

19:56 Sanremo: non solo canzoni, il Festival 2023 'vale' 186 milioni

19:11 ***Borsa: settimana in rosso per l'Europa, ma Milano svetta con

18:56 Fed: Harker, non c'è bisogno ora di alzare i tassi d'interesse di 50 punti

17:43 Borsa: si riaffaccia spettro tassi, a Milano (-0,86%) non basta exploit

IN EVIDENZA

Le ultime notizie sulla guerra, in diretta



VIAGGI E VACANZE

Turismo, tra città d'arte e campagna «il 2023 sarà un anno da record per l'Italia»

di Claudia Voltattorni | 11 feb 2023



L'anno della ripartenza. Montagna, mare, campagna, matrimoni e campeggi, fiere e crociere. Ma soprattutto il ritorno nelle città d'arte. Roma su tutte. E poi Venezia, Firenze e Milano che fa da hub per poi andare alla scoperta del Belpaese. Il 2023 può essere l'anno della grande rinascita del turismo italiano. Tornano gli stranieri. Ma anche gli italiani, che dopo lo stop ai viaggi all'estero hanno riscoperto le bellezze nazionali. Secondo l'Osservatorio Bit, gli italiani spenderanno quasi 2 mila euro per i viaggi e uno su 3 arriverà a 2.400 euro per più vacanze nell'anno.

Il «sorpasso»

CORRIERE TV



Sanremo (e musica): dai fandom alla rinascita dei concerti live, come cambia l'industria musicale?



Sanremo, quanto vale dal punto di vista economico? 186 milioni di euro e 1.100 posti di lavoro

di Massimiliano Jattoni Dall'Asén

«Sarà l'anno del sorpasso» prevede la **ministra del Turismo Daniela Santanchè**, pensando al **2019 che resta l'anno di riferimento del turismo italiano con il record di 131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze** negli esercizi ricettivi, e dopo quel biennio 2020-2021 che, causa pandemia, lo ha visto come il settore dell'economia italiana più stravolto di tutti (70% in meno di presenze straniere solo nel 2020 pari a 207 milioni di mancati arrivi) e che ha lasciato sul campo decine di migliaia di attività, chiuse per Covid e mai più riaperte. E se il 2022 è stato importante per rialzare la testa, **sarà il 2023, secondo gli addetti ai lavori a far tornare i segni più**. Il traino del 2022 è stato fortissimo: 338 milioni di presenze (174 italiani, 164 stranieri) pari a rispettivamente +45,8% e +39,9% rispetto al 2021. I primi 3 mesi del 2023 vedono ancora un 10% in meno di presenze rispetto al 2019 ma gli addetti ai lavori non nascondono un certo ottimismo. E **laBit, la Borsa internazionale del Turismo**, al via da domenica fino a martedì alla **Fiera di Milano** lo confermerà.

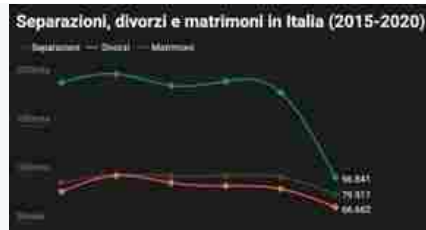
In assoluto, le previsioni del turismo globale stimano un aumento del 30% nel 2023. Secondo l'outlook 2023 di Economist Intelligence (Eiu), la spesa totale 2023 potrebbe arrivare a circa 1.160 miliardi di dollari a livello globale. E secondo **l'Enit, l'ente del turismo italiano**, il 37,7% dei viaggiatori internazionali sceglierà l'Italia: saranno l'8% in più rispetto agli ultimi 5 anni. «Già nel 2022 l'Italia è stata al quarto posto per flussi di turismo internazionali - dice **Ivana Jelinic, ceo di Enit** -, nelle intenzioni di viaggio per il 2023 si aggiudica il secondo posto dopo la Francia: segnali che il turismo italiano è più che mai vivido e pronto a nuove sfide».

Turismo «motivazionale»

Riflette Corti, se il turismo *leisure*, di piacere, è stato il primo a partire, fa più fatica quello business tra fiere e convegni, «molte aziende per risparmiare ormai scelgono appuntamenti online», tuttavia «quello specializzato diventa sempre più importante come vetrina del Paese, penso alla prossima **Ryder Cup di golf** che a fine settembre richiamerà a Roma sportivi e affezionati da tutto il mondo». Ecco perché quindi eventi come **il Giubileo a Roma del 2025 e le Olimpiadi invernali Milano-Cortina del 2026 diventano occasioni uniche anche per il turismo**. «Dopo il Covid - spiega Corti -, il viaggiare diventa fortemente "motivazionale": non basta la bellezza del luogo, le destinazioni devono offrire qualcosa di più, dare un motivo per cui essere scelte e questo spinge poi il visitatore a spendere di più, e così davvero il turismo diventa un traino dell'economia». Basti pensare ad esempio a quello **all'aria aperta**, tra campeggi, villaggi turistici, bungalow e roulotte che nel 2022 ha registrato 70 milioni di presenze, o a quelli legati al settore **del wedding, i matrimoni: sempre più stranieri scelgono l'Italia** come luogo per le proprie nozze, nel 2022 sono stati oltre 600 mila gli arrivi con oltre 2 milioni di presenze legate al <destination wedding>.

