VareseNews

Per il “turismo di lusso” l’Italia è la destinazione ideale

Pubblicato: Mercoledì 6 Dicembre 2023

L’Italia guarda al turismo di lusso. Secondo i risultati dello studio Enit realizzato da Unioncamere con il supporto tecnico di Isnart (ottobre 2023) il Bel Paese rappresenterebbe la destinazione esclusiva per eccellenza. **Secondo l’indagine, oltre il 20% dei turisti stranieri sceglie le destinazioni italiane, espressamente attratti dallo “stile di vita italiano”, che associa al Paese un’immagine di “esclusività”**.

Di seguito i principali risultati dello studio Enit

> In piena espansione, il turismo di lusso italiano intercetta il grande ritorno dei viaggiatori nel 2023 e beneficia del potere finanziario degli high spender, che risentono meno degli altri viaggiatori delle incertezze geopolitiche e macroeconomiche. La politica dei prezzi applicata nel corso della stagione 2023 dalla maggior parte delle strutture ricettive italiane di alta gamma, lungi dal dirottare questa clientela, ha al contrario generato ulteriore attrazione per l’Italia, percepita come “destinazione ideale”.
>
> A conferma di questo trend positivo, il settore turistico di alta gamma italiano **tornerà all’edizione 2023 della fiera ILTM a Cannes.** “Investire nel turismo del lusso è un passo fondamentale per consolidare la nostra posizione nel mercato turistico globale e garantire uno sviluppo sostenibile a lungo termine per il nostro Paese. Il turismo di lusso non solo contribuisce in modo significativo all’economia, ma promuove anche

l'immagine dell'Italia come destinazione di élite nel panorama mondiale. Le nostre ricchezze culturali, artistiche e gastronomiche sono tesori che possono essere valorizzati attraverso esperienze di lusso, attirando una clientela esigente e disposta a investire in un'ospitalità di prima classe. Questi investimenti non solo generano entrate sostanziali, ma anche opportunità di lavoro qualificate e durevoli. Inoltre, il turismo del lusso sottolinea il nostro impegno per la sostenibilità, incoraggiando pratiche eco-friendly e consentendo la conservazione delle nostre bellezze naturali e storiche per le generazioni future. Dobbiamo essere all'avanguardia nell'offrire servizi esclusivi, collaborare con marchi di prestigio e sviluppare infrastrutture di alta qualità per garantire che l'Italia rimanga una destinazione di lusso di prim'ordine nel mondo" dichiara **Ivana Jelinic** presidente e ceo Enit. In uno stand di 640 mq, l'ENIT – Ente Nazionale Italiano per il Turismo – coordina la presenza di 13 regioni e province – Basilicata, Campania, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Puglia, Sicilia, Alto Adige, Trentino, Toscana, Umbria, Veneto – le città di Roma e Milano, 4 Convention Bureau, Trenitalia e un gran numero di DMC/Tour operator, Mice, Enti del Turismo, Poli Fieristici, Hotel di lusso, Meeting planner, Boutique hotel, Stabilimenti balneari per un totale di 143 operatori del settore (di cui 38 presenti nei singoli stand). Luxury Italy a Cannes offrirà agli acquirenti internazionali una vasta gamma di prodotti e servizi, tra cui attrazioni culturali e uniche, ecoturismo, famiglia, esperienze gastronomiche di viaggio, luoghi per riunioni e conferenze, meraviglie naturali, sport all'aria aperta, golf, ville private, appartamenti serviti, Esperienze di shopping, Stazioni sciistiche, Spa e benessere, Noleggio yacht e vacanze in barca a vela, Feste e anniversari, Matrimoni e lune di miele. Anche l'adattabilità del settore è un vantaggio. **L'industria del lusso italiana offre prospettive diverse per ogni nazionalità e tipologia di cliente.** Ad esempio, offre alla clientela francese un lusso discreto e raffinato, offre alla clientela olandese un lusso nascosto, mentre offre il lusso svedese che è soprattutto ecosostenibile.

L'Italia meta per millenial e gen Z

Tradizionalmente vista come la destinazione ideale dai clienti del segmento affluent/famiglie/luna di miele, anniversari e celebrazioni, **l'Italia attrae oggi sempre più i millennial e la generazione Z, clienti più giovani alla ricerca di esperienze responsabili e originali.** La forza del turismo di lusso italiano risiede anche nella sua capacità di rinnovarsi. Nel 2024, il numero degli stabilimenti a cinque stelle – scelti in gran parte dai viaggiatori di alta gamma – salirà da 682 a 702, per arrivare a 712 nel 2025. (Fonte Thrends)

Per soddisfare le esigenze del settore tenendo conto dell'impatto ambientale e per adattarsi alle aspirazioni di una clientela più giovane, il turismo di lusso è fermamente impegnato nella digitalizzazione e nell'eco-responsabilità. Sempre più qualitativo e sostenibile, il settore contribuisce anche alla valorizzazione del patrimonio culturale e territoriale. Oltre alle grandi città d'arte, alle affascinanti località balneari e alle famose località montane – da sempre apprezzate dai viaggiatori di lusso – la prossima sfida dell'Italia è quella di ampliare la propria offerta e offrire destinazioni meno scontate a questa clientela esclusiva.

