

[Home](#) | [Rubriche](#) | [Un occhio sulla società](#) | [I viaggi verso l'Italia sono in crescita – Di Alberto Pattini](#)

I viaggi verso l'Italia sono in crescita – Di Alberto Pattini

29/06/2013

Turismo: 6 punti percentuali in più rispetto al 2012, i motivi prevalenti di attrazione dell'Italia sono la cultura e la cucina



Mentre è in calo il turismo interno per l'effetto della crisi che ha determinato l'imponente defezione dalle vacanze, quasi la metà degli italiani non si concederà una vacanza nei mesi estivi: saranno solo 25.700.000 le persone che non rinunceranno ad un periodo di riposo e svago, quello proveniente dall'estero è in crescita.

Un terzo dei viaggi venduti dai tour operator internazionali che hanno nel proprio catalogo il prodotto Italia ha come destinazione il Bel Paese.

Perché la nostra penisola – sostiene più del 60% degli operatori – vince su tutti per il binomio unico di cultura ed enogastronomia.

A certificarlo è l'Osservatorio nazionale sul turismo di Unioncamere e **ISNART** nella sua indagine sul turismo organizzato internazionale, che rileva un lieve incremento rispetto al 2012 (quando il prodotto Italia ha rappresentato il 27% dei viaggi venduti dai tour operator internazionali), sebbene su valori ancora inferiori agli anni precedenti alla crisi.

«La domanda di viaggi e vacanze, dicono gli operatori internazionali, è sempre più esigente, – commenta il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanella. – L'Italia, che nell'immaginario collettivo è la terra della bellezza, della cultura e della unicità delle proprie produzioni, deve continuare a investire sulla qualità, che è la strada maestra per assicurarsi il gradimento dei turisti internazionali.»

Prima nell'immaginario del turista straniero tipo per il binomio cultura-enogastronomia (secondo il 60-64% dei tour operator internazionali), per la sua storia (41%), per il patrimonio naturalistico-ambientale (29%) e per lo stile di vita italiano (26%), anche nel 2013 l'Italia resta la destinazione più richiesta agli operatori internazionali (secondo il 71% dei tour operator), ben prima della Francia e della Spagna.

Non sempre, però, alla richiesta segue l'acquisto, tanto è vero che i viaggi in Italia costituiscono il 33% delle vendite dei grandi buyer internazionali, una quota superiore al 2012 (27%) ma che ancora non raggiunge i livelli pre-crisi (nel 2008 rappresentava circa il 36%).

Molte, però, le variabili dovute all'appeal del nostro Paese nei diversi mercati.

 Invia ad un amico Versione stampabile Versione solo testo



BUONCONSIGLIO IN BIANCO E NERO

Scatti d'epoca raccontano il Castello
29 marzo-30 giugno

Castello del Buonconsiglio



L'Italia, ad esempio, rappresenta oltre la metà della quota di venduto sul totale dei viaggi organizzati quest'anno dai turisti olandesi (l'anno scorso arrivava al 26%), il 48% di quelli australiani (14 punti percentuali in più del 2012), il 47% di quelli statunitensi (+12 punti percentuali), il 45% di quelli russi (era il 28% l'anno scorso), il 43% di quelli argentini (+7 punti percentuali), il 41% dei canadesi (11 punti in più), il 37% dei giapponesi (in aumento di 9 punti percentuali).

Le previsioni per il 2014, al momento, sono orientate alla stabilità: a prevederla è il 73% dei tour operator internazionali che vendono viaggi e vacanze nel nostro Paese.

Una possibile crescita della domanda turistica in arrivo in Italia è prevista, invece, da un operatore su 4.

Tra questi, emergono i Paesi del Nord Europa, tra i quali l'Austria, la Danimarca, la Svezia e la Norvegia, oltre alla Cina e alla Corea.

Alberto Pattini

a.pattini@ladigetto.it

Tab. 1

Quota % dell'Italia sul totale dei viaggi venduti dai Tour Operator 2008-2013.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Austria	33,7	36,3	20,0	27,7	22,3	24,3
Francia	27,4	26,5	26,5	23,9	20,5	28,5
Germania	33,5	35,2	30,6	28,6	20,1	26,3
Regno Unito	52,8	33,8	40,7	36,0	30,4	30,2
Spagna	26,8	19,2	16,3	22,6	22,2	27,8
Svizzera	29,0	13,3	25,0	27,5	21,7	25,5
Russia	37,6	39,4	34,7	32,7	28,3	45,0
Paesi dell'est	35,4	48,1	30,9	32,6	28,8	35,3
Repubblica Ceca	45,3	54,2	29,4	44,7	44,8	43,3
Ungheria	23,6	31,8	21,4	27,1	28,2	27,9
Polonia	29,0	55,0	42,7	21,0	12,3	34,8
Belgio e Olanda	27,5	25,8	36,4	26,7	23,2	37,7
Belgio	14,6	14,2	31,4	16,4	15,0	23,3
Olanda	32,2	31,3	38,3	30,1	26,1	52,1
Paesi Scandinavi	50,5	35,3	26,1	28,5	39,7	30,2
Norvegia	31,4	36,6	29,0	36,4	38,8	23,2
Danimarca	65,4	38,4	23,3	34,5	43,2	29,5
Svezia	39,5	33,1	27,0	21,1	35,7	37,8
Media Europa	36,1	33,3	30,1	29,2	25,8	32,0
Usa	50,6	49,9	47,5	50,2	34,7	46,8
Canada	-	-	-	22,6	30,0	41,1
Brasile	-	-	-	23,9	18,3	27,0
Argentina	-	-	-	-	36,3	42,9
Asia e Pacifico	-	-	-	22,9	24,9	28,8
India	18,6	22,4	25,2	24,3	24,1	21,4
Giappone	37,8	17,0	18,8	16,0	27,5	36,7
Cina	-	-	-	25,0	29,5	16,3
Corea	-	-	31,2	13,9	16,2	22,2
Australia	-	-	54,5	23,9	33,5	47,5
Totale	35,6	34,0	32,7	31,2	26,8	32,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tab. 2 I motivi per i quali l'Italia è una meta sognata dai turisti stranieri (possibili più risposte; % sul totale T.O.)

	Europa	Nord America	Paesi Bric	Totale
La cultura	61,4	58,6	65,9	63,6
La cucina	62,3	67,2	40,9	58,5
La Storia	30,8	54,3	48,5	40,8
La natura	39,6	19,0	17,4	29,2
Stile di vita italiano	22,4	44,0	24,2	26,3
Monumenti unici	13,1	25,9	45,5	24,1
La moda	7,8	10,3	22,7	11,5
Scoperta di luoghi unici	4,4	12,1	2,3	5,4
Tradizione e folclore	3,7	12,9	3,0	5,2
Il design	2,5	6,9	7,6	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere