

COMUNICATO STAMPA

ENIT SpA - Unioncamere/Isnart

BIT MILANO 2025

PER PASQUA E PONTI DI PRIMAVERA PRENOTATE GIÀ IL 50% DELLE CAMERE DISPONIBILI

CRESCONO LE VENDITE DELLE STRUTTURE DI ALLOGGIO MA CON MENO UTILI IN BILANCIO: I PIÙ ALTI COSTI DI GESTIONE APPESANTISCONO LA PROFITABILITÀ DEL SETTORE

CONTINUA LA CRESCITA DELLA DOMANDA INTERNAZIONALE: 422,6 MILIONI DI PRESENZE (+18% SUL 2019, +2,3% SUL 2023)

IL TURISMO ITALIANO TRAINA LE ECONOMIE LOCALI: OLTRE 108,8 MILIARDI DI EURO LA STIMA DI SPESA DEI TURISTI SUI TERRITORI (+29% RISPETTO AL GIÀ OTTIMO 2019, +25% sul 2023)

ITALIA CAPUT MUNDI: NEL 2024 LA CULTURA SI CONFERMA PRIMA MOTIVAZIONE DI VISITA E MUOVE 4 TURISTI SU 10.

POSITIVI I PRIMI DATI CHE ARRIVANO DALL'APERTURA DEL GIUBILEO: CRESCONO DEL 2,9% I TURISTI STRANIERI IN ITALIA RISPETTO AL NATALE 2023 (+9% A ROMA)

IL 13,5% DELLE IMPRESE DELLA FILIERA SEGNA LA L'AVVIO DELL'UTILIZZO DEGLI STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEI PROPRI PROCESSI DI PRENOTAZIONE ED ASSISTENZA ALLA CLIENTELA

Milano, 10 febbraio 2025

Il turismo italiano consolida le proprie quote di mercato e chiude il 2024 con un aumento netto delle vendite del sistema ricettivo rispetto al già fortunato 2023.

È quanto emerge dalle interviste dirette ad un campione di 9000 imprese svolte da Isnart per Unioncamere ed ENIT nell'ambito dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio.

Nel 2024 risultano vendute in media il 67,7% delle camere disponibili (+16,7 p.p. sul 2023). Tuttavia, la crescita dei costi di gestione ha inciso non poco sulla profittabilità delle strutture: in media 6 operatori su 10 dichiarano di raggiungere il pareggio e solo 3 imprese su 10 un utile (erano state 7 su 10 nel 2023).

Anche i primi dati relativi al 2025 sono positivi: a gennaio risultavano prenotate già 6 camere su 10 per il mese di febbraio e 5 su 10 per marzo e aprile, ovvero 1 camera in più su 10 rispetto alle prenotazioni dello scorso anno. Sul mercato alternativo delle abitazioni private si registrano 6 milioni di notti prenotate sul portale Airbnb per i soggiorni tra marzo e giugno (dati tratti dal database AirDnA).

Loretta Credaro, Presidente dell'Istituto Nazionale per le Ricerche Turistiche commenta: "L'appeal dell'Italia si accresce e il suo posizionamento sul mercato internazionale è sempre più solido nei confronti dei prodotti turistici di eccellenza: in città d'arte, mare e montagna le strutture ricettive vendono 9 camere su 10 nell'alta stagione estiva. Tuttavia, non va nascosto che la spirale inflazionistica ha messo sotto pressione le imprese della filiera che appaiono più in difficoltà dello scorso anno nel raggiungere il *break even point*. Resilienza e adattabilità, diversificazione dell'offerta e sostenibilità ambientale sono le parole chiave delle strategie di offerta della filiera turistica italiana."

Dalle interviste dirette ai turisti in vacanza in Italia si stima per il 2024 un totale di oltre **880 milioni di presenze turistiche** (in strutture ricettive e abitazioni private), stabili rispetto al 2023 (+0,4%). Si registra una piccola diminuzione degli italiani (-1,2% sul 2023, -19,8% sul 2019, anno pre-pandemico), mentre trova conferma la crescita del turismo straniero (+2,3% sul 2023, +18% su 2019).

L'impatto economico delle spese generate dai turisti sui territori è stimato in circa **108,8 miliardi di euro**, in crescita sia rispetto al 2023 (+25,4%) che al 2019 (+29,2%), in parte anche a causa della pressione inflazionistica che ha interessato tutti le componenti dell'offerta di filiera del nostro Paese (alloggio, pasti, shopping, attività culturali e divertimenti, trasporti locali, ecc.).

In questo scenario, trova conferma la tendenza da parte dei turisti stranieri a spendere di più: 113 euro una media giorno pro-capite conto i 99 euro degli italiani.

Per il terzo anno consecutivo, la cultura risulta la prima motivazione di scelta per una vacanza nel Bel Paese: in media, sono 4 su 10 i turisti che scelgono l'Italia per il suo patrimonio culturale (5 su 10 tra i soli stranieri). In crescita anche le motivazioni legate allo sport e quella del turismo enogastronomico.

Attraverso lo strumento della "*Location Intelligence*" (nuova metodologia di analisi con cui vengono utilizzati i big data per profilare il comportamento dei turisti secondo criteri geospaziali e cronologici, attivato nell'ambito della piattaforma digitale Stendhal di Unioncamere-Isnart), sono stati monitorati un totale di 5,8 milioni di turisti (di cui il 37% stranieri) in Italia tra le vacanze di Natale/Fine anno e l'Epifania.

I dati mostrano una leggera crescita della domanda turistica rispetto allo stesso periodo del 2023 (+0,9%); ad aumentare è soprattutto la domanda internazionale (+2,9%). In particolare, crescono del 9% le presenze straniere a Roma (+8,7% nel Lazio, record nazionale), evidenziando l'impatto positivo dell'avvio dell'anno giubilare.

Dal punto di vista organizzativo, appare molto interessante il dato legato all'utilizzo dell'intelligenza artificiale: ben il 13,5% delle imprese (in prevalenza hotel 4 e 5 stelle) segnala di usare già l'AI, in prevalenza nei processi di gestione delle prenotazioni e nei servizi di assistenza alla clientela attraverso chatbot.

Alessandra Priante, Presidente ENIT, ha commentato: "Le recenti stime sul turismo ci danno segnali incoraggianti: il 2024 si è chiuso con un +11% di turisti internazionali a livello globale, riportandoci di fatto ai livelli pre-Covid. Ora, con il supporto delle analisi sui dati, guardiamo al 2025 con ottimismo, nella prospettiva di un ulteriore consolidamento di questa crescita. Per quanto riguarda l'Italia, i primi sei mesi dell'anno mostrano già un forte interesse, con picchi significativi nei flussi aeroportuali. Un obiettivo strategico per noi è anche quello di riavvicinare i turisti italiani che lo scorso anno hanno rinunciato alle vacanze o scelto mete estere, lavorando per rendere il nostro Paese sempre più attrattivo e competitivo nel panorama internazionale."

PER INFORMAZIONI:

Elena Puliti

tel.3396979453

epuliti@tiscali.it