Il turismo di lusso riguarda e abbraccia tutti i settori dell'industria turistica, assorbendo il 3% del Pil nazionale, sul 6% che rappresenta il turismo in generale, o addirittura il 13% del Pil se si considerano tutte le attività economiche che ne derivano, come visite, catering, ecc. Secondo le proiezioni, entro il 2025 (Fonte CNR-IRISS) il settore del turismo di lusso dovrebbe crescere più velocemente di qualsiasi altra tipologia di turismo.

La crescita del settore

I viaggi di lusso sono stati tradizionalmente associati ad alloggi costosi e prenotazioni in prima classe. Tuttavia, il settore si è evoluto in modo significativo negli ultimi anni, incorporando esperienze uniche e personalizzate in grado di arricchire le persone durante il soggiorno. Nel complesso, il mercato mondiale dei viaggi di lusso stimato nel 2022 è destinato ad aumentare del +6% entro il 2032. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Statista/Future Market Insights). Nel 2023 il numero di camere d'albergo di lusso disponibili in tutto il mondo supera 1,5 milioni. Tra i primi anni 80 e il 2023 l'offerta alberghiera di lusso è aumentata del +191% circa e si prevede un aumento del +12% entro il 2033.

Sempre a livello globale, le camere d'albergo extra lusso attive sono 197mila, in crescita del +46% sul decennio precedente. Tra il 1983 e il 2023, l'offerta alberghiera extra lusso è aumentata del +447%. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Statista/JLL) Secondo uno studio condotto nel secondo trimestre del 2023, la maggior parte dei consumatori benestanti intervistati ha acquistato prodotti di viaggio nei 12 mesi precedenti. Il 76% degli acquirenti di età compresa tra 18 e 39 anni e il 56,5% di età pari o superiore a 40 anni ha dichiarato acquisti multipli.

Mangiare in un ristorante raffinato durante le vacanze e soggiornare in un hotel a 5 stelle e 5 stelle lusso sono le attività più comuni durante la vacanza, indicate entrambe dal 61,2% dei rispondenti. Circa il 53,0% si è rilassato in una SPA, mentre il 51,4% ha fatto acquisti in un duty-free store e il 48,4% ha viaggiato per affari in prima classe. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Statista/Aliant)

I dati italiani

In Italia, le strutture ricettive 4 stelle, 5 stelle e 5 stelle lusso rappresentano insieme il 21,7% del complesso degli esercizi alberghieri e sono il 3,0% in più nel 2022 sul 2021.

Le presenze complessive rilevate solo negli alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso, oltre 11,3 milioni, aumentano del +63,2% rispetto al 2021 e si avvicinano ai livelli del 2019 (-2,9%). La permanenza media è di 3 notti.

Nel dettaglio, le presenze internazionali in queste strutture, pari a 8,2 milioni, rappresentano il 72,7% e sono quasi il doppio rispetto al 2021 (+99,1%). I pernottamenti degli italiani incidono per il 27,3% e crescono del +10,4%. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ISTAT) La maggior parte dei viaggiatori internazionali viene in Italia soprattutto per vacanza, che sia di tipo culturale (47,9%), immersiva nella natura/paesaggio (47,5%), oppure legata all'enogastronomia locale (43,2%).

Gli stessi viaggiatori, seppur in minima parte, sono anche orientati verso l'esperienza dello shopping e visitano il Paese per l'acquisto di beni di lusso/moda in cui eccelle il Made in Italy (6,3%). Questa motivazione coinvolge maggiormente la Generazione Z (18-30 anni; 9,6%) e Y (31-45 anni; 6,9%).

La condizione socio-economica è alta (15,3%). Riguardo i francesi, più della metà degli intervistati sceglie l'Italia come meta di vacanza. Principalmente per visitare monumenti, musei e palazzi (57,5%), vivere un'esperienza a contatto con la natura ed il paesaggio (49,1%), o per degustare i prodotti enogastronomici (44,5%). Tra le altre motivazioni, il 5,4% dei rispondenti ha visitato l'Italia per acquistare beni di lusso/moda. Si tratta in

> particolare di Baby Boomers (over 60; 7%) e Generazione Y (31-45 anni; 6%) e di utenti con una condizione socio-economica rilevante (18,8%).
>
> (Fonte: Ufficio Studi ENIT su indagine ENIT/Euromedia Research)

Leggi anche:

> Vip da tutto il mondo all'Isola Bella per l'evento di Louis Vuitton

> Stresa e le foto con l'hashtag #lagodicomo. "È l'idea internazionale dell'Italia dei Laghi"

> Varese e il Lago Maggiore sempre "più vip"? Una tesi analizza l'indotto delle star

> Angera si fa bella per le nozze di Beatrice e Pierre

> I vip sul lago di Como

di mcc