



ITALIA

Il turismo post Covid-19. L'estate 2020 e le strategie per il 2021

A cura di *Arianna Testa*

20 NOVEMBRE 2020

Il settore turistico è stato uno dei comparti economici più colpiti dalla pandemia da Covid-19 e, poiché coinvolge altri settori come la ristorazione, i trasporti e il commercio al dettaglio, il danno è stato ancora più esteso. Le riaperture di giugno hanno dato il via ad una insperata stagione estiva che ha avuto il merito di far emergere una serie di tendenze nelle quali è utile investire per la stagione 2021 e che potrebbero rivelarsi la giusta chiave per la ripresa del settore.

DOMINO – Geopolitical Brief n. 11 / novembre 2020 | Aut. Trib. Roma n. 88 - 6 marzo 2008

Centro Studi Geopolitica.info | www.geopolitica.info | centrostudi@geopolitica.info

Direttore responsabile: Lorenzo Termine

Il 2019 è stato un anno decisamente positivo per il settore turistico italiano: la spesa dei viaggiatori internazionali ha raggiunto i 40 miliardi, con una crescita del 6% rispetto all'anno precedente. Secondo i dati ENIT, l'Italia ha chiuso l'anno con 63 milioni di arrivi stranieri e un totale di 127,5 milioni di arrivi e 434,1 milioni di presenze. La spesa turistica ha raggiunto gli 84 miliardi, di cui il 45,3% rappresentato solo dalla spesa dei viaggiatori stranieri. Tuttavia, l'impatto della pandemia di Covid-19 ha arrestato questa tendenza, portando l'Italia a registrare una flessione iniziale del 38,2% sugli arrivi internazionali per il trimestre gennaio-marzo 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019. Dopo le riaperture di giugno, sia dei confini regionali che delle frontiere in area in ed extra UE, si è puntato tutto sulla stagione estiva per una ripresa, se non totale, almeno parziale che consentisse al settore di non accusare troppo l'impatto pandemico, in un momento in cui la flessione degli arrivi aeroportuali aveva raggiunto il -74,3%¹. Si analizzerà di seguito l'andamento dell'estate 2020.

L'estate 2020

Turismo *incoming*

L'impatto maggiore ha interessato sicuramente il turismo *incoming*. Secondo lo scenario elaborato dall'ENIT in base agli ultimi dati rilevati e all'evoluzione della pandemia, l'impatto più importante si osserva sugli arrivi internazionali, con una perdita del 64% di turisti pernottanti pari a 40 milioni di visitatori. In termini di arrivi aeroportuali, si è partiti da un -64,5% osservato nel periodo tra gennaio ed aprile, che è proseguito durante i mesi estivi, raggiungendo il -83% da giugno ad agosto, per rallentare poi sensibilmente, arrivando a registrare il -84,2% al 25 settembre, compatibilmente con l'andamento delle restrizioni adottate per contenere la pandemia. La differenza nelle perdite è stata del 19,7%. Per quanto riguarda poi le prenotazioni dall'estero, durante i mesi estivi l'Italia ha perso il 91,4% per il periodo giugno-luglio e il 92,5% per il periodo agosto-ottobre, arrivando a toccare il -93% per il periodo dal 21 settembre al 1° novembre².

¹ ENIT, Bollettino n.03, risultati al 4 giugno 2020, pubblicato il 5 giugno 2020.

² ENIT, Bollettino n.09, risultati al 25 settembre 2020, pubblicato il 22 ottobre 2020.

Turismo domestico

Nel turismo domestico si è osservato un impatto del -31% pari a 16 milioni di turisti, rimasto però costante nel periodo dal 4 giugno al 25 settembre. Gli ospiti domestici in Italia hanno rappresentato il 45% di tutto il turismo notturno, sia nazionale che internazionale e ciò si configura come una base solida sulla quale costruire la ripresa del settore. Rispetto ai nostri maggiori competitor³, tale quota è leggermente inferiore alla Francia, ma supera di molto quella osservata dalla Spagna. Ciò significa che, se correttamente potenziato con efficaci investimenti, il settore domestico può rappresentare una risorsa fondamentale in periodi di crisi tali da impedire l'apporto dell'*incoming* alla spesa turistica. In questo caso andrebbero comunque incentivati i viaggi, al di là del contesto pandemico, sia dal punto di vista economico che soprattutto con una adeguata offerta turistica, aggiornata e all'avanguardia rispetto alle nuove tendenze e sensibilità che si stanno affermando nei viaggiatori.

