Rapporto annuale

TURISMO, IMPRESE & TERRITORIO n. 4

Tendenze, impatti e dinamiche competitive

Massimo Deandreis
Direttore Generale SRM

TTG Rimini, 14 ottobre 2026

Quarto numero del Rapporto annuale di SRM *Turismo, Imprese & Territorio*

Oggetto: Le dinamiche evolutive della filiera turistica **con al centro il ruolo delle imprese e del territorio** nel contesto nazionale ed internazionale**.**

Obiettivo: Fornire linee di **policy** verso una **crescita sostenibile** della filiera e un **ruolo propositivo** e di stimolo al **dibattito** in un contesto economico e sociale di **grandi trasformazioni.**



Networking relazionale

Fitta rete di collaborazioni con altri attori del panorama scientifico nazionale, tra i quali:

- **Federalberghi**
- **Intesa Sanpaolo Innovation Center**
- **Direzione Research di Intesa Sanpaolo**
- **ISTAT**
- **Università degli Studi di Napoli «Federico II» e Università degli Studi di Bari «Aldo Moro»**
- **Associazione Italiana Turismo Enogastronomico**

Temi della survey

1.000 imprese alberghiere italiane indipendenti

- **Investimenti:** propensione, ambiti e motivazioni.
- **Innovazione digitale e AI:** adozione, applicazioni e ostacoli.
- **Capitale umano:** occupazione, competenze e difficoltà di reperimento.
- **Sostenibilità e qualità dei servizi.**
- **Nuovi segmenti turistici e diversificazione dell'offerta.**
- **Governance:** priorità e interventi richiesti dalle imprese.

GRINS

srm

Il Rapporto Turismo 2026 in quattro temi

Scenari, previsioni e competitività

- **Domanda** turistica internazionale e italiana, con focus sul Mezzogiorno.
- **Stime 2026** di presenze, fatturato e valore economico.
- **Indice di competitività europea**: confronto tra 98 regioni di Italia, Spagna, Francia e Germania.

Tecnologia, digitale e AI negli alberghi

- **Applicazioni dell'AI** nei servizi agli ospiti e nella gestione aziendale.
- **Survey su 1.000 alberghi:** adozione, readiness, performance e focus Mezzogiorno.
- **Confronto con esperti e operatori**.

Lavoro, competenze, investimenti e impatti

- **Occupazione** turistica e figure professionali richieste dalle imprese.
- **Strategie** d'investimento e risultati economici delle imprese.
- **Effetti degli investimenti** negli alloggi su valore aggiunto e occupazione.

Valore dei brand territoriali e delle destinazioni

- **Brand territoriali e identità locale** come fattori di attrattività.
- **Enoturismo**: domanda, offerta, investimenti e valore per il territorio.
- Turismo **MICE**: competitività delle destinazioni e strategie alberghiere.

Fonte: SRM, Turismo, Imprese & Territorio 2026

srm

Il 2025: domanda turistica in crescita, trainata ancora dalla componente internazionale

Indicatore	2025	Var. 2024–25	2019=100
Presenze totali	535,5 mln	+14,9%	122,6
Presenze straniere	**301,6 mln**	**+18,8%**	**136,7**
Presenze italiane	233,8 mln	+10,2%	108,2
Fatturato alberghi e ristoranti	126,1 mld €	+3,8%	138,7
VA turistico diretto	119,9 mld €	+9,4%	120,0

- Nel 2025 le presenze salgono a 535,5 milioni. Nel Sud 113,1 milioni.
- Su 100 presenze, ben 56,3 sono attribuite alla componente straniera. Nel Sud 45,2%.

Presenze per provenienza



- Le presenze sono cresciute del +14,9% (incide il ricalcolo statistico dell'Istat relativo agli alloggi in affitto gestiti in forma non imprenditoriale).
- La componente estera cresce più di quella italiana: +18,8% rispetto al +10,2%.
- Nel Sud le presenze totali sono aumentate del 24,9%: +36,1% gli stranieri e +17% gli italiani.

Fonte: elaborazioni e stime SRM su dati ISTAT e varie

Nel 2026 il turismo continua a evidenziare risultati positivi

Presenze: dati in milioni e variazione % sul 2025

Stime SRM 2026	Totali	Straniere	Domestiche
Italia	**548,9** +2,5%	**313,1** +3,8%	**235,7** +0,8%
Mezzogiorno	**115,5** +2,1%	**52,6** +2,9%	**62,9** +1,4%

Domanda turistica in crescita, trainata sempre dalla componente straniera.

I primi riscontri Istat per l'Italia, a luglio, confermano tali tendenze.

Il contributo economico del turismo

Stime SRM 2026	Italia	Mezzogiorno
Valore aggiunto	121,9 mld €	30,0 mld €
Peso complessivo* della filiera sul VA totale	11,3%	12,4%

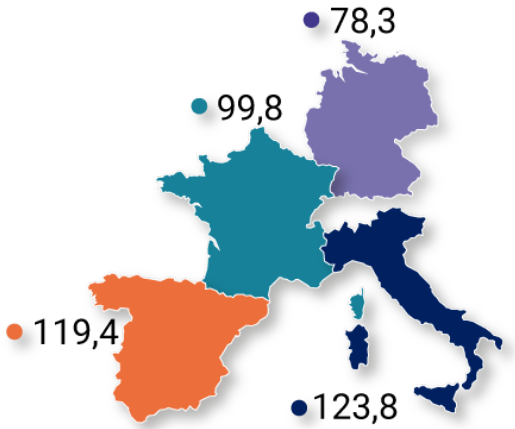
Ricadute positive sull'economia: nel Sud il contributo complessivo del settore supera il 12% del valore aggiunto.

*Impatto complessivo della filiera: diretto, indiretto e indotto.

Fonte: elaborazioni e stime SRM su Istat e altre fonti

srm

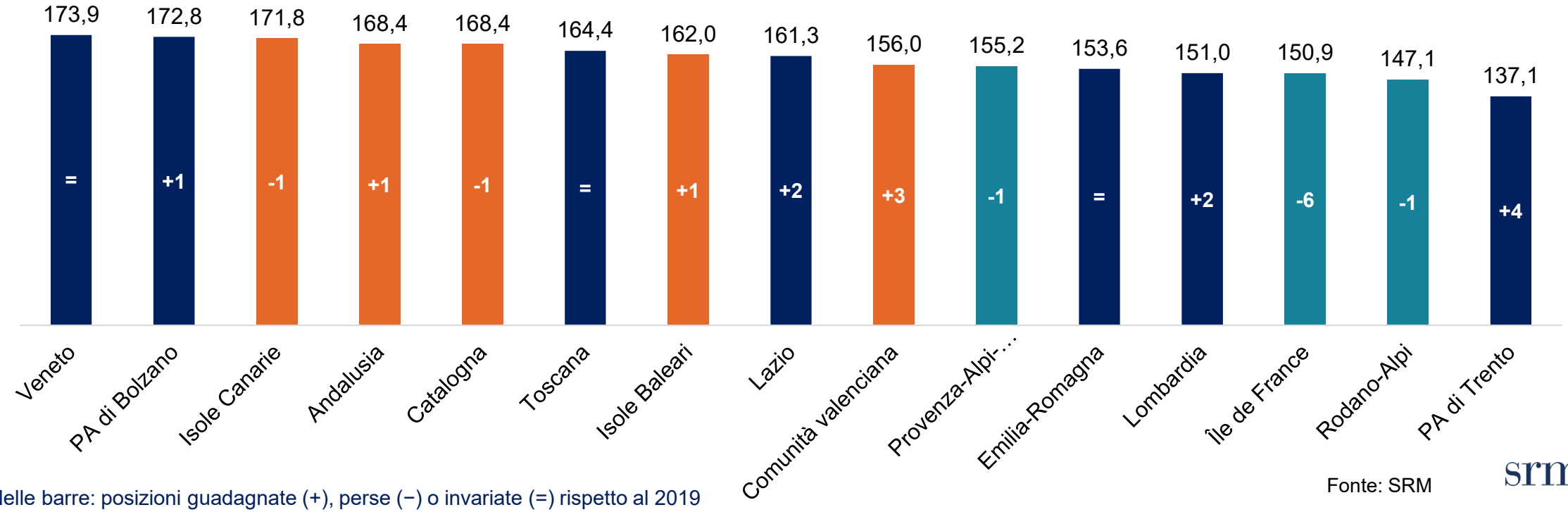
Ottime performance italiane a livello europeo: il confronto attraverso l'ICTR



