

Turismo, +7,1% gli arrivi nel 2025 «Valorizzare montagna e borghi»

Enrico Netti

Oltre 185 milioni di arrivi in Italia nel 2025, +7,1% sull'anno precedente. Questo è l'ultimo record messo a segno della destinazione Italia secondo i dati diffusi ieri dal Viminale (piattaforme "Alloggiati web"), sugli arrivi nelle strutture alberghiere ed extra alberghiere. Sono quest'ultime a mettere a segno la migliore performance: +13% contro il +3% degli hotel. Un aumento sempre più a trazione internazionale grazie agli arrivi dall'estero, ben 104 milioni (+8,7%) mentre gli italiani sono stati pari a 81,2 milioni (+5,1%) grazie ai molti ponti del 2025. Nei primi dieci mesi dell'anno le presenze hanno superato i 438 milioni. Così il 2025 è il migliore anno di sempre per l'industria del turismo.

Una crescita sottolineata da Giorgia Meloni nel video messaggio che ha aperto a Milano la terza edizione del Forum internazionale sul settore. «Il turismo italiano è tornato a essere forte e competitivo e ci è riuscito puntando su due direttrici, la destagionalizzazione e la delocalizzazione dei flussi, fattori decisivi per avere un turismo dinamico 365 giorni all'anno e diffuso su tutto il territorio - ha detto la premier -. Riserviamo un'attenzione particolare ai nostri borghi, perché sono i territori che custodiscono la nostra identità più profonda e che offrono servizi turistici, ricettivi e culturali di grande qualità».

Daniela Santanchè, ministro del Turismo, nell'aprire i lavori ha presentato i numeri del comparto. Nel 2025 si stimano 480 milioni di presenze con il primato europeo per permanenza media con 3,6 giorni, un impatto sul Pil di 237,4 miliardi, una spesa turistica di 185 miliardi. Il ministro ha poi lanciato «cinque proposte per certi versi rivoluzionarie». Si parte con il nanismo che accomuna la maggioranza delle aziende: «l'80% delle nostre imprese è composto da realtà singole. Una frammentazione che frena la competitività, ostacola i passaggi generazionali e limita la crescita. Stiamo lavorando con il Mef a una finestra di 24 mesi che faciliti in modo mirato i processi di aggregazione delle imprese alberghiere, prevedendo rivalutazioni agevolate degli asset oggetto di aggregazione per minimizzare l'impatto fiscale». Tra gli altri punti programmatici «si deve considerare il turismo come una industria e serve un nuovo patto sociale per valorizzare il capitale umano. Riduciamo la fiscalità alle imprese turistiche del 10%, lo stesso importo va ai dipendenti come retribuzioni incentivanti o welfare». Tra gli obiettivi anche la lotta alla burocrazia per aiutare la destagionalizzazione e delocalizzazione. Due aspetti dell'undertourism, tema portante del Forum. Da sviluppare la montagna, l'open air, il termalismo, l'enogastronomia e trasformare in destinazioni gli oltre 8mila comuni della Penisola. Sono tanti quelli in

montagna a rischio spopolamento mentre i turisti portano ricchezza e lavoro. Negli accordi per i FSC che stanno per essere firmati, 60 milioni delle risorse nazionali per la coesione, su un totale di 121 milioni destinati al turismo, a progetti per migliorare la qualità delle destinazioni turistiche. «Fondi per realizzare progetti d'investimento per una strategia unitaria». Si pensa anche di intervenire sul calendario scolastico sul modello di altri paesi europei per diluire in altri mesi le vacanze. «Dialogo con Valditara» ha detto Santanchè.

Sullo sfondo del Forum le Olimpiadi. Quali ricadute avranno sul territorio? «Tre grandi università hanno messo nero su bianco che saranno 5,3 miliardi - risponde Giovanni Malagò, presidente della Fondazione Milano Cortina -. C'è un gettito supplementare di ricaduta sull'erario di oltre 600 milioni». «Dobbiamo considerare le Olimpiadi come un grande lancio dell'Italia - segnala Elisabetta Fabri, presidente di Confindustria Alberghi -. Per noi sono assolutamente fondamentali perché siamo parte dell'offerta. Siamo ambasciatori del made in Italy». Un grande evento che per Ivana Jelinic, ad di Enit, «farà ritornare i turisti per le vacanze. Stiamo vedendo come i flussi esteri per le Olimpiadi arrivino anche da aree continentali lontane».

«C'è un pieno allineamento con il Governo sull'impostazione di una vera strategia industriale del turismo e continuiamo a lavorare insieme sulle priorità - spiega Leopoldo Destro, delegato Confindustria per trasporti, logistica e industria del turismo -. La sfida sarà agire sulla crescita dimensionale del tessuto imprenditoriale tenendo insieme lo sviluppo e la promozione dell'intera filiera del made in Italy». Guarda agli aspetti imprenditoriali Massimo Caputi, vicepresidente di Confindustria Alberghi, che auspica «si riesca a fare decollare i Contratti di filiera previsti dall'articolo 98 della Finanziaria «per creare potenti aggregazioni di imprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA