Ricerca Mastercard: Italia, Russia e Francia guidano la ripresa del settore turistico

Dopo la pandemia, turismo e ristorazione in Italia guidano la ripresa economica. Secondo la ricerca **Recovery Insight** di Mastercard, sarà proprio il Belpaese, insieme a Russia e Francia a guidare la ripresa del settore turistico e dell'intrattenimento nei paesi del G20.

Nonostante l'Italia sia stato uno dei primi paesi in assoluto ad essere colpito dal rapido diffondersi del Covid-19, dice lo studio, "la cultura fortemente incentrata sul turismo e sulla tradizione culinaria ne ha facilitato notevolmente la ripresa. Sul fronte turistico, infatti, l'Italia è ben attrezzata per accogliere tutti quei viaggiatori che – con l'obiettivo di aiutare le piccole realtà imprenditoriali e assicurarsi il dovuto distanziamento sociale – scelgono di soggiornare in strutture indipendenti distribuite in modo capillare da Nord a Sud, isole comprese, mantenendo così la penetrazione delle catene alberghiere internazionali in Italia solo al 5%. La gioia della tavola, inoltre, che sia in famiglia o fuori casa in compagnia di amici, si conferma ancora una volta un elemento chiave dello stile di vita degli italiani e ulteriore voce di spesa che contribuisce concretamente alla ripresa".

"Non c'è dubbio che le persone amano viaggiare - ha aggiunto **Michele Centemero**, Country Manager di Mastercard in Italia - Quello che stiamo vedendo, però, è che il modo in cui viaggiano si è andato adattando al contesto attuale. La spesa per il carburante, nei ristoranti o per il noleggio di biciclette: tutto sta migliorando, dimostrando una ripresa in corso seppur concentrata sui viaggi di prossimità e consumi locali. In altre parole, stiamo riscoprendo i viaggi on the road e le innumerevoli bellezze dei nostri territori paesaggistiche, culturali e perché no anche culinarie".

Complessivamente, grazie all'analisi aggregata ed in forma anonima dei pattern di spesa dei consumatori globali che hanno scelto il circuito Mastercard, **Recovery Insight: Travel Check-In** ha delineato le nuove tendenze post pandemia: dall'ascesa del localismo (nel secondo trimestre del 2020, la quota del noleggio auto sul totale delle spese di trasporto è quasi raddoppiata, passando dal 9% dello scorso anno al 17%) alla rivincita del "piccolo è bello" (l'analisi evidenzia come i viaggiatori prediligano sempre più spesso luoghi dalle dimensioni contenute – da qui una crescita della spesa nei cosiddetti 'boutique hotel').

Infine, sottolinea lo studio, la ripresa è guidata dal **turismo leisure**: da un'analisi delle carte di credito private rispetto e carte business emerge, infatti, che la spesa relativa a viaggi aerei e noleggio auto è

guidata dai consumatori e non da viaggi di lavoro.