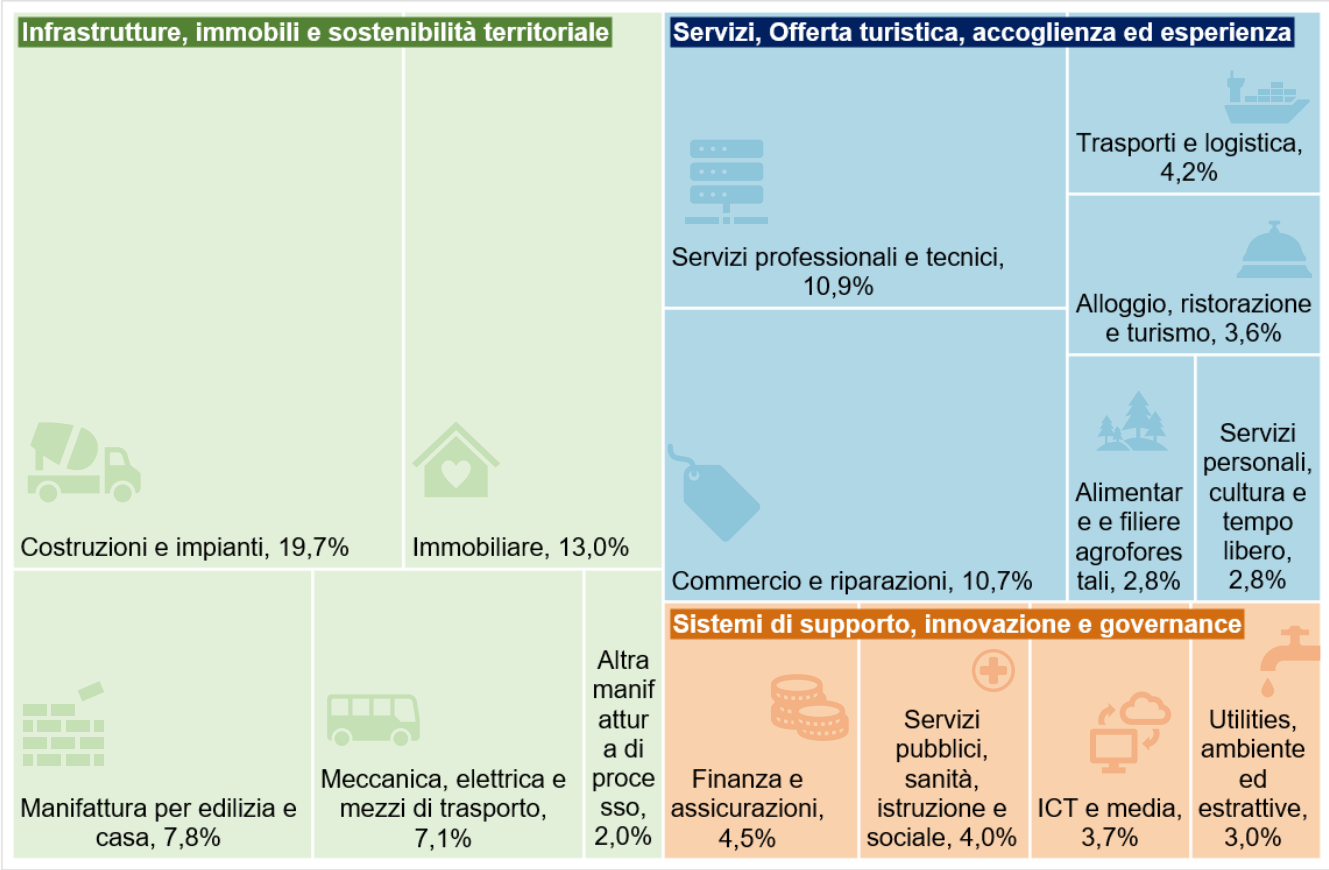


La filiera turistica come costellazione di valore

Moltiplicatore di presenze per tematismi (€ di VA)

Turismo d'affari	Congressuale – partecipazione a congressi, convegni e convention	176,6
	Fieristico – viaggi legati a fiere, esposizioni e saloni professionali	
	Incentive – viaggi premio organizzati dalle aziende per dipendenti o clienti	
	Corporate/business travel – trasferte per riunioni, incontri commerciali e networking	
Turismo enogastronomico	Enoturismo – visite a cantine, vigneti e degustazioni	151,7
	Prodotti tipici – percorsi dedicati a specialità locali e DOP/IGP	
	Rurale gastronomico – esperienze in agriturismi, masserie e aziende agricole	
	Gastronomico – sagre, festival del cibo e manifestazioni culinarie	
Turismo culturale	Museale – visite a musei, gallerie e pinacoteche	145,0
	Archeologico – scoperta di siti archeologici e aree storiche	
	Artistico-monumentale – visita di chiese, palazzi storici e monumenti	
	Letterario e teatrale – itinerari legati ad autori, opere, teatri e tradizioni culturali	
Turismo montano	Sportivo invernale (sci, snowboard e ciaspolate)	140,7
	Escursionistico – trekking, passeggiate e sentieri naturalistici	
	Alpinistico – arrampicata, vie ferrate e alta montagna	
	Benessere in montagna – soggiorni relax in chalet, spa e località alpine	
Turismo religioso	Pellegrino – viaggi verso santuari e luoghi sacri	133,5
	Devozionale – partecipazione a feste patronali, riti e celebrazioni religiose	
	Spirituale – ritiri, meditazione e percorsi interiori	
	Artistico-religioso – visita di abbazie, monasteri, basiliche e patrimoni sacri	
Turismo balneare	Balneare familiare – vacanze al mare orientate a famiglie e bambini	128,2
	Nautico – vela, crociere, porti turistici ed escursioni in barca	
	Sportivo marino – surf, immersioni, kitesurf e altre attività acquatiche	
	Luxury e benessere – resort, spa e soggiorni esclusivi sul mare	

Impatto degli investimenti: ripartizione del VA dei settori



Fonte: elaborazione SRM su dati vari

La trasversalità delle competenze

Survey SRM 2026: prime anticipazioni



Le competenze più richieste dalle imprese

Problem solving analitico	3,89	4,24
Comunicazione	3,83	4,23
Flessibilità e adattamento	3,78	4,21
Lavoro di gruppo	3,75	4,20
	2026	ap



Figure professionali difficili da reperire

Addetti alla cucina	3,92	3,46
Addetti all'intrattenimento	3,69	3,34
Addetti al bar	3,57	3,46
Addetti ai servizi alla persona	3,52	3,36
	2026	ap



Principali aree di applicazione dell'AI per l'ospitalità

- Customer care e gestione richieste
- Marketing e vendite
- Operations e back office
- Qualità dell'esperienza e reputazione online

In collaborazione con Federalberghi