

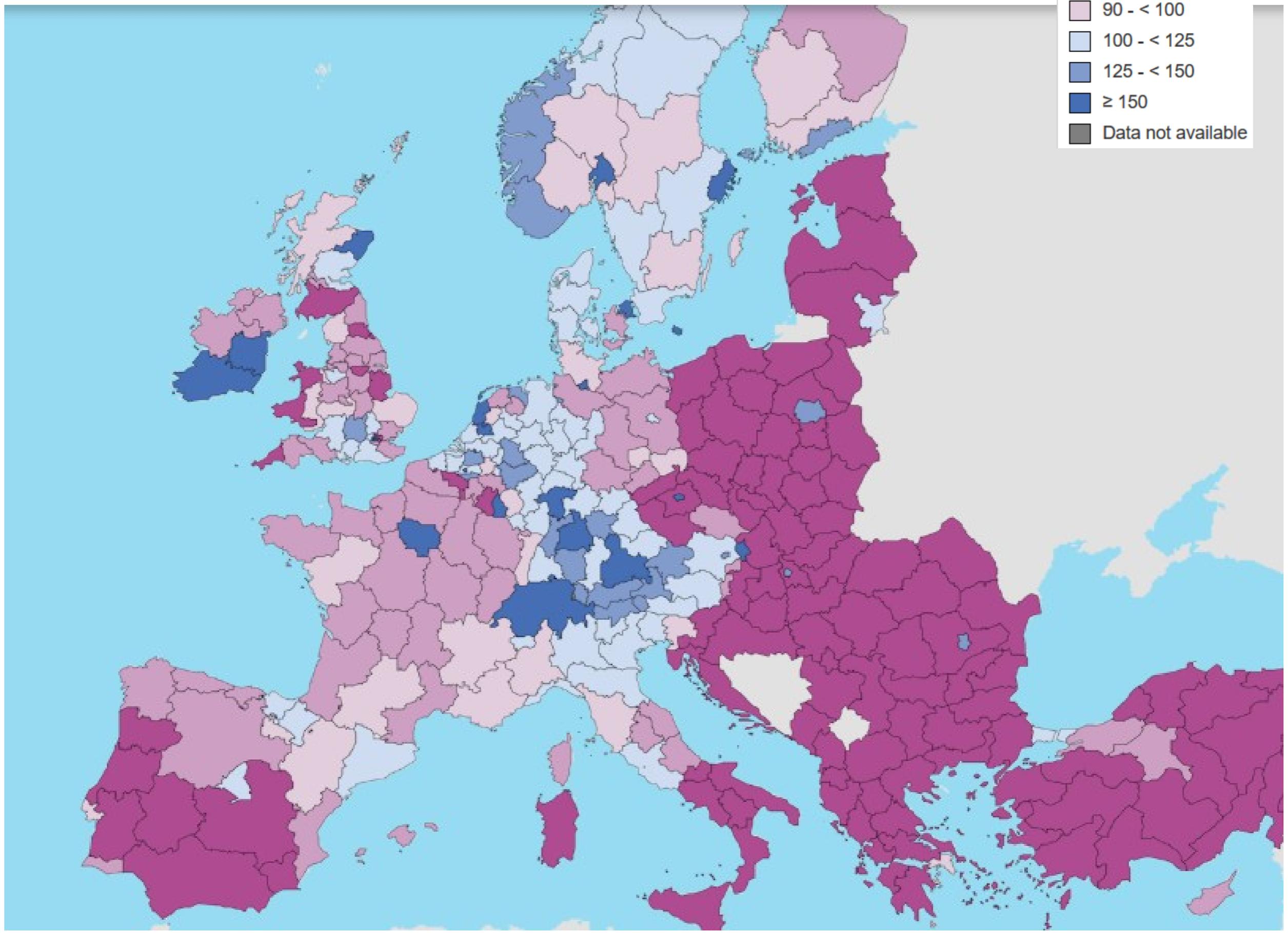
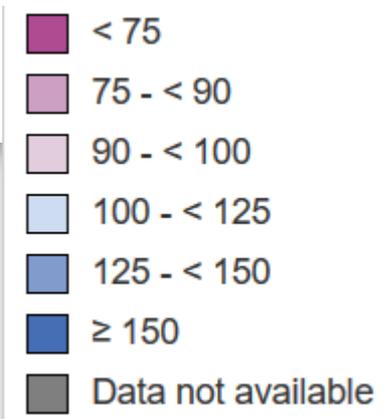
Italia



Caratteri fisici



Pil/capite

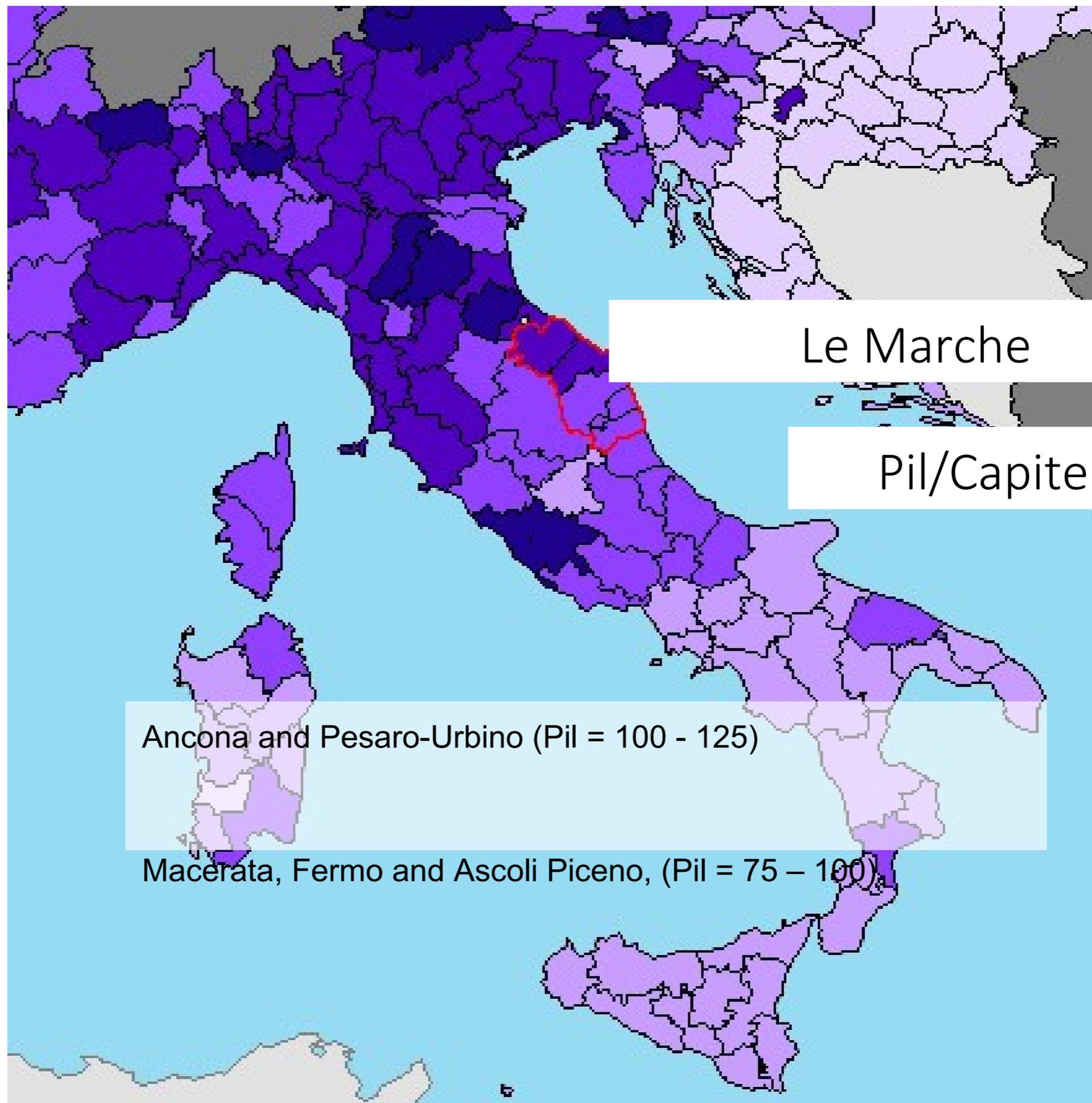


Nord Ovest

La Terza Italia

Sud
Mezzogiorno





Le Marche

Pil/Capite

Ancona and Pesaro-Urbino (Pil = 100 - 125)

Macerata, Fermo and Ascoli Piceno, (Pil = 75 - 100)

Divisione Tirreno Adriatico





- | | |
|-----|-----|
| A1 | A16 |
| A3 | A18 |
| A4 | A19 |
| A5 | A20 |
| A6 | A21 |
| A7 | A22 |
| A8 | A23 |
| A9 | A24 |
| A10 | A25 |
| A11 | A26 |
| A12 | A27 |
| A13 | A28 |
| A14 | A29 |
| A15 | A30 |
| | A31 |
| | A32 |



Le principali porte di accesso e i siti turistici



Alta Velocità



Turismo in Italia nel 2018

Movimento dei clienti e capacità degli esercizi ricettivi

Le città più visitate



33 mila esercizi alberghieri



183 mila esercizi extra alberghieri

record storico



429 milioni di presenze

+2%
rispetto al 2017

tutti i dati sono riferiti alle presenze dove non diversamente specificato

Viaggi e vacanze in Italia e all'estero

Anno 2018

VIAGGI ed ESCURSIONI

78 MILIONI e 940 MILA (+19,5%)

88,8% per vacanza
11,2% per lavoro



Il viaggio è uno spostamento fuori dal proprio comune con almeno un pernottamento.

L'escursione è uno spostamento fuori dal proprio comune senza pernottamento, con una durata di almeno 3 ore nel luogo.

83 MILIONI e 594 MILA (+19,5%)

64,3% per piacere, svago, vacanza
19,3% per visitare parenti, amici
5,1% per shopping
3,8% per formazione e cultura



MEZZI DI TRASPORTO

auto 59,2%
aereo 19,8%
treno 10,0%
pullman 3,8%
nave 3,4%



DESTINAZIONI

79,3% ITALIA (+16,7%)

(preferita la Puglia per le vacanze lunghe*, la Toscana per le vacanze brevi e la Lombardia per i viaggi di lavoro) *4 o più notti

20,7% ESTERO (+31,4%)

83,5% Europa (preferita la Spagna)

16,5% resto del mondo (preferiti gli USA)



ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO

56,2% prenotazione diretta
36,5% nessuna prenotazione
6,6% agenzia, tour operator

il 46% dei viaggi è prenotato via internet

PERNOTTAMENTI

431 MILIONI e 893 MILA (+13,5%)

alloggio privato 61,1%
struttura collettiva 38,9%



Turismo

Nel decennio che precede il 2019, le presenze turistiche, misurate in termini di notti trascorse dai clienti italiani e stranieri nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere del nostro Paese, erano cresciute a un tasso medio annuo del +1,5% e nel 2019 l'attività turistica in Italia aveva realizzato un record assoluto: **131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze negli esercizi ricettivi**

La quota di presenze dei turisti **stranieri** (non residenti), in particolare, aveva **superato** per il terzo anno consecutivo quella delle presenze domestiche (residenti)

Nel 2020 la pandemia e le conseguenti limitazioni degli spostamenti hanno determinato un crollo dei flussi turistici con la componente straniera diminuita in modo drammatico (**-70,3% rispetto al 2019**) e con una maggiore **sofferenza** per gli esercizi alberghieri (**-56,1%**)

Nel **2021** è iniziata una ripresa dei flussi e un parziale ritorno della clientela **estera** (+62,2% rispetto al 2020), ma nonostante i segnali di ripresa il bilancio consuntivo è risultato a fine anno ancora molto distante dai valori del 2019 (**-147,6 milioni di presenze**)

I dati provvisori relativi ai primi nove mesi del 2022 testimoniano una ripresa ulteriore ma non ancora tale da tornare ai livelli pre-pandemia.

Turismo

Continua la **ripresa** del turismo dall'estero nei primi 9 mesi del 2022

Nel periodo gennaio-settembre 2022 aumentano sia gli **arrivi** negli esercizi **ricettivi** italiani (+45,8%) che le **presenze** (+39,9%) rispetto allo stesso periodo del 2021

Le componenti della domanda turistica mostrano però un andamento sostanzialmente diverso, caratterizzato da un **aumento molto elevato degli arrivi e delle presenze dei clienti stranieri** (rispettivamente +102,5% e +91,0%) e da una crescita più contenuta per i clienti residenti (+16,8% di arrivi e +11,7% di presenze) rispetto al 2021, quando avevano avuto una performance molto positiva

Il bilancio dei primi nove mesi del 2022 si chiude con circa **174** milioni di presenze di clienti italiani e **164** milioni di clienti stranieri, con un sostanziale riequilibrio delle due componenti della domanda, che negli anni 2020 e 2021 avevano registrato una netta prevalenza della clientela domestica dovuta alle limitazioni della mobilità delle persone da e per l'estero

I primi segnali di ripresa dei flussi e il ritorno della clientela estera si erano intravisti già nel 2021. Gli arrivi e le presenze totali negli esercizi ricettivi nel nostro Paese erano risaliti rispettivamente a 78,7 milioni (+41,2% rispetto al 2020) e 289,2 milioni (+38,7%). Le presenze della clientela straniera erano aumentate del 62,2% e quelle dei residenti italiani del 28%

Turismo

Rispetto al 2020 l'incremento delle presenze turistiche in Italia nel 2021 è risultato di **10 punti percentuali superiore alla media dei 27 paesi dell'Unione Europea** (+37,8% contro +28,1%), segno che l'Italia ha anticipato rispetto agli altri Paesi il percorso di **ripresa** post-Covid. Per quanto riguarda l'Europa sembra che la ripresa dei flussi si stia concretizzando soprattutto nel 2022 (+56,3% le presenze nei primi nove mesi del 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021 e -5,9% rispetto allo stesso periodo del 2019)

A fronte di questi segnali di ripresa, il bilancio consuntivo dei primi nove mesi del **2022 risulta positivo ma non ancora al passo con i livelli pre-pandemici**: rispetto allo stesso periodo del 2019 mancano ancora all'appello circa 39 milioni di presenze, con un saldo negativo pari a -10,3% (in particolare -13,8% la clientela estera e -6,7% per quella italiana)

Turismo

Viaggi in Italia: una ripresa lenta ma continua

Nei primi nove mesi del 2022, i viaggi con pernottamento effettuati dai residenti negli esercizi collettivi in Italia sia per lavoro che per vacanze **cregono di circa un quinto** rispetto allo stesso periodo del 2021

La ripresa si concentra soprattutto nel **primo semestre** dell'anno, quando il venir meno delle restrizioni alla mobilità dovute alla pandemia contribuisce all'aumento dei flussi turistici, che si raddoppiano rispetto allo stesso periodo del 2021, **ma sono ancora il 70% degli spostamenti dei primi sei mesi del 2019**

Nel trimestre estivo (luglio-settembre) i viaggi si mantengono essenzialmente stabili e sui livelli del 2019

La ripresa degli spostamenti turistici nei primi nove mesi del 2022 è trainata dalle vacanze, in particolare da quelle brevi (1-3 notti), che registrano un incremento del 46,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

Le vacanze lunghe, invece, confermano il recupero sul 2019 già osservato lo scorso anno per i mesi da luglio a settembre

Turismo

Viaggi in Italia: una ripresa lenta ma continua

I viaggi svolti per **motivi di lavoro** nei primi nove mesi del 2022 sono circa 1,8 milioni; si assiste a un aumento degli spostamenti per partecipare a **congressi**, **convegni** e **seminari** che, nel periodo considerato, raggiungono il 13,5% e, dopo aver registrato per due anni una forte contrazione (erano circa il 7% nel biennio 2020-2021), si avvicinano ai viaggi per **riunioni d'affari** (14,4%), che si confermano la motivazione più frequente per spostarsi per lavoro

Come di consueto, le vacanze di piacere/svago continuano ad essere la motivazione principale (92,2%), mentre quelle per visite a parenti e amici sono molto contenute e pari ad appena il 5,3%

Nel periodo considerato il settore **alberghiero** beneficia della **ripresa** in misura maggiore rispetto agli alloggi **extraalberghieri**, segnando una crescita degli spostamenti di circa il 27% rispetto allo stesso periodo del 2021, grazie soprattutto all'aumento dei viaggi nel primo semestre.

