



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC

LOGIN



ADC Group ▾ ADVexpress ▾ **e20express ▾** ADVexpressTV ▾ Health&Wellness ▾ Awards ▾

Cerca ▾

UPDATE: Debutta il Salone del vino di Torino. Attesi oltre 250 produttori in quattro luoghi simbolo della città

Home / [e20express](#) / [News](#) / [Industry](#) / Turismo, in [Fiera Milano](#) al via BIT 2023.Taglio...

12/02/2023 16:19



LEGGI le ultime notizie della sezione

Turismo, Regione Lombardia alla BIT 2023 di Milano con uno stand dedicato e 16 postazioni per la promozione del settore

10/02/2023 18:25

FIAMM Energy Technology rinnova le sponsorizzazioni in qualità di main sponsor della Pramac Racing e dell'Aruba.it Racing-Ducati Team

09/02/2023 18:30

Con VisitMalta il Manchester United sceglie l'arcipelago per il ritiro invernale della squadra femminile

09/02/2023 15:08

Il settore fiere riparte. Per il 2023 Aefi conta 267 manifestazioni internazionali (33 in più sul 2022) e 264 appuntamenti nazionali nel calendario

09/02/2023 13:11

Industry

Turismo, in **Fiera Milano** al via BIT 2023.Taglio del nastro con la ministra Santanchè: "Nel mondo c'è voglia di Italia. Sarà un anno record per gli arrivi dall'estero"

A confermarlo i dati dell'indagine di Enit e Unioncamere/Isnart che prevedono quest'anno un aumento dell'8% dei flussi dall'estero. Il settore conferma il suo ruolo centrale per il Pil del nostro Paese. Durante la prima delle tre giornate, aperta anche pubblico, l'evento come da previsioni ha accolto curiosi e viaggiatori evidenziando una netta ripresa dell'interesse per mete turistiche italiane ma anche straniere.

Nei padiglioni di **Allianz MiCo**, la location di **Fiera Milano**, da **domenica 12 a martedì 14 febbraio** in scena la **Borsa Internazionale del Turismo**. Un momento di incontro e dialogo dove gli attori della filiera discutono i **grandi trend** del settore e li declinano in opportunità di crescita nel confronto con esperti, grandi personaggi internazionali ed esponenti aziendali italiani ed esteri.

La nuova edizione di Bit, storico appuntamento nato nel 1980 con l'industria del turismo che porta il mondo a Milano e l'Italia nel mondo, si è aperta in presenza del ministro del turismo **Daniele Santanchè** che alle 11 di mattina ha inaugurato la manifestazione: "Bit è sinonimo di eccellenza italiana, il turismo del Paese ce lo invidiano in tutto il mondo noi dobbiamo solo dimostrare anche di essere la nazione più brava nel sapersi vendere. "Nel mondo c'è voglia di Italia. Sarà un anno record per gli arrivi dall'estero. Spesso ci dimentichiamo che abbiamo il terzo marchio al mondo, il Made in Italy, e non lo comunichiamo, non capendo che è un elemento competitivo straordinario. Siamo stati chiusi per oltre due anni, c'è la voglia di andare in giro per il mondo, ma anche in Italia perché il Covid ha fatto riscoprire il turismo di prossimità. Si capisce quale deve essere l'offerta turistica migliore. Alla Calabria, alla Sicilia e a tutte le Regioni dico: vendete il Made in Italy, vendete l'Italia perché siamo quelli che incontriamo i desideri più grandi di tutti i turisti del mondo. C'è un dato molto significativo che ci dice che i turisti che arrivano in Italia sono disposti a spendere sino a un 20% in più per prodotti e servizi italiani. E l'altra notizia molto confortante è che oggi il turista non si porta più a casa il cappellino o la t-shirt, ma le nostre eccellenze, i nostri prodotti enogastronomici"

Durante la prima giornata, aperta anche al pubblico, l'evento come da previsioni ha accolto un numerosissimo pubblico di curiosi e viaggiatori evidenziando una netta ripresa dell'interesse per mete turistiche italiane ma anche straniere. Il turismo per l'Italia conferma il suo ruolo centrale per il Pil del paese

Quella del 2023 si preannuncia come un'edizione davvero speciale perché sarà la **prima carbon neutral**: le circa 3.000 tonnellate di CO2 stimate generate dall'evento saranno, infatti, interamente neutralizzate grazie a un progetto ambientale certificato, un impianto fotovoltaico nella regione indiana di Andhra Pradesh.

Dopo il 'taglio del nastro' il ministro ha effettuato un giro d'onore della manifestazione e, in particolare, ha partecipato all'inaugurazione dello stand **Enit** al padiglione 3 (Stand C24) alla presenza dell'ad **Ivana Jelinic**, che ha dichiarato: "Finalmente abbiamo un ministero con portafoglio per la prima volta dopo tantissimi anni. Questo significa che il governo punta in maniera strategica su questo settore e riserva anche nei confronti dell'agenzia di promozione dell'Italia, un chiaro segnale di quanto l'oro dell'Italia viene finalmente trattato come tale".

Nel pomeriggio l'Enit ha presentato i dati del comparto assieme a **Unioncamere/Isnart**.

Un'indagine Enit su 5.004 viaggiatori intervistati, rivela il livello di stima che i visitatori hanno per l'Italia anticipando flussi e tendenze 2023. La ricerca riguarda ben 12 Stati e 500 turisti potenziali per Paese coinvolto: Austria, Francia, Germania, Inghilterra, Olanda, Polonia, Spagna, Svezia, Svizzera e USA (NY e Miami). La Penisola sembra non bastare mai: almeno il 20% di chi è stato in Italia negli ultimi 5 anni afferma di esserci stato almeno tre volte. In Austria e in Svizzera questa quota sale oltre il 30% mentre gli svedesi sono indietro per interesse tra i viaggiatori verso le destinazioni italiane, anche in termini di frequenza di visite. Ad incidere soprattutto il fattore lontananza. Lo stile italiano è l'aspetto rimasto maggiormente impresso nei ricordi degli intervistati (43,4% dei casi), a seguire le bellezze naturalistiche e il patrimonio culturale (rispettivamente 38,9% e 32,8%).

Ciò che invece non ha particolarmente stupito gli intervistati, sono i prodotti di lusso. "Il 37,7% degli intervistati afferma di avere intenzione di venire in Italia nel 2023. Si registrerebbe, così, un **aumento pari a circa l'8% rispetto al dato dell'ultimo quinquennio**. In base alle previsioni, la platea dei turisti dovrebbe essere composta per il 14,6% da spagnoli, per il 12,7% da statunitensi e per il 12,3% e 12,2% da svizzeri e austriaci. Il picco di turisti dovrebbe coincidere con la stagione estiva, che dovrebbe ospitare circa la metà del flusso complessivo" dichiara Ivana Jelinic ceo Enit.

"Le destinazioni più scelte di gran lunga le località di mare (36,8%) e le città d'arte (31,7%);

Carglass conferma il suo interesse strategico per il mondo sportivo. Sarà fornitore ufficiale del Giro d'Italia anche nel 2023

09/02/2023 10:41

Torna Milano Fashion Week Women's Collection con 156 appuntamenti in calendario, di cui 29 eventi. Tra le novità la nuova location del Fashion hub sarà Palazzo Giureconsulti. Capasa: "La moda italiana supererà i 100 miliardi nel 2023"

08/02/2023 20:10

Light on your idea: nuova immagine per il Gruppo Matches e una nuova apertura. In Veneto, per ora

08/02/2023 16:52

BIC Cristal Re'new è partner ufficiale di Oltre il Festival. Durante i Meet and BIC, i fan incontrano dal vivo le loro celebrities preferite

08/02/2023 16:43

Foodspring punta alla community del fitness e sceglie Virgin Active come partner per i prossimi due anni. In Rinascente a Milano e Roma allestiti pop-up store con nutrizionista. Nel 2023 confermata la partecipazione a Rimini Wellness e Cosmofarma

08/02/2023 14:48

in particolare, il 61,5% degli austriaci ha affermato di essere stato in una località balneare, dato che scende (46,8%) per svizzeri e per i tedeschi (41,8%). Sulle città d'arte invece, il dato più elevato appartiene agli spagnoli, il 73% dei quali ha scelto di visitare una città d'arte, così come i francesi (57,4%) e gli statunitensi (44,4%)” spiega Sandro Pappalardo consigliere cda Enit. Il 35% circa di chi ha viaggiato in Italia ha speso fra 500 e 1500 euro. Dallo studio Enit si nota una tendenza degli statunitensi a spendere molto più di ogni altro. Chi spende meno invece, proviene da Francia e Austria.

“Stiamo puntando ad azioni specifiche di marketing che tengano conto del fatto che la stagione in cui l'Italia ha raccolto il maggior numero di visitatori è quella estiva, selezionata dal 68,7% dei partecipanti alla ricerca, così come occorre tener presente le differenze tra popolazioni: ad esempio gli austriaci tendono a visitare l'Italia più della media complessiva in estate” dichiara **Maria Elena Rossi** direttore marketing Enit.

Dalle ricerche condotte da Enit e Isnat-Unioncamere si evince un quadro di generale ripresa del settore in Italia che ha prodotto un **impatto economico stimato complessivamente in 77 miliardi di euro**, grazie alle spese sostenute da **oltre 770 milioni di turisti**, tra pernotti in strutture ricettive e alloggi in abitazioni private (secondo case, residenze di amici e parenti, appartamenti e camere in affitto). Rispetto al 2021, la crescita è del +16,7% per le presenze e del +17,4% per la spesa.