Media UE4: 100

- **ICTR 2024**: L'Italia ha un punteggio pari a **123,8, il più alto tra i quattro paesi.**
- **Posizione media delle regioni:** l'Italia è prima con una posizione media di **29,1** (+1,1 sul 2019), seconda la Spagna con 34,7 (+3,0 sul 2019), poi Francia con 50 (invariato sul 2019), infine Germania con 67,1 (-1,9 sul 2019).

Prime 15 regioni per valore dell'Indice di Competitività Turistica Regionale (ICTR) al 2024 e variazione rispetto alla posizione avuta nel 2019



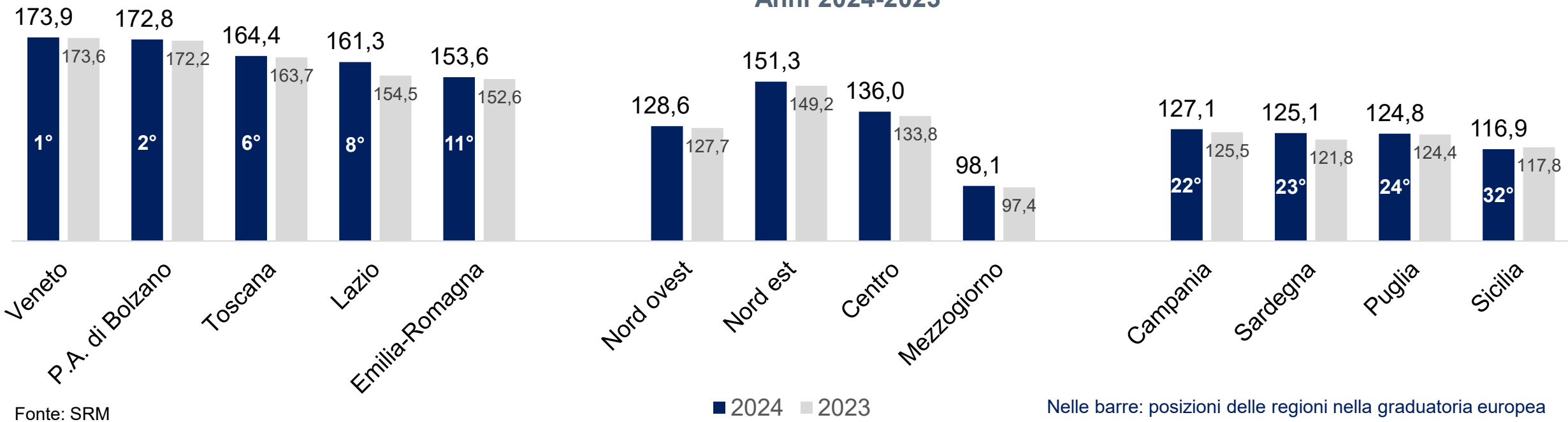
Nelle barre: posizioni guadagnate (+), perse (−) o invariate (=) rispetto al 2019

Fonte: SRM

L’Italia consolida la sua posizione: si rafforza la competitività turistica

- Il Nord-Est si conferma motore turistico: 3 regioni tra le prime 5 in Italia.
- Nel Mezzogiorno, la Campania è la prima regione con 127,1 segue la Sardegna con 125,1.

