



Fiavet-Confcommercio al TTG Travel Experience: i dati e le strategie del turismo organizzato nell'era della permacrisi

Rimini, 15 ottobre 2026 / Italy Arena — Si è svolto oggi presso l'Italy Arena del TTG Travel Experience il convegno organizzato da Fiavet-Confcommercio dal titolo "Esistere nelle tempeste perfette: come il turismo organizzato può guidare il mercato e non subirlo nell'era della permacrisi". Al centro dei lavori, l'approfondimento economico globale elaborato da Tourism Economics (società di Oxford Economics), che ha analizzato ben 85 importanti crisi del settore turistico registrate nell'arco di 25 anni per offrire a operatori e investitori metriche concrete di resilienza.

Il report si apre fotografando uno scenario in cui il turismo globale ha raggiunto il record storico di 1,52 miliardi di arrivi internazionali nel 2025, confermando una domanda strutturalmente solida nonostante il succedersi di shock pandemici, geopolitici e climatici. Tuttavia, la ricerca evidenzia come la cosiddetta "permacrisi" rappresenti ormai la nuova normalità operativa, in cui il mercato non torna a un punto di reset precedente, ma si assesta su equilibri completamente rinnovati.

Tra i dati più rilevanti emersi dall'analisi spicca l'impatto economico della percezione del rischio: la disinformazione e l'allarmismo mediatico si diffondono molto più rapidamente degli eventi reali, generando fino al 30% di cancellazioni ingiustificate da parte dei viaggiatori. Di fronte a questo fenomeno, la risposta della domanda non si traduce in una rinuncia complessiva alla vacanza, ma in un profondo riorientamento delle scelte. Lo studio registra infatti un incremento del 25% nelle richieste di viaggi organizzati e tutelati, confermando che la rete agenziale e il tour operating costituiscono la principale garanzia di affidabilità e sicurezza per il consumatore.

Il report dimostra inoltre che le imprese e le destinazioni capaci di investire in preparazione preventiva e gestione proattiva delle emergenze recuperano i volumi di traffico con una velocità superiore del 50%, ovvero 1,5 volte più rapidamente rispetto ai competitor. Un dato ulteriormente rafforzato dall'analisi dei tempi di recupero post-shock, che rispetto agli anni 2000 si sono dimezzati, passando da 24 a circa 10-12 mesi grazie alla rapida ripristinazione della capacità operativa.

Il dibattito, introdotto dai saluti del vice presidente vicario di Fiavet-Confcommercio **Giuseppe Scanu**, è entrato nel vivo con l'intervento del consigliere per i rapporti istituzionali del Ministro del Turismo **Gianluca Caramanna**. Quest'ultimo si è soffermato sulle difficoltà affrontate dal comparto dell'outgoing a causa delle recenti tensioni geopolitiche e della conseguente ridefinizione delle rotte aeree, evidenziando il valore strategico delle campagne di comunicazione promosse quest'anno dal Ministero, come la storica iniziativa "Viaggio organizzato, vacanza assicurata", concepita per sostenere la filiera nei momenti di incertezza della stagione, focalizzandosi sul valore della promozione istituzionale e sulla tutela del consumatore.

Il confronto è proseguito con l'analisi dei trasporti e dell'intermodalità insieme al responsabile trade - charter e gruppi di Trenitalia, **Massimo Formichella**, il quale ha rimarcato come la diversificazione dei mercati e la sinergia con il canale trade rappresentino la migliore polizza assicurativa per blindare

la scelta del passeggero. Sul fronte del trasporto aereo, il vice president Italy sales di ITA Airways, **Tommaso Fumelli**, ha illustrato come la flessibilità nella riallocazione delle rotte e la centralità del canale agenziale permettano di stabilizzare la domanda e di accompagnare i flussi turistici sia sull'inbound che sull'outbound.

L'approfondimento si è completato con il contributo dell'amministratore delegato di Aspevi Roma, agenzia speciale di Vittoria Assicurazioni, **Mauro Colatei**, che ha analizzato l'evoluzione dei prodotti di tutela e dell'assistenza in tempo reale — come dimostrato dalla complessa gestione dei rientri protetti durante le recenti crisi in Medio Oriente —, evidenziando come polizze trasparenti e strutturate siano ormai determinanti per contrastare il panico irrazionale e ripristinare la fiducia nel viaggio.

Dall'incontro emerge una direttrice inequivocabile per il futuro del settore: nell'era della permacrisi, la diversificazione dell'offerta, la cooperazione di filiera e la qualità della consulenza professionale rappresentano gli unici veri strumenti per trasformare la discontinuità globale in un vantaggio competitivo duraturo.