

VIAGGI & TURISMO



Piazza San Pietro affollata di fedeli, in una celebrazione con papa Francesco. Roma sarà il cuore del Giubileo / Ansa

All'orizzonte, fra il 2025 e il 2026, ci sono due eventi che per il loro valore internazionale rappresentano delle opportunità straordinarie per il turismo italiano. A Roma sono attesi 35 milioni di pellegrini. La strategia di Enit per una promozione sinergica dei due appuntamenti all'estero



L'imponente facciata del Duomo di Milano. La città guarda alle Olimpiadi 2026 / lcp

Giubileo e Olimpiadi, l'Italia pronta alla sfida

GIUSEPPE MATARAZZO

Giubileo 2025 e Olimpiadi invernali 2026. All'orizzonte ci sono due eventi che per il loro valore internazionale rappresentano delle sfide e delle opportunità straordinarie per il turismo italiano e la sua capacità di intercettare i flussi di viaggiatori globali, sempre più in crescita (nel 2023, l'anno della ripresa post Covid hanno toccato, il livello di 1,286 miliardi, vedi pezzo a fianco). L'apertura del Giubileo è ormai imminente: il Papa aprirà la Porta Santa di San Pietro il 24 dicembre e la chiuderà poi il 6 gennaio 2026. Il tema è "Pellegrini di Speranza". L'invito del Santo Padre a essere «segni tangibili di speranza» nel mondo. Su tutti i fronti. A partire dalla pace, dal sostegno alla vita, dall'aiuto a chi è in difficoltà. Roma diventa il cuore di questa riflessione, di questa chiamata a cui risponderanno milioni di pellegrini e di fedeli, ma anche di chi si farà attrarre dalla proposta di questo evento. Chi arriverà a piedi, in cammino. Chi con pellegrinaggi promossi dalle chiese e dalle diocesi di tutto il mondo della cristianità, chi si muoverà da solo con la propria famiglia o comunità. Roma come meta, l'Italia come grande hub di accoglienza, di scoperta. Tutto il Paese è coinvolto da questo evento straordinario della Chiesa che richiamerà - questa la previsione - 35 milioni di arrivi turistici che genereranno 105 milioni di presenze, con un raddoppio atteso dei flussi per una spesa turistica di 16,7 miliardi di euro. «Ci aspetta un 2025 ricco di sfide che dobbiamo essere in grado di trasformare in opportunità per crescere e innovare, rendendo l'Italia una meta sempre più attrattiva e sostenibile per i turisti di tutto il mondo - dice Daniela Santanché, ministro per il Turismo - . La



Sofia Goggia in una gara di Coppa del mondo a Cortina / Ansa

più grande sfida è rappresentata senza dubbio dal Giubileo che non solo è un'importante opportunità spirituale, ma anche una sfida logistica e organizzativa che coinvolge l'intera nazione. Sarà fondamentale collaborare a tutti i livelli, dalle istituzioni locali alle aziende, per garantire che questo evento possa essere vissuto in modo memorabile e sicuro da tutti i

pellegrini e i visitatori». A questo appuntamento guardano tutte le istituzioni interessate a livello organizzativo e promozionale. E su questo ha lavorato e lavora l'Enit, l'agenzia nazionale del turismo. «Già adesso iniziamo a pregustare il Giubileo, che sarà il fil rouge del 2025 - dice l'Ad di Enit Ivana Jelinic -. Come Enit ci rendiamo conto che questa manifestazione, con



Daniela SANTANCHÉ
Ministro per il Turismo

Ci aspetta un 2025 ricco di sfide che dobbiamo essere in grado di trasformare in opportunità, rendendo l'Italia una meta sempre più attrattiva e sostenibile

Ivana JELINIC
Ad di Enit

Il Giubileo è un'imperdibile occasione di visibilità turistica per tutto il Paese. La sfida è ottimizzare la nostra narrazione nei media globali

la sua portata internazionale, è un'imperdibile occasione di visibilità turistica non solo per la Capitale, ma per tutto il nostro territorio. Le diverse fonti di dati sono più che promettenti ma, secondo me, la sfida sarà quella di cavalcare l'onda della visibilità dell'Anno Santo per poter ottimizzare ancor di più sia la nostra narrazione verso i media internazionali, sia la nostra promozione a favore delle aziende turistiche italiane, creando anche sinergie di comunicazione e marketing anche in vista della preparazione alle Olimpiadi invernali che, pur partendo nel 2026, entreranno nel vivo della comunicazione e della promozione già nel 2025». Per le Olimpiadi che si snoderanno fra Milano e Cortina, sono previsti 513mila arrivi, +34% rispetto allo stesso periodo del 2023, per 1,8 milioni di presenze e una spesa turistica di 281 milioni di euro (secondo i dati Isnat, Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio). «Due grandi macchine organizzative quindi - conclude Jelinic - che punteranno i riflettori sull'Italia che, ricordiamo, si posiziona leader in Europa e al secondo posto a livello mondiale, preceduta solo dagli Stati Uniti nel settore degli eventi e congressuali».

I NUMERI

Il mondo torna a viaggiare: 1,28 miliardi di turisti globali L'Europa è la meta dei sogni

Si stima che nel 2023 siano stati registrati in tutto il mondo 1,286 miliardi di turisti internazionali (cioè visitatori che pernottano), segnando un aumento del 34% rispetto al 2022. Il mondo, dopo la pandemia è tornato a viaggiare a pieno ritmo. Con nuovi mercati che si rafforzano. Stando ai numeri elaborati dall'Ufficio Studi dell'Enit, è il Medio Oriente a guidare la ripresa tra le regioni, essendo l'unico a superare i livelli pre-pandemia con un aumento degli arrivi del 23% rispetto al 2019. Nel 2023, l'Europa ha raggiunto il 94% dei livelli pre-pandemici, mentre l'Africa ha recuperato il 96%, le Americhe il 90%. L'Asia e il Pacifico hanno raggiunto il 65% dei livelli pre-pandemia, mostrando una ripresa costante dall'inizio dello scorso anno. Ci sono delle aree che hanno addirittura superato i livelli del 2019: Nord Africa, America Centrale (entrambe +5%), Europa del Mediterraneo meridionale e Carabi (entrambe +1%). L'Europa si posiziona in testa alle destinazioni 2024 e 2025 per crescita dei pernottamenti e continuerà a essere leader negli arrivi internazionali in relazione alle dimensioni della popolazione dove accoglieranno rispettivamente 114 (Europa Occidentale), 103 (Sud Europa) e 80 (Nord Europa) arrivi ogni 100 abitanti nel 2030.

Ma quale tipologia di viaggio vince? Quali le destinazioni preferite dai turisti globali? Se nel posto pandemia, i viaggiatori hanno mostrato una chiara preferenza per destinazioni "sole e spiaggia", nel 2023 l'immagine è cambiata. Il turismo verso le destinazioni urbane è in aumento, con una crescita del +52% rispetto ai livelli del 2022, superando le destinazioni "sole e spiaggia" che hanno visto una crescita del +26% nello stesso periodo. A lungo termine, gli esperti prevedono che il cambiamento del clima rimodellerà le preferenze di viaggio in modo significativo: gli aumenti di temperatura in estate potrebbero ridurre la domanda nelle destinazioni più calde e aumentare l'attrattiva delle regioni più fredde.

C'è un altro fattore che influisce nella scelta di viaggiare e della destinazione. Ed è quello economico, della spesa. Perché viaggiare costa ed è uno dei settori che ha visto il rialzo i propri prezzi e costi proprio per le difficoltà degli ultimi anni, fra pandemia e costi energetici. Ma per il futuro, almeno nell'Europa Occidentale, i prezzi dei viaggi dovrebbero stabilizzarsi da qui al 2030, con tendenze diverse all'interno della filiera della vacanza: su un indice che fa 100 sul 2010, il 2030 indica un dato pari a 80 di prezzi reali ma quasi 130 di prezzi nominali. Significa che il prezzo dei voli tende a crescere del +36%, l'alloggio del +23%, i pacchetti del +22%. Non si fermerà la crescita globale degli arrivi di turisti internazionali, anche se a un ritmo più moderato. L'Unwto prevede che il numero di arrivi di turisti internazionali in tutto il mondo aumenterà in media del 3,3% all'anno nel periodo 2010-2030, rispetto a una media del 3,9% nel periodo 1995-2010. Gli arrivi turistici internazionali aumenteranno di 43 milioni in media all'anno e raggiungeranno 1,8 miliardi entro il 2030, di cui il 41% in Europa.