Per quanto riguarda le città, se è vero che le più colpite dall'impatto Covid-19 sono state quelle maggiormente dipendenti dai flussi turistici internazionali (Venezia -56,2%, Firenze -47,5% e Roma -37,7%), molte altre hanno subito un danno minore proprio in virtù della loro forte presenza domestica. Tra queste in particolare Torino, che nel 2019 registrava un 65% di ospiti domestici nei suoi hotel, nel 2020 ha subito una perdita solamente del 20,4%; a seguire Palermo che perde invece il 16%, e poi Napoli (-15,5%), Bergamo (-14,9%), Genova (-14,6%) e Milano (-14,3%).

Impatto sulle destinazioni e i prodotti

Secondo i dati ENIT⁴, l'estate degli italiani ha visto l'affermarsi di un trend di prodotto e destinazioni ben preciso. Sul totale dei visitatori, sono le destinazioni di montagna ad accusare minormente l'impatto Covid-19, con il -43% a settembre, mentre mare e città hanno subito invece una flessione maggiore (rispettivamente del -57% e del -55%); dal punto di vista geografico, invece, il Sud risulta essere il meno colpito (-50%) a differenza del Nord (-53%) e del Centro (-56%).

La vacanza estiva 2020 degli italiani

Nell'estate 2020, gli italiani sono stati molto propensi a viaggiare nonostante la pandemia in corso, incoraggiati anche dal rallentamento della curva dei contagi e dal bisogno di svago dopo il perio-

³ Spagna e Francia, rispettivamente al primo e al secondo posto secondo il Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, p. XIII.

⁴ ENIT, Bollettino n.08, risultati al 27 agosto 2020, pubblicato il 15 settembre 2020, p.14.

do passato in lockdown. Il bilancio ENIT⁵, realizzato tramite 4000 interviste condotte nel periodo tra il 24 e il 30 agosto, evidenzia che il 59% degli intervistati ha trascorso almeno un periodo fuori casa, mentre il restante 41% non ha potuto fare vacanza. I viaggiatori si sono orientati su un solo periodo di vacanza (42%) dalla durata media di 7 notti⁶, mentre solo il 17% ha potuto godere di due o più periodi, in genere dalla durata media di 3 notti.

Il turista italiano nell'estate 2020 ha viaggiato in coppia o in famiglia, pochi hanno preferito gli amici come compagni di viaggio; come alloggio ha scelto l'hotel dalle 3 stelle a salire o di essere ospite presso amici o parenti; pochi hanno optato per un appartamento in affitto o un B&B, mentre una percentuale piccolissima si è recata nella casa di proprietà o in un villaggio turistico. Della vacanza viene apprezzato soprattutto il gusto del relax e del benessere e solo secondariamente la bellezza del luogo e del mare. L'importanza data alla positività dell'esperienza fa sì che l'85% degli italiani in vacanza tornerebbe nello stesso posto per l'estate successiva. Ovviamente, grande rilevanza ha assunto la sicurezza, sia della struttura ricettiva che del territorio, in merito alle misure adottate per la pandemia in corso.

Le destinazioni

L'Italia si è affermata come destinazione preferita dai turisti italiani, con il 97% dei visitatori, rispetto al 3% che ha invece scelto l'Estero, in particolare l'Europa mediterranea, il Nord e l'Est Europa. Le regioni italiane più visitate sono state Emilia-Romagna, Puglia e Sicilia (9%), Trentino Alto-Adige e Toscana (8%), Piemonte e Lombardia (7%).

Le destinazioni marittime si rivelano nuovamente le preferite dai vacanzieri (60%), seguite da quelle montane (30%). Ma la scelta è ricaduta anche sulla vacanza naturalistica, quella culturale, la vacanza relax e ricreativa, l'esperienza termale, il viaggio enogastronomico e la vacanza esperienziale del territorio, tutte tipologie di turismo che si stanno affermando sempre di più e nelle quali occorre senza dubbio investire.

Il 66% degli italiani, poi, ha optato per le gite fuori porta: per il 41% sono state poche e solo una percentuale minore di viaggiatori

⁵ ENIT, Bollettino n.09, risultati al 25 settembre 2020, pubblicato il 22 ottobre 2020, p.23.

⁶ Distribuite in questo modo: 3-6 notti il 34%, 1-2 notti il 24%, 7-10 notti il 22%, +10 notti il 20%. ENIT, Bollettino n.09, 25 settembre.

