,1% delle presenze sul totale nazionale, collocandola anche in questo caso in fondo alla graduatoria nazionale, al 21° posto.

I limiti oggettivi e di immagine della regione si riscontrano anche nella sua scarsissima capacità di export turistico: su 439.645 notti trascorse dai turisti in Molise solo il 7,9% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Le presenze si concentrano soprattutto nelle strutture alberghiere (61,5%, contro il 64% della media nazionale).

Dal punto di vista occupazione il turismo assume un ruolo diverso, più importante: il 9,2% delle unità locali e il 9,6% degli addetti sono legati al turismo, in linea con la media nazionale.



Fonte: ISTAT

I nuovi assunti nel 2022 sono stati 3.930 lavoratori, pari allo 0,4% del totale nel settore in Italia, il dato più alto negli ultimi 4 anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	830	300	210	470
Tempo determinato	1.870	1.400	2.760	3.310
Apprendisti	110	60	50	30
A chiamata	100	30	160	110

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 12% è a tempo indeterminato (pari alla media italiana)
- il 13% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 21,6% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	0
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	10
3 - Professioni tecniche	30
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	120
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	2.900
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	80
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	10
8 - Professioni non qualificate	780

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Termoli del 5 luglio 2022 diversi elementi strutturali e congiunturali, positivi e negativi, sono emersi con evidenza:

- La forza della domanda di prossimità, accentuata dal Covid
- L'estrema stagionalità della proposta, quasi esclusivamente balneare
- La dimensione ridottissima delle imprese, a conduzione familiare
- Le difficoltà delle imprese stesse e delle Amministrazioni a fare sistema
- La difficoltà ad affermarsi del Piano strategico regionale affidato ad Invitalia
- La necessità di contrastare nuovi progetti immobiliari stravolgenti ed affetti da gigantismo antistorico
- L'importanza, in prospettiva, di lavorare sulle Comunità dell'interno, che devono tovare anche modalità organizzative di riconoscimento del lavoro ("contratti di sito")
- Porre al centro il lavoro sano, legale, stabile, dignitoso e di qualità.

Complessivamente, la situazione si può condensare in uno slogan: passare dal "Molise che non esiste" al "Molise che resiste".

PIEMONTE

Offerta

Il Piemonte è la regione che simbolicamente incarna l'industrializzazione italiana, e successivamente, in buona misura, anche il suo calo.

Ha attrattori diversificati, da quelli montani e lacuali, fino alla più recente affermazione delle Langhe e del Capoluogo Torino, che negli ultimi decenni ha reinterpretato la propria vocazione anche in senso turistico ed ospitale.

Con 200.669 posti letto, pari al 3,9% del totale dei posti letto italiani, occupa l'11esimo posto della graduatoria tra regioni.

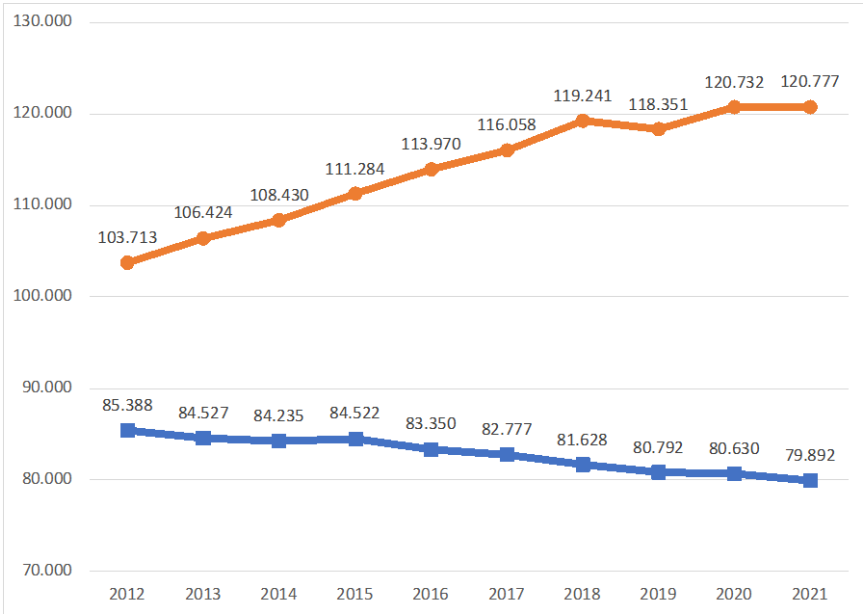
Il 20% delle strutture ricettive regionali (1.356 strutture) e il 40% dei posti letto (79.892) riguardano il comparto alberghiero.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 17,6% del totale degli hotel piemontesi (21,2% nella media Italia) e il 35,8% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi dieci anni si è assistito ad una diminuzione decisa del numero di strutture e di posti letto alberghieri, ed invece a una forte crescita del comparto extralberghiero.

In questo senso la regione appare piuttosto allineata con la media delle tendenze nazionali, di cui è in qualche modo una componente esemplificativa.

I posti letto in Piemonte, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Piemonte si registravano 4% degli arrivi e il 3% delle presenze rispetto al totale nazionale.

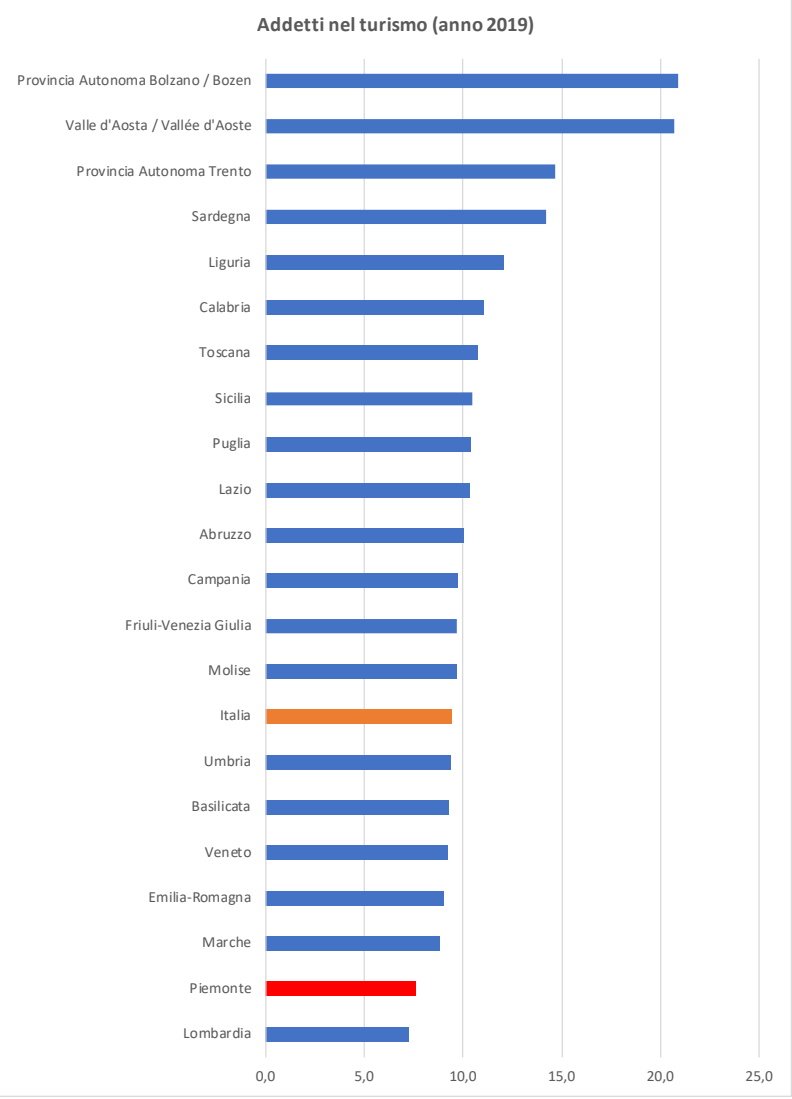
Il Piemonte si trova al 13° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 14.889.591 notti trascorse dai turisti in Piemonte, poco meno della metà (44%) riguardavano turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Anche in questo la regione appare nettamente internazionalizzata, soprattutto considerando i suoi prodotti più recenti ed emergenti.

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (60%, vs il 64% della media nazionale).

In Piemonte il 7,4% delle unità locali e il 7,6% degli addetti sono legati al turismo: un dato ancora nettamente inferiore alla media nazionale, anche in virtù del recente "affaccio" sulla scena turistica.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 41.770 lavoratori, pari al 4,4% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	5.860	2.590	3.880	6.860
Tempo determinato	20.510	14.170	26.930	26.410
Apprendisti	3.840	2.650	2.090	3.120
A chiamata	6.260	3.970	5.210	5.380

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- il 16% è a tempo indeterminato (la media Italiana è del 12%)
- il 14% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 38,3% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	80
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	80
3 - Professioni tecniche	730
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.510
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	36.090
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	570
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	10
8 - Professioni non qualificate	2.700

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

PUGLIA

Offerta

La Puglia negli ultimi anni ha messo in moto una serie di strategie per la valorizzazione del turismo nella regione, adottando politiche di diversificazione e destagionalizzazione del prodotto turistico.

Il principale risultato è stato quello di riportare la regione al centro dell'attenzione, persino generando fenomeni di sovraturismo, come nel caso del Salento ed in particolare di Gallipoli. Destinazioni che si sono andate ad affiancare alla consolidata realtà del Gargano, e ad integrare con un nuovo ruolo delle città, prima tra tutte Bari, recuperate ad una qualità di vita particolarmente apprezzata anche dai turisti.

Questo si denota anche nella composizione dell'offerta turistica, stimolata prevedendo risorse per la riqualificazione e valorizzazione del patrimonio rurale tipico pugliese, come masserie e trulli.

