



World Travel & Tourism Council

GLOBAL SUMMIT

ROME ITALY 2025

Hosted By



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA



INDICE

- 2 Il Valore delle Associazioni:
Cuore e motore del
turismo italiano
- 4 Il Turismo leva di sviluppo per il
Paese- Fondamentale il ruolo
delle Associazioni
di Categoria
- 6 L'Italia in sintesi: Regioni e
infrastrutture strategiche
- 11 Le motivazioni della vacanza
- 19 Le associazioni italiane

IL VALORE DELLE ASSOCIAZIONI: CUORE E MOTORE DEL TURISMO ITALIANO



Visione, professionalità e passione: questi sono i principali tratti identitari di tutte le associazioni di categoria che, giorno dopo giorno, contribuiscono significativamente a modellare le esperienze di viaggio che rendono unica e indimenticabile l'offerta turistica italiana.

Il sistema delle associazioni di categoria del turismo costituisce un motore dinamico cui abbiamo voluto dedicare questo catalogo, che si propone come vero e proprio strumento di valorizzazione e promozione di quelli che non sono soltanto attori, ma protagonisti assoluti all'interno del nostro ecosistema.

L'impegno quotidiano profuso dalle associazioni di categoria nel sostenere lo sviluppo di un'offerta turistica di qualità, innovativa e sostenibile è fondamentale e anima le diverse sfaccettature del settore: dalla promozione delle eccellenze locali alla formazione professionale, dalla tutela del patrimonio alla ricerca di soluzioni sempre più all'avanguardia.

Il catalogo, quindi, intende porsi come punto di riferimento per tutti gli operatori e i viaggiatori desiderosi di esplorare la ricchezza e la diversità della nostra proposta turistica, mettendo in luce le competenze e la capacità nel rappresentare e tutelare gli interessi di imprese e professionisti, offrire utili servizi di supporto e consulenza, promuovendo l'offerta turistica tricolore in Italia e all'estero.

Auspico che questo strumento possa rafforzare ulteriormente la collaborazione tra il Ministero del Turismo e le associazioni, consolidando e ottimizzando la sinergia già in essere nell'ottica di un partenariato pubblico-privato, irrinunciabile per plasmare una proposta altamente competitiva e vincente.

Siamo convinti che soltanto con un gioco di squadra è possibile affrontare le sfide del presente e cogliere le opportunità del futuro, consolidando la posizione dell'Italia come destinazione leader a livello globale.

Insieme costruiremo un turismo sempre più inclusivo, responsabile e all'altezza delle aspettative di chi sceglie il nostro amato Belpaese.

Daniela Santanchè

Ministro del Turismo

IL TURISMO LEVA DI SVILUPPO PER IL PAESE. FONDAMENTALE IL RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



Il turismo in Italia sta vivendo una fase di grande crescita, superando i livelli del pre covid. Siamo una delle mete più ambite in tutto il mondo, con turisti esteri che ci scelgono per le nostre ricchezze e unicità. Ogni regione è in grado di offrire esperienze uniche, indimenticabili, che fanno assaporare l'essenza del Made in Italy.

Il turismo rappresenta una delle leve che traina il nostro Paese ed in questo hanno un ruolo fondamentale le associazioni di categoria. Tutti gli attori del comparto, tutti i player chiamati in causa, danno il loro contributo per la crescita del nostro Paese. Non dobbiamo dimenticare che stiamo affrontando un cammino di crescita costante, basti ricordare che pure per questa estate ci confermiamo sul podio della classifica delle destinazioni più ambite, superando anche la Francia.

Tutto ciò perché associazioni ed istituzioni promuovono regolarmente il nostro Paese "in tutto il mondo" durante i maggiori appuntamenti che richiamano visitatori da ogni parte del mondo. Non a caso stiamo riscontrando crescite esponenziali nel campo del turismo enogastronomico (aumento del +176%), un segmento consolidato nell'ultimo decennio, che ha generato nel 2024 una spesa complessiva di 396 milioni di euro, coinvolgendo 765 mila visitatori e 2,4 milioni di pernottamenti. C'è poi il turismo dello shopping e luxury, un altro fenomeno in forte espansione. Nel solo 2024 sono stati più di 2 milioni i turisti dello shopping, con un incremento del 7% rispetto al periodo pre-covid, un fenomeno che è in crescita a livello globale ed in Italia il suo contributo diretto al PIL è superiore a 2,5 miliardi di euro. Focus anche sul turismo sportivo, gli eventi attraggono sempre più visitatori che uniscono la vacanza agli arrivi per le principali

manifestazioni sportive: dati recenti dicono che quasi 600 mila viaggiatori internazionali (in crescita di circa il 5%) hanno scelto la vacanza sportiva in Italia, generando quasi 2 milioni di pernottamenti (+8,7%) con una forte incidenza sull'economia, 338 milioni di euro generati da turisti per lo più nordeuropei, provenienti da Paesi quali Germania, Paesi Bassi, Regno Unito e Austria.

Rappresentiamo un settore che genera valore, occupazione e benessere socioeconomico per l'intero territorio. Ogni attore chiamato in causa rema nella stessa direzione, ed è per questo che i risultati ci stanno dando ragione. Le sinergie pubblico private possono dare ancora molto all'Italia, facendo crescere il nostro PIL e i territori, valorizzando le unicità regionali e le comunità locali.

Ivana Jelinic

Amministratore Delegato ENIT S.p.A.

L'ITALIA IN SINTESI: REGIONI E INFRASTRUTTURE STRATEGICHE

Regioni d'Italia e capoluoghi di Regione



Stazioni ferroviarie servite dai treni veloci



Sorçe: Trenitalia
and FS Italiane

Principali aeroporti d'Italia

Per arrivi internazionali per regione nel 2024



Fonte: Ufficio Studi
ENIT S.p.a. su dati
Assaeroporti

Principali porti d'Italia

Per numero di arrivi per regione (traghetti e crociere) nel 2024



LE MOTIVAZIONI DELLA VACANZA

Nei prossimi anni, il turismo in Europa e in Italia è destinato a crescere a tal punto da superare il rapporto di un visitatore per ogni residente. In questo scenario, adottare pratiche sostenibili non sarà solo auspicabile, ma rappresenterà l'unica via strategica per gestire un'espansione già in atto. Secondo le previsioni, entro il 2034 il comparto turistico contribuirà all'economia globale con un valore stimato di 16 trilioni di dollari, pari all'11,4% del PIL mondiale. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati UNTourism)

Il 2024 ha confermato il trend positivo del turismo in Italia, con 139,6 milioni di arrivi e 466,2 milioni di pernottamenti nelle strutture ricettive. Di questi, oltre 254 milioni sono stati generati da turisti stranieri, che hanno rappresentato 74 milioni di arrivi. Rispetto al 2023, si registra un incremento del 4,5% negli arrivi e del 4,2% nei pernottamenti, con una spinta significativa dai mercati esteri (+8,9% e +8,4% rispettivamente). (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ISTAT)

Il turismo si conferma un pilastro dell'economia nazionale, contribuendo al 10,8% del PIL (240,1 miliardi di dollari), con una proiezione di crescita fino al 12,6% entro il 2034 (290,5 miliardi di dollari). (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati WTTC)

È anche un settore ad alta intensità occupazionale: nel 2023, le attività turistiche dirette hanno impiegato 385.000 persone (+8,7% rispetto al 2022), mentre l'intero comparto allargato ha superato i 2 milioni di lavoratori. Considerando anche gli effetti indiretti e indotti, il totale degli occupati nel turismo raggiunge i 3,07 milioni. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati WTTC)

Sin dagli albori dei viaggi per svago, le persone si sono messe in cammino alla ricerca di nuove esperienze. Desiderano incontrare gente del posto amichevole, assaggiare nuovi cibi, passeggiare in paesaggi sconosciuti e assistere (o magari anche partecipare) a tradizioni culturali che ricordano loro di essere lontani da casa. La domanda di esperienze di viaggio coinvolgenti come queste è aumentata negli ultimi anni. Internet rende facilmente accessibili attività immersive che rispondono agli interessi più diversi dei viaggiatori di tutto il mondo. I social media generano un effetto volano: vedere i post degli amici sulle loro esperienze spinge le persone a cercare a loro volta esperienze da vivere—e da condividere, magari ispirando altri a continuare il ciclo. Sempre di più, le esperienze stanno diventando fattori decisivi nella scelta di un viaggio: la possibilità di vivere un momento capace di cambiare la vita motiva le persone a prenotare. La ricerca

del tipo giusto di esperienza influisce perfino sulla destinazione che si sceglie

Turismo all'aria aperta

Il turismo open air si conferma una delle componenti più dinamiche del panorama turistico italiano. Con oltre 2.600 campeggi e villaggi e una capacità di oltre 1,3 milioni di posti letto, il settore genera circa 5 miliardi di euro di fatturato diretto e oltre 3 miliardi di indotto. Nel 2024 si sono registrati 11,4 milioni di arrivi e 68,2 milioni di presenze. Questo tipo di turismo, sempre più scelto per la sua attenzione all'ambiente, coinvolge circa 100.000 lavoratori, anche in settori collegati come ristorazione e intrattenimento.

L'interesse per campeggi, villaggi e glamping è alimentato dalla domanda di esperienze autentiche e sostenibili, rendendo il comparto una leva strategica per il rilancio del turismo italiano.

Cultura e intrattenimento

Il turismo culturale è la prima motivazione di viaggio in Italia nel 2024, con 110,5 milioni di pernottamenti internazionali nelle città d'arte e una spesa complessiva di 19,1 miliardi di euro. La cultura rappresenta oltre il 29% dei pernottamenti stranieri e il 35,3% della spesa turistica.

Rispetto al 2019, si registra un incremento significativo, con mercati in forte crescita come Spagna, Regno Unito, Polonia, Canada e Stati Uniti. I nuovi turisti culturali cercano esperienze autentiche, sostenibili e arricchenti, con un crescente interesse per la tecnologia immersiva (AR/VR) per valorizzare il patrimonio e migliorare la fruizione.

Nautica e turismo costiero

Con i suoi 7.700 chilometri di litorale e numerosi laghi, l'Italia è una meta privilegiata per il turismo marittimo e la nautica da diporto. Il settore nautico italiano è rinomato a livello internazionale, con una produzione che nel 2021 ha raggiunto i 3,6 miliardi di euro, trainata in gran parte dalle esportazioni. L'Italia si posiziona come secondo produttore mondiale nel comparto della nautica da diporto, con una quota di mercato globale del 12%, specializzandosi soprattutto nella costruzione di imbarcazioni di grandi dimensioni con motore entrobordo.

Il Paese dispone anche di una rete portuale molto articolata, con 156.465 posti barca distribuiti lungo le coste, di cui il 46,1% localizzati nel Mezzogiorno e nelle isole. Le imbarcazioni da diporto registrate sono oltre 84.000, con una distribuzione equilibrata tra Nord, Centro e Sud Italia.

MICE e turismo congressuale

L'Italia si conferma tra i leader mondiali nel settore degli eventi e dei congressi, seconda solo agli Stati Uniti per numero di meeting internazionali ospitati nel 2024 (635 eventi), e prima in Europa. Il comparto MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) ha un valore economico di circa 11,7 miliardi di euro e coinvolge ogni anno oltre 27 milioni di partecipanti.

Secondo uno studio ENIT – Federcongressi&eventi, ogni partecipante spende in media 281 euro al giorno durante la permanenza in Italia.

Il Paese dispone di oltre 5.600 sedi per eventi, con Roma, Milano, Firenze, Napoli e Torino tra le città con le strutture più capienti. La spesa si

concentra per il 39,7% nel Nord-Ovest, seguita dal Centro (27,7%), Nord-Est (23,6%) e Sud e Isole (9%).

L'enogastronomia come motivazione di vacanza.

La gastronomia italiana non è più un mercato di nicchia ma un motivo primario per visitare il Paese. La spesa per il turismo culturale, che raggiunge 19 miliardi di euro, rappresenta il 35,3% della spesa totale dei visitatori internazionali in Italia, con un incremento del +52,7% dal 2014 al 2024. (Fonte: Ufficio Studi ENIT su

dati Banca d'Italia)

Il turismo enogastronomico è cresciuto del +176% nell'ultimo decennio, trasformandosi da interesse di nicchia a grande motivazione di viaggio. I visitatori internazionali hanno speso un totale di 396 milioni di euro in esperienze di turismo enogastronomico, rafforzando il turismo nelle aree rurali più iconiche e meno conosciute che preservano l'autentico patrimonio culturale italiano. Circa 765 mila visitatori stranieri hanno optato per viaggi a tema enogastronomico, per un totale di 2,4 milioni di pernottamenti. (fig.12)

fig.12 Turismo enogastronomico in Italia
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BANCA D'ITALIA



+176%
crescita nell'ultimo decennio

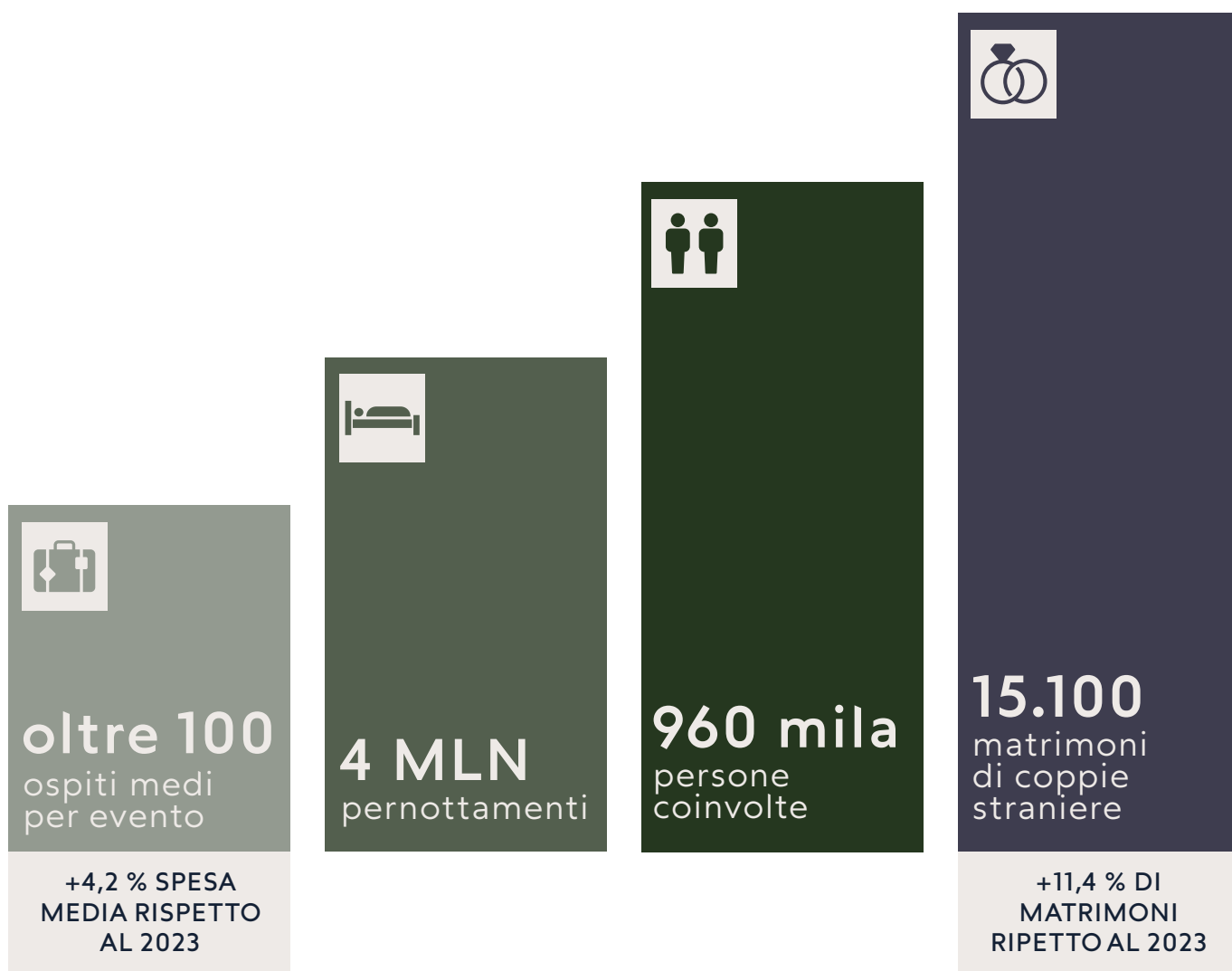
Il Wedding Tourism

Sono oltre 15.100 i matrimoni di coppie straniere che hanno scelto l'Italia per celebrare le proprie nozze nel 2024 con un incremento del +11,4% rispetto al 2023, con 960mila persone coinvolte; 4 milioni di pernottamenti e un

aumento del numero degli ospiti, che supera le 100 unità, che con l'inflazione spingeranno la spesa media dell'evento al +4,2% rispetto al 2023, attestandosi intorno ai 61.500 euro, dove la voce 'ristorazione' è la più alta (36%). (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati CST) (fig.13)

fig.13 Wedding tourism in Italia nel 2024

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati CST



L'indotto sfiora il miliardo di euro (rispetto ai 500 milioni di euro del 2018) distribuiti su una filiera ampia e qualificata (la richiesta dei

wedding planner, ad esempio, sale al 46,3%). (fig.14)



fig.14 Indotto economico in Italia nel 2024

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati CST

L'interesse delle coppie straniere premia il Centro Italia (31,1%), ma aumenta l'interesse

per Sud e Isole (29,3%), in particolare la Sicilia è una delle regioni più richieste. (fig.15)

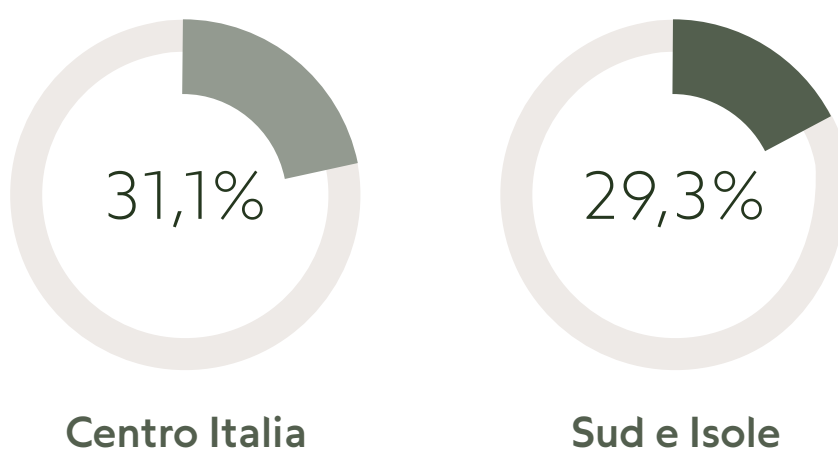


fig.15 Distribuzione geografica dell'interesse

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati CST

Il Destination Wedding è un settore a maggiore delocalizzazione e valorizzazione dell'ospitalità fuori dai grandi centri. Chi viene a sposarsi in Italia vuole diventare italiano e vuole vivere un'esperienza autentica in ogni aspetto, dalla cultura al cibo e alle ambientazioni. E c'è un forte interesse anche tra gli italiani: 8.400 coppie si sono sposate fuori dalla

propria regione di residenza. Crescono, inoltre, i matrimoni che si sono trasformati in grandi eventi e, tendenza di quest'anno, crescono anche i mercati a lungo raggio, dal Canada al Giappone, dall'Argentina all'India, dagli Emirati Arabi Uniti al Sud-Est asiatico, grazie all'attrazione esercitata dal Made in Italy e dai prodotti locali. **(fig.16)**

fig.16 Mercati a lungo raggio di crescita

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati CST

Mercati stranieri a lungo raggio in crescita



Il turismo del benessere

La salute e il benessere stanno diventando pilastri fondamentali nella vita delle persone, grazie a una crescente consapevolezza globale sull'importanza di adottare uno stile di vita equilibrato. Sempre più individui riconoscono il valore della prevenzione sanitaria, di una corretta alimentazione e della cura della salute mentale, contribuendo così all'espansione del

mercato dedicato a prodotti e servizi per il benessere.

Questa crescita è alimentata da diversi fattori: l'aumento della spesa sanitaria, l'invecchiamento demografico e una nuova attenzione verso la cura personale, accentuata dagli effetti della pandemia del 2020/2021. Si assiste a un'evoluzione del concetto di "salute", che da semplice condizione fisica, mentale e sociale

si è trasformato prima in “benessere” e poi in “wellness”, con un focus sempre più marcato

sull’equilibrio interiore, la meditazione e la pratica della “mindfulness”. (fig.17)

fig.17 Cosa cercano i nuovi viaggiatori

Fonte: Ufficio Studi ENIT

Cosa cercano i nuovi viaggiatori?



**Esperienze
immersive**



**Momenti di
rigenerazione
psico-fisica**



**Un ruolo centrale
per spa, natura e
sostenibilità**

Nel settore turistico, il wellness tourism ha un impatto molto più significativo di quanto si possa immaginare. Il passaggio dagli storici stabilimenti termali ai moderni “ritiri di benessere” rappresenta un cambiamento radicale. A guidare questa trasformazione sono soprattutto le nuove generazioni – Millennials e Gen Z – che cercano esperienze immersive e rigeneranti, dove le spa assumono un ruolo centrale.

Come accade nel turismo tradizionale, anche nel turismo del benessere l’“esperienza” ha superato il “prodotto”: ciò che conta non è

più solo usufruire di trattamenti estetici o terapeutici, ma vivere momenti significativi a livello fisico, emotivo e relazionale. È in questa direzione che si stanno orientando i principali investimenti, sia a livello nazionale che internazionale.

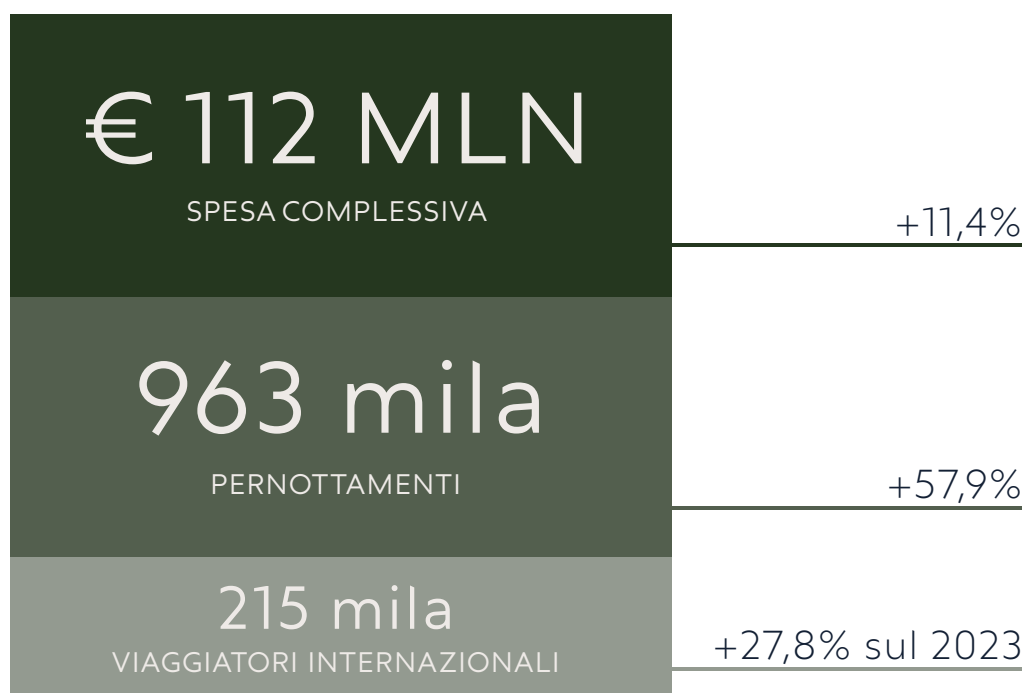
Il turismo internazionale è fortemente attratto da questa tipologia di esperienze turistiche, specialmente quando proposte in un mix di prodotto abbinandolo allo sport, alle degustazioni, alla meditazione, in luoghi della cultura e di valenza archeologica, ecc.

Nel 2024 i viaggiatori internazionali che hanno scelto l'Italia per questa motivazione sono stati oltre 215 mila (+27,8% sul 2023) e hanno soggiornato per circa 963 mila notti (+57,9%)

per una spesa complessiva di 112 milioni di euro (+11,4%). (Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia) **(fig.18)**

fig.18 Crescita sostenuta nel 2024

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati BANCA D'ITALIA



LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA ITALIANE

Italcares

Descrizione dell'Associazione

Online da ottobre 2024, Italcares è la piattaforma nazionale che integra sanità, benessere e turismo, nata ideata da Confindustria Federterme con il co-finanziamento del Ministero del Turismo. Con oltre 100 strutture termali e sanitarie, 300 programmi e l'alleanza con la principale piattaforma italiana di booking nel settore della salute (6.100 strutture, 65.000 professionisti), Italcares rende accessibile l'eccellenza italiana in prevenzione, cure e longevità. Un unico portale con lo scopo di vivere l'Italia come destinazione globale di salute, wellness e Silver Economy.

Opportunità di collaborazione

Italcares apre a collaborazioni strategiche con istituzioni, aziende, start-up, autorità locali e