Nel 2022 il patrimonio naturalistico è la prima motivazione di vacanza, prendendo il posto del classico binomio Italia-arte, che “scende” in seconda posizione: il 18,1% degli italiani e il 22,4% degli stranieri si muovono per trascorrere una vacanza a contatto con la natura. “L'arte, la cultura e la storia d'Italia, comunque, rimangono un caposaldo della destinazione Italia, nel 2022 è tornata forte la voglia di scoprire musei e monumenti, di partecipare a concerti ed eventi locali. Il turismo “post pandemico lascia più spazio alle piccole eccellenze del territorio, con gite ed escursioni alla scoperta di borghi e aree interne del Paese: un passo importante nell'obiettivo dell'ampliamento della stagione turistica destagionalizzazione e decongestione dei flussi” spiega Roberto di Vincenzo, presidente Isnat.

Le imprese che puntano su servizi di qualità sono premiate da una clientela più “fedele”: la ricerca di Isnat rileva che quasi 1 turista su 2 torna sul luogo di vacanza e 1 su 10 lo fa per alloggiare nella struttura di fiducia. La pandemia ha generato nuove modalità di trascorrere i soggiorni fuori casa e, grazie allo smartworking, 1 turista su 10 dichiara di aver coniugato lavoro e vacanza, con un probabile impatto in termini di allungamento del periodo di soggiorno. Internet influenza più del passaparola ed agisce su due fronti dello share of mind: consultato dagli indecisi, ma anche da chi ha le idee chiare su dove andare e vuole organizzare personalmente ogni particolare del viaggio. Nel 2022 le informazioni on line influenzano il 55% dei turisti (13,5% nel 2008), le offerte di portali e siti web il 41,8%, le recensioni on line il 13,3% e il tam tam dei social network l'11,7% dei visitatori.



Visitando il Salone attraverso i suoi padiglioni, si possono ammirare luci, musiche, entusiasmo da parte di chi propone le destinazioni e curiosità da parte degli aspiranti viaggiatori. Una sensazione che viene sostenuta anche dagli **andamenti del mercato** e dalle tendenze che si stanno consolidando dopo gli anni molto difficili della pandemia.

Secondo **Le Nazioni Unite** il numero di turisti internazionali è raddoppiato e per quello in corso si prevede che si riavvicinerà ai livelli pre-pandemia. Oltre 900 milioni di turisti hanno viaggiato all'estero nel 2022, il doppio del 2021 e pari a circa due terzi (63%) dei viaggi pre-pandemia. L'Europa si conferma tra le destinazioni preferite dai viaggiatori mondiali e ha infatti già raggiunto quasi l'80% dei livelli pre-pandemia, accogliendo 585 milioni di arrivi nel 2022.

In questo scenario anche l'**Italia** si segnala per l'andamento positivo. Banca d'Italia rileva che nei primi nove mesi dell'anno il Bel Paese ha accolto circa 56 milioni di viaggiatori dall'estero, quasi il doppio del 2021 (+94%).

Numeri che, secondo **Simona Greco**, direttore delle Manifestazioni di **Fiera Milano**, **certificano** che il settore del turismo sta bene. "I dati - ha spiegato ad *askanews* - ci dicono che nel 2022 il turismo ha quasi raggiunto i livelli pre pandemia, siamo a un -20%, quindi significa che è riesplora una grande voglia di viaggiare, e questa è una grande opportunità per gli operatori del settore. La grande sfida sarà quella di intercettare sempre meglio quelli che sono i desiderata dei viaggiatori, che sono cambiati rispetto a due anni fa e questo apre a nuove opportunità di business".

La presenza dell'Italia in fiera è tangibile: stand regionali, servizi dedicati: il turismo nostrano si mette in mostra anche più di quello delle grandi mete straniere, seguendo in questo, oltre che il tentativo di attrarre sempre più viaggiatori dall'estero, anche la tendenza emersa durante la pandemia di dare nuova linfa al turismo di prossimità.

Come si legge su *askanews*, **Pier Ezaya**, presidente di **Astoi Confindustria Viaggi**, che in Bit ha portato un vero e proprio villaggio per tutti i soci dell'Associazione, ha tracciato **l'identikit del turista nel 2023**: "È sempre più informato, richiede più servizi e garanzie, soprattutto perché l'inflazione impone anche di investire di più rispetto al passato e quindi chi viaggia vuole essere certo che il suo investimento vada a buon fine. È un consumatore più evoluto che cerca di avere il massimo risultato dall'investimento fatto per la sua vacanza".