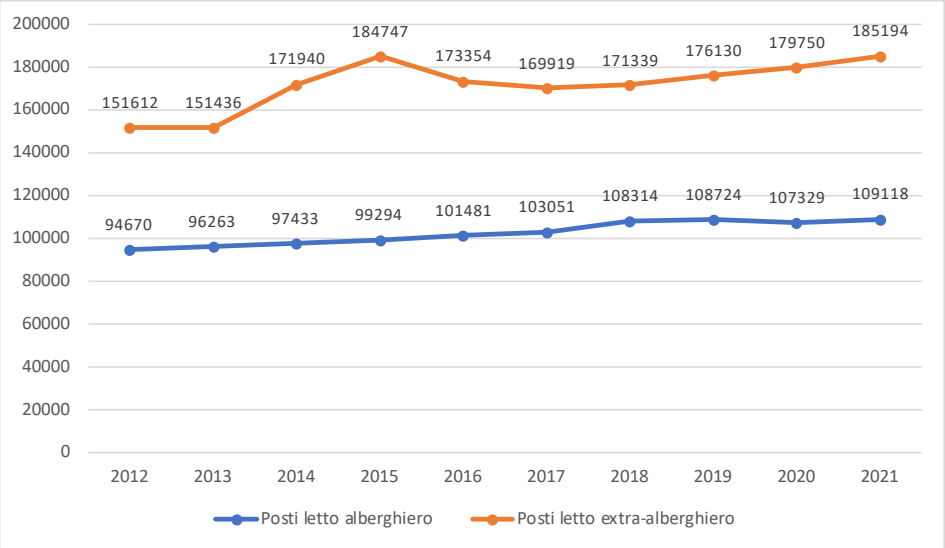
Con 294.312 posti letto, pari al 5,7% del totale dei posti letto italiani, occupa il 6° posto della graduatoria tra regioni: un protagonista assoluto.

L'offerta ricettiva è composta per l'88% da strutture extralberghiere (8.081 strutture), che assommano a loro il 67% della capacità ricettiva (185.194 posti letto).

Il comparto alberghiero è caratterizzato da una presenza importante di strutture di grandi dimensioni: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 41% del totale (la media nazionale è del 21,2%), ed il 55% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Come già evidenziato, negli anni in Puglia si è assistito ad un aumento delle strutture nel comparto extra-alberghiero, accompagnato (contrariamente a quanto accaduto a livello nazionale) però anche da un incremento delle strutture alberghiere, che ha elevato la capacità ricettiva regionale ed il suo posizionamento nella graduatoria nazionale.

I posti letto in Puglia, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

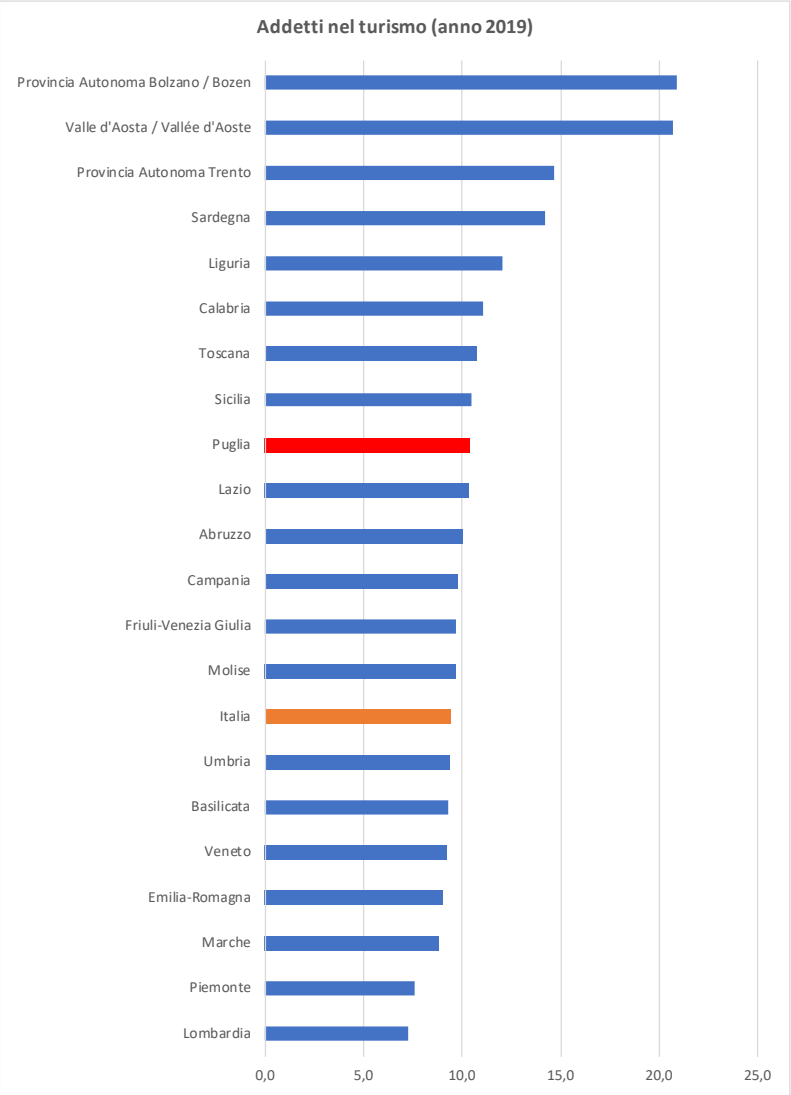
Se dal punto di vista dell'offerta la Puglia si è consolidata, però ancora limitati restano i flussi turistici nel panorama turistico italiano.

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Puglia si registravano il 3,2% degli arrivi e il 3,5% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 9° posto nella graduatoria nazionale.

Relativamente bassa è anche la quota di internazionalizzazione: su 15.441.469 notti trascorse dai turisti in Puglia solo il 25% proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

Le presenze si concentrano soprattutto nelle strutture alberghiere (60%, contro il 64% della media nazionale).

L'8,7% delle unità locali e il 10,4% degli addetti sono legati al turismo, al di sopra della media registrata a livello nazionale.



Fonte: ISTAT

Dal punto di vista occupazionale il comparto denota un notevole fermento: I nuovi assunti nel 2022 sono stati 68.190 lavoratori, pari al 7,2% del totale nel settore in Italia, dato assai più elevato di quello registrato negli ultimi 4 anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	8.780	4.640	2.750	6.030
Tempo determinato	36.770	23.290	48.300	55.460
Apprendisti	2.540	1.550	1.600	2.620
A chiamata	3.860	1.730	3.100	4.080

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- L'8,8% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 11% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 21,3% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	0
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	30
3 - Professioni tecniche	1.110
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	3.500
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	51.020
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	300
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	380
8 - Professioni non qualificate	11.850

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Marina di Gioiosa (TA) del 3 giugno, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale e strutturale:

- Superare il concetto di turismo di massa
- Arrestare il sovra sfruttamento delle risorse territoriali
- Eliminare le intollerabili condizioni di lavoro nel turismo, irregolari e stagionali
- Necessità di infrastrutture
- Diversificazione delle offerte turistiche per destagionalizzare il settore.

SARDEGNA

Offerta

In quanto regione, in quanto Isola, per le sue straordinarie risorse identitarie e bellezze la Sardegna rappresenta un emblema nel turismo non solo nazionale, anche se, on 218.073 posti letto, pari al 4,3% del totale dei posti letto italiani, occupa solo il 9° posto della graduatoria tra regioni.

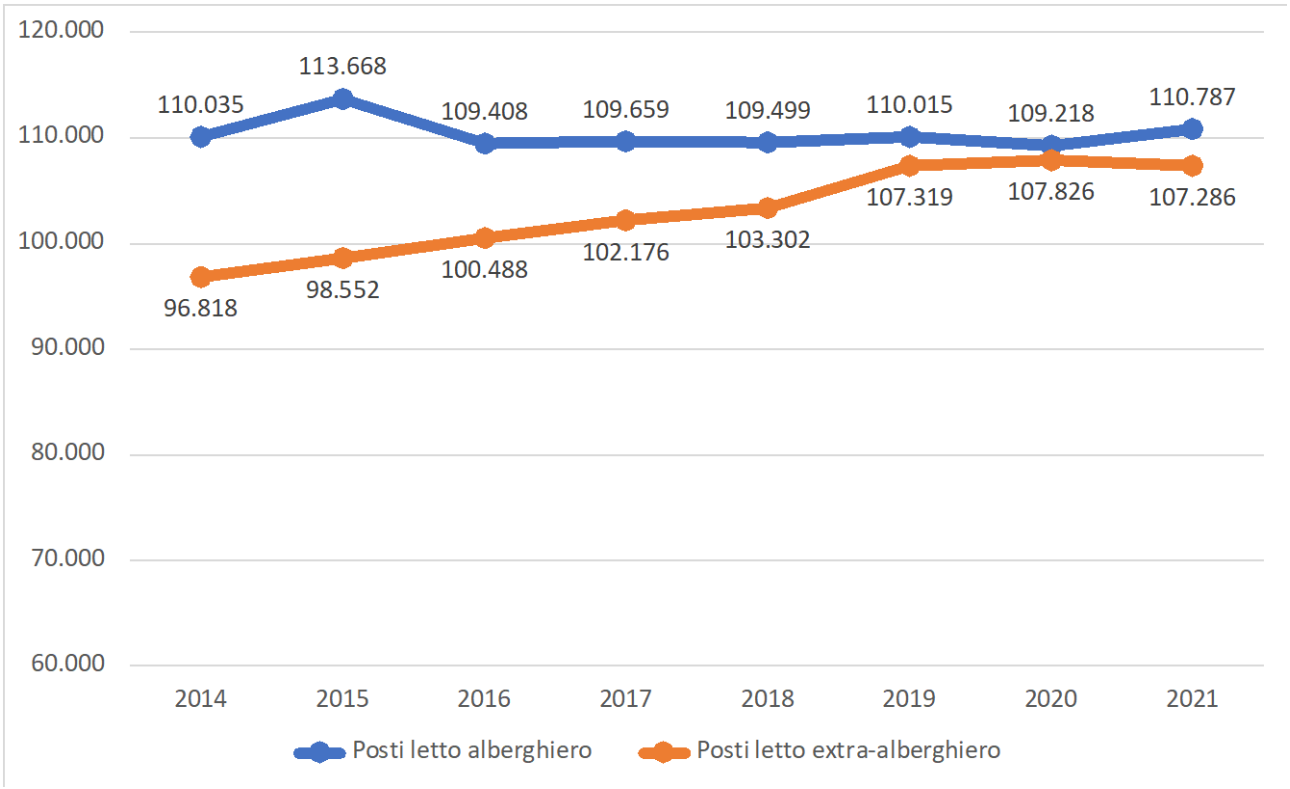
L'offerta ricettiva è composta per l'82% da alloggi extralberghieri (4.350 strutture); gli alberghi rappresentano il 18%, per un totale di 934 strutture.

