

FTO vede 2024 in crescita, ma pesano caro prezzi e incertezze geopolitiche

Autore: Monia Marchese

Data: 24 Gennaio 2024

|| **2024**
secondo **fto**
Federazione
Turismo Organizzato

 *Malta* 18 - 20 GENNAIO
CONVENTIONFTO 

Il 2024 parte con ottimismo per il turismo organizzato, malgrado alcuni elementi persistenti di preoccupazione. L'indagine di Fto – Federazione Turismo Organizzato di Confcommercio, presentata durante la Convention 2024 dell'associazione, che si è svolta venerdì scorso a Malta, evidenzia come, su un campione di circa 200 operatori aderenti, il 45,3% ritenga che l'anno in corso andrà meglio del 2023. Solo uno su cinque, invece, si aspetta un peggioramento.

Tracciando un bilancio delle festività appena trascorse, il 39% afferma che il periodo natalizio ha visto un miglioramento rispetto all'anno precedente dal punto di vista del giro d'affari, mentre solo il 29,7% crede sia andato peggio.

Adv e TO segnalano un approccio diverso da parte del cliente nel post pandemia. In particolare, per la maggioranza degli intervistati il viaggiatore è più informato, esigente e richiede servizi personalizzati (62% del campione), il 38% osserva che è aumentata la richiesta di sicurezza e quindi di servizi assicurativi aggiuntivi. Mentre per quasi il 30% i clienti hanno più voglia di esplorare, dunque sono cresciute le richieste per il lungo raggio malgrado l'incremento dei costi.

Certo, l'inflazione pesa e per un quarto degli imprenditori del Turismo organizzato i cittadini che viaggiano si orientano di più verso opzioni a basso costo.

Tra le motivazioni che fanno guardare al futuro con ottimismo si segnalano la fine delle paure legate al Covid, il ritorno della voglia di viaggiare, per qualcuno una migliore organizzazione aziendale o il boom di prenotazioni già in avvio di anno. Mentre tra le note negative pesano soprattutto il caro prezzi, la compressione dei redditi delle famiglie e la difficile congiuntura geopolitica. In particolare, l'aumento dei costi dei servizi è una problematica ritenuta rilevante da quasi l'82% delle agenzie di viaggio e tour operator. Naturalmente due su tre evidenziano il problema correlato dell'erosione del potere di spesa dei viaggiatori, mentre il 42,5% del campione denuncia, tra i problemi dell'anno appena iniziato, i frequenti disservizi nel trasporto aereo. Oltre un quinto segnala infine il nodo della bassa qualità delle prestazioni offerte dai fornitori. Fto, per chiudere, ha voluto sondare il gradimento degli associati rispetto ai propri servizi: il 42% li giudica massimamente positivi e l'86% dà un voto di almeno 8 in una scala da 1 a 10.

“Nel 2023 le imprese del Turismo organizzato hanno mostrato una resilienza sorprendente, con dati di fatturato vicini al 2019. È un segnale positivo, considerando il contesto complesso in cui operiamo. Eppure non possiamo trascurare problemi come la carenza di risorse umane, aggravata dalla pandemia, oppure la forte inflazione che ha inciso sui costi dei servizi e ha pesato sulla capacità di spesa dei consumatori. Abbiamo poi denunciato a gran voce, ma collaborando a soluzioni concrete, il nodo delle inefficienze sul rinnovo e rilascio dei passaporti ma ci preoccupa sempre più pure l'abusivismo nel settore turistico che mina il regime di libera concorrenza.

Per questo motivo cooperiamo con le autorità contro queste pratiche illegali, anche in vista del Giubileo 2025. Senza dimenticare la situazione anomala nei cieli italiani, con le low cost che detengono oltre il 60% del mercato, tuttavia non fanno programmazione e spesso rifiutano di collaborare con agenzie di viaggi e tour operator. Ragion per cui abbiamo dovuto aprire una segnalazione all'Antitrust, ancorché non sia nel nostro Dna creare conflittualità nella filiera”, ha detto il presidente di Fto, Franco Gattinoni che ha tirato le somme sull'attività della federazione: “Siamo cresciuti a livello locale, italiano e internazionale, arrivando a quasi 2mila soci tra nazionali e territoriali.

Per il 2024 bisogna innanzitutto consolidare il ruolo del turismo organizzato, promuovendo la sostenibilità, la destagionalizzazione e la scoperta di nuove destinazioni. Ma bisogna valorizzare la nostra professionalità per invertire il trend di marginalità che oggi penalizza la distribuzione turistica. Quindi è necessario investire in risorse umane e in formazione, per proteggere i nostri dipendenti e il loro benessere. Tuttavia, dobbiamo anche rendere più snella la nostra operatività per consentire al personale di concentrarsi sulle attività a maggior valore aggiunto. Non a caso chiediamo al ministero del Turismo un supporto sulla digitalizzazione. Siamo consapevoli delle sfide che ci aspettano – ha concluso Gattinoni – ma affrontiamo il 2024 con ottimismo e dedizione, contando sulla collaborazione tra associazioni e sul supporto delle istituzioni”.

Riferimento articolo: https://travelnostop.com/news/associazioni/fto-vede-2024-in-crescita-ma-pesano-caro-prezzi-e-incertezze-geopolitiche_590765

Generato il 16/05/2025