Prime 5 regioni italiane per valore dell’Indice di Competitività Turistica Regionale (ICTR) a confronto con macro-aree e prime 4 regioni del Mezzogiorno. Anni 2024-2023



Fonte: SRM

Nelle barre: posizioni delle regioni nella graduatoria europea

Come accrescere ulteriormente la competitività?

Survey 2026: consapevolezza che investire è l'unica via per competere

1

Il **64,2%** delle imprese ha investito nel 2023–2025. La quota media di fatturato destinata agli investimenti è il **9,9%.**

Investimenti nell'ultimo triennio

	Sondaggio **2025**	Sondaggio **2026**
Imprese che hanno investito nell'ultimo triennio	64,4%	64,2%
Quota media del fatturato dedicata agli investimenti	15,3%	9,9%

2

Cresce l'interesse per gli investimenti innovativi in sostenibilità e tecnologia: vi punta il 54% delle imprese.

Tipologia della spesa per investimenti degli ultimi 3 anni (% imprese – risposte multiple)

	Sondaggio **2025**	Sondaggio **2026**
Struttura	67%	66%
Arredi	58%	61%
ESG	20%	24%
Tecnologia e Digitale	25%	30%

3

Performance (3,96) **e nuove esigenze del turista** (3,80) **restano le motivazioni principali.**

Le motivazioni dell'investimento Punteggio da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo)

	Sondaggio **2025**	Sondaggio **2026**
Migliorare le performance aziendali	4,26	3,96
Nuove esigenze del turista	3,76	3,80
Tensioni sui mercati	2,85	3,37
Impegno verso altri obiettivi di sostenibilità (ESG)	3,20	3,23

Survey SRM-UNIBA 2026: 1.000 imprese alberghiere

srm

Investimenti 2026–2028: le priorità sono efficienza, formazione e salubrità

1

Il 54,2% prevede nuovi investimenti nel 2026–2028**, contro il 47% della survey precedente**. Per il 14,6% la scelta dipende da incentivi o esigenze di mercato.

Prevede nuovi investimenti nel triennio 2026–2028

	Sondaggio **2026**
Sì	**54,2%**
No	31,2%
Dipende da incentivi e/o mercato	14,6%

2

Energia e acqua guidano le priorità (3,43). Seguono formazione (3,33), salubrità (3,27) e rifiuti (3,24).

I 10 fattori prioritari per l'impresa
Punteggio medio da 1 (poco) a 5 (molto)

	Sondaggio **2026**
Riduzione dei consumi energetici	**3,43**
Riduzione dei consumi idrici	**3,43**
Formazione del personale e management	**3,33**
Salubrità dei locali	**3,27**
Riduzione e differenziazione dei rifiuti	**3,24**
Autoproduzione di energia rinnovabile	**3,21**
Sostegno alle comunità locali	**3,17**
Materie prime a km 0 e filiere locali	**3,06**
Sicurezza informatica e digitale	**3,06**
Accessibilità per persone con disabilità	**3,05**

Survey SRM-UNIBA 2026: 1.000 imprese alberghiere

srm

Gli alberghi offrono più lavoro, con un ruolo centrale per donne e giovani

In Italia, nel 2025 si contano in media **251,7 mila** lavoratori dipendenti negli alberghi (**+5,6%** sul 2024). Si arriva a circa **1,6 milioni** se si considera l'intera filiera.

28,3%

Meno di 30 anni

Negli alberghi, più di un dipendente su quattro under 30

52,4%

Donne

Prevale la componente femminile

32,7%

Lavoratori stranieri

Crescono dell'8,9%, mentre i connazionali del 4,1%

41 anni

Età media

In lieve aumento rispetto al 2024

Orario di lavoro (%)





¾ dell'occupazione è a tempo pieno

Il picco estivo (migliaia di dipendenti)





Si evidenzia il peso della stagionalità

Fonte: elaborazioni Federalberghi su dati INPS

Più lavoro richiede nuove competenze e una governance adeguata

Italia, punteggi medi su scala da 1 (poco) a 5 (molto)

Competenze necessarie

Risoluzione dei problemi	3,89
Comunicazione	3,83
Flessibilità e adattamento	3,78
Lavoro di gruppo	3,75

Figure difficili da reperire

Addetti alla cucina	3,92
Intrattenimento	3,69
Addetti al bar	3,57
Servizi alla persona/benessere	3,52

Importanza degli interventi secondo le imprese

Politiche retributive	3,45
Agevolazioni per categorie	3,42
Incentivi fiscali e contributivi	3,40
Qualificazione del personale	3,35

Survey SRM-UNIBA 2026: 1.000 imprese alberghiere

srm

Nel Rapporto 2026 entra l'AI. Cresce l'attenzione ma per ora l'adozione resta tiepida e differenziata tra le diverse funzioni aziendali

1,85

Su un valore max di 5

indice medio di maturità AI

Sintetizza il livello di adozione e interesse verso l'AI **nelle nove funzioni aziendali**

L'interesse parte dalle funzioni vicine al cliente

	Funzione	% Imprese che investono in AI (in valutazione, con investimenti programmati o già attivi)
Relazione con il cliente	**Assistenza clienti**	43,0%
	Marketing	36,3%
	Reputazione online	29,2%
Gestione e ricavi	Prezzi	23,5%
	Gestione aziendale	25,9%
	Fornitori	25,1%
Organizzazione e sistemi	Sicurezza IT	25,3%
	Personale	29,0%
	Back office	32,6%

Survey SRM-UNIBA 2026: 1.000 imprese alberghiere

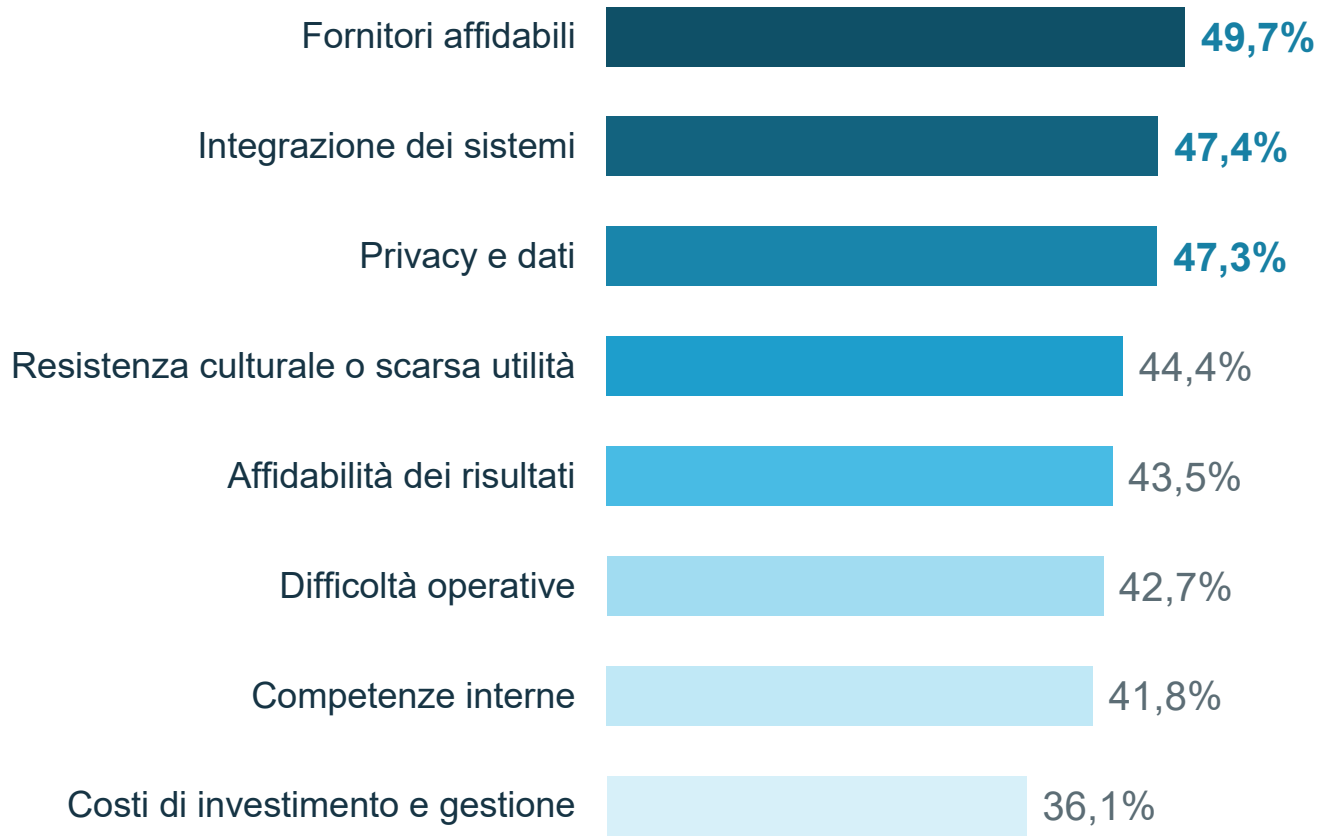
srm

L’adozione dell’AI richiede fiducia e controllo laddove emerge «diffidenza»

- **Quasi un’impresa su due** considera come principale ostacolo quello di trovare **fornitori affidabili (49,7%).**
- **Il 47,4% delle imprese** teme le difficoltà nel far funzionare l’AI **insieme ai programmi/sistemi già in uso.**
- Il **47,3% è preoccupata** dalla protezione delle **informazioni dell’hotel e dei clienti**.
- Ad oggi gli aspetti che sembrano preoccupare meno le imprese, **sono le competenze** (41,8%) ed **i costi**, indicati come rilevanti **solo dal 36,1% delle imprese.**

Principali fattori che le imprese considerano barriere rilevanti o molto rilevanti all’utilizzo dell’AI

(% di imprese)



Fonte: SRM–UNIBA 2026

Competitività e performance. Le sfide del turismo

01

Presenze: più del conteggio è il «valore» che generano, la vera priorità per il territorio

Il legame con cultura, enogastronomia e turismo d'affari rafforza l'impatto economico dei flussi. SRM da molti anni lo riconosce attraverso, ad esempio, il moltiplicatore delle presenze.

02

Investimenti: continuità e qualità per consolidare la competitività

Gli investimenti qualificano l'offerta e rispondono alle nuove esigenze dei viaggiatori. Sostenibilità, tecnologia e formazione sono priorità per le imprese.

03

Tecnologia e AI: adozione graduale e integrata ma centrata sulla relazione umana

L'AI richiede fornitori affidabili, sistemi compatibili e competenze adeguate. L'integrazione nei processi deve valorizzare la relazione umana nell'ospitalità.

04

Lavoro e competenze: la qualità sostiene la crescita

La crescita del turismo richiede personale qualificato. Formazione e politiche retributive adeguate aiutano le imprese a reperire le figure necessarie e migliorare l'accoglienza.

05

Governance condivisa: coordinamento per rafforzare le destinazioni

Strategie e dati condivisi devono orientare le scelte di imprese e istituzioni. Mobilità, servizi efficienti e regole chiare sostengono la competitività dei territori.

srm



Grazie per l’attenzione

Scopri l’Osservatorio Turismo

sr-m.it