VISIONI E PROSPETTIVE NAZIONALI ED INTERNAZIONALI PER UN TURISMO CHE CAMBIA

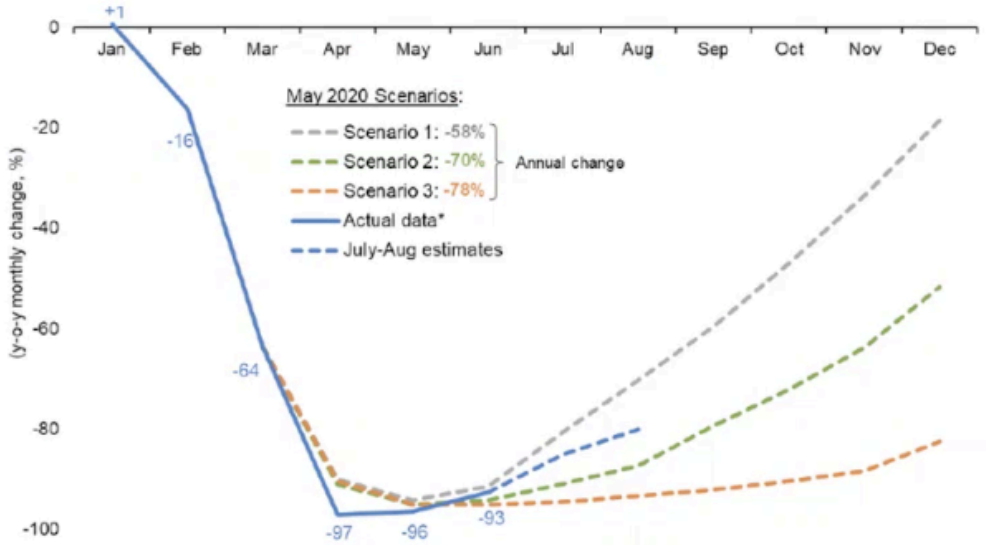
Roberta Milano

20 ottobre 2020

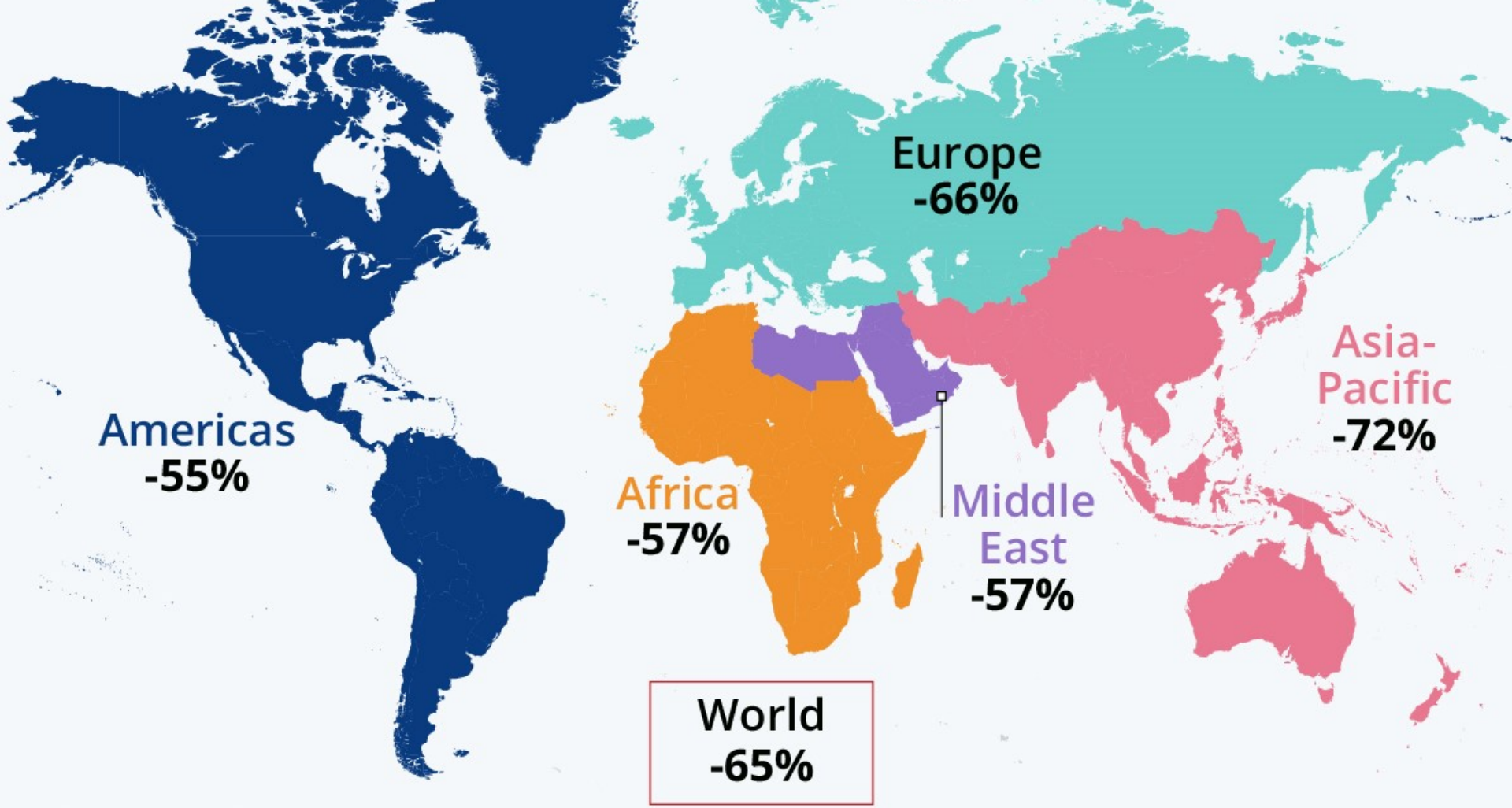
Impact of COVID-19 on tourism: **Gradual Recovery**

Despite the gradual reopening of an increasing number of destinations during the second half of May and the month of June the expected improvement in June was almost unperceived compared to May.

International tourist arrivals in 2020: YTD results and scenarios (y-o-y monthly change, %)



Source: UNWTO
* Actual data through June includes estimates for countries which have not yet reported monthly results.
Dotted blue line corresponds to UNWTO estimates for July and August 2020.



Source: UNWTO

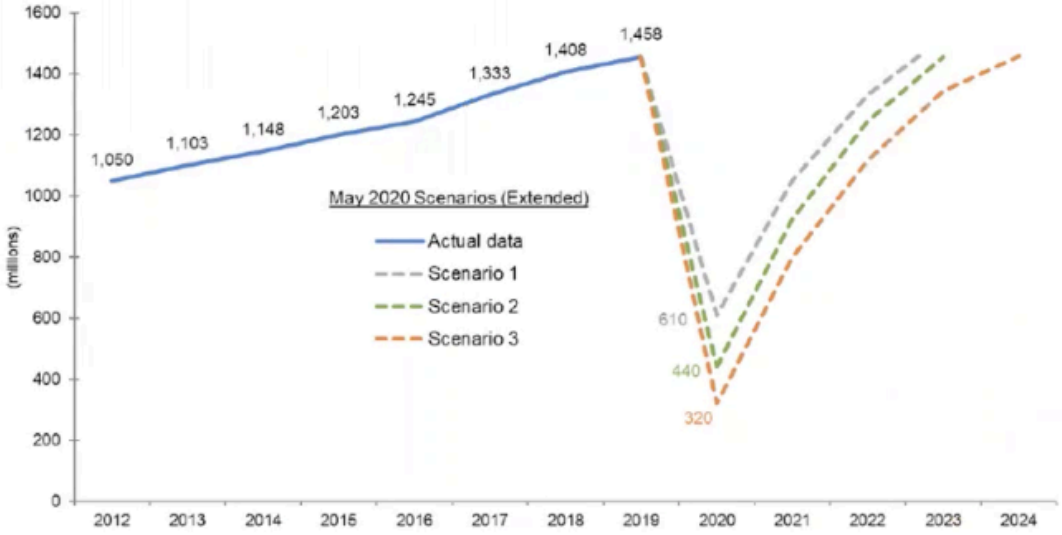
Impact of COVID-19 on tourism: **Future Scenarios**

International tourism could recover the levels of 2019 **in 2,5 to 4 years.**

The main factors that will determine the speed of the recovery include:

1. rate of improvement of **travellers confidence**, mostly dependent on perceived safety and the evolution of the pandemic;
2. gradual elimination of **travel restrictions**;
3. prevailing **economic conditions**.

International tourist arrivals: Future scenarios (millions)



Source: UNWTO

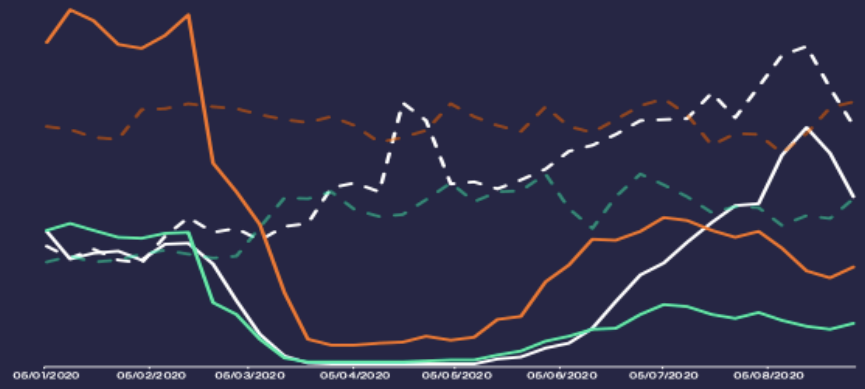
TRAFFICO AEREO

Change from 2018 rank	City	Country	IATA code	Passenger 2019 total	2019 vs 2018 % change	H1 2020 vs H1 2019 % change
1	Atlanta		ATL	110,531,300	2.9	-56.6
2	Beijing		PEK	100,011,438	1.0	-73.6
3	1 Los Angeles		LAX	88,068,013	0.6	-58.9
4	1 Dubai		DXB	86,396,757	-3.1	-66.4
5	Tokyo		HND	85,505,054	-1.7	-59.2
6	Chicago		ORD	84,649,115	1.7	-57.6
7	London		LHR	80,888,305	1.0	-60.2
8	1 Shanghai		PVG	76,153,455	2.9	-68.1
9	1 Paris		CDG	76,150,009	5.4	-81.4
10	5 Dallas/Fort Worth		DFW	75,066,956	8.6	-48.2
Aggregated top 10 airports				863,420,402	1.5	-60.2

- Per la prima metà del 2020, il **numero di passeggeri** negli aeroporti in tutto il mondo è diminuito del **-58,4%** rispetto allo stesso periodo del 2019, con il **traffico passeggeri internazionali** colpito ancora più duramente, registrando un calo del **-64,5%.**

[World Airport Traffic Report di ACI World]

Andamento contenuti, ricerche e prenotazioni



	2020	Estate
Contenuti	- 58,5%	- 42,4%
Ricerche voli	- 42,5%	- 49,3%
Prenotazioni voli	- 65,8%	- 70,2%

Contenuti online del comparto italiano — Ricerche di voli con destinazione Italia — Prenotazioni di voli con destinazione Italia — Confronto con 2019

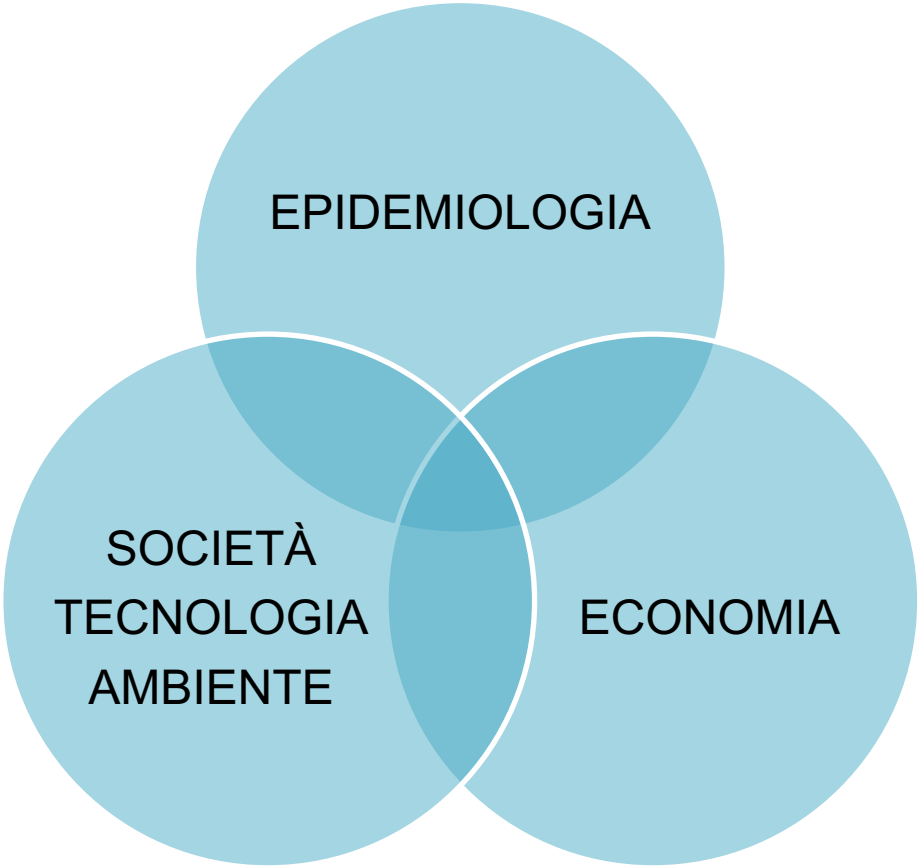
I VIAGGIATORI HANNO SEMPRE VOGLIA DI VIAGGIARE E SOGNANO L'ITALIA

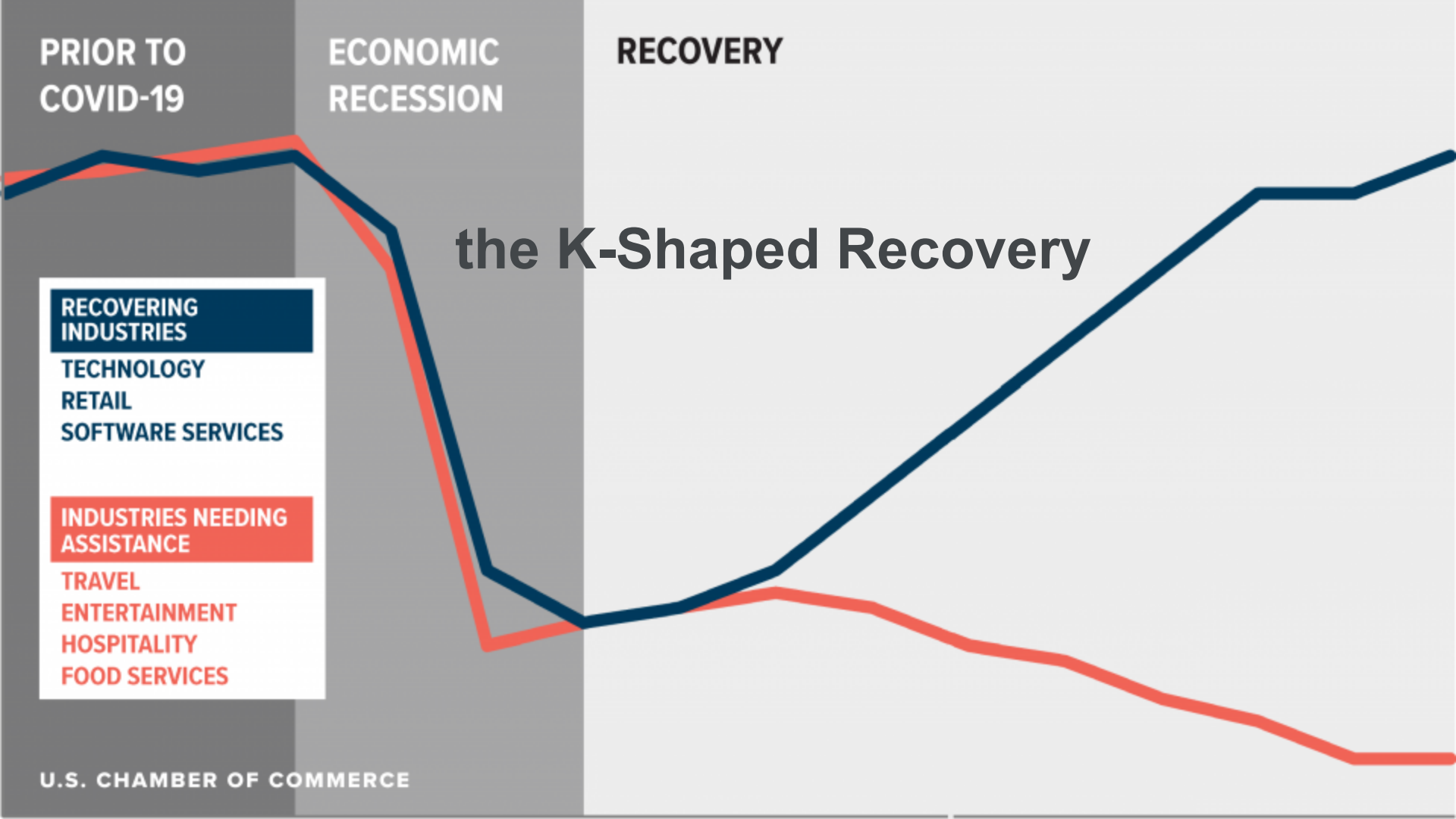
THE DATA APPEAL COMPANY

SOJERN

RIPARTENZA

Dipende da una serie di fattori collegati tra loro




PRIOR TO COVID-19
ECONOMIC RECESSION
RECOVERY
the K-Shaped Recovery
RECOVERING INDUSTRIES
TECHNOLOGY
RETAIL
SOFTWARE SERVICES
INDUSTRIES NEEDING ASSISTANCE
TRAVEL
ENTERTAINMENT
HOSPITALITY
FOOD SERVICES
U.S. CHAMBER OF COMMERCE

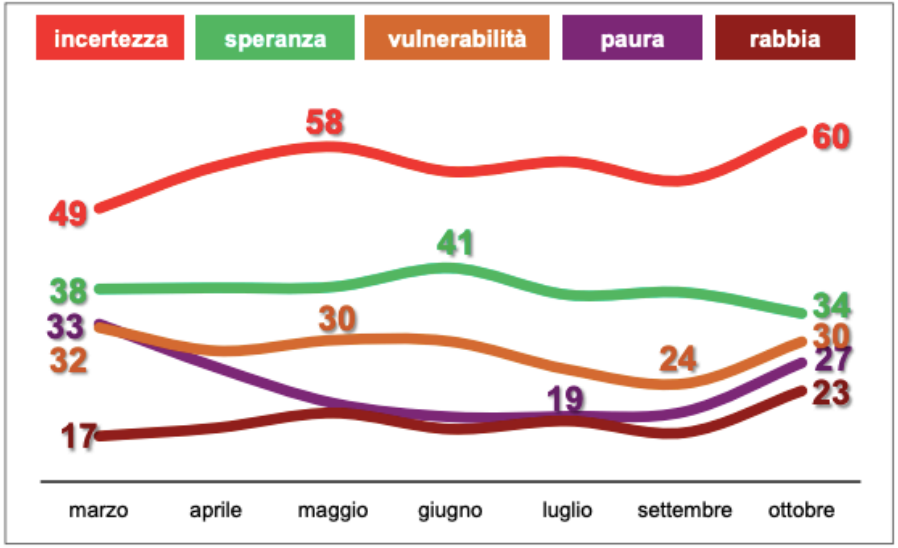
COME NE USCIAMO?

- INFORMATI e FORMATI
- CREATIVI
- FLESSIBILI
- INSIEME

INFORMAZIONE E FORMAZIONE

Incertezza generalizzata, crescono paura e vulnerabilità, rabbia ai massimi e speranza ai minimi

Quali sono, tra le seguenti, le emozioni che prova più spesso in questo periodo? (Possibili 3 risposte)



SWG

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Rilevazioni fino al 31 maggio basate su indagini CAWI continuative su un campione giornaliero di 400 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne (2800 casi settimanali). Dal 4 giugno, indagini CAWI su un campione settimanale di 800 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne.

Tutti i diritti riservati

INFORMAZIONE E FORMAZIONE

Si incrina il senso di sicurezza per le attività quotidiane, si torna verso i livelli di maggio

In questi giorni quanto si sente sicuro a…

	maggio	giugno	luglio	ottobre
stare al lavoro	68	75	75	71
fare la spesa al supermercato	60	68	71	67
fare acquisti in un negozio	54	65	69	63
visitare amici/parenti a casa loro	--	67	70	61
spostarsi in un comune diverso	63	68	69	61
invitare amici/parenti a casa propria	--	63	65	55
entrare in un bar per un caffè/aperitivo	43	56	62	51
andare a mangiare fuori	36	50	62	51
spostarsi in un'altra regione	48	55	59	50
andare in un centro commerciale	36	50	56	45
assistere ad uno spettacolo al chiuso	18	29	29	29
usare i mezzi pubblici	19	28	32	20

SWG

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Rilevazioni fino al 31 maggio basate su indagini CAWI continuative su un campione giornaliero di 400 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne (2800 casi settimanali). Dal 4 giugno, indagini CAWI su un campione settimanale di 800 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne.

Tutti i diritti riservati

Introducing Amazon Explore

The world, at your fingertips

Amazon Explore is an interactive livestreaming service that allows you to learn, shop, and discover new places right from your computer.

COVID19_Turismo

CANALE TELEGRAM

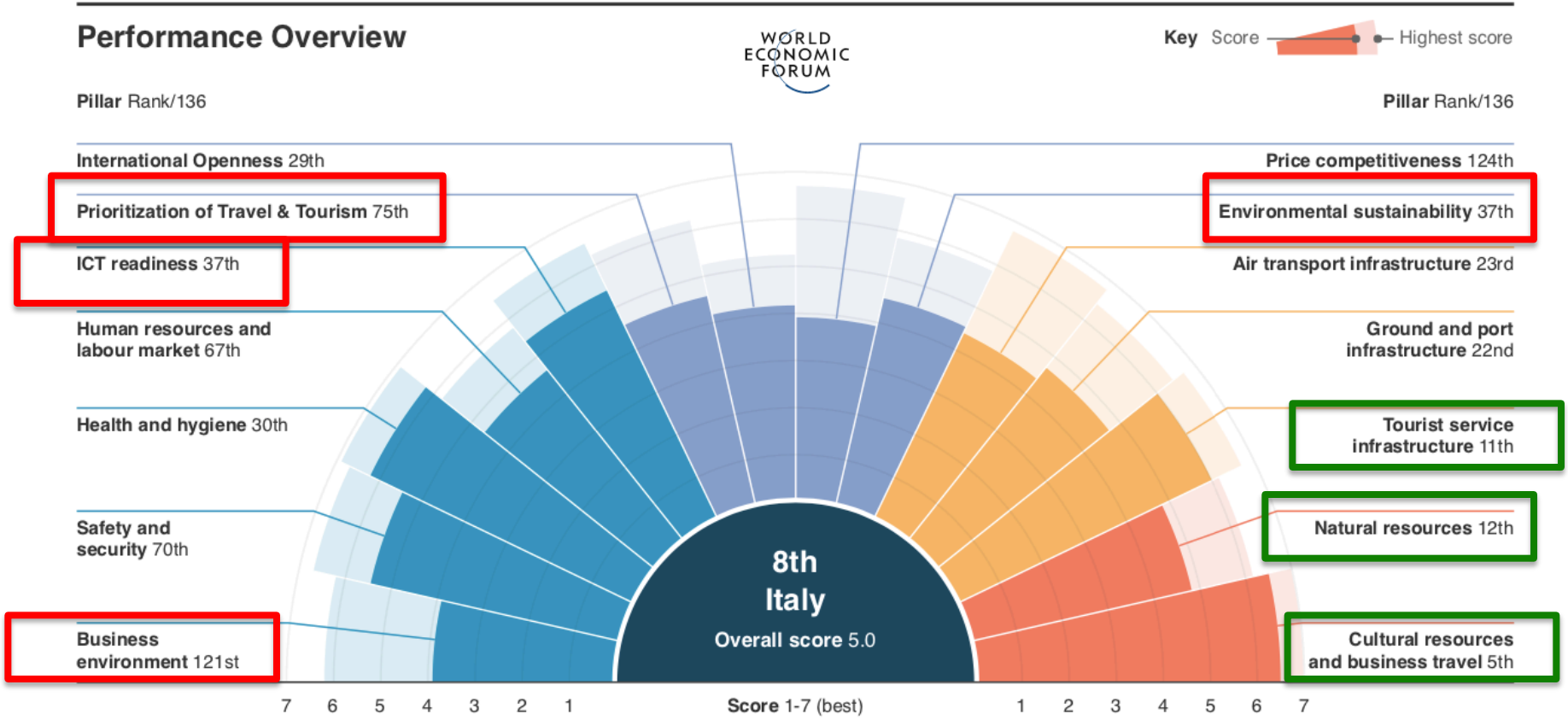
NOTIZIE SU TURISMO E RISTORAZIONE CHE AIUTANO A CAPIRE E RIPARTIRE

https://t.me/COVID19Turismo

by Roberta Milano

COMPETITIVITÀ NEL TURISMO

Secondo il World Economica Forum l'Italia è all'8° posto



COMPETITIVITÀ NEL TURISMO

Secondo il World Economica Forum l'Italia è all'8° posto

Business environment 121°

- Effect of taxation on incentives to invest 135°
- Efficiency of legal framework in settling disputes 134°

Prioritization of Travel & Tourism 75°

- Government prioritization of travel and tourism industry 74°
- Effectiveness of marketing and branding to attract tourists 104°
- Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data 48°
- Country brand strategy rating 75°

ICT readiness 37°

- ICT use for biz-to-biz transactions 70°
- Internet use for biz-to-consumer transactions 55°

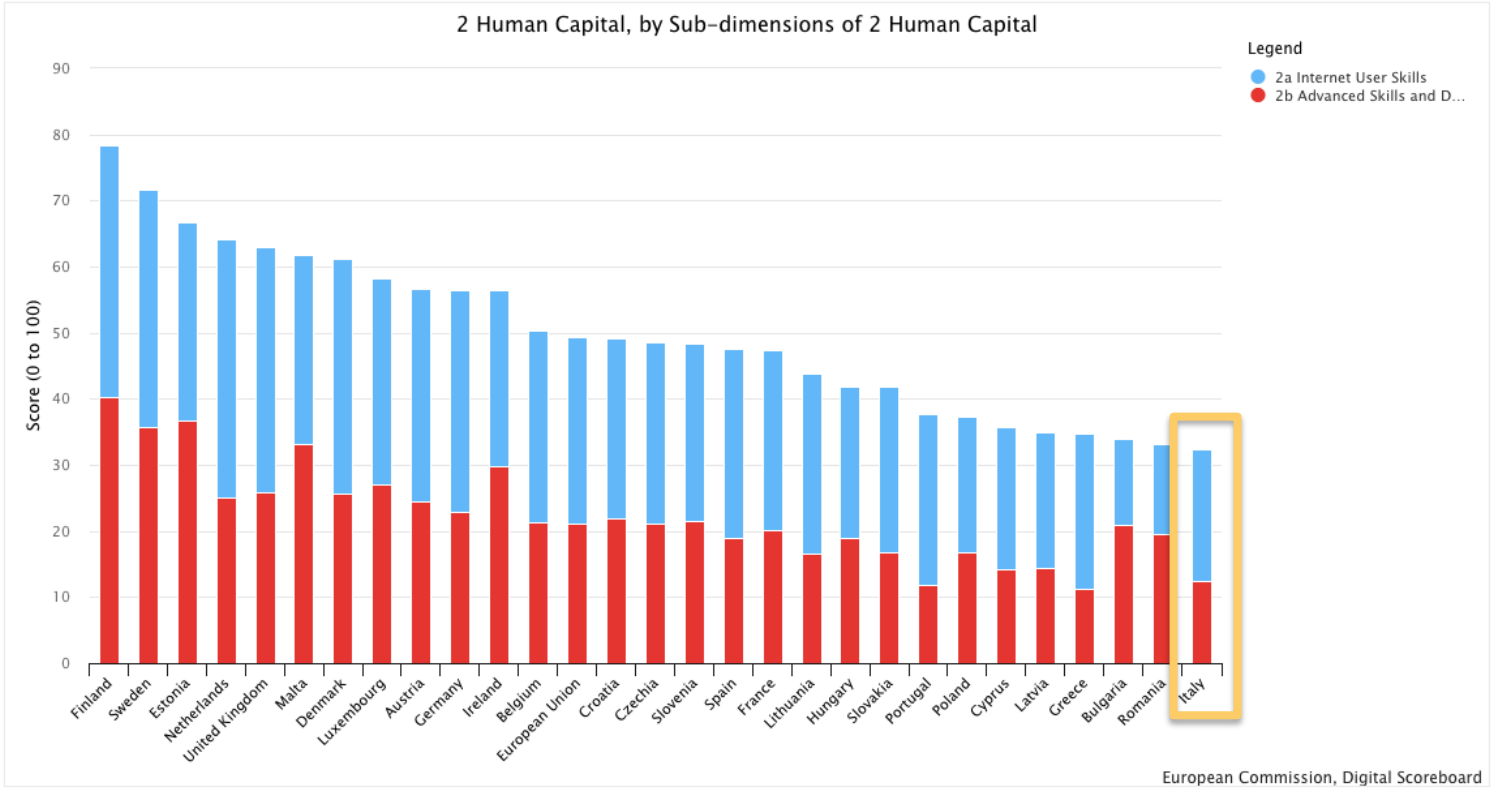
Environmental sustainability 37°

- Stringency of environmental regulations 53°
- Enforcement of environmental regulations 84°
- Sustainability of travel and tourism industry development 106°

WORLD ECONOMIC FORUM

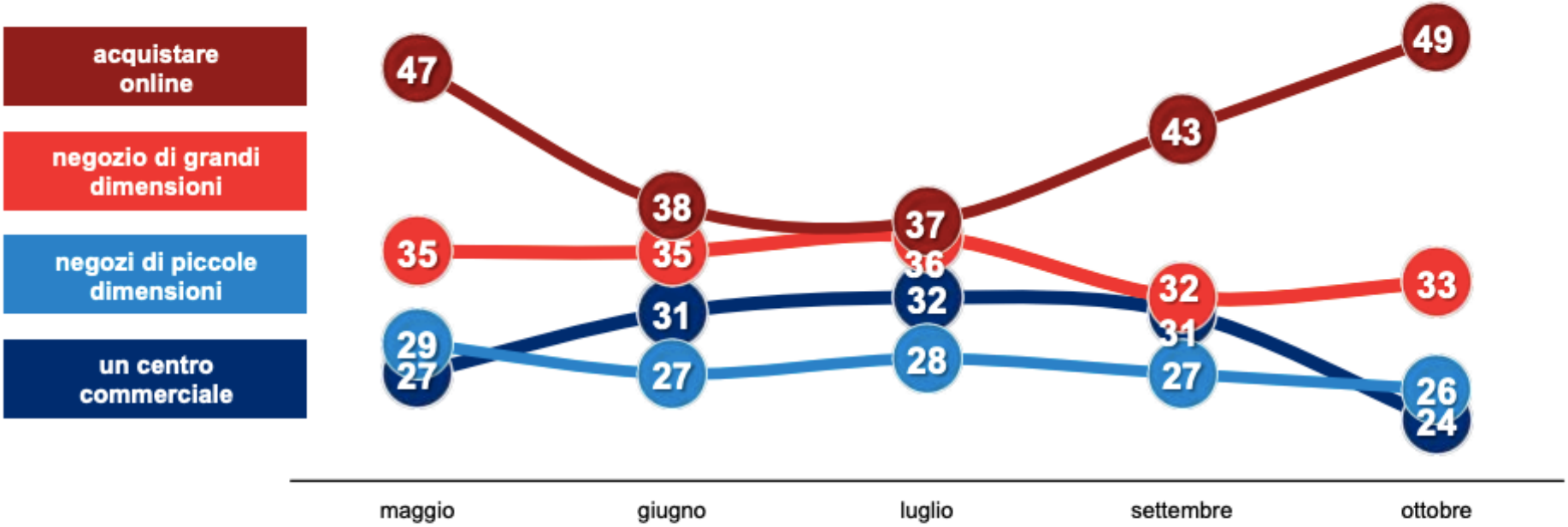
The Digital Economy and Society Index – DESI