Gli stranieri

Spiega **Alberto Corti, responsabile del settore turismo di Confcommercio**: «Già ora americani e canadesi hanno raggiunto i livelli del 2019, manca però tutto il *Far East*: Cina, Giappone, Corea, Taiwan, Hong



Separazione e divorzio super veloci e in un solo atto: cosa cambia dal 28 febbraio

di Diana Cavalcoli



Sanlorenzo chiude il 2022 con ricavi netti per i nuovi yacht a 740,7 milioni

di Antonio Macaluso



Come donare al figlio i soldi per la casa: l'atto del notaio per evitare rischi

di Massimo Fracaro

- Seconde case nuove e green: come detrarre l'Iva al 50%
- Casa, tutte le agevolazioni per i giovani



Imprenditori circolari cercasi: al via il bando per startup di Amazon e Climate Kic

Kong, che tra pandemia e pochi voli hanno flussi turistici ancora molto a rilento». Si spera nell'estate 2023, spiega **Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi**: «Dobbiamo superare i numeri del 2019: perché nel frattempo le condizioni sono molto cambiate con i costi altissimi dell'energia». È fiducioso: «Quest'anno contiamo anche sul turismo nazionale: la pandemia ha portato gli italiani a viaggiare di più nel loro Paese, la sfida sarà vedere cosa sceglieranno per l'estate». Ma, avverte, «bisognerà **che i Comuni non usino i turisti come un bancomat alzando le tasse di soggiorno**, come previsto dalla legge di Bilancio (fino a 10 euro a persona al giorno, ndr) e si rendano conto che così il turismo si danneggia».

I lavoratori che non si trovano

Con tali aspettative, resta però il problema dei lavoratori. Nel 2022, dopo due anni di pandemia, tutto il settore ha faticato a trovare il personale per alberghi, bar, locali e ristoranti, e molte strutture hanno dovuto ridurre offerta e servizi: **all'appello sono mancati quasi 300 mila tra cuochi, camerieri, receptionist**. E il 2023 rischia di registrare un fabbisogno ancora maggiore. Gli operatori turistici temono la **carezza salga a 350 mila profili**. «Bisogna farci trovare preparati - dice la ministra **Daniela Santanché** -: nel mondo c'è voglia di Italia, siamo il terzo marchio al mondo, dobbiamo sfruttarlo di più». E intanto ha creato un tavolo di coordinamento con le Regioni «perché ci si muova uniti, la forza del marchio Italia è un incredibile vantaggio competitivo che va usato». E domenica alla Bit presiederà un incontro con ministri e rappresentanti di Stati africani, Paesi insulari dei Caraibi e dell'Oceano indiano per parlare di turismo sostenibile e ideare percorsi condivisi.

Le campagne

Insieme **con Enit verranno lanciate una serie di campagne** ad hoc per promuovere luoghi e percorsi. La prima è **"This is Ischia"** a Roma e Milano: «Dopo la tragedia delle alluvioni non vogliamo aggiungere anche quella della crisi economica per mancanza di turisti - dice Santanché -: la campagna serve a rilanciare una località amata in tutto il mondo». Presentarla sul nuovo metrò di Milano, spiega Jelinic, «è un segno che l'Italia viaggia unita e solidale». Poi verrà annunciato un finanziamento da **1 miliardo e 380 milioni** destinato agli operatori turistici per interventi di riqualificazione, digitalizzazione, ristrutturazione: «Sono fondi del Pnrr destinati al turismo, - spiega Santanché -, risorse per aiutare grandi e piccole aziende e metterle in condizione di prepararsi al meglio, noi ci crediamo».

Iscriviti alle newsletter di L'Economia



Whatever it Takes di Federico Fubini

Le sfide per l'economia e i mercati in un mondo instabile



Europe Matters di James Fontanella-Khan

L'Italia e l'Europa viste dall'America

di Andrea Bonafede



San Valentino, promozioni, limited edition e offerte: le strategie delle aziende

di Anna Zinola



Poste Italiane, tra le aziende internazionali top sulle tematiche Esg

di Redazione Economia



Birra, taglio accise prorogato per il 2023. Lollobrigida: «Ottimo risultato»

di Redazione Economia



E non dimenticare le newsletter
L'Economia Opinioni e L'Economia Ore 18

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[LEGGI I CONTRIBUTI](#)

[SCRIVI](#)

ULTIME NOTIZIE DA L'ECONOMIA

VIAGGI E VACANZE

Turismo, tra città d'arte e campagna «il 2023 sarà un anno da record per l'Italia»

di **Claudia Voltattorni**

IL VERTICE UE

Migranti, la mossa dell'Ue: più fondi per controlli più intensi alle frontiere

di **Francesca Basso**

FONDAZIONI BANCARIE

Cariplo, pubblicate le terne con i nomi per il rinnovo dei vertici

di **Andrea Rinaldi**

FINANZA

Eurogroup debutta a Piazza Affari e sfiora il miliardo di capitalizzazione

di **Andrea Rinaldi**

IL FESTIVAL

Festival di Sanremo, quanto vale dal punto di vista economico? 186 milioni di euro e 1.100 posti di lavoro

di **Massimiliano Jattoni Dall'Asén**

ChatGpt predice il futuro in Borsa? L'allerta sul crollo dei mercati il 15 febbraio

di **Diana Cavalcoli**

CORRIERE TV



Da Bob Dylan a Justin Bieber. Ecco perché i big della musica vendono i loro successi



Catasto, cos'è e perché è così difficile da riformare?

di **Chiara Severgnini**



Sussidio di disoccupazione, aumento con l'inflazione: 100 euro in più al mese

di **Diana Cavalcoli**

■ Così l'inflazione aumenta il divario tra ricchi e poveri: potere d'acquisto in calo del 12% dal 2008