La spesa

ne ha potuto godere ogni due settimane (15%) o per un intero weekend (10%).

Il budget per la spesa della vacanza estiva 2020 si è aggirato su una media di 850€. Molto ha influito anche il Bonus Vacanze, fondi stanziati con il Decreto Rilancio⁷ per incentivare viaggi e vacanze delle famiglie italiane. Tuttavia, sebbene sia stato richiesto dal 23% dei vacanzieri, la maggior parte di essi ha preferito non spenderlo subito, scegliendo di conservarlo per le vacanze autunnali e natalizie. Solo il 9% dei richiedenti, invece, ne ha usufruito per l'estate.

Le strutture ricettive

L'Italia è la prima in Europa per quota di esercizi ricettivi sul totale di quelli presenti nell'UE (+30%), rappresentati per lo più da piccole strutture extra-alberghiere (nel 2019 se ne sono contate 186mila), 33mila alberghiere e 5,2 milioni di posti letto, distribuiti in modo disomogeneo sul territorio, con più della metà concentrati in 5 regioni: Veneto, Toscana, Emilia-Romagna, Lazio e Lombardia.

Nel 2019 si sono contati 131,4 milioni di arrivi, 434,7 milioni di presenze di cui il 50,5% rappresentato dal turismo *incoming*. Flussi che, a seguito della pandemia di Covid-19 e dei provvedimenti per il contenimento dei contagi, si sono quasi azzerati, con un calo delle presenze che ha toccato il -95% ad aprile.

Con la cosiddetta "Fase 2" di giugno, il movimento discendente dei flussi è rallentato: si è osservato un -76,9% per gli arrivi e un -78,6% per le presenze, mentre le strutture alberghiere hanno registrato un -81,9% e quelle extra-alberghiere un -73,6%. La crisi della domanda è stata più acuta per l'*incoming* (-90%) e più contenuta per il domestico (-60,2% sugli arrivi e -62,1 sulle presenze).

Nel mese di luglio, secondo i dati raccolti dall'Osservatorio di Federalberghi, si è osservato un primo recupero del settore alberghiero compatibile con la ripresa delle attività, anche se le presenze hanno comunque subito una flessione del 50% rispetto allo stesso periodo del 2019, con una contrazione del 75% per le presenze straniere e del 25% per quelle italiane. Durante la stagione estiva, le città d'arte hanno visto il 60% delle proprie strutture alberghiere chiuse per la mancanza di domanda straniera, mentre le località di villeggiatura (mare/montagna) solo il 10%.

⁷ Art.176 del DL n.34 del 19.05.2020

L'ISTAT osserva un quadro eterogeneo a livello territoriale, con una differenziazione basata sulla tipologia di alloggio e sulla provenienza della clientela. A luglio, il Veneto ha registrato il -50% delle presenze nei suoi alberghi; l'Emilia-Romagna è calata del 40% (di cui il -30% di clientela italiana e il -70% straniera); la Provincia autonoma di Trento del -35%, la Calabria del -40% (di cui il 90% stranieri e il 25% italiani) e la Puglia del -50% (75% stranieri e 40% italiani)⁸.

Prospetto per l'estate 2021: il turismo *incoming*

I turisti stranieri provenienti dai nostri tre principali mercati (Germania, Regno Unito e Francia) hanno dichiarato di preferire per una futura vacanza in Italia un'esperienza principalmente balneare, alla quale abbinare il relax, che si svolga a contatto con la natura e che possibilmente preveda esperienze di tipo culturali e *gourmet*⁹. I turisti francesi e tedeschi preferiscono organizzare la propria vacanza in autonomia, mentre quelli britannici non disdegnano né l'organizzazione autonoma né il viaggio tutto compreso. Tutti e tre i mercati, però, sono orientati verso il soggiorno in hotel, 4/5 stelle o 3.

I turisti di nazionalità tedesca, francese e britannica, nella scelta della destinazione, vengono guidati dall'istinto e dalle emozioni e ricercano l'avventura e il divertimento. Inoltre, il mercato tedesco sente il desiderio di poter andare in vacanza in qualsiasi stagione, di scoprire il patrimonio culturale ed artistico del territorio ed è fortemente influenzato dalle recensioni positive presenti sul web riguardanti le destinazioni. Per i francesi e britannici invece è molto importante poter abbinare ulteriori destinazioni alla meta principale del loro viaggio.

⁸ ISTAT, Esame del disegno di legge n. 1925, "Conversione in legge del decreto-legge 14 agosto 2020, n.104, recante misure urgenti per il sostegno e il rilancio dell'economia", Memoria scritta dell'Istituto nazionale di statistica, 5a Commissione "Bilancio" Senato della Repubblica Roma, 4 settembre 2020, pp. 13-16

⁹ Indagine effettuata a mezzo intervista telefonica su un campione di 1500 vacanzieri suddivisi nei tre principali mercati (500 tedeschi, 500 francesi e 500 britannici). Ad ogni intervistato è stato chiesto se pensa di fare una futura vacanza in Italia e di che tipo di vacanza si tratterebbe. Ogni intervistato ha fornito più risposte, con una media di 3-4 risposte per intervistato. ENIT, Bollettino n.08, 15 settembre 2020. Risultati al 27 agosto 2020, p. 15-19.

Tutti e tre i mercati, infine, vogliono riscoprire il territorio italiano visitandone le sue bellezze, in primo luogo quelle toscane, poi lombarde (Milano e il lago di Como), laziali, venete, campane, unite ai luoghi-simbolo regionali e al patrimonio archeologico, artistico e culturale dei singoli territori.

Dall'interpretazione dei dati alle nuove strategie

Consuntivo

Dall'analisi dei dati dell'estate 2020 emerge un quadro che identifica chiaramente quali saranno i trend da seguire per il futuro.

Innanzitutto, il turismo *incoming* è più che favorevole a viaggiare ancora in Italia per la prossima estate, a dispetto delle preoccupazioni per la pandemia in corso, le quali vengono però messe in secondo piano dalla sensibilità verso alcune tematiche legate all'ambiente e al cambiamento climatico, che si declinano nella ricerca di sostenibilità e di contatto con la natura.

Altro apporto significativo si è rivelato essere quello proveniente dal turismo domestico, il quale ha permesso di limitare i danni al settore durante l'estate. Diverse città, inoltre, diversamente dalle città d'arte, hanno subito un calo delle presenze assai limitato e dunque possono affermarsi come una delle chiavi per la ripresa del settore, previa una corretta valorizzazione con degli investimenti mirati.

Sebbene l'ENIT, basandosi sui dati raccolti fino al 27 agosto, avesse elaborato uno scenario secondo cui il 33% degli italiani avrebbe programmato le vacanze di Natale, scegliendo l'Italia come destinazione servendosi del Bonus Vacanze¹⁰, con i DPCM del 24 ottobre e del 4 novembre, non è più possibile affidarsi alla stagione invernale per impostare la strategia di ripresa del settore. Gli unici due scenari possibili, ipotizzando che la pandemia in corso mantenga una situazione stabile fino ad allora, sono quelli di puntare sulla primavera e sull'estate 2021.

¹⁰ Su un 23% di richiedenti, il 14% ha conservato il Bonus Vacanze per l'autunno/inverno 2020

Gli obiettivi per la ripresa	La fase di ripresa si prospetta essere lunga e verosimilmente non si riusciranno a recuperare i volumi del 2019 prima del 2023, dunque è necessario pianificare una strategia che tenga conto delle tendenze evidenziate sopra.
Il nuovo ruolo delle destinazioni	Prioritario diventa focalizzarsi su quattro obiettivi per garantire la sopravvivenza del settore durante e post il periodo di crisi: la gestione dei costi, l'applicazione delle misure di sicurezza sanitarie, il recupero della fiducia del turista e la cattura del mercato italiano, mantenendo al contempo il legame con il mercato internazionale. Le destinazioni possono assumere poi un ruolo importante nella pianificazione della strategia di ripresa del settore turistico in un'ottica post-Covid per il medio e lungo periodo. Attualmente alcune destinazioni vedono nelle DMO¹¹ il loro principale strumento di governance, affiancate da altre realtà locali come GAL, Comunità montane, Enti Parchi, Fondazioni deputate allo sviluppo di determinate aree culturali e sistemi museali. Ciononostante, non tutte le destinazioni si avvalgono di esse. Le DMO, in realtà, possono essere un valido strumento per la ripresa del settore turistico, ma è necessario che queste vengano potenziate in modo da estenderle il più possibile a tutto il territorio e da incrementarne la cooperazione con enti pubblici e privati. A prescindere dalla presenza delle DMO, è necessario in ogni caso che la destinazione ripensi sé stessa, ripartendo da zero con una fase di reset. Dovrà quindi rielaborare le proprie policy e creare nuove strategie per il futuro, potenziando parallelamente il contatto con la propria rete di stakeholder. L'obiettivo è quello di vendere al turista non più la cultura e il Made in Italy, ma i valori di sicurezza, fiducia e salubrità, in modo da rafforzare la propria immagine di destinazione sicura. A questo proposito, diventa centrale la fase di reshape: il turista nell'era post-Covid ha nuove e diverse esigenze, prima

¹¹ Destination Manager Organization, ossia degli organismi di meta-management chiamati a creare le condizioni culturali, strategiche e organizzative favorevoli allo sviluppo turistico delle destinazioni.

tra tutte la sicurezza, sente forte l'influenza delle nuove tendenze, come ad esempio la sostenibilità e l'attenzione all'ambiente e rifugge il turismo di massa poiché possibile veicolo di contagi. Di conseguenza le destinazioni dovranno, in questa fase, rimodulare la propria offerta adattando gli spazi pubblici e le attrattive ai nuovi modelli di domanda. Inoltre, la competizione per il mercato nazionale, ma soprattutto internazionale, sarà molto forte nel medio termine, dunque bisognerà adottare una nuova strategia di marketing che sia customer oriented,

La tourist experience:
nuovi turismi per la
ripartenza

La *tourist experience*, che si è affermata già con il declino del turismo di massa, in uno scenario post-Covid diventa sempre più centrale, proprio in virtù della necessità di sicurezza avvertita dal turista, la quale finisce per diventare un criterio importante per la customer satisfaction. È necessario quindi adottare e sviluppare nuove ed alternative forme di turismo che soddisfino la richiesta di sicurezza del turista. A questo proposito vale la pena investire ad esempio nel turismo lento, naturale antitesi dell'overtourism.

Esso si basa infatti sulla filosofia della lentezza e della riscoperta, pone al centro il relax e la natura, la relazione del turista con il territorio visitato e i suoi abitanti, oltre che con i propri compagni di viaggio e con sé stesso. Il turista lento sceglie come esperienza di viaggio quella umana, predilige il soggiorno in strutture ecosostenibili, ad esempio l'albergo diffuso, i camping o i glamping. Forme di turismo lento sono ad esempio i cammini (la Via Francigena), il cicloturismo, il trekking, il turismo fluviale, il birdwatching.

Nuovi circuiti turistici

Non bisogna ovviamente dimenticare quelle tipologie di turismo che nell'estate 2020 si sono dimostrate le più popolari tra i vacanzieri, come il turismo balneare, montano e culturale nelle città d'arte; è possibile, tuttavia, abbinare a queste destinazioni altre forme di turismo, come quello termale, enogastronomico e, appunto, il turismo lento, così da creare nuovi circuiti turistici proprio per alleggerire quelle destinazioni che normalmente soffrono di overtourism.

È possibile creare ad esempio dei percorsi enogastronomici ai quali abbinare le visite nelle città d'arte, magari soggiornando in borghi, o in strutture extra-alberghiere, quelle che hanno accusato un minor impatto nell'estate 2020: campeggi per incrementare il contatto con la natura, oppure strutture decentrate e alberghi diffusi così da non sovraccaricare le città, facendo al contempo riscoprire realtà meno conosciute.

La giusta chiave: valorizzazione del patrimonio, promozione dei valori, decentramento dei flussi, lentezza, sostenibilità e riscoperta come esperienze da far vivere al turista.

Arianna Testa

Laureata in Beni Culturali con 110 e Lode. Studentessa laureanda del corso di Laurea Magistrale in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici presso Università di Roma Tor Vergata. I suoi studi includono le politiche economico-territoriali per il turismo, la valorizzazione del territorio, il destination management e l'analisi statistica dei flussi turistici.

Il Centro Studi

Il Centro Studi Geopolitica.info nasce nel 2004 con l'obiettivo di offrire un contributo al dibattito sulla politica estera, la geopolitica e le relazioni internazionali dalla prospettiva dell'Italia. Le attività del Centro Studi si articolano in tre filoni principali: la pubblicazione della Rivista online *Geopolitica.info* e la ricerca in materia di politica internazionale e geopolitica; la formazione attraverso i corsi in presenza e i corsi online sulla piattaforma www.onlineducation.it; l'organizzazione di momenti di dibattito pubblico sui temi dell'agenda politica italiana relativi alle relazioni internazionali. Tutte le attività sono consultabili sul sito web www.geopolitica.info.

Centro Studi Geopolitica.info

www.geopolitica.info | centrostudi@geopolitica.info