Gli alberghi stanno progressivamente recuperando quanto perso a causa della pandemia; anno dopo anno, le divergenze rispetto al periodo pre-Covid si stanno riducendo: da -34,7% registrato nei primi nove mesi del 2020 sul 2019 a -17,2% dello stesso periodo del 2022 sul 2019

PROSPETTO 1. ARRIVI, PRESENZE E PERMANENZA MEDIA PER TIPO DI ESERCIZI RICETTIVI E RESIDENZA DEI CLIENTI. Anno 2022, valori assoluti in migliaia; variazioni percentuali 2022/2021 e 2022/2019 per i primi nove mesi dell'anno; differenza in numero di notti per le permanenze medie

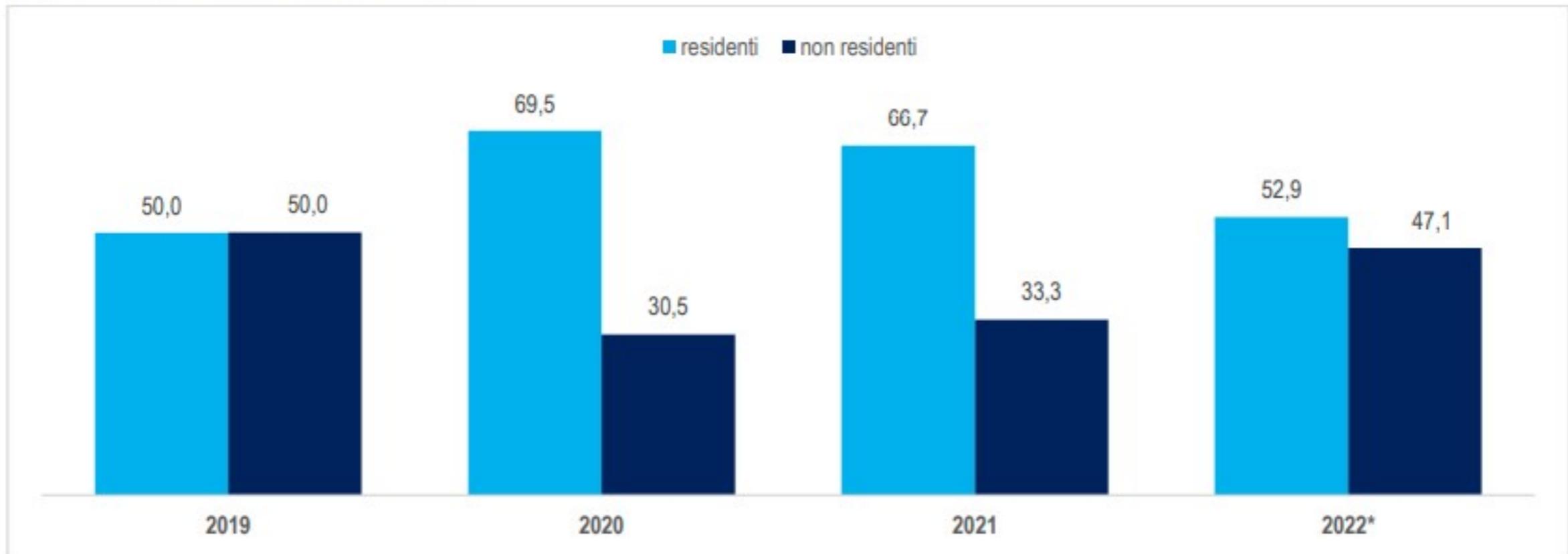
	Valori assoluti 2022			Var. % 2022/2021 (differenza per PM)			Var. % 2022/2019 (differenza per PM)		
	Arrivi	Presenze	Permanenza media	Arrivi	Presenze	Perman. media	Arrivi	Presenze	Perman. media
ESERCIZI ALBERGHIERI									
Residenti	34.201	109.439	3,20	20,1	17,6	0,80	-14,7	-7,9	0,23
Non residenti	27.227	92.354	3,39	118,7	116,4	0,16	-30,0	-21,7	0,36
Totale	61.429	201.793	3,29	50,1	48,6	0,19	-22,2	-14,8	0,29
ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI									
Residenti	12.960	64.528	4,98	8,8	3,1	-2,26	-4,6	-4,7	-0,01
Non residenti	14.625	71.572	4,89	77,9	65,9	-6,14	-5,4	-0,8	0,22
Totale	27.585	136.099	4,93	37,0	28,7	-0,06	-5,0	-2,7	0,12
TOTALE									
Residenti	47.162	173.967	3,69	16,8	11,7	0,55	-12,1	-6,7	0,21
Non residenti	41.852	163.925	3,92	102,5	91,0	-0,49	-23,0	-13,8	0,42
Totale	89.014	337.892	3,80	45,8	39,9	0,12	-17,6	-10,3	0,31

Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

Istat

FIGURA 1. PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER RESIDENZA DEI CLIENTI.

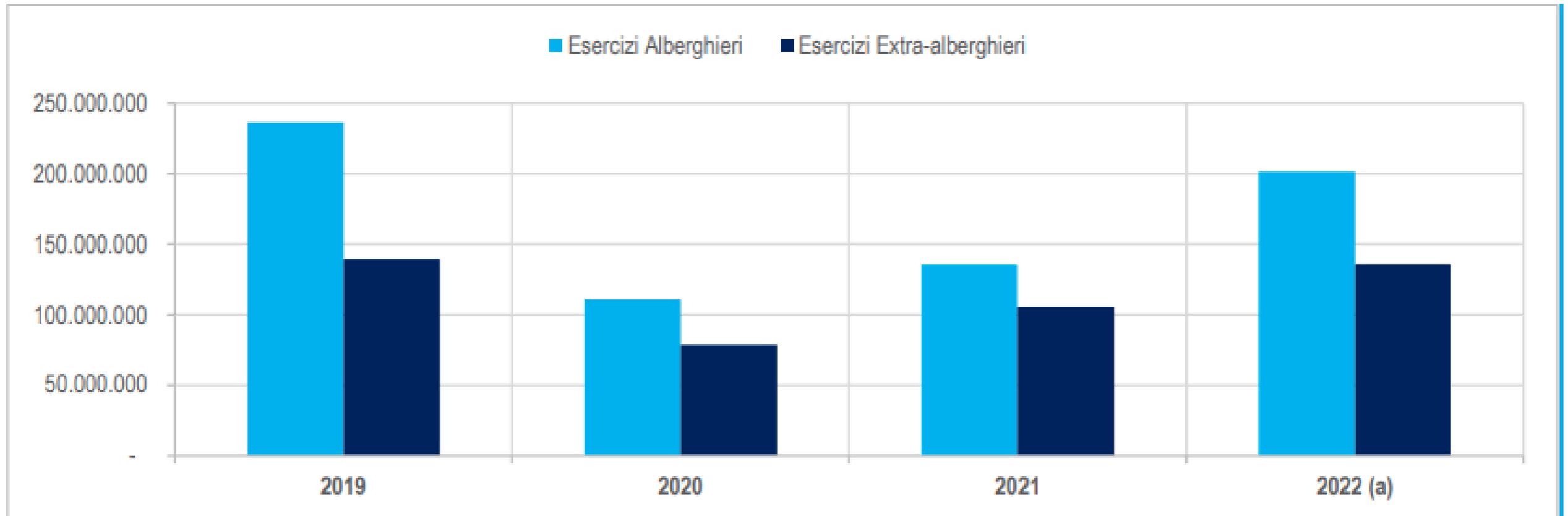
Anni 2019 – 2022, composizione percentuale



Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

Istat

FIGURA 2. PRESENZE PER TIPOLOGIA RICETTIVA NEI PRIMI NOVE MESI DELL'ANNO. Anni 2019-2022 (a),
valori assoluti

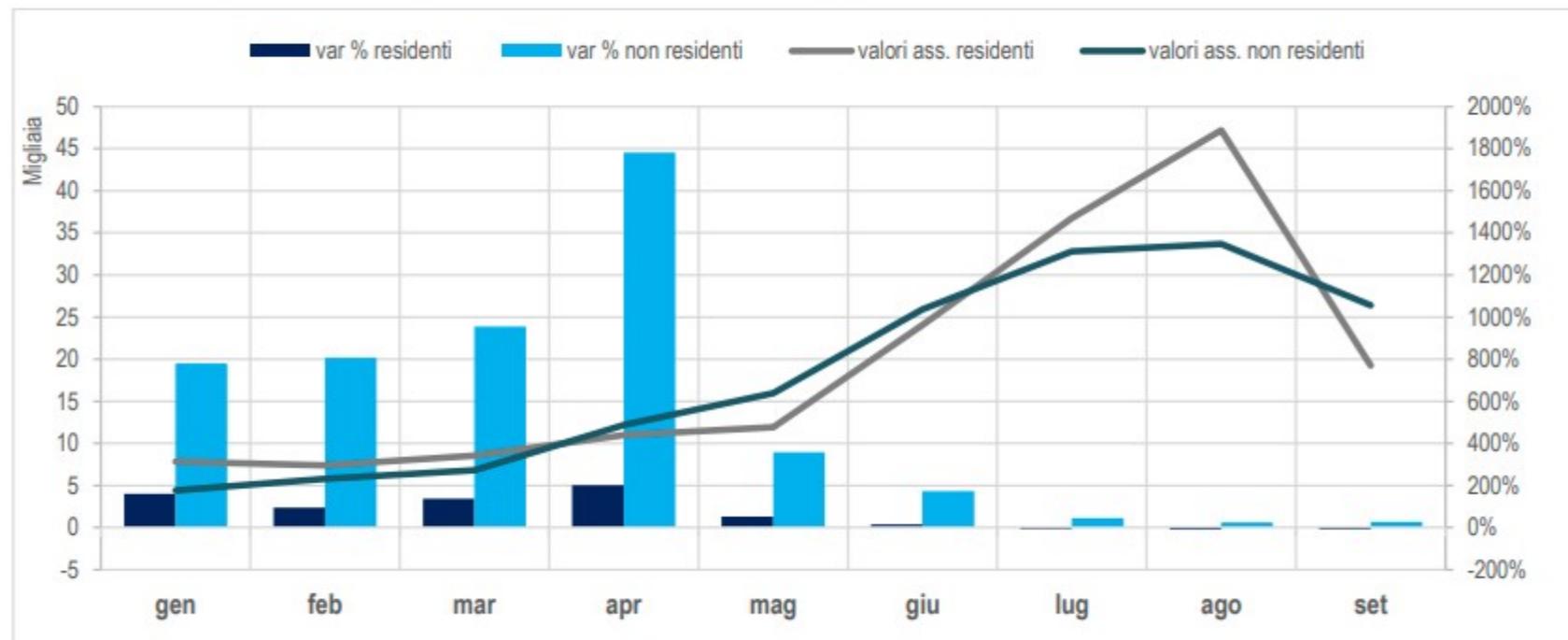


Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

(a) dati provvisori

Istat

FIGURA 3. PRESENZE PER MESE E RESIDENZA DEI CLIENTI NEI PRIMI NOVE MESI. Anno 2022, valori assoluti in migliaia e variazioni percentuali 2022/2021 mese su mese (a)



Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (a) 2022 dati provvisori.

PROSPETTO 2. ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER RESIDENZA DEI CLIENTI (a).

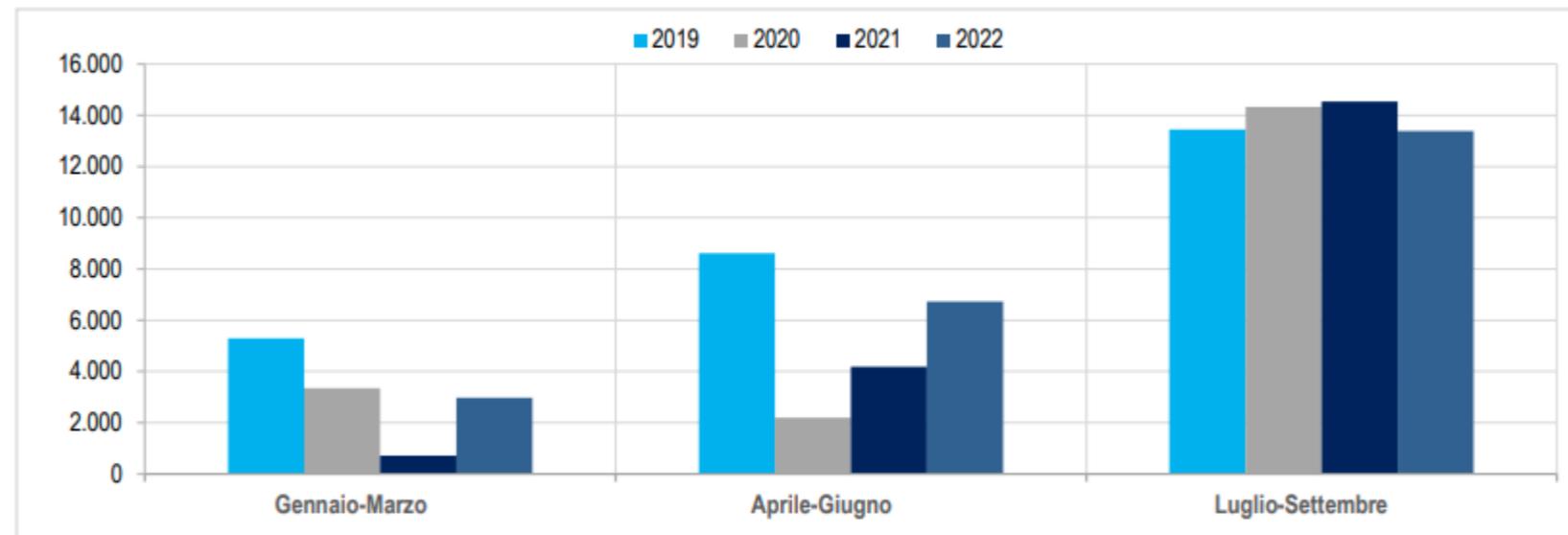
III trimestre 2022, variazioni % 2022 su 2021 e 2019

	VARIAZIONI %	
	III trim 2022/III trim 2021	III trim. 2022/III trim. 2019
RESIDENTI		
Arrivi	-11,5	-4,3
Presenze	-8,5	-3,7
NON RESIDENTI		
Arrivi	33,2	-13,4
Presenze	31,9	-5,7
TOTALE		
Arrivi	6,0	-9,0
Presenze	7,1	-4,7

Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (a) dati provvisori

FIGURA 5. VIAGGI NEGLI ESERCIZI RICETTIVI IN ITALIA PER TRIMESTRE (a).

Gennaio-settembre 2019-2022, valori assoluti in migliaia



Fonte: Istat, Viaggi e vacanze
(a) 2022 dati provvisori

PROSPETTO 3. OCCUPATI NEL SETTORE DEL TURISMO PER TRIMESTRE. Anni 2019-2022, valori assoluti in migliaia e variazioni percentuali; I trimestre 2019 = 100

TIPO DI INDUSTRIE	2019				2020				2021				2022	
	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.
VALORI ASSOLUTI														
	327	404	456	335	329	276	339	230	162	270	379	271	277	400
	1.571	1.662	1.728	1.606	1.530	1.401	1.578	1.331	1.094	1.360	1.667	1.495	1.485	1.624
	1.898	2.065	2.184	1.940	1.858	1.678	1.917	1.561	1.255	1.630	2.046	1.766	1.762	2.025
VARIAZIONI %														
	100	123	139	102	101	85	104	70	50	83	116	83	85	123
	100	106	110	102	97	89	100	85	70	87	106	95	95	103
	100	109	115	102	98	88	101	82	66	86	108	93	93	107

Fonte: Istat, Forze di lavoro

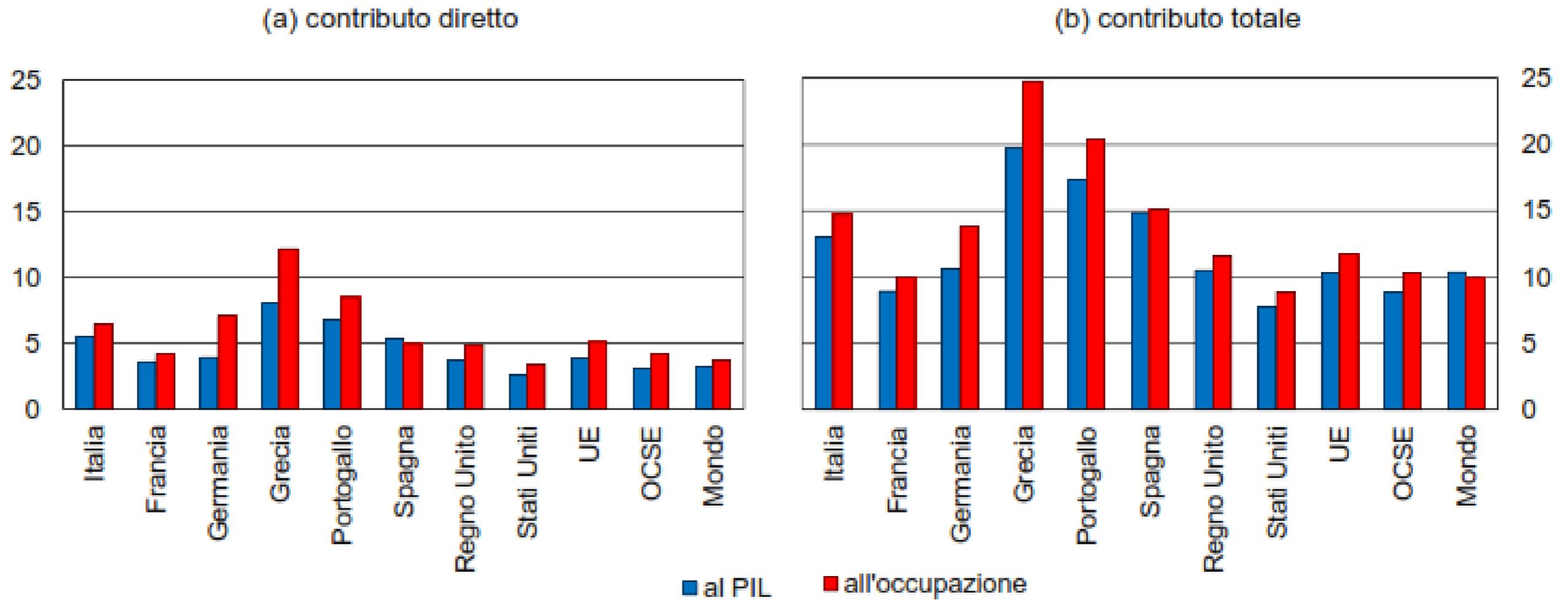
Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica nel 2015

(milioni di euro e valori percentuali)

BRANCA DI ATTIVITÀ ECONOMICA	VA complessivo	VA attribuibile al turismo	Incidenza sul VA turistico totale	Incidenza del turismo sul VA totale della branca
	(a)	(b)	(c)	(d)=(b)/(a)
Industrie turistiche	190.193	62.729	71,4	33,0
<i>Servizi alloggio visitatori (escluse seconde case)</i>	14.829	14.662	16,7	98,9
<i>Servizi alloggio associati alle seconde case</i>	27.138	27.133	30,9	100,0
<i>Ristorazione</i>	33.727	7.061	8,0	20,9
<i>Trasporto ferroviario passeggeri</i>	3.937	2.222	2,5	56,4
<i>Trasporto su strada passeggeri</i>	3.538	1.105	1,3	31,2
<i>Trasporto marittimo passeggeri</i>	3.264	1.121	1,3	34,4
<i>Trasporto aereo passeggeri</i>	817	804	0,9	98,4
<i>Noleggio attrezzature per trasporto</i>	3.761	210	0,2	5,6
<i>Agenzie di viaggio, operatori turistici e altro</i>	1.852	1.764	2,0	95,3
<i>Servizi culturali</i>	6.806	691	0,8	10,2
<i>Sport e ricreazione</i>	6.636	633	0,7	9,5
<i>Commercio al dettaglio</i>	83.887	5.321	6,1	6,3
Altre industrie	1.294.893	25.094	28,6	1,9
Totale	1.485.086	87.823	100,0	5,9

Fonte: Istat, Conto Satellite del Turismo per l'Italia.

Il contributo del turismo al PIL e all'occupazione nel 2017 (1)
(quote percentuali)

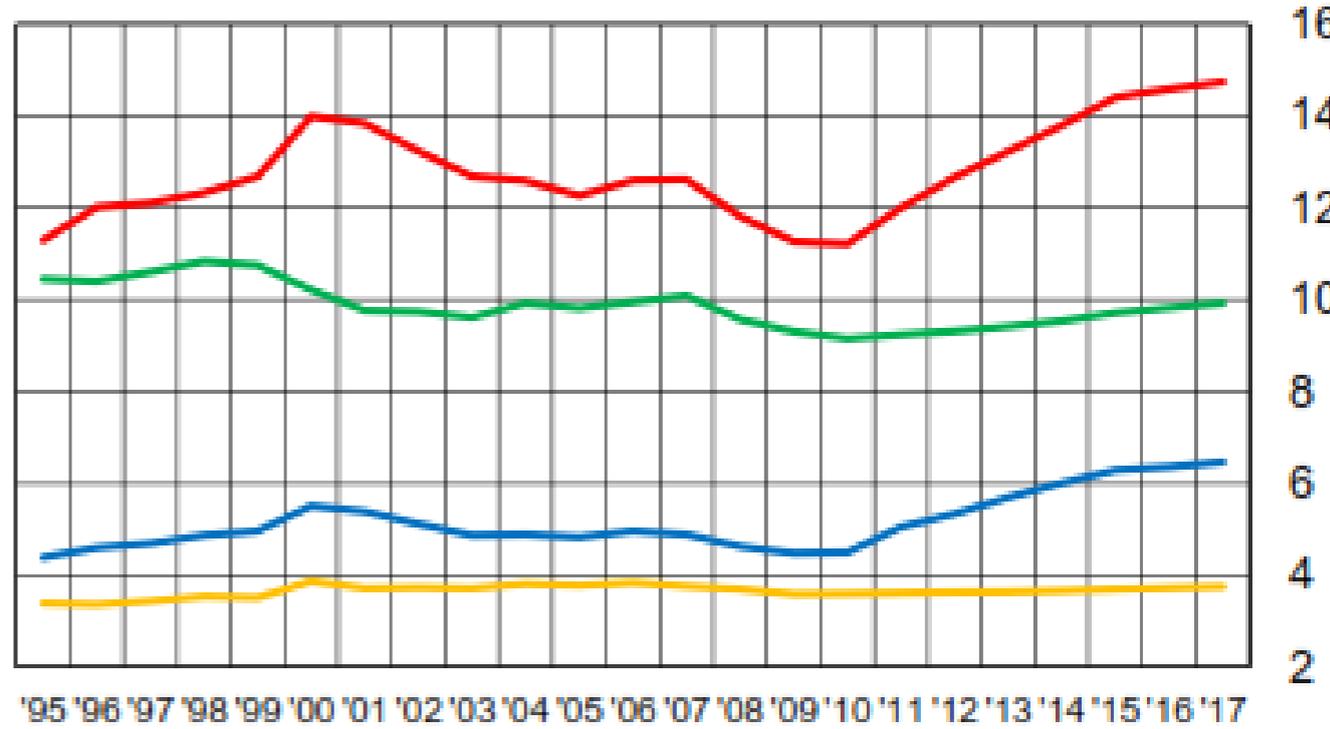
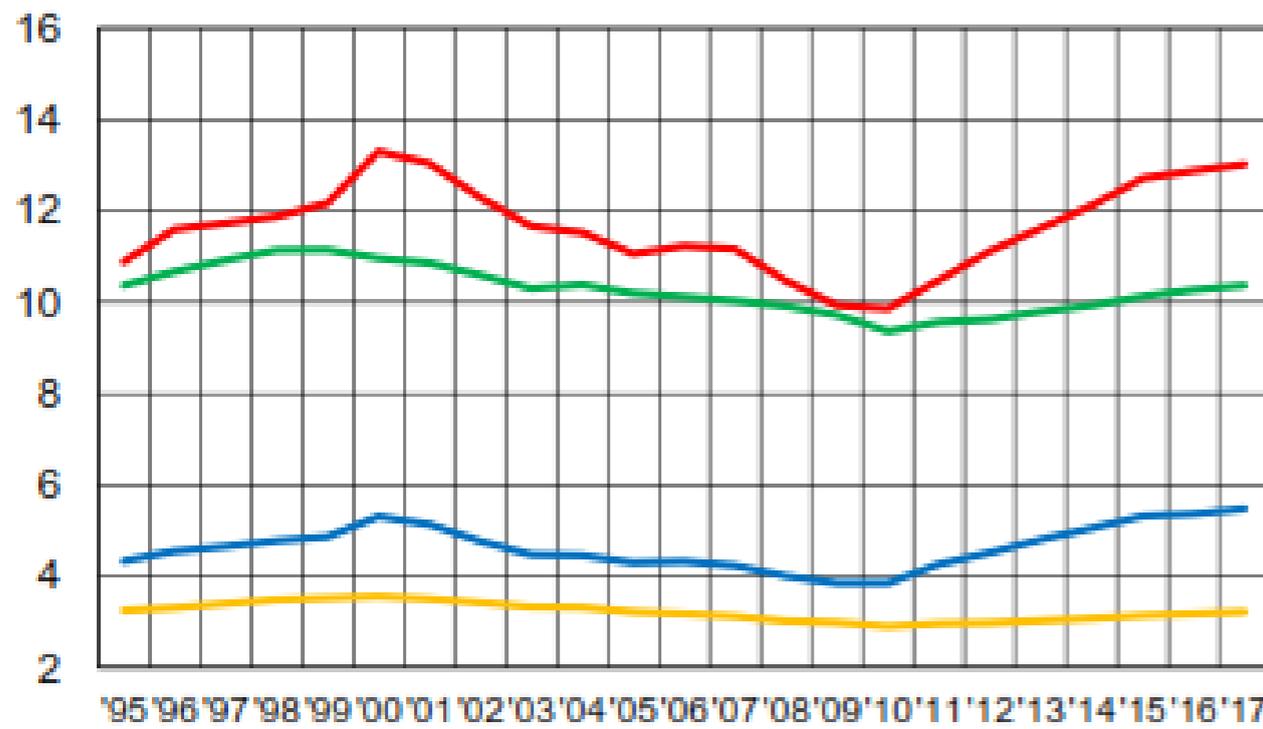


Fonte: dati World Travel and Tourism Council.

Andamento del contributo del turismo al PIL e all'occupazione (1)
(quote percentuali)

