Turismo di lusso, Italia: il giro d'affari supera i 60 miliardi

L'Italia è la meta più desiderata la mondo, pur non essendo la più visitata. Ciò nonostante, il **turismo di lusso** nel Belpaese rappresenta meno dell'1% delle imprese di soggiorno e il 3% circa del numero di notti, ma genera il 25% della spesa dei turisti nel nostro Paese per un valore di indotto, inclusi spese e consumi indiretti, di 60 miliardi di euro.

A dirlo è il **Libro Bianco sul Turismo** di Altagamma - realizzato dalla Fondazione con la collaborazione di Bain & Company, Boston Consulting Group, ENIT - e presentato alla presenza del ministro Massimo Garavaglia, all'interno del quale si scopre anche che a spesa diretta ammonta a 25 miliardi in consumi diretti (circa 7 miliardi in soggiorno, 2 in ristorazione, 14 in visite, escursioni e shopping). Il turista che alloggia in strutture di eccellenza spende oltre nove volte più della media.

Il potenziale del contributo del turismo di alta gamma in Italia potrebbe essere 2-4 volte maggiore i valori attuali: per quanto riguarda i soli consumi diretti passando da 25 miliardi fino a 60-100 miliardi.

L'Italia, infatti, è **il Paese più desiderato dai viaggiatori di alta gamma**, ma non quello più visitato: prima è la Francia, seconda la Gran Bretagna, terza l'Italia, scelta oggi solo da 3-4 turisti alto-spendenti su 10.

Ma c'è di più, perchè potrebbero essere convertiti in Italia da 1 a 3 milioni di viaggi che gli italiani alto-spendenti effettuano attualmente all'estero. Le stime si basano sulla capacità di attrarre un numero più alto di turisti di alta gamma (oggi l'Italia ne intercetta solo 3 su 10), un più alto numero di turisti cinesi milionari (circa l'80 per cento non è mai stato in Italia) e il ricoinvolgimento dei turisti italiani d'élite che oggi scelgono mete estere (1-3 milioni di viaggi).

Nel dettaglio, relativamente alle destinazioni preferite dai **True Luxury Travellers**, l'Italia è al 1° posto con le destinazioni di città d'arte e di campagna, al 2° con montagna e grandi città, solo al 4° con le destinazioni di mare, che è peraltro la tipologia di meta preferita dal target. L'Italia risulta la meta preferita al mondo per le esperienze legate all'enogastronomia e all'arte e cultura.