

Incoming: cercasi 15 mln di turisti stranieri in più all'anno

LINK: <https://www.guidaviaggi.it/2025/10/29/incoming-cercasi-15-mln-di-turisti-stranieri-in-piu-allanno/>



Incoming: cercasi 15 mln di turisti stranieri in più all'anno 29/10/2025 L'autunno 2025 si apre con un quadro in crescita per il turismo italiano, trainato da una domanda internazionale sempre più alta spendente: 200 euro al giorno la spesa media per turista, con la cultura che si conferma prima motivazione di viaggio per il quarto anno consecutivo. Ma accanto ai numeri positivi dell'indagine Isnart-Unioncamere-Enit, emerge la riflessione di Dina Ravera, presidente di Destination Italia, che invita a guardare al turismo come a una vera industria nazionale, capace di generare valore diffuso e contrastare lo spopolamento dei piccoli borghi. Industria da costruire 'Il turismo deve essere considerato un'industria vera e propria' - afferma Dina Ravera - 'non una somma di pezzi: hotel, compagnie aeree, agenzie. È un sistema complesso che richiede

metodo, continuità e collaborazione tra pubblico e privato.' Nata da un'esperienza nel mondo delle telecomunicazioni, Ravera sottolinea come il settore turistico italiano, pur avendo un potenziale stimato di 300 miliardi di euro, resti frammentato e poco efficace. 'Servono 15 milioni di viaggiatori stranieri in più all'anno - di qualità - per raggiungere questo obiettivo. Ma devono arrivare tutto l'anno, in tutto il territorio, non solo nelle grandi città.' Turismo come leva economica Secondo l'ultima rilevazione Isnart, nel 2025 il 55% dei turisti in Italia è straniero (+3,5% rispetto al 2024), con Francia e Germania ai primi posti per le prenotazioni. Le destinazioni lacuali, termali e le grandi città d'arte hanno registrato tassi di riempimento tra il 74% e l'84% durante l'estate, mentre il Lazio ha beneficiato dell'"effetto Giubileo" con +6,5% di turisti. 'Il turismo è la leva

economica più distintiva per l'Italia - spiega Ravera. - Altri settori industriali europei hanno perso terreno; la nostra forza oggi è difendere la bellezza, la storia, la gastronomia e l'identità territoriale'. Qualità dell'esperienza Dai dati Isnart emerge un turista sempre più interessato a esperienze autentiche: il 76% fa escursioni, e cresce la voglia di scoprire mete meno note e tradizioni enogastronomiche locali. 'Il turista di qualità non cerca solo il soggiorno, ma il valore del territorio' - aggiunge Ravera - 'e questo è il punto di partenza per invertire lo spopolamento di migliaia di comuni italiani.' Tra i territori modello citati: Urbino-Montefeltro, Alto Molise e le isole minori, che stanno sperimentando forme di cooperazione tra enti pubblici, Gal e imprese locali. Innovazione e futuro del settore La trasformazione tecnologica accompagna la crescita del comparto: il 27% degli

hotel italiani utilizza già strumenti di intelligenza artificiale, quota che sale al 47% tra le strutture 4 e 5 stelle. Queste tecnologie velocizzano le prenotazioni, ottimizzano l'assistenza clienti e migliorano la sicurezza. Per Ravera, però, il digitale non sostituisce la strategia: 'Per costruire un'industria del turismo servono visione, continuità di governo e coesione tra istituzioni, banche e imprese. Solo così potremo passare dal 3% al 100% del nostro potenziale nei prossimi dieci anni.' Coesione e strategia per il futuro Oggi, secondo Ravera, la consapevolezza della priorità del turismo è finalmente diffusa nelle istituzioni, ma resta da fare il passo più complesso: costruire un metodo condiviso. 'Bisogna imparare a lavorare insieme - spiega - mettendo in rete i grandi player privati, le regioni, le associazioni e il mondo dell'imprenditoria locale. La stabilità politica è una condizione necessaria per dare continuità agli interventi e creare una visione comune. Ogni territorio deve sentirsi protagonista, non comparsa, di questa nuova fase del turismo italiano.' Un percorso che richiede tempo, ma che secondo Ravera può portare, in 5-10 anni, a risultati concreti se ognuno sarà capace di fare

rete. Nuovo modello di rete per il turismo E dallo spirito della rete nasce Filiera Turismo Italia che rappresenta un passo importante verso quella visione corale del turismo evocata anche da Dina Ravera, dove la crescita del settore passa da una governance condivisa e da un dialogo costante tra pubblico e privato. La nuova realtà si propone come un

network aperto e partecipativo, capace di dare voce a chi il turismo lo vive ogni giorno e di costruire soluzioni comuni a partire dai territori. 'Vogliamo creare ponti tra imprese, territori e istituzioni - spiega il presidente Enzo Carella - costruendo un hub di competenze e connessioni che generi impatto reale e accompagni il settore verso una nuova maturità'. L'appoggio di Federterziario Con il supporto di FederTerziario Turismo, la filiera si pone come spazio di ascolto e coordinamento, con l'obiettivo di far emergere le esigenze concrete degli operatori e dare rappresentanza a tutte le anime del comparto. Lo precisa Emanuela D'Aversa, vicepresidente di FederTerziario Turismo, che evidenzia la necessità di un cambio culturale nelle relazioni industriali. "Solo unendo forze e visioni sarà possibile dare al turismo

italiano una struttura solida, superando frammentazione e autoreferenzialità" precisa la manager. Francesca Motta e Paola Olivari Tags: Dina Ravera, FederTerziario, Filiera turismo Italia, Isnart