Italia all'ultimo posto per COMPETENZE DIGITALI



Si impenna la propensione all'e-commerce, a farne le spese i centri commerciali

Se potesse scegliere liberamente dove fare acquisti nella prossima settimana, cosa sceglierebbe? (Possibili 2 risposte)



SWG

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Rilevazioni fino al 31 maggio basate su indagini CAWI continuative su un campione giornaliero di 400 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne (2800 casi settimanali). Dal 4 giugno, indagini CAWI su un campione settimanale di 800 rispondenti rappresentativi della popolazione nazionale maggiorenne.

Tutti i diritti riservati

CREATIVITÀ
ALGORITMO? PREDIZIONI?

The Flight Goes Nowhere. And It's Sold Out.

People who miss flying are rushing to buy tickets for flights that land in the same place they depart from.

On an in-flight screen, a map of a recent flight-to-nowhere trip on Royal Brunei Airlines. Nadzri Harif

Qantas offers a seven-hour flight to nowhere

POSTED ON 18TH SEPTEMBER 2020 BY EDDIE SAUNDERS

Shar

CNN travel

DESTINATIONS FOOD & DRINK

I thought 'flights to nowhere' were silly. Then I went on one

Lilit Marcus, CNN • Updated 16th October 2020

HALL SiP Up - April 8th, 2020

Guarda più tardi Condiv

Schwerin, (Allemagne)

AUSTRALIA
IN 8D

FLESSIBILITÀ

"Il viaggiatore si adatta alla situazione.

Se non può viaggiare, pensa a lungo termine; se può viaggiare ma non ci sono certezze sui mezzi e gli spostamenti, viene pensato tutto **last minute**. Questa sarà la normalità per i prossimi mesi."

GLOBAL TRENDS by Sojern

FLESSIBILITÀ

- Tariffe flessibili
- Programmi fedeltà
- Priorità a tariffe protette rispetto al volume di prenotazioni (tariffe più basse)
- Il 76% degli hotel ritiene che il marketing giocherà un ruolo importante nel ripristinare la fiducia nei viaggi

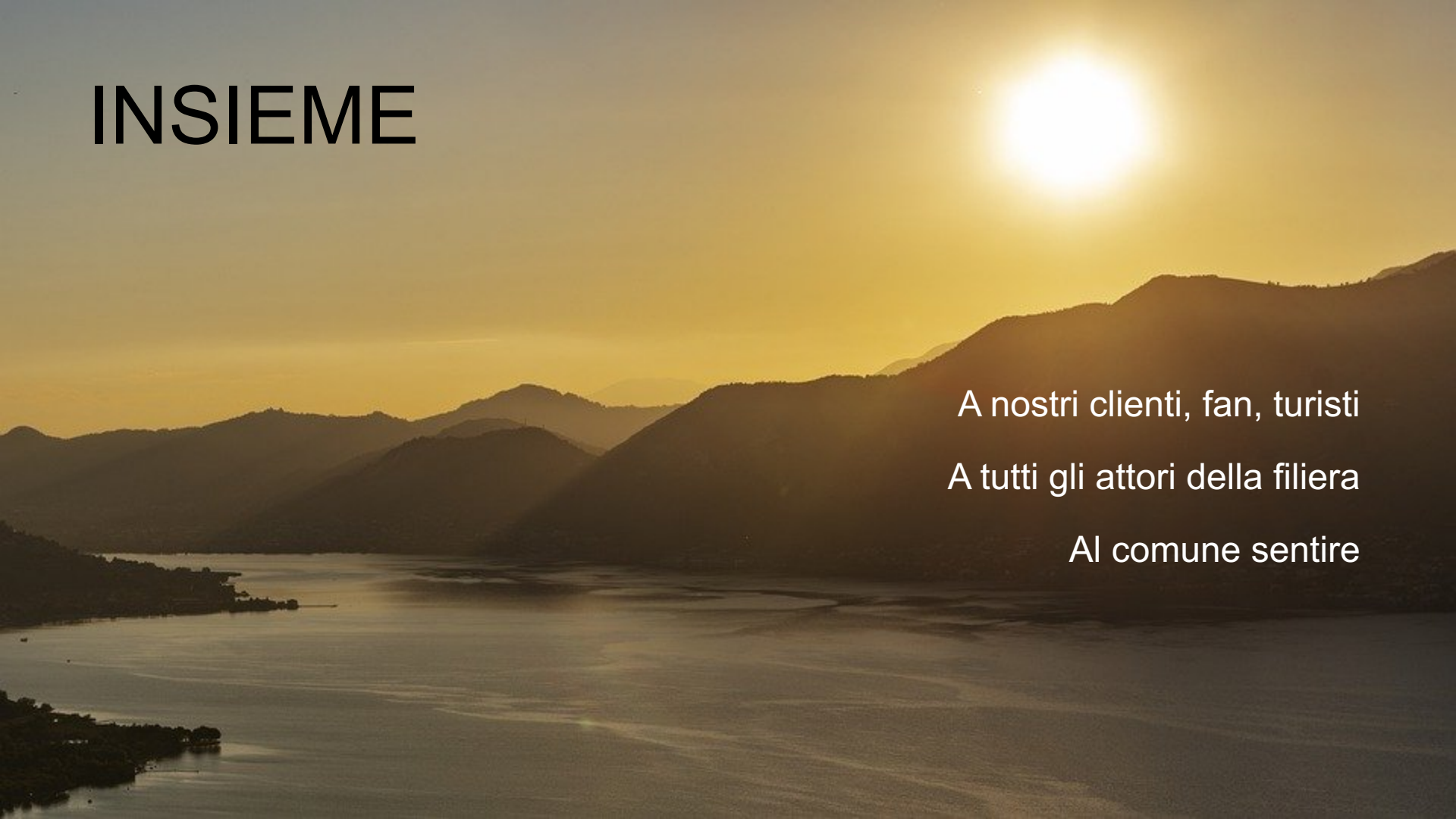
Travelport

BREWDOG “The world's first craft beer hotel, where you can wake up inside a brewery“

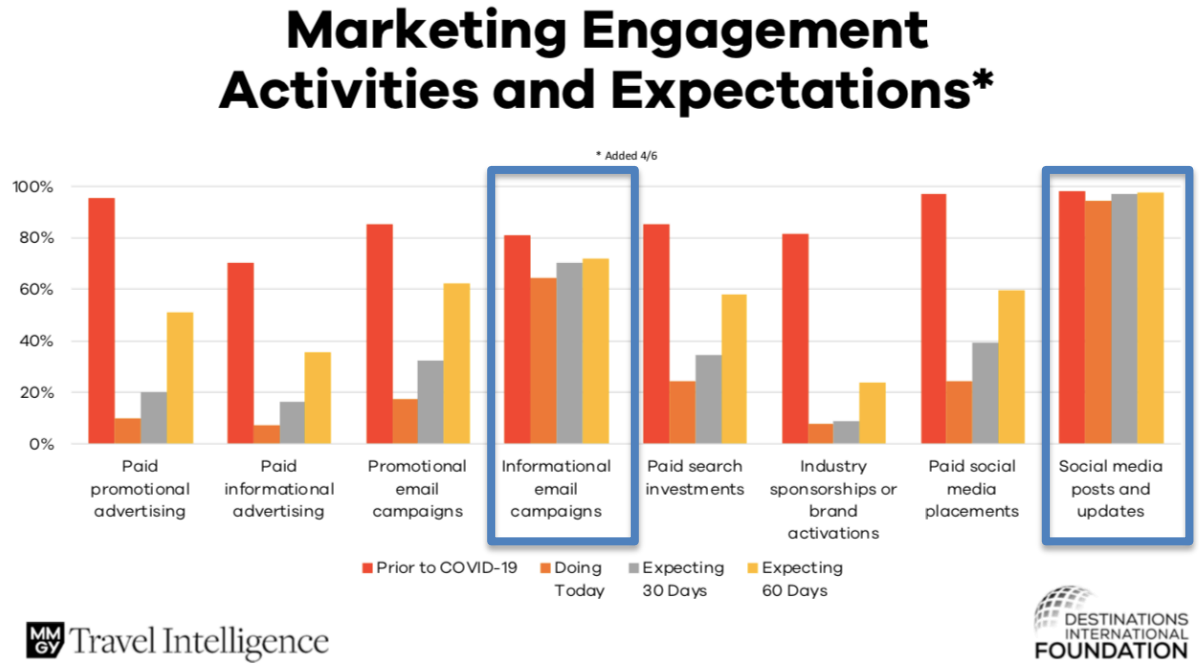
"First Airline" introduces VR trips without ever leaving the ground

+50%

da inizio restrizioni (giugno 2020)


INSIEME
A nostri clienti, fan, turisti
A tutti gli attori della filiera
Al comune sentire

INSIEME



Social Media e Newsletter sono stati gli strumenti di comunicazione più usati durante la crisi nel turismo, quelli che hanno consentito di tenere alto il livello di engament.

INSIEME

Il Neverending Tourism

Estensione nello spazio e nel tempo
dell'esperienza turistica

Sinergie **fisico-digitale**

Ingaggio **esteso** dei turisti

Variazione dei momenti e luoghi di **vita**, **lavoro** e **viaggio**

Abbiamo proseguito imperterriti
pensando di rimanere sani in un mondo malato

Tourism for SDGs Platform

A platform developed by UNWTO

“Abbiamo la possibilità di non tornare indietro”

GRAZIE

ROBERTA MILANO
Travel and Tourism Digital Strategist
Twitter: @robertamilano
info@robertamilano.com

LAGO d'ISEO
the romantic choice