Se si analizza però il comparto dal punto di vista dei posti letto la situazione appare più uniforme: gli alberghi detengono il 51% della capacità ricettiva totale (110.787 posti letto), mentre le strutture extralberghiere il restante 49% (107.286 posti letto).

Un'offerta alberghiera di grandi dimensioni, con la presenza di numerose catene e alberghi di lusso, soprattutto in alcune destinazioni balneari di richiamo internazionale: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 36% del totale delle strutture alberghiere (la media nazionale è del 21,2%), ed il 62,4% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

In Sardegna negli ultimi 10 anni si è assistito ad una contenuta oscillazione delle strutture alberghiere, sostanzialmente stabili intorno ai 110mila posti letto, e ad una crescita anche essa abbastanza contenuta dei posti letto in tipologie ricettive diverse, dai B&B agli agriturismi ecc.

I posti letto in Sardegna, per tipologia (serie storica*)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

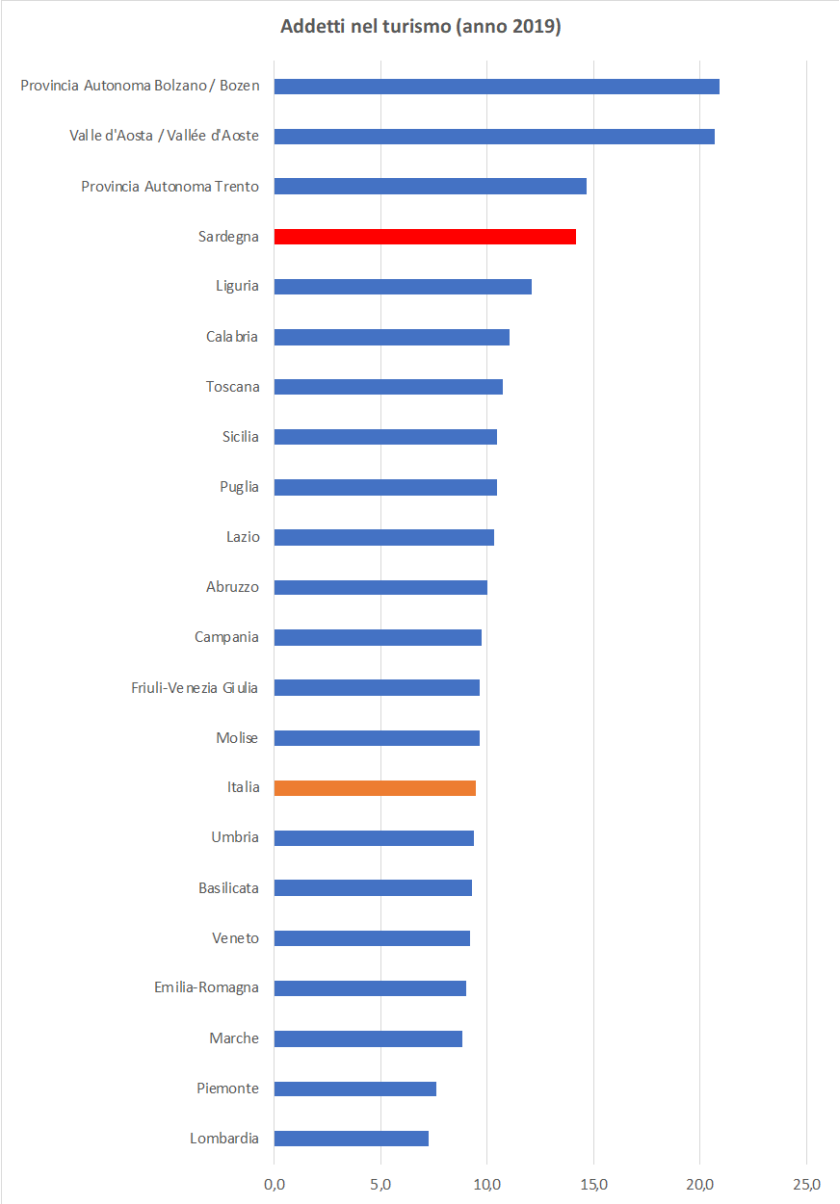
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Sardegna si registravano il 2,6% degli arrivi e il 3,5% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 10° posto nella graduatoria nazionale, con 15.145.885 pernottamenti.

È la prima delle Regioni del Mezzogiorno per quota di internazionalizzazione dopo la Sardegna: il 50,5% dei pernottamenti (appena sopra media nazionale) sono di turisti provenienti dall'estero.

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (70,4% contro il 64% della media nazionale).

L'importanza del comparto turistico per l'economia regionale della Sardegna si rileva anche dai dati relativi all'occupazione nel settore: l'11% delle unità locali e il 14% degli addetti sono legati al turismo, rispettivamente 3 e 5 punti percentuali al di sopra della media nazionale.



Fonte: ISTAT

Un comparto senza dubbio in espansione dal punto vista del lavoro: i nuovi assunti nel 2022 sono stati 47.420 lavoratori, pari al 5% del totale nel settore in Italia, in netta crescita rispetto agli anni precedenti (oltre 11mila assunzioni in più rispetto al 2019).

Tra gli assunti:

- il 5% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia), a testimonianza di una stagionalità ancora patologica
- il 10% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 21,2% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Crescita a cui però non corrisponde una certezza e una continuità: nel 2022 aumentano soprattutto i contratti a tempo determinato e, proporzionalmente, quelli a chiamata e gli apprendisti.

Tabella assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	3.670	1.570	910	2.380
Tempo determinato	29.440	16.560	35.210	40.220
Apprendisti	980	760	980	1.430
A chiamata	2.260	1.180	2.400	3.390

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

Numero totale assunti nel Turismo nel 2022	
	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	70
3 - Professioni tecniche	690
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	2.910
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	33.790

6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	630
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	10
8 - Professioni non qualificate	9.310

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nell'incontro di Pula del 20 maggio 2022 si sono poste questioni di assoluto rilievo, anche oltre lo stereotipo dell'isolità:

- L'esigenza di far crescere il valore percepito dai tutisti e realizzato dalle imprese e dal sistema, attribuendo alla proposta turistica sarda un valore più giusto e corrispettivo alla qualità erogata
- Correlativamente, l'affermazione di essere più belli più bravi, non certo più convenienti
- Risalire la catena distributiva, cercando di vendersi e non solo di essere comprati
- Rivalutare la stagionalità degli stranieri, evidenziata dai mesi di aprile ed ottobre, versus quella italiana che va essenzialmente da giugno a settembre
- Valorizzare l'estensione, la dimensione, la rarefazione, il vuoto rurale
- Proporre un sistema multipolare, ovviamente a partire dagli hub aeroportuali piuttosto che non da quelli marittimi, che vanno progressivamente fuori mercato anche per motivi di costo, oltre che di brevità dei soggiorni
- Rivalutare la dimensione metropolitana diffusa intorno al Capoluogo, le fortissime componenti identitarie (in cui si specchiano Sardi ed ospiti), e tutti gli elementi della responsabilità e sostenibilità sociale ed economica, oltre che ambientale.

SICILIA

Offerta

La Sicilia, nonostante le straordinarie potenzialità da tutti riconosciute ed apprezzate nel mondo, come certificato da decenni dagli indici di notorietà e di gradimento, si posiziona ancora a metà classifica tra le regioni italiane.

Questo è certo un risultato, ma mostra anche i grandi spazi di crescita, in forza di una notorietà sui mercati internazionali che poche regioni hanno, e ad una offerta diversificata che la rende attraente tutto l'anno, ben oltre la stagione estiva, che invece resta ancora protagonista.

Con 210.001 posti letto, pari al 4,1% del totale dei posti letto italiani, occupa il 10° posto della graduatoria tra regioni.

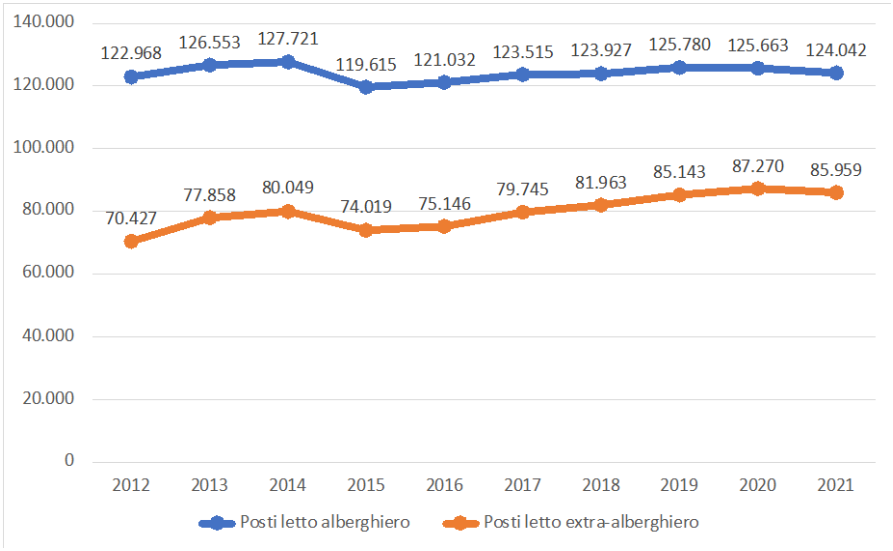
L'offerta ricettiva è composta per l'83% da alloggi extralberghieri (6.307 strutture), gli alberghi rappresentando il 17,3%, per un totale di 1.323 strutture.

