

Ristoranti che non trovano personale | Turismo Esperienziale | Dati per tirarci su

Presentiamo un articolo a cura di **Emilio De Risi**, redazione **21 Grammi di Turismo**, sul *red district* di De Wallen, sul **turismo di massa**, **Flygskam** e molto altro.

Nessuno vuole lavorare nei ristoranti. In 14 mesi si sono persi il doppio dei posti di lavoro creati tra il 2013 e il 2019, ma non dipende solo dalle chiusure, c'è un calo di persone disposte a lavorare in questo settore. *Linkiesta* ha analizzato alcuni dei motivi:

- * Il lavoro in sala e cucina spesso non è tutelato ed è retribuito male;
- * La didattica a distanza universitaria ha riportato a casa tante giovani risorse che lavoravano soprattutto in sala;
- * Molti professionisti della ristorazione hanno cercato lavoro all'estero;
- * La minore predisposizione dei giovani nell'accettare quella che da anni era la norma: *sacrificarsi per la causa*.

Il fenomeno non è solo italiano, viene da lontano e ne avevo già parlato qui. Forse anche in Italia è arrivato il momento di riflettere su quello che c'è da riformare nella ristorazione.

New York – Londra in 3 ore e 15 minuti. *Boom Supersonic*, come racconta *Business insider*, vuole costruire un aereo che prosegua la storia del *Concorde* e renderlo economicamente accessibile, passando da circa 12.000 dollari a/r del *Concorde*

negli anni '90 a poche centinaia di dollari.

Flygskam. È La vergogna di volare per motivi ambientali, ispirata da Greta Thunberg, che spinge a preferire il treno all'aereo. La norvegese *Norsk e-Fuel*, però, potrebbe mettere tutti d'accordo producendo un combustibile a base di energia pulita. Unico problema è che i costi di produzione sono ancora piuttosto alti.

L'ennesima startup che vuole cambiare il mondo forse opererà solo grazie agli investitori che l'hanno finanziata, ma ci ricorda che il trasporto aereo è un nodo fondamentale per andare verso un **turismo sostenibile**.

Un settore? Come riportano alcuni media locali, la Fondazione Carispaq ha presentato un bando per la realizzazione di progetti innovativi nel **settore del turismo esperienziale** nella provincia dell'Aquila.

Melassa. In un articolo su *Vita*, Paolo Labichino riflette su quanto negli ultimi anni il racconto di viaggio sia stato incentrato su uno *storytelling* che con logiche iperconsumistiche ha contribuito all'aumento all'**overtourism**: «Il turismo è stata una delle prime industrie a fare propria la logica dell' **experience marketing**, per cui l'idea che al prodotto doveva necessariamente essere cucita intorno una qualche esperienza... esigenza che alla fine ha creato delle grandi melasse esperienziali».

Siamo tutti turisti di massa. L'idea di un turismo lento, popolato da novelli Goethe che peregrinano nel Belpaese evitando accuratamente le mete più note, è entrato in una retorica che piace a politici, conferenzieri e guru. L'articolo de *Il Sole 24 Ore*, racconta quanto siamo pervasi da un'idea che ci vuole **sempre viaggiatori e mai turisti**, dimenticandoci che la destinazione Italia è legata al **turismo di massa**.

Usare alcune parole con una eccessiva **logica di marketing** le

svuota di significato, con il rischio di creare delle distorsioni nella gestione delle politiche turistiche.

Le luci rosse di Amsterdam. Il governo cittadino vuole trasferire il *red district* dalla centrale zona di *De Wallen*. La sindaca Femke Halsema, dice che prima della pandemia le lavoratrici del sesso erano «fotografate e derise da orde di turisti»; ma il *centro consulenza operatrici del sesso* si oppone, affermando che «il turismo prima è stato pianificato e poi è sfuggito di mano».

I numeri. Il *red district* è passato da 10mln di visitatori nel 2005 a quasi 20mln nel 2015. Ogni settimana, pre-pandemia, c'erano circa 1000 visite a settimana.

Semplici richieste. Le rappresentanti delle lavoratrici del sesso chiedono: un numero ridotto di tour, divieto assoluto di fotografare, una certificazione di qualità per le guide.

Prenotazioni. Secondo i dati pubblicati su *PhocusWire*, le *booking windows* si stanno allargando: 80 giorni in anticipo in Emea, 70 giorni in Nord e Sud America e 54 giorni in Asia-Pacifico. Sembra che la fiducia si stia rafforzando.

Meglio dell'estremo oriente. Quella dell'Asia-Pacifico è la regione del mondo che ha subito il calo maggiore di arrivi internazionali nei primi quattro mesi (95%). Come riporta *Skift*, molti dei paesi di quest'area stanno faticando a riavviare la macchina del turismo, inclusi quelli lodati per l'efficacia nel contenere il virus.