(a) contributo al PIL

(b) contributo all'occupazione



— contributo diretto Italia

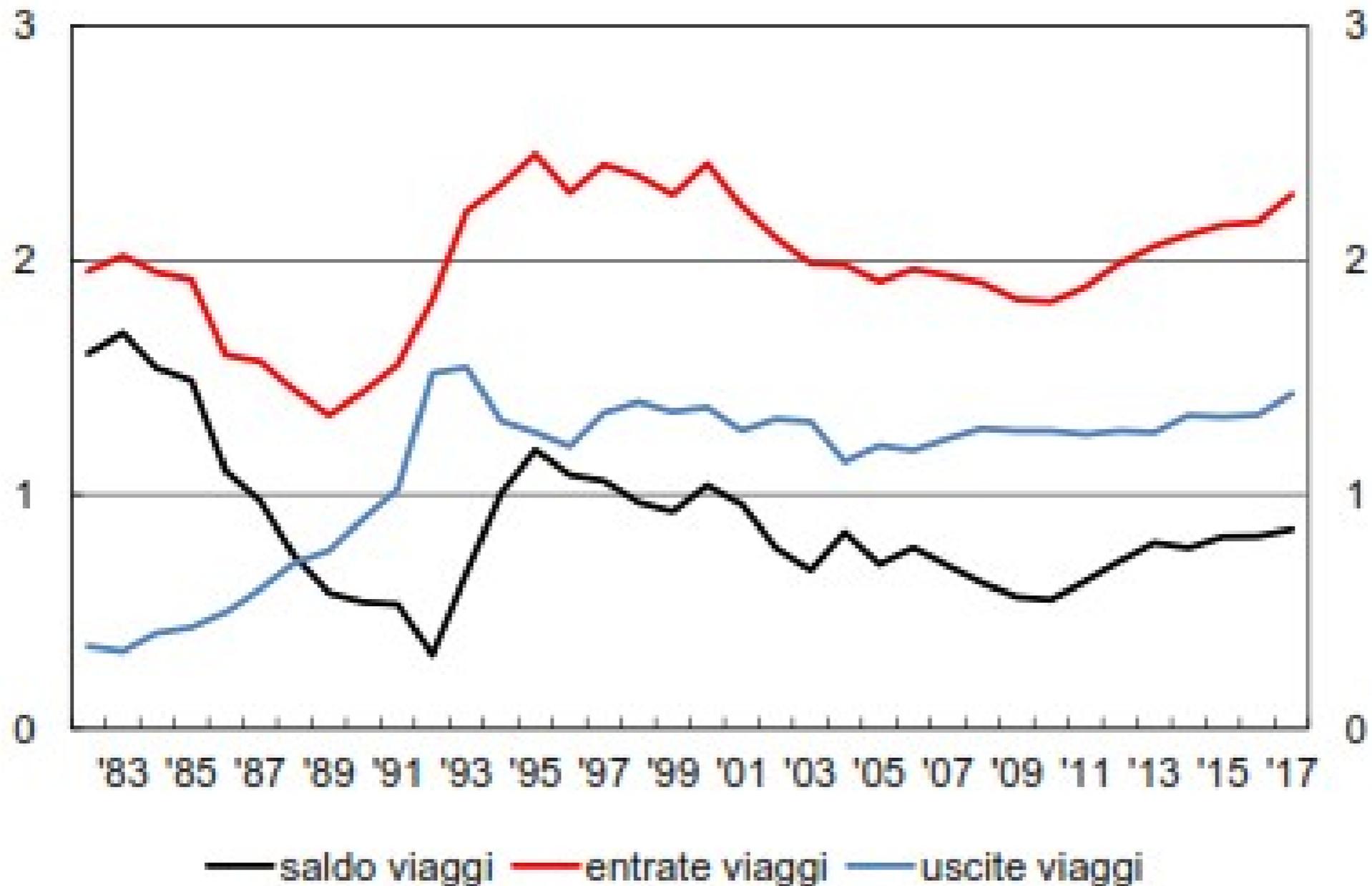
— contributo totale Italia

— contributo diretto mondo

— contributo totale mondo

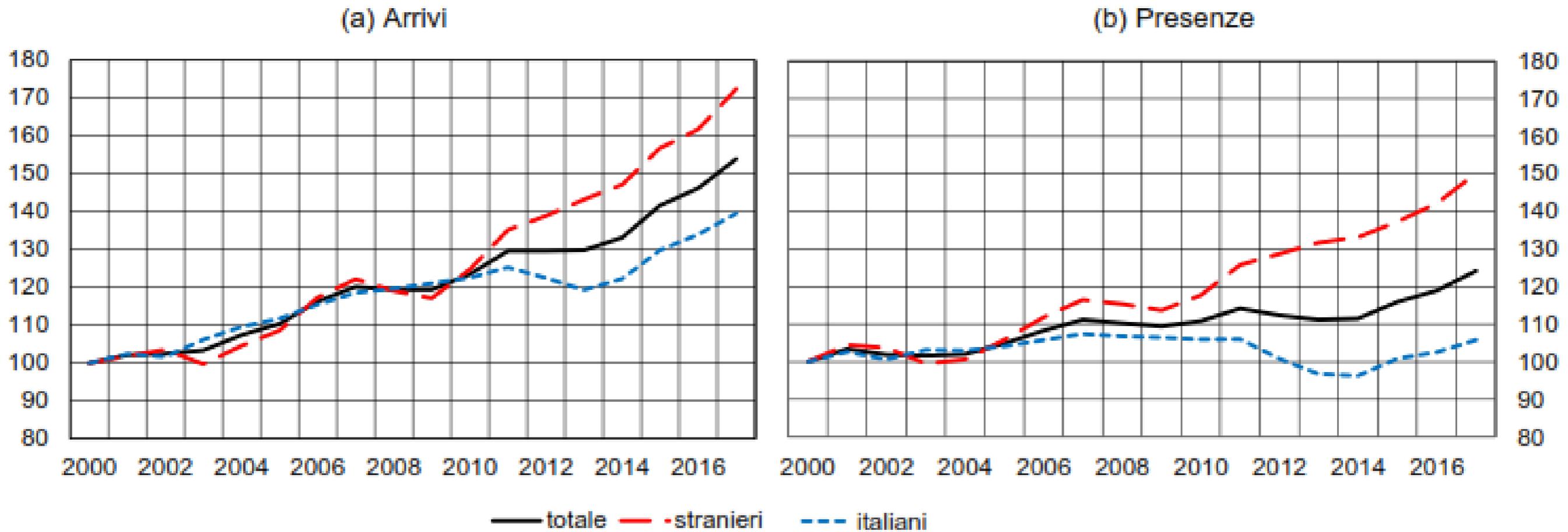
Fonte: dati World Travel and Tourism Council.

La bilancia dei pagamenti turistica in Italia
(in percentuale del PIL)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia e Istat.

Arrivi e presenze di turisti in Italia
(numeri indice: 2000 = 100)



Banca d'Italia

Tavola 2.1

Presenze di turisti stranieri in Italia per paese di provenienza

(quote percentuali dei singoli paesi sul totale dei turisti stranieri)

	2000	2007	2009	2014	2015	2016	2017
UE 15 esclusa Italia	70,6	65,3	66,6	61,4	60,4	61,6	60,4
Austria	5,9	4,8	5,1	4,6	4,6	4,5	4,5
Belgio	2,4	2,5	2,8	2,5	2,5	2,5	2,3
Germania	37,3	28,4	29,6	28,1	27,7	28,4	28,2
Francia	6,5	6,3	6,6	6,4	6,8	6,7	6,5
Paesi Bassi	4,7	5,9	6,8	5,6	5,3	5,4	5,2
Spagna	2,2	3,2	3,0	2,5	2,4	2,5	2,5
Regno Unito	6,8	8,0	6,6	6,4	6,5	6,5	6,3
Polonia	1,8	1,8	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6
Svizzera	4,6	4,4	4,6	5,0	5,2	5,3	5,1
Russia	0,8	2,1	2,1	3,7	2,3	2,0	2,4
Cina	0,5	0,8	0,8	1,9	2,8	2,2	2,4
Giappone	2,4	1,8	1,6	1,4	1,2	1,0	0,9
Stati Uniti d' America	6,7	7,8	6,3	6,4	6,1	5,8	6,0
Incidenza dei turisti stranieri sul totale	41,4	43,4	43,0	49,4	49,0	49,5	50,1

Fonte: Istat.

Banca d'Italia

Tavola 2.2

Presenze di turisti italiani per macroarea di provenienza e di destinazione

(quote e variazioni percentuali)

MACROAREA DI PROVENIENZA	macroarea di destinazione			
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
	incidenza sulle presenze di italiani della macroarea di destinazione nel 2017			
Nord Ovest	59,5	33,1	26,6	20,6
Nord Est	12,3	40,1	15,4	11,8
Centro	12,4	16,0	37,0	20,0
Sud e Isole	15,7	10,9	21,1	47,6
	variazioni percentuali nel periodo 2010-2017			
Nord Ovest	-7,4	5,2	3,2	0,3
Nord Est	19,7	-8,2	7,7	-2,5
Centro	20,8	-1,4	3,9	-5,7
Sud e Isole	33,3	-1,4	7,3	-3,5
Totale Italia	3,5	-2,3	4,2	-3,1

Fonte: Istat.

Presenze di turisti stranieri per paese di provenienza e macroarea di destinazione*(quote e variazioni percentuali)*

PAESE DI PROVENIENZA	macroarea di destinazione			
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
	incidenza sulle presenze di stranieri nella macroarea di destinazione nel 2017			
UE 15 esclusa Italia	57,0	69,3	46,1	61,5
Austria	1,9	7,7	1,6	2,7
Belgio	2,9	1,9	2,4	2,7
Germania	21,8	41,8	13,2	19,1
Francia	8,0	3,5	6,5	13,5
Paesi Bassi	6,7	4,7	6,0	3,4
Spagna	2,4	1,3	4,4	2,9
Regno Unito	7,4	4,1	6,6	11,1
Polonia	2,0	3,1	2,1	2,8
Svizzera	6,5	5,0	3,8	5,8
Russia	2,7	2,2	2,4	2,6
Cina	2,8	1,5	4,7	0,8
Giappone	1,1	0,4	1,7	0,9
Stati Uniti d' America	4,8	2,9	12,7	6,1
Incidenza dei turisti stranieri sul totale	51,8	54,9	51,8	36,7

Banca d'Italia

variazioni percentuali nel periodo 2010-2017

UE 15 esclusa Italia	34,9	20,6	-4,1	34,1
Austria	21,9	17,2	-11,1	20,6
Belgio	30,5	7,5	-3,9	25,3
Germania	42,4	26,2	1,1	19,9
Francia	62,3	7,9	8,4	49,5
Paesi Bassi	3,7	-3,4	2,8	27,8
Spagna	32,0	0,9	-12,3	27,0
Regno Unito	34,0	43,5	-5,1	57,5
Polonia	44,3	37,7	50,0	100,8
Svizzera	75,8	35,1	18,4	65,8
Russia	39,4	29,8	3,0	9,8
Cina	170,2	193,7	269,0	269,1
Giappone	-11,1	-10,1	-37,0	-13,3
Stati Uniti d' America	65,4	50,3	-5,1	46,4
Totale turisti stranieri	45,4	25,9	12,0	43,8

Fonte: Istat.