Se si analizza però il comparto dal punto di vista dei posti letto la situazione appare quasi ribaltata equilibrata: gli alberghi detengono il 60% della capacità ricettiva totale (124.042 posti letto), mentre le strutture extralberghiere il restante 40% (85.959 posti letto).

Un'offerta alberghiera di grandi dimensioni, in media 95 posti letto, con la presenza di numerose catene e alberghi di lusso nelle città e nelle destinazioni balneari: gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 35% del totale delle strutture alberghiere (la media nazionale è del 21,2%), ed il 61,5% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Contrariamente a quanto avvenuto in altre regioni italiane in Sicilia negli ultimi 10 anni si è assistito ad una oscillazione delle strutture alberghiere, sostanzialmente stabili come a livello nazionale, e ad una crescita, anche se abbastanza contenuta, dei posti letto in tipologie ricettive diverse, dai B&B agli agriturismi ecc.

I posti letto in Sicilia, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

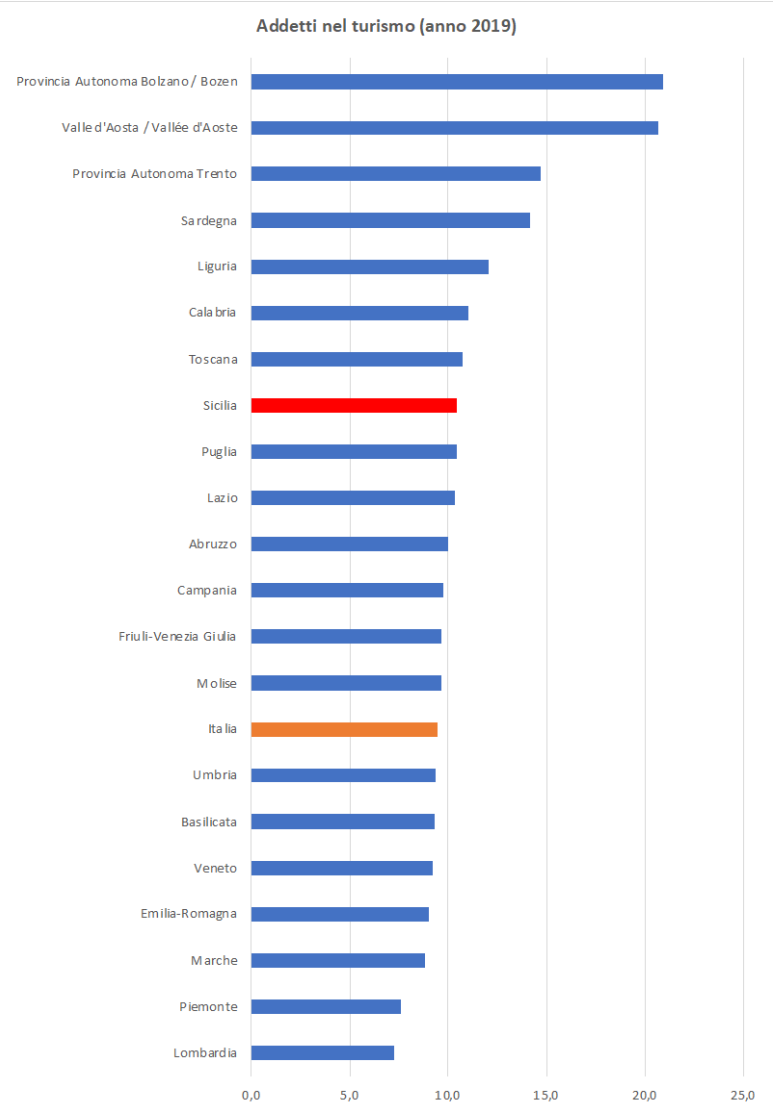
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Sicilia si registravano il 3,9% degli arrivi e il 3,5% delle presenze sul totale nazionale, collocandola al 11° posto nella graduatoria nazionale, con 15.114.931 pernottamenti.

È la seconda delle Regioni del Mezzogiorno per quota di internazionalizzazione dopo la Sardegna: il 50,5% dei pernottamenti (al pari della media nazionale) sono di turisti provenienti dall'estero, con forti flussi "etnici" anche di seconda e terza generazione.

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (78% contro il 64% della media nazionale).

Lavoro

L'importanza del comparto turistico per l'economia regionale della Sicilia si rileva anche dai dati relativi all'occupazione nel settore: l'8,7% delle unità locali e il 10,4% degli addetti sono legati al turismo, leggermente al di sopra della media nazionale.



Fonte: ISTAT

Un comparto senza dubbio in espansione dal punto vista del lavoro: I nuovi assunti nel 2022 sono stati 56.340 lavoratori, pari al 6% del totale nel settore in Italia, in crescita rispetto agli anni precedenti.

Tra gli assunti:

- Il 12,8% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 12% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 23,5% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	10.780	5.360	4.480	7.220
Tempo determinato	27.530	17.560	37.030	42.590
Apprendisti	2.030	1.380	2.220	3.250
A chiamata	1.940	1.120	2.790	3.290

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Crescita a cui però non corrisponde una certezza e una continuità: nel 2022 aumentano soprattutto i contratti a tempo determinato e, proporzionalmente, quelli a chiamata e gli apprendisti.

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	0
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	110
3 - Professioni tecniche	890
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	4.330
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	43.400
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	410
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	420
8 - Professioni non qualificate	6.780

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Militello in Val di Catania del 20 aprile, sono stati affrontati diversi temi di rilevanza congiunturale ma soprattutto strutturale:

- Assenza di programmazione, necessaria invece per la proposta di diversi turismi
- Esigenza di sinergia tra i patrimoni presenti (culturale, architettonico, paesaggistico, enogastronomico)
- Infrastrutture, destagionalizzazione, lotta al lavoro sommerso e formazione al centro delle politiche di settore
- Ripensare il turismo come ad una residenzialità temporanea che crea un rapporto con la comunità del luogo.

TOSCANA

Offerta

Dal punto di vista turistico la regione rappresenta una realtà ormai consolidata, che ha saputo nel corso degli anni diversificarsi e posizionarsi sia sul mercato nazionale (soprattutto verso la costa) che internazionale, in particolare grazie alle proprie Città e alla peculiare campagna, un "landmark" globale.

L'offerta turistica della Toscana è organizzata in ambiti turistici che si occupano della costruzione e la promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici territoriali che compongono l'offerta regionale.

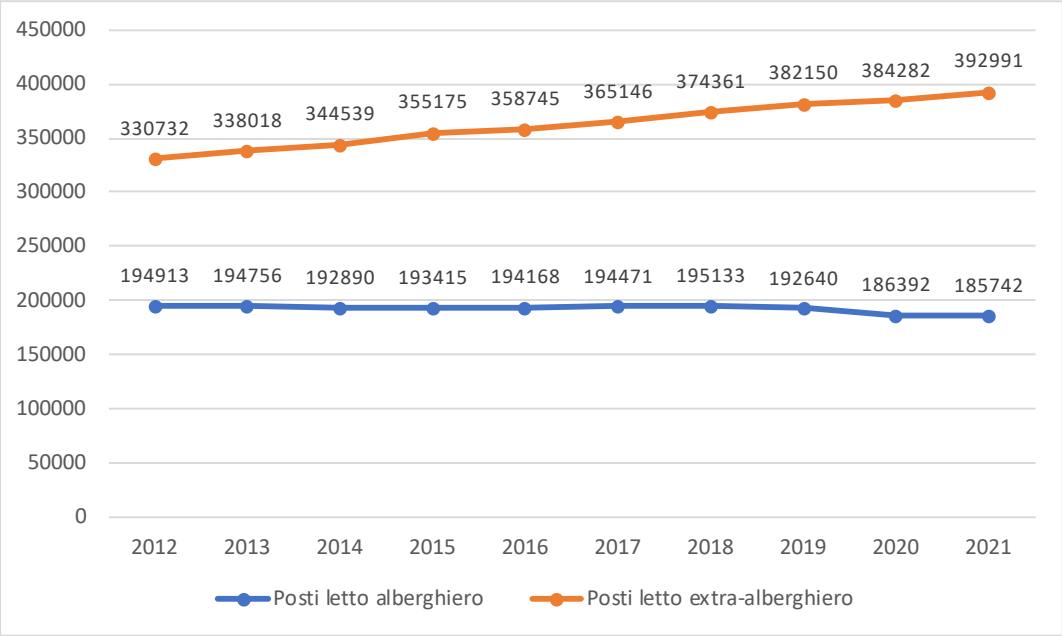
Con 578.733 posti letto, pari all'11,3% del totale dei posti letto italiani, occupa il 2° posto della graduatoria tra regioni.

La ricettività non tradizionale rappresenta una risorsa importante per il territorio, l'84% delle strutture ricettive regionali (14.713 strutture) ed il 68% dei posti letto (392.991) appartengono al comparto extralberghiero, fatto per lo più da campeggi-villaggi ed agriturismi.

Il comparto alberghiero rispecchia la situazione media esistente in Italia, caratterizzata per lo più da strutture di media categoria. Gli hotel 4-5 stelle rappresentano un quinto del totale (20,7% in linea con la media nazionale del 21,2%), che raggiungono per il 38,7% dei posti letto (41,1% nella media Italia).

Negli ultimi dieci anni, si è quindi confermata una contrazione del comparto alberghiero, mentre più marcato è stato in Toscana il proliferare di strutture extralberghiere (+18%).

I posti letto in Toscana, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

Anche i dati sulla domanda confermano la propria leadership tra le destinazioni turistiche italiane: nel 2019 (ultimo dato significativo) in Toscana si registravano il 10,9% degli arrivi e l'11% delle presenze sul totale nazionale.

La Toscana si trova al 2° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

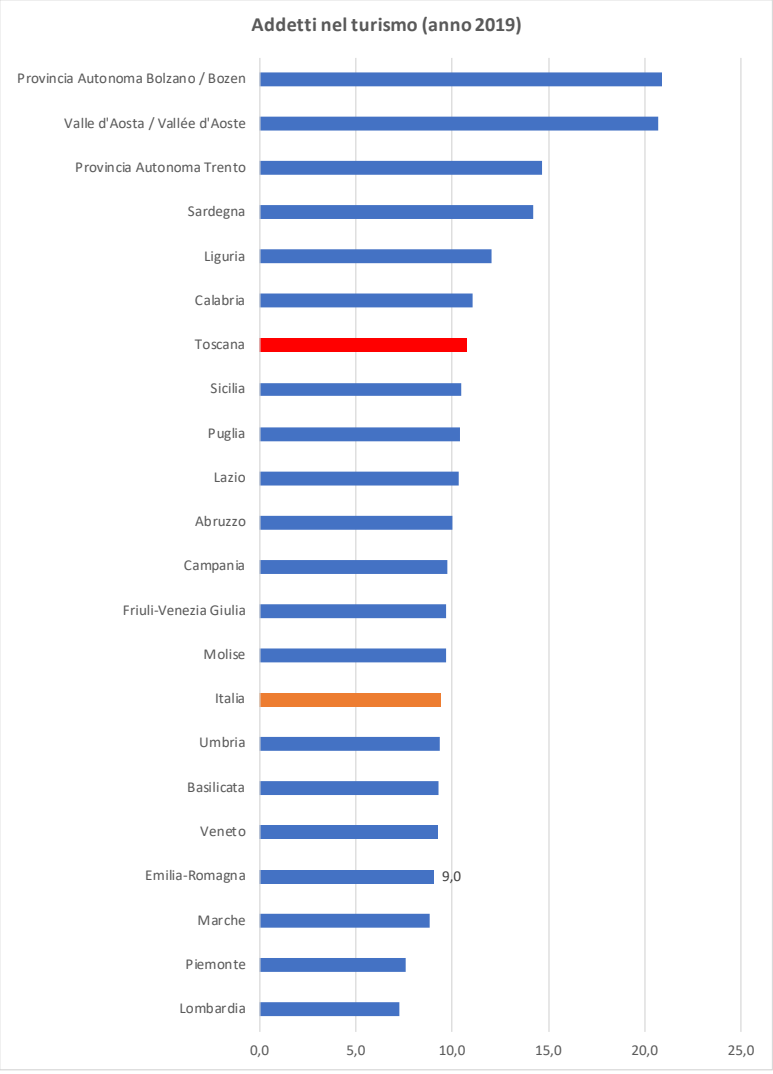
Rilevante è anche la sua quota di internazionalizzazione, grazie anche alla presenza delle sue Città, oltre che di attrattori di appeal internazionale (ad esempio il Chiantishire): su 48.077.301 notti trascorse dai turisti in Toscana oltre la metà (53,6%) proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%).

La distribuzione delle presenze tra il comparto alberghiero e quello extralberghiero denota, rispetto ad altre destinazioni italiane, l'approccio verso un turismo di tipo slow che si

“appoggia” su strutture non tradizionali: le presenze nelle strutture complementari rappresentano circa la metà degli ospiti (49,6% vs il 36% della media nazionale).

Lavoro

In Toscana i dati sugli addetti e le unità locali nel turismo si allineano con la media esistente a livello nazionale: si rilevano pertanto l’8,9% delle unità locali e il 10,7% degli addetti legati al turismo, dato questo che spicca rispetto alla media.



Fonte: ISTAT

L'importanza del comparto turistico per l'economia regionale si evidenzia anche dal numero dei nuovi assunti nel 2022 nel turismo, che risultano essere 70.410 lavoratori, pari al 7,5% del totale nel settore in Italia. Si tratta del dato più alto degli ultimi tre anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	6.730	2.830	4.380	8.590
Tempo determinato	43.540	23.450	41.460	48.700
Apprendisti	6.580	3.790	3.520	4.970
A chiamata	6.770	3.380	9.290	8.150

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 12,2% è a tempo indeterminato (in linea con il 12% nella media Italia)
- il 18% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 27,6% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	40
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	70
3 - Professioni tecniche	740
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	4.170
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	54.190
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	250
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	370
8 - Professioni non qualificate	10.590

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Viareggio del 2 settembre, sono emersi temi congiunturali e strutturali legati soprattutto alle condizioni di lavoro nel turismo, caratterizzate da sfruttamento e irregolarità, che privano il settore della qualità di cui ha bisogno per un pieno sviluppo del turismo nella regione Toscana.

TRENTINO

Offerta

Il Trentino (Provincia autonoma di Trento) è una delle regioni italiane che guida anche simbolicamente l'affermazione turistica di tutto il nostro Paese, in forza di una dedica strategica al turismo che, rispetto alla povertà di altre risorse, se si eccettua l'agricoltura, ha saputo farne un fattore ed un settore di successo.

Con 165.215 posti letto, pari al 3,2% del totale dei posti letto italiani, occupa il 14° posto della graduatoria tra regioni.

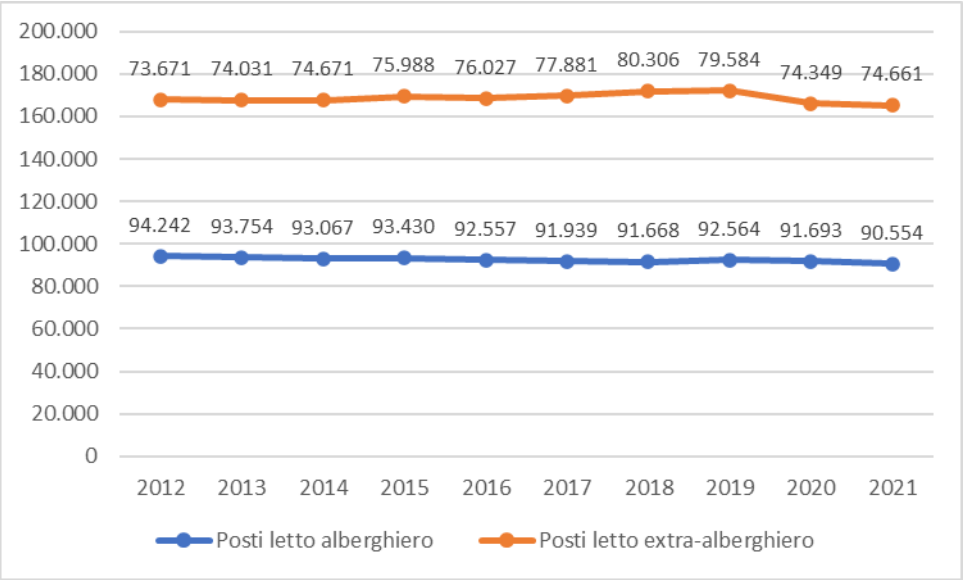
Il 55% delle strutture ricettive regionali (1.800 strutture) e il 45% dei posti letto (74.661) riguardano il comparto extra-alberghiero, che non ha però ancor amai sopravanzato la forza della componente alberghiera.

La connotazione della proposta turistica rimane ancora di livello medio-medio alto, piuttosto che non di eccellenza.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 15,6% del totale degli hotel (contro il 21,2% nella media Italiana) e il 23,3% dei posti letto (divario ancora più accentuato rispetto al 41,1% della media nazionale).

Negli ultimi dieci anni si è assistito ad una diminuzione contenuta della componente alberghiera, e ad un contenimento della crescita di quella extralberghiera, dopo un picco nel 2018.

I posti letto in Trentino, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

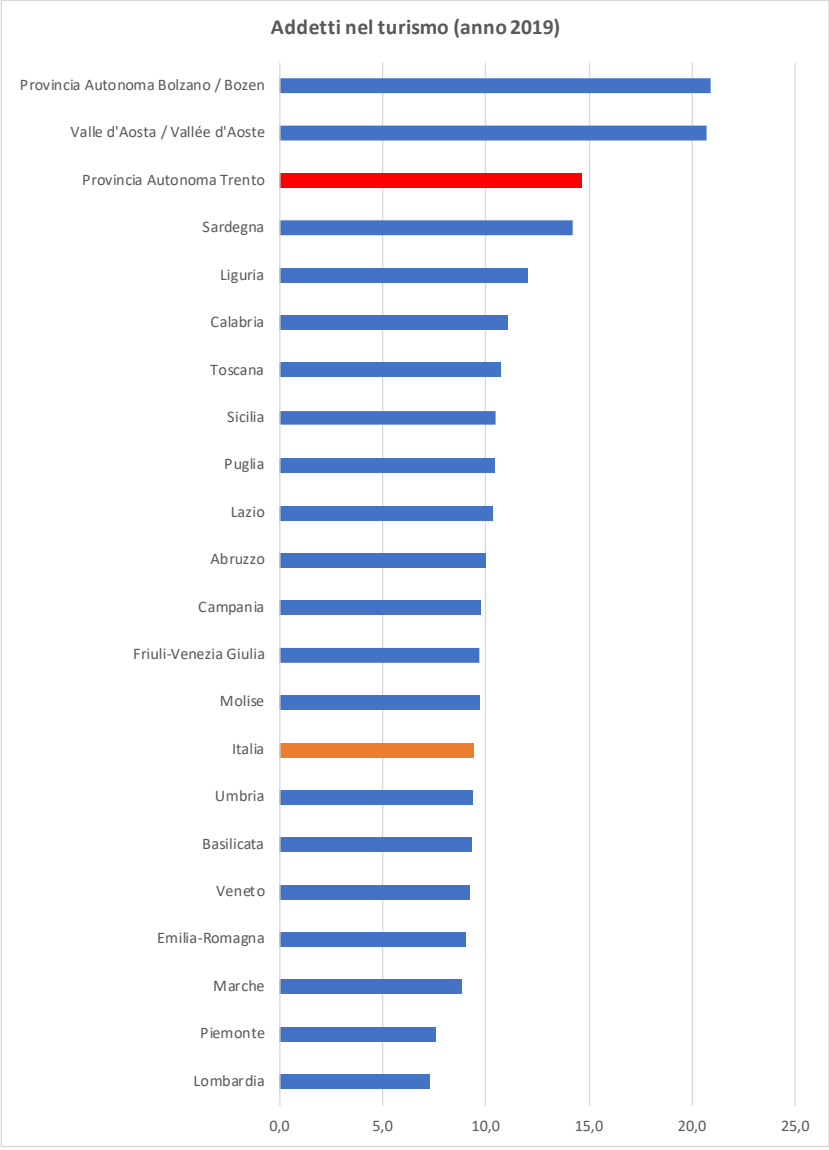
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Trentino si registravano 3,4% degli arrivi e il 14% delle presenze rispetto al totale nazionale. Già in questo forte squilibrio sta uno dei caratteri del turismo in Trentino, e cioè la permanenza lunga.

Il Trentino si trova all'8° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 18.431.051 notti trascorse dai turisti in Trentino, il 56,9% riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%). Anche questo valore dell'"export" è una particolarità molto importante, trainata da destinazioni come il Garda a fortissima internazionalizzazione di domanda.

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (71% vs il 64% della media nazionale).

In Trentino il 12,1% delle unità locali e il 14,7% degli addetti sono legati al turismo, uno dei massimi valori a livello nazionale.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 29.670 lavoratori, pari al 3,1% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	840	620	920	1620
Tempo determinato	23.300	14.740	25.910	25.700
Apprendisti	2.500	720	1.090	710
A chiamata	1.431	1.140	2.210	1.630

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Solo il 5,5% è a tempo indeterminato (12% nella media Italiana), per effetto della ancore forte stagionalità
- il 24% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 31,0% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	0
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	10
3 - Professioni tecniche	90
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	1.700
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	21.140
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	0
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	70
8 - Professioni non qualificate	6.660

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

UMBRIA

Offerta

L'Umbria è da qualche anno in fase di riposizionamento nel panorama turistico italiano, dove ha sinora sofferto di una posizione relativamente marginale, soprattutto per questioni legate alla sua morfologia: una Regione di piccole dimensioni, con un'offerta ricettiva limitata, e che inoltre non ha montagne sciabili e non affaccia sul mare, dovendo quindi limitare al lago Trasimeno i flussi estivi legati maggiormente al turismo balneare.

L'offerta territoriale è stata sinora molto basata sul capoluogo Perugia (anche per i suoi grandi eventi) e su Assisi, "seconda capitale" (dopo Roma) del turismo religioso, forte del culto di San Francesco.

Ci si avvia ora su percorsi turistici incentrati sugli attrattori culturali e ambientali, che hanno consentito di sviluppare cammini, itinerari e prodotti tematici finalizzati alla diversificazione e alla sostenibilità dell'offerta turistica, in linea con le nuove tendenze post COVID legate al cosiddetto slow and experiential tourism.

Con 87.961 posti letto, pari all'1,7% del totale dei posti letto italiani, occupa il 18° posto della graduatoria tra regioni.

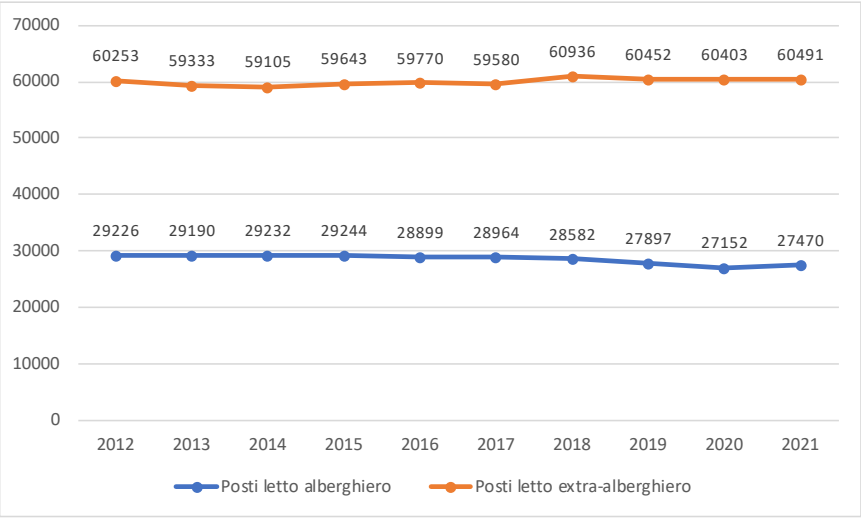
Si tratta di un'offerta fatta essenzialmente di strutture di piccole dimensioni, e non convenzionali: l'89% delle strutture ricettive regionali (3.844 strutture) ed il 69% dei posti letto (27.740) appartengono al comparto extralberghiero, comprensivo di molti campeggi in area lacuale.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 18,4% del totale delle strutture alberghiere (non sono lontani dalla media nazionale è del 21,2%), ed il 32% dei posti letto (e qui il divario con il 41,1% della media Italiana si amplifica).

Da sempre l'Umbria si è caratterizzata per un'offerta di tipo non tradizionale la cui numerosità è rimasta sostanzialmente stabile negli ultimi 10 anni (a differenza

dell'impennata nazionale), mentre per il comparto alberghiero si rileva una leggera contrazione, in linea con la media.

I posti letto in Umbria, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

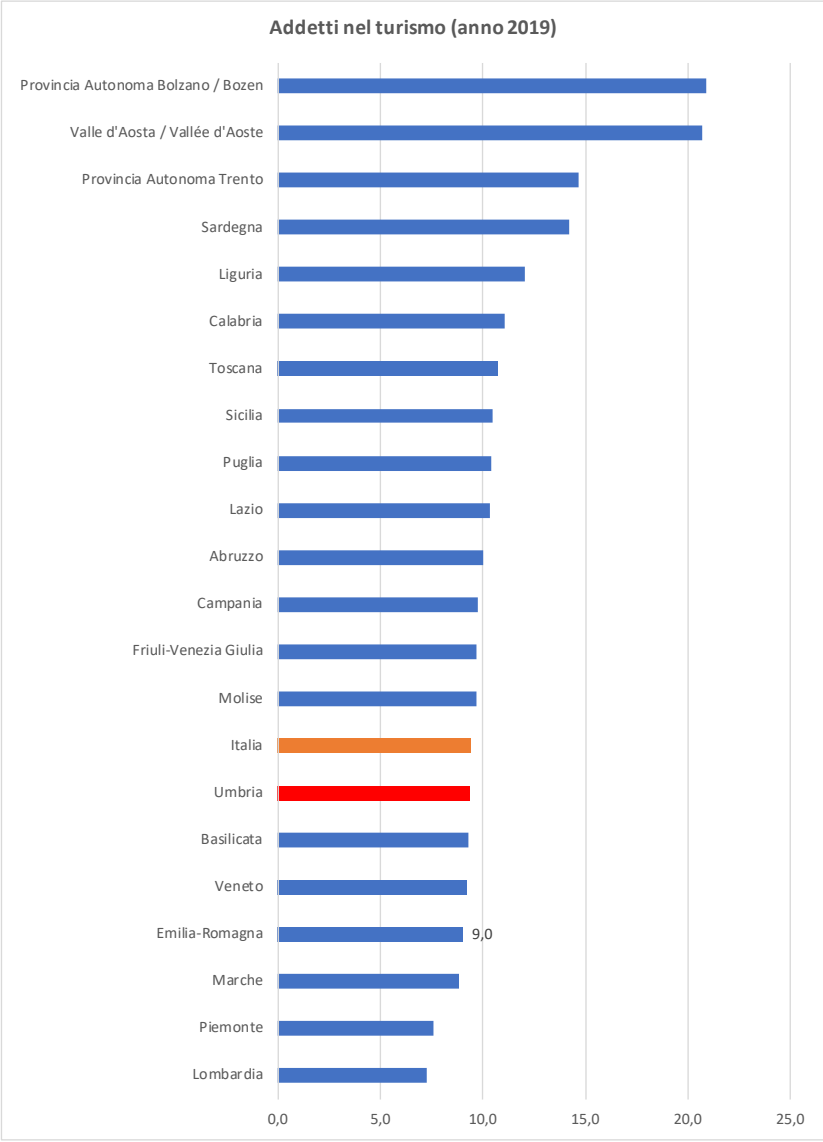
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Umbria si registravano l'1,9% degli arrivi e l'1,3% delle presenze sul totale nazionale, collocandola anche in questo caso al 18° posto nella graduatoria nazionale.

Su 5.889.224 notti trascorse dai turisti in Umbria circa un terzo (35,3%) proviene dall'estero (la media nazionale è del 51%), prevalentemente attratti dalle risorse lacuali.

Rispetto alla media nazionale si rileva una maggiore quota percentuale nelle strutture extralberghiere, che rappresentano comunque la componente principale del sistema ricettivo umbro: 47,7% le presenze nelle strutture complementari contro il 36% della media nazionale.

In termini occupazionali in Umbria l'8,3% delle unità locali e il 9,4% degli addetti sono legati al turismo, perfettamente in linea con quanto rilevato a livello nazionale.



Fonte: ISTAT

Anche se il dato si rileva essere il più alto degli ultimi 3 anni, ancora esigua è l'occupazione nel turismo: i nuovi assunti nel 2022 sono stati 11.840 lavoratori, pari all'1,3% del totale nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	1.940	1.150	790	1.570
Tempo determinato	5.030	2.080	5.220	6.630
Apprendisti	620	560	680	1.020
A chiamata	1.810	930	2.370	2.630

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 13,3% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 20% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 33,7% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	20
3 - Professioni tecniche	150
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	400
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	10.470
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	20
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	60
8 - Professioni non qualificate	730

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

VALLE D'AOSTA

Offerta

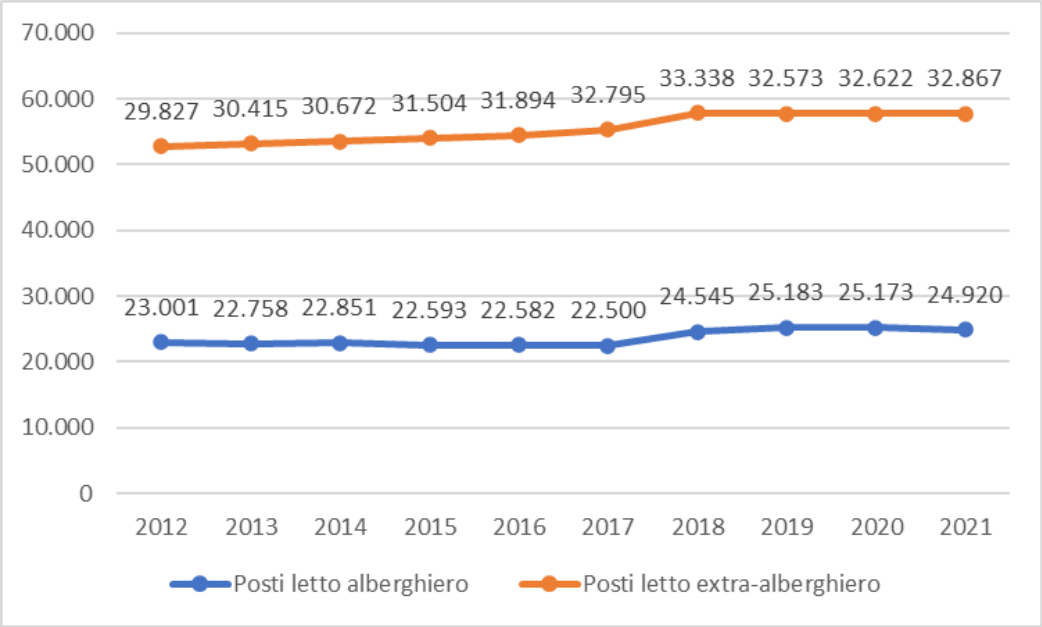
La Valle d'Aosta, nonostante la sua piccolissima dimensione sia geografica che demografica, conta ben 57.787 posti letto, pari al 1,2% del totale dei posti letto italiani, ed occupa il 19esimo posto della graduatoria tra regioni. Ma è il valore relativo del settore rispetto alla dimensione complessiva che la fa spiccare nel panorama nazionale.

Il 65% delle strutture ricettive regionali (828 strutture) e il 56% dei posti letto (32.867) riguardano il comparto extra-alberghiero.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 15,8% del totale degli hotel valdostani (21,2% nella media Italia) e il 29,2% dei posti letto (41,1% nella media Italia). Solo da pochi anni hanno iniziato a proporsi hotel a 5 stelle, prima inesistenti, a fronte di una domanda specifica crescente anche a livello internazionale.

Pertanto, negli ultimi dieci anni si è assistito ad una crescita del numero di strutture e di posti letto alberghieri e, ed anche di tipo extralberghiero, seppure non con ritmi analoghi a quelli di altre regioni.

I posti letto in Valle d'Aosta, per tipologia (serie storica)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ISTAT, 2023

Domanda

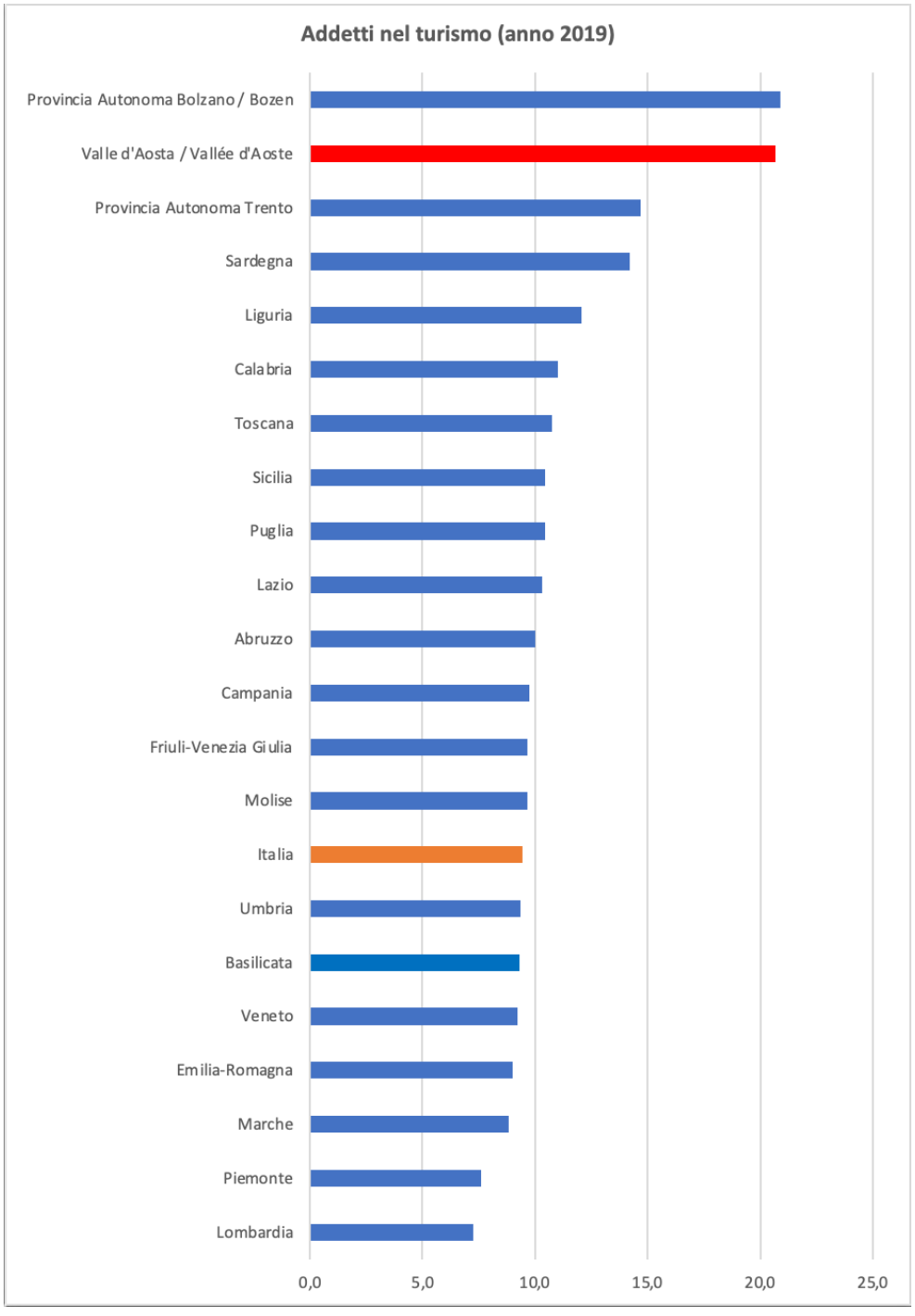
Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Valle d'Aosta si registravano l'1% degli arrivi e lo 0,8% delle presenze rispetto al totale nazionale.

La Valle d'Aosta si trova al 19° posto della graduatoria nazionale per numero di presenze.

Su 3.625.616 notti trascorse dai turisti in Valle d'Aosta, solo il 23% riguardavano turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture alberghiere (70%, vs il 64% della media nazionale).

In Valle d'Aosta il 16,2% delle unità locali e il 20,6% degli addetti sono legati al turismo. E' uno dei dati più importanti in Italia, che colloca la regione al secondo posto del ranking specifico.



Fonte: ISTAT

Nel 2022 sono stati assunti nel turismo 8.220 lavoratori, pari al 0,9% degli assunti nel settore in Italia.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	90	110	410	750
Tempo determinato	6.240	4.310	7.660	6.350
Apprendisti	960	410	550	720
A chiamata	360	340	400	410

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- il 9% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia), a sottolineare al ancor forte stagionalità invernale
- il 17% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 41,2% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	10
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata	10
3 - Professioni tecniche	200
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	380
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e	6.120
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	120
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e	0
8 - Professioni non qualificate	1.400

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

VENETO

Offerta

Il Veneto rappresenta una delle principali destinazioni turistiche italiane – la prima in termini assoluti di presenze - caratterizzata da grandi attrattori culturali, come le sue Città d'Arte, e dalla presenza di una varietà di destinazioni che attirano turisti con motivazioni diverse (le Dolomiti, la Laguna, i Lidi, la sponda veneta del Garda, ecc.).

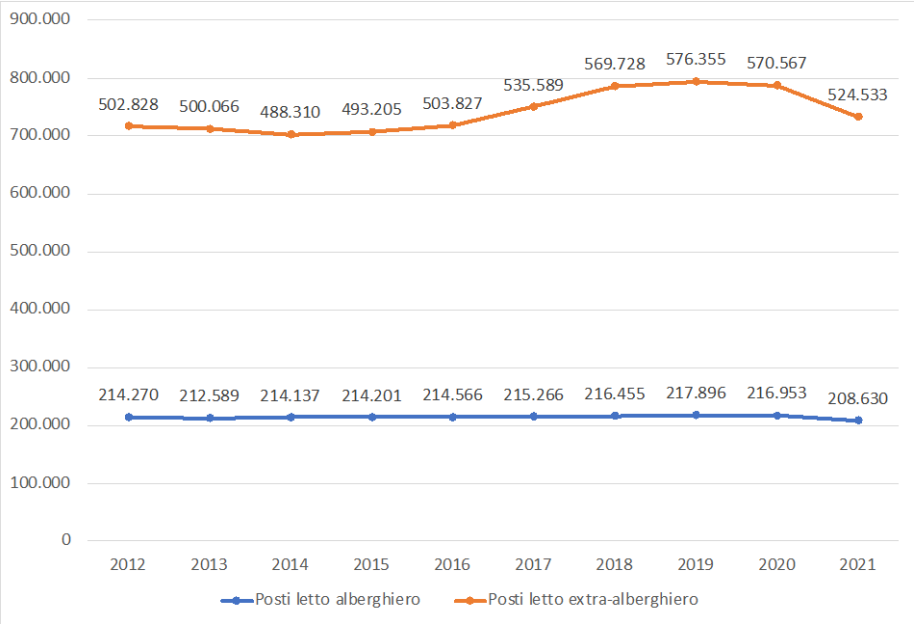
Con 733.163 posti letto, pari al 14,3% del totale dei posti letto italiani, occupa il 1° posto della graduatoria tra regioni.

Il 95% delle strutture ricettive regionali (56.706 strutture) e il 71% dei posti letto (524.553) riguardano il comparto extra-alberghiero, grazie alla la particolarità costituita dai Campeggi e Villaggi sui Lidi e sul Garda.

Gli hotel 4-5 stelle rappresentano il 22,3% del totale degli hotel veneti (21,2% nella media Italia) e il 42,6% dei posti letto (41,1% nella media Italia): dati quindi sostanzialmente allineati, in virtù dell'eterogeneità e della completezza della proposta regionale.

Negli ultimi dieci anni è rimasta sostanzialmente in variata l'offerta di posti letto alberghieri, mentre il comparto extralberghiero è notevolmente aumentato tra il 2016 ed il 2020, per poi subire una riduzione nell'ultimo anno, anche per effetto di controlli più stringenti in chiave antiabusivismo.

I posti letto in Veneto, per tipologia (serie storica)



Fonte: ISTAT, anni vari

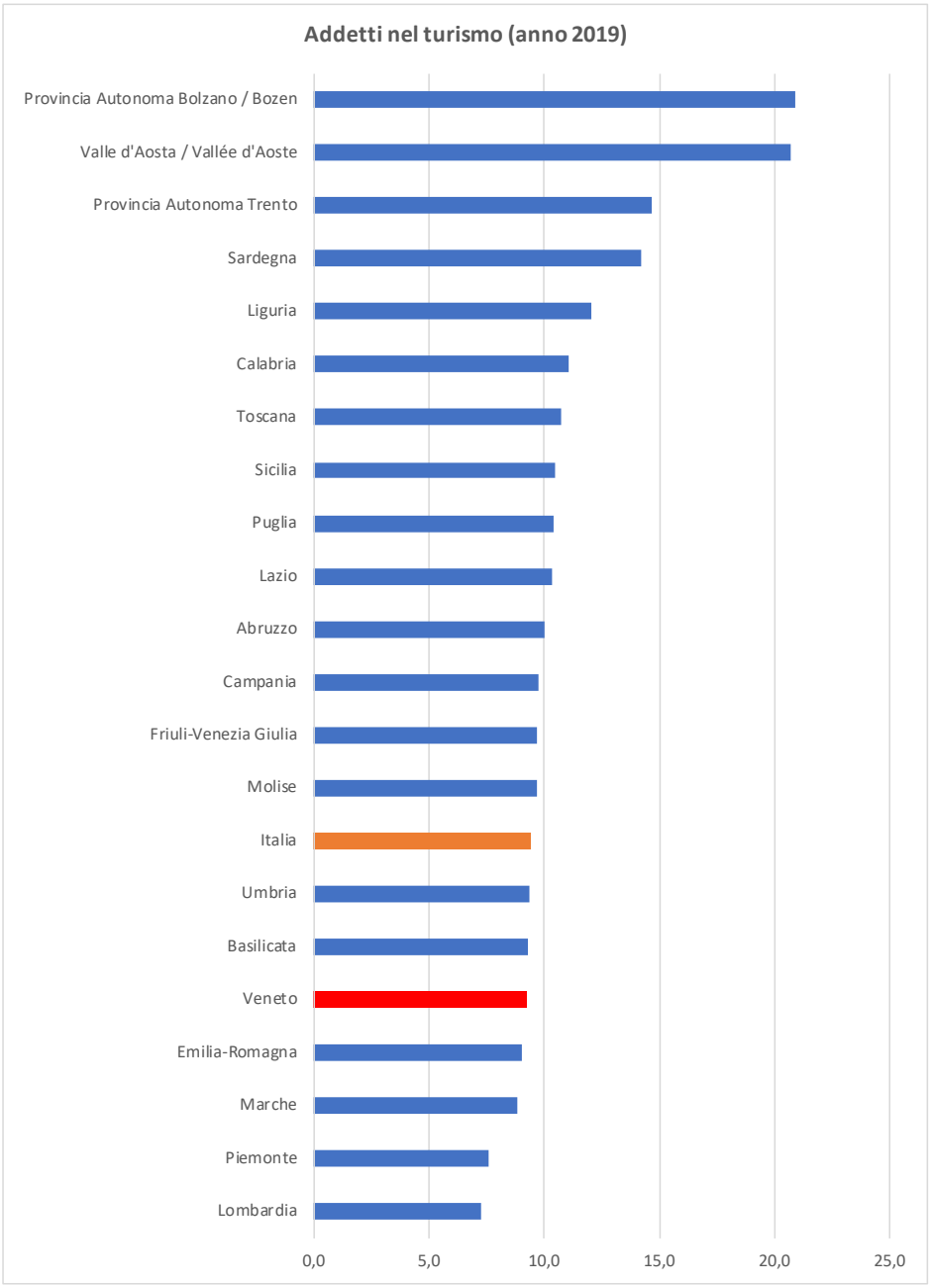
Domanda

Nel 2019 (ultimo dato significativo) in Veneto si registravano il 15,4% degli arrivi e il 16,3% delle presenze rispetto al totale nazionale. Come accennato, il Veneto si trova al primo posto della graduatoria nazionale anche per numero di presenze, oltre che per posti letto.

E' anche una delle Regioni più internazionalizzate, grazie anche alla presenza di Venezia: su 71.236.630 notti trascorse dai turisti in Veneto, il 67,6% riguardava turisti stranieri (in media in Italia il 51%).

Il maggior numero di presenze si rileva nelle strutture extra-alberghiere (54% vs il 36% della media nazionale).

In Veneto il 7,8% delle unità locali e il 9,2% degli addetti sono legati al turismo. Il dato è ancora al di sotto della media nazionale, sebbene il turismo rappresenti una componente fondamentale dell'economia regionale, data la forza e la varietà degli altri settori.



Fonte: ISTAT

Tale dato è però destinato a modificarsi visto che nel 2022 sono stati assunti nel turismo 93.900 lavoratori, pari al 9,9% degli assunti nel settore in Italia. Si tratta del dato più alto degli ultimi tre anni.

Assunti per tipologia di contratto ultimi 4 anni

	2019	2020	2021	2022
Tempo indeterminato	9.860	4.950	6.450	10.200
Tempo determinato	53.480	31.510	56.430	64.980
Apprendisti	7.240	4.010	4.360	6.210
A chiamata	10.280	7.580	14.490	12.510

Fonte: Elaborazioni SL&A su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Tra gli assunti:

- Il 10,9% è a tempo indeterminato (12% nella media Italia)
- il 19% sono immigrati (17% nella media Italia)
- il 33,5% è in sostituzione di un altro lavoratore (28,9% nella media Italia)

Figure professionali più richieste nell'ambito turistico

	Totale assunti
1 – Dirigenti	100
2 - Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	150
3 - Professioni tecniche	570
4 - Professioni esecutive nel lavoro d'ufficio	5.890
5 - Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	75.820
6 - Artigiani, operai specializzati e agricoltori	230
7 - Conduttori di impianti e operai di macchinari fissi e mobili	620
8 - Professioni non qualificate	10.510

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior 2022

Nel corso dell'incontro di Venezia del 22 giugno 2022 il dibattito si è incentrato -e non poteva essere diversamente- sulle questioni della città-simbolo del sovraturismo:

- rimarcando l'obbligo della sostenibilità in tutti i suoi aspetti
- evidenziando il rischio dell'illegalità (20.000 pernottanti non registrati)
- chiarendo che il turismo non è come una estrazione petrolifera
- che si tratta di conservare in tutti i modi la "verità" dei luoghi, promuovendone i valori piuttosto che non solo le bellezze
- affermando la necessità che la "moneta buona" dei turisti responsabili e rispettosi scacci quella cattiva dei predatori
- anche per prevenire ed evitare in prospettiva le crisi di rigetto da parte delle comunità locali
- affermando il concetto di limite e la durevolezza.

Nel corso dell'incontro di Verona del 30 settembre, invece, è emerso come:

- Senza lavoratori non c'è turismo
- Servono giuste condizioni di lavoro
- Svolta innovativa nella formazione dei lavoratori.