ENIT: bene il turismo nel 2023. In utile 7 imprese su 10

shutterstock-2031203723-2fe290d9

Il 2023 è stato l'anno della definitiva ripresa per il settore turistico, con il ritorno dei viaggiatori internazionali e quote di venduto per le imprese ricettive italiane superiori al 2019. Emerge dallo studio sulle imprese commissionato da **ENIT-Unioncamere** a ISNART. Le imprese ricettive italiane hanno chiuso l'anno con una quota di occupazione camere media del 51% (+3,8 p.p. rispetto al 2019, anno di picco del turismo italiano). Il clima autunnale favorevole ha generato un effetto di allungamento della stagione turistica, nonostante l'aumento dei costi.

7 imprese su 10 dichiarano di aver chiuso l'anno con utili di bilancio

"*Cresce la consapevolezza dell'importanza di un'offerta maggiormente orientata alla sostenibilità ambientale ed ai servizi green, elementi divenuti oramai fondamentali driver di marketing e di posizionamento sul mercato, in particolare rispetto alla domanda straniera alto-spendente. Best performance con aziende che mostrano una maggiore attenzione alla formazione del personale, considerata leva fondamentale di qualificazione della propria offerta dal 68% degli stakeholders, tanto che il 20% degli operatori dichiara di averne migliorato le condizioni contrattuali*", commenta **Ivana Jelinic**, Presidente e Ceo Enit.

"*L'anno 2023 recupera in termini di valore i risultati del 2019, anno record del turismo italiano. Abbiamo ancora da lavorare sui flussi, tuttavia il 2024 si preannuncia un anno molto positivo, visto che, a gennaio, risultano già vendute il 40% delle camere per i mesi di marzo e aprile*", commenta **Loretta Credaro**, Presidente dell'Istituto Nazionale per le Ricerche Turistiche. "*La filiera del turismo italiano dimostra ancora una volta la propria resilienza, reagendo all'impatto della spirale inflattiva, grazie al consolidarsi delle presenze straniere ed al progressivo, maggior posizionamento verso una fascia alta di mercato*".

Dallo studio si stima che **nel 2023 si siano registrate in Italia 851 milioni di presenze** (in strutture ricettive e abitazioni private) che hanno generato un impatto economico sui territori di oltre 84 miliardi di euro. Rispetto al 2022, si registra un aumento del +2,7% di flussi che però ancora non eguaglia i risultati del 2019, anno record del settore. Si registra **un andamento positivo della domanda internazionale** (+10% sul 2019 e +7% sul 2022). Gli stranieri spendono in media sui territori 68 euro

al giorno a persona, più degli italiani, che si attestano intorno ai 62 euro, facendo registrare un saldo positivo di quasi il 3% (2,9) nei consumi turistici complessivi, rispetto al dato 2022.
Si conferma la **ricchezza del patrimonio culturale quale driver principale di scelta per il turista che visita l'Italia** (24%), seguita dalle bellezze naturali (20%). In costante crescita è la motivazione legata agli eventi sul territorio (culturali, religiosi, sportivi ecc.), "attrattori" di oltre il 6,5% dei turisti (55 milioni di presenze tra italiani e stranieri), cluster questo, peraltro, caratterizzato da una propensione agli acquisti superiore alla media (93 euro le spese effettuate sul territorio, escluso viaggio e alloggio a fronte di una media di 65 euro, per consumi stimati pari a 7,8 miliardi di euro (9,3% del totale).
Tra i turisti, i millennial (28-44 anni) rappresentano il 41,1% del totale: diplomati e laureati, occupati e con uno status economico medio alto, con una buona propensione alla spesa alla ricerca di esperienze di qualità, conoscendo e "degustando" i territori nelle diverse eccellenze.
Attraverso La "Location Intelligence" (nuovo strumento di analisi che analizza i big data secondo criteri geospaziali e cronologici, restituendo anche un profilo comportamentale dei turisti), confrontando i dati estivi con quelli invernali, emerge **un incremento del peso relativo della quota di turisti stranieri nel Lazio** (più 8 punti percentuali, trainato dalla performance registrata a Roma); in Trentino-Alto Adige (+7 p.p.); e in Lombardia (quasi 7 p.p. in più rispetto all'estate, con Milano a farla da padrona).
Prendendo in considerazione la quota dei millennial, spicca il Trentino-Alto Adige (con quasi 8 p. p. in più rispetto alla stagione estiva, dato probabilmente legato all'utenza sciistica), cui si aggiungono il Lazio e la Lombardia (+5,6 p.p. in entrambi i casi). In termini di incidenza percentuale dei millennial sul totale dei turisti crescono più della media nazionale il Piemonte, la Sardegna e la Calabria (con incrementi nell'ordine di 1-2 p. p.).
Infine, prendendo in considerazione i cluster comportamentali di interesse turistico prevalente, emergono **i dati dell'Abruzzo, per il turismo "green"**; del Lazio, per l'utenza "business"; dell'Emilia-Romagna per quanti ricercano un turismo attivo/sportivo; e di Trentino A.A. e Campania per l'utenza prettamente "cicloturistica".