Non è una notizia che i grandi eventi contribuiscano in maniera importante alle performance turistiche delle destinazioni. Solo per citarne una, la Rider Cup che si è svolta a Roma dal 29 settembre al 1° ottobre 2023 ha portato, in una stagione tendenzialmente di spalla ai grandi afflussi turistici, un dato medio di occupazione dell'offerta degli hotel e appartamenti privati della Capitale pari al 74% contro il 51,2% dell'anno precedente. Se ci riferiamo al giorno di apertura questo dato sale al 90,3% con un prezzo medio a camera che si attestava a 269 euro (Ufficio Studi Enit su dati The Data Appeal). Se poi l'evento, oltre ad avere un forte richiamo specialistico e internazionale, si chiama anche Olimpiadi o Giubileo, ecco che le previsioni, come evidenziato nel pezzo d'apertura, confermano in pieno queste tendenze. Nel 2025 inoltre, «per la prima volta in Italia - dice Daniela Santanché, ministro per il Turismo - ospiteremo il Wttc Global Forum, il più grande evento mondiale dedicato al turismo. Questo forum non solo metterà in luce il nostro impegno nel rilanciare il settore, ma sottolineerà anche il ruolo centrale dell'Italia come leader globale nel turismo. È un segno tangibile del lavoro che stiamo portando avanti per restituire centralità al comparto, seguendo le orme del G7, dove abbiamo avuto l'opportunità di discutere e promuovere una visione condivisa per un turismo sostenibile e inclusivo».

Giuseppe Matarazzo

FORUM INTERNAZIONALE E G7 A FIRENZE

Dallo sviluppo sostenibile all'intelligenza artificiale, un «Patto» fra i grandi

Il turismo come motore di uno sviluppo sostenibile e strumento di promozione di pace nel mondo, attraverso la comprensione interculturale e la coesione sociale. Con questa consapevolezza che è anche un auspicio, si è chiuso il G7 Turismo di Firenze dello scorso novembre. «Se il turismo è stato messo per la prima volta al centro delle economie G7, è merito dell'Italia, è una vittoria tutta italiana», ha detto il ministro Daniela Santanché. Al termine delle sessioni, i rappresentanti dei sette gran-

di del mondo hanno adottato un documento che definisce strategie, buone pratiche e posizioni comuni che si traducano in azioni concrete, volte a garantire un'industria turistica virtuosa e responsabile, per uno sviluppo sostenibile e inclusivo, rafforzando il fattore umano e mettendo a frutto la digitalizzazione e l'intelligenza artificiale.

Nei giorni precedenti, il ministero del Turismo, Enit, gli assessori regionali e delle Province Autonome di Trento e Bolzano e i rappresentanti delle principali associazioni di categoria erano stati protagonisti del secondo Forum Internazionale del Turismo, sempre a Firenze, firmando il "Patto per il Turismo". Un accordo volto a tracciare un percorso comune per accelerare il piano di crescita del turismo italiano, articolato in dieci punti strategici (Centralità, Accessibilità, Formazione, Sostenibilità, Intelligenza Artificiale, Pianificazione e Sviluppo, Qualità, Governance, Accelerazione Processi, Unicità). L'obiettivo è di migliorare la competitività della Nazione nel contesto turistico nazionale e internazionale, promuovendo un turismo di qualità che sia fonte di crescita economica per tutte le comunità coinvolte. (G.Mat.)



Una suggestiva immagine del centro di Firenze / lcp

© RIPRODUZIONE RISERVATA