

Comunicato stampa

Indagine ENIT Unioncamere: Italia meta di lusso esclusiva, lo conferma il 20% dei visitatori stranieri

*Cresce la clientela straniera per un'impresa su tre. Ottobre già prenotato per più della metà.
Per il 48% dei turisti il web orienta le scelte di vacanza*

L'Italia come meta esclusiva: è uno dei punti che emerge dallo studio di **ENIT** condotto da **Unioncamere** con il supporto tecnico di **ISNART**. Oltre il 20% dei turisti stranieri sceglie le nostre destinazioni espressamente attratti dallo stile di vita italiano, associando al nostro Paese una "allure" di esclusività.

L'indagine diretta alle strutture ricettive italiane, realizzata da ISNART per ENIT e Unioncamere a metà settembre 2023, conferma le previsioni di fine luglio, con una crescita delle vendite rispetto al 2019, l'ultimo anno pre-pandemia. Gli operatori segnalano in chiusura d'estate un tasso di occupazione medio delle camere del 75,3% a luglio e dell'85% ad agosto, circa 1 camera in più ogni 10 rispetto al 2019.

Il tasso medio di occupazione camere più elevato si è registrato nelle strutture delle località balneari (89,4%), ma più che positivo è anche il bilancio delle città d'arte (83,3%) e delle strutture in montagna (82,7%). Dai primi dati di settembre emerge un 60,2% di camere occupate/prenotate già a metà mese, complice il clima ancora caldo che favorisce gli ultimi bagni di sole e mare, oltre alle tradizionali visite di fine estate nelle città d'arte (62,8%).

Le vendite più consistenti nel comparto extralberghiero sono state in luglio (75,9%) e agosto (86,7%), trainate dai campeggi (82,3% luglio, 94,1% agosto), strutture che appaiono continuare a privilegiare le forme di turismo outdoor, più a contatto con la natura. A settembre, invece, va meglio l'hôtellerie (61,9%) dove sono gli hotel di medio-alta categoria a registrare il tasso di occupazione più elevato del periodo (67,1% nei 4-5 stelle). A fronte di una lieve in flessione del turismo di prossimità, l'andamento appare più che compensato dalla crescita dei turisti stranieri rispetto all'estate 2022, segnalata da oltre il 30% degli esercenti, in particolare dei turisti provenienti da Germania, Francia, Belgio e Paesi Bassi.

Quanto alle previsioni per la stagione autunnale, risultano prenotate il 44,8% delle camere offerte per i soggiorni di ottobre, dato già oggi al di sopra del venduto 2019. Per quanto concerne il dato relativo alle prenotazioni per novembre (42,8%) e dicembre (28,7%), complice anche il favorevole calendario dei ponti festivi, esse risultano già superiori a quanto registrato nello stesso periodo del 2022.

In continuità con le strategie di pricing adottate durante la stagione estiva, le tariffe applicate per questo autunno sono più alte di quelle del 2022 per 4 strutture su 10. Una scelta che, unitamente ai buoni risultati ottenuti in termini di vendita già da inizio anno, porta il 45% delle imprese a prevedere di riuscire a conseguire un utile di bilancio a fine anno (dato più del doppio del settembre 2022, quando questa previsione era stata formulata solo dal 20% degli operatori).

"Le tendenze che emergono dallo studio sono un'ulteriore conferma che l'Italia sta intercettando la ripresa del turismo, con un aumento della domanda da parte dei turisti stranieri, i quali vedono nell'Italia – e a ragione – la destinazione ideale per vivere esperienze esclusive all'insegna dello stile di vita italiano che, al pari del 'Made in Italy', rappresenta un vero marchio di eccellenza e qualità. Parliamo perlopiù di turisti con redditi di fascia medio-alta e un'importante propensione alla spesa, il che dà vita a quel turismo di alta gamma, che è essenziale per il benessere economico dell'Italia – e lo conferma la proiezione di bilanci in utile per un'azienda turistica su due – in quanto è un segmento che genera entrate significative, crea posti di lavoro, aumenta la visibilità e l'immagine del brand nazionale, stimola altri settori dell'economia e contribuisce, in sintesi, a

essere un traino per il turismo tutto, compreso quello a basso costo” commenta il ministro del Turismo Daniela Santanchè.

“L'Italia è benedetta da una bellezza naturale straordinaria, dai paesaggi mozzafiato alla magnificenza del patrimonio artistico, un'opportunità per il turismo dal sempre maggiore potenziale, grazie alla sua straordinaria combinazione di cultura, cucina, bellezze naturali e accessibilità. È un onore complimentarsi con il nostro Paese per il suo impegno nel mantenere e migliorare il suo status di destinazione turistica di prima classe. Con il giusto sostegno e promozione, l'Italia continuerà ad attrarre sempre più turisti” dichiara Ivana Jelinic, Presidente e Ceo ENIT.

Dall'indagine diretta ai turisti in vacanza in Italia, svolta da ISNART per l'Osservatorio sull'Economia del Turismo di Unioncamere e delle Camere di commercio nel corso dell'estate 2023, emerge come il caro prezzi abbia influenzato il profilo di spesa dei molti turisti in questa estate.

Se consideriamo la spesa media giornaliera del turista nell'estate 2023, 71 euro al giorno pro-capite vanno per l'alloggio (tra strutture ricettive e mercato parallelo degli affitti brevi), con un aumento di 15 euro per ogni giorno di vacanza rispetto all'estate 2022 (+27%).

Questo ha portato molti turisti a cercare di risparmiare su altre voci, in particolare sui pasti consumati fuori casa, i divertimenti, lo shopping ma anche la cultura.

Non sorprende, quindi, che la spesa media per beni e servizi acquistati sul luogo di vacanza, risultato di 60 euro al giorno a persona, appare ridotta sia rispetto alla scorsa estate (-13%) che a quella del 2019 (-5%).

Quando invece si va a considerare la fascia più alto spendente, questa riguarda prevalentemente il turista straniero per il quale la spesa media per l'alloggio sale a 184 euro al giorno a persona (110 euro in più del turista medio straniero in Italia) e per gli acquisti di beni e servizi sul territorio a 209 euro (ovvero quasi il triplo della spesa media). In particolare, il 68% dei turisti stranieri spende in vacanza per l'acquisto di moda ed abbigliamento (contro la media Italia del 30%) ed in acquisti dell'artigianato tipico (25% contro una media Italia del 19%).

“Il turismo del lusso inizia a configurarsi come un segmento di mercato in espansione anche per il nostro Paese. La ricerca di “esperienze esclusive” che vedono intrecciarsi il viaggio di lusso, l'alta qualità del “Made in Italy” nelle sue diverse declinazioni ed una forte sensibilità per la sostenibilità dell'offerta, attira crescenti flussi di clientela alto spendente, in particolare internazionale”, sottolinea Loretta Credaro, Presidente di ISNART.

Infine, per quanto concerne la valutazione complessiva della vacanza in Italia, si conferma un forte gradimento espresso dai turisti che visitano il nostro Paese, tanto italiani (voto medio 8,2) che stranieri (voto medio 8,4). A soddisfare pienamente, in particolare, è la ristorazione ed i prodotti dell'enogastronomia locale ed il nostro risultare accoglienti.

Giudizi positivi che i turisti condividono sempre più sul web, lasciando recensioni on line, abitudine che riguardava il 39% degli intervistati nell'estate 2022 e che è salita al 47% dei rispondenti di quest'anno. I social più utilizzati sono Instagram (39,7% dei turisti che postano recensioni), Facebook (35,7%) e TripAdvisor (28,8%), seguiti da Google, Booking e Twitter.

Non sorprende, quindi, che il web ed i social media siano oramai il primo e più importante veicolo di comunicazione delle eccellenze del Paese, influenzando il 48% dei turisti nella loro scelta della destinazione.



Francesca Ciatelli resp uff stampa Enit
392 9225216 - francesca.ciatelli@enit.it

Ufficio stampa ISNART
ufficiostampa@eprcomunicazione.it