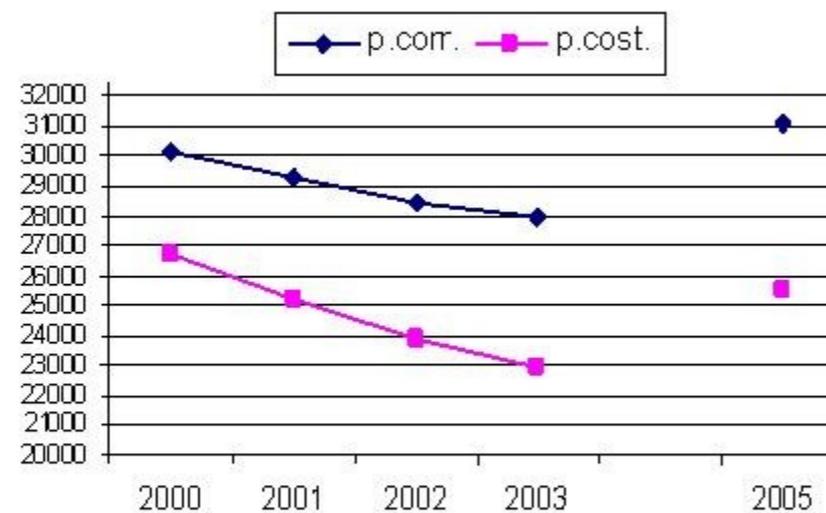
Divisione Nord Sud

IL FATTURATO DEL TURISMO INTERNAZIONALE, PER MACROREGIONE DI DESTINAZIONE. 2005



2005	Val. ass. (migl. Euro)
NORD EST	10.778
NORD OVEST	7.490
CENTRO	8.832
SUD	2.554
ISOLE	1.411
ITALIA	31.066

Andamento fatturato Italia
2000-2005



Voli Low cost dalla Germania

Figura 6 - Voli low cost da Germania a Spagna/Italia in una settimana tipo

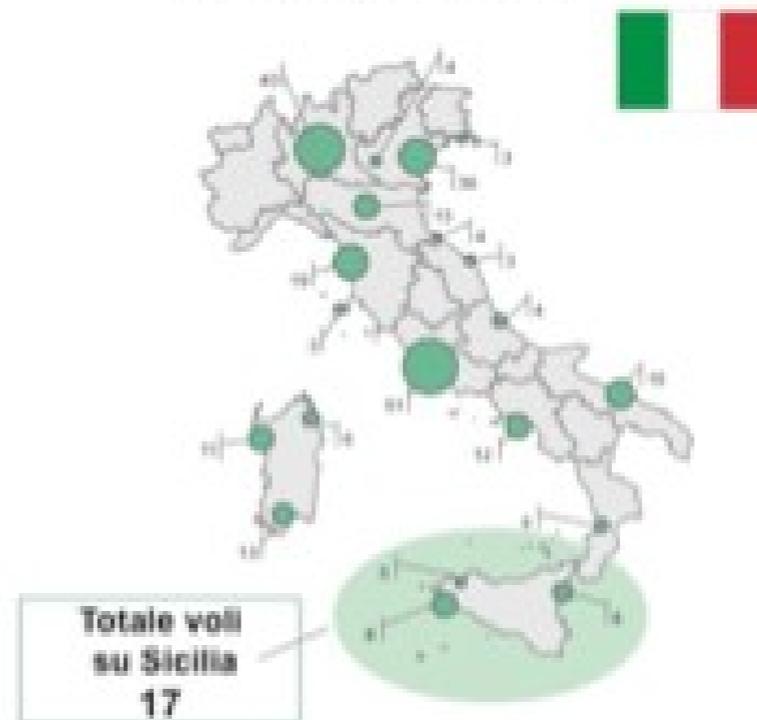
Voli low cost Germania → Spagna
Settimana 16-22 luglio 2012

Totale voli low cost: 522



Voli low cost Germania → Italia
Settimana 16-22 luglio 2012

Totale voli low cost: 260

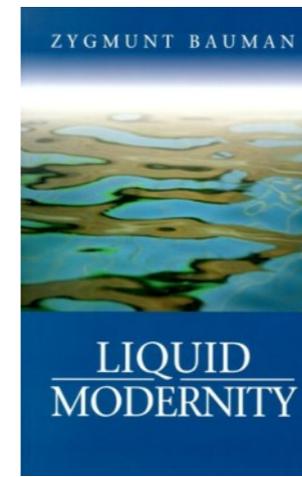


Nota: I carrier considerati includono RyanAir, easyJet, AirBaltic, Belle Air, Flybe, Germanwings, IcelandAir, Intersky, Jet2, JetAirfly, NIKI, Norwegian Air Shuttle, OnurAir, PegasusAirlines, SmartWings, SunExpress, Transavia, TUIfly, Vueling, Wizzair, XL Airways, Air Arabia Egypt, WindJet. Fonte: OAG database, Analisi The Boston Consulting Group

Strategia

- Il turismo è un'industria strategica
- Difficoltà istituzionali e politiche
- Il turismo ha un assetto giuridico complesso, politica concorrente Stato – Regioni
- Il Referendum ha bocciato la riforma del capitolo 5 Costituzione

Paradigma - Post-modernità



Paradigma, inteso come l'insieme di concetti e pratiche che definiscono l'ambito di una disciplina in un determinato momento, l'immagine sovrastante gli argomenti fondanti di una determinata scienza.

La liquidità sociale si manifesta dapprima con l'emergere del postmodernismo, che segna la crisi delle "grandi narrazioni" capaci di interpretare il mondo nella sua interezza, nel suo ordine possibile, sostituito da singole narrazioni delle frammentazioni sociali.

La modernità liquida ha progressivamente sostituito anche il postmodernismo, e si caratterizza per la crisi evidente dell'idea di Stato, impallidita di fronte al potere di imprese multinazionali che sovrastano individui, confini, nazioni.

Dopo lo Stato, sono entrate in crisi le idee di partito politico, lasciando gli individui privi di un riferimento comunitario e valoriale stabile.

Ne è conseguito un individualismo senza freni, da esercitare in un ambiente iper-competitivo, dove la soggettività portata all'eccesso priva la modernità di ogni punto di riferimento fisso.

Emergono i sentimenti dell'apparire e del consumare ad ogni costo, in una miscela di narcisismo bulimico irriflessivo.

La via di uscita, tuttavia, esiste. Prima di tutto la consapevolezza di vivere in una società liquida può stimolare la ricerca di mezzi adatti a superarne i lati negativi. Forse, non alla portata di tutti, ma possibilmente di un numero crescente di consapevoli.

Pensarsi in viaggio – o più precisamente – a un 'pensare come viaggio'. Il che significa pensare a quell'unica attività di partire, andare via da casa, andare lontano, verso l'ignoto, rischiando tutti i rischi, i piaceri e i pericoli che l'ignoto ha in serbo (compreso il rischio di non tornare).

Essere in viaggio, sulla strada. Nomadi.

Paradigma - Post-modernità

I nomadi devono essere costantemente in guardia, ricordando che i loro accampamenti sono vulnerabili, non hanno mura di cinta, o trincee che fermino gli intrusi. Soprattutto, i nomadi, lottando per sopravvivere in un mondo di nomadi, devono crescere abituati a uno stato di continuo disorientamento, viaggiando lungo strade di cui non conoscono la direzione e la durata del viaggio, guardando raramente oltre la prossima svolta o il prossimo incrocio; devono concentrare tutta l'attenzione alla stretta striscia di strada che devono percorrere prima del tramonto.

Individui fragili condannati a condurre la propria vita in una 'realtà porosa', sentono di pattinare su uno **strato sottile di ghiaccio**; e, pattinando sopra il ghiaccio fine, la salvezza consiste solo nella velocità.

La velocità, pertanto, sale in cima alla lista dei valori di sopravvivenza.

Il mercato turistico

Due macro-concetti

A. Evoluzione della Domanda;

B. Evoluzione del Comportamento del Consumatore

A) Evoluzione della Domanda

1. l'economia è diventata globale e i voli aerei sono aumentati

- La classe media si espande nelle economie a rapida crescita
- I voli aerei costano molto meno, di breve e lunga distanza

2. Gli Europei invecchiano, aumentano i turisti senior

- Sono più acculturati
- Devono essere considerati meglio
- Richiedono innovazioni

B) Evoluzione del comportamento di Consumo

3. Polarizzazione della Spesa

- Il segmento affluente della società (reddito e status symbol) cresce
- Viaggi di breve distanza (doppia tendenza: voli low cost ma sistemazioni comode) da meglio capire e colpire

4. Benessere - Cura di sé - Terme

5. Larga diffusione di Internet

- Crescente disintermediazione e diminuzione delle agenzie tradizionali
- Vendite online (last minute, forti sconti)
- Reputazione online
- Larga diffusione dei Social media e Recensioni online

6. Modello di vita più veloce

7. Più fine-settimane e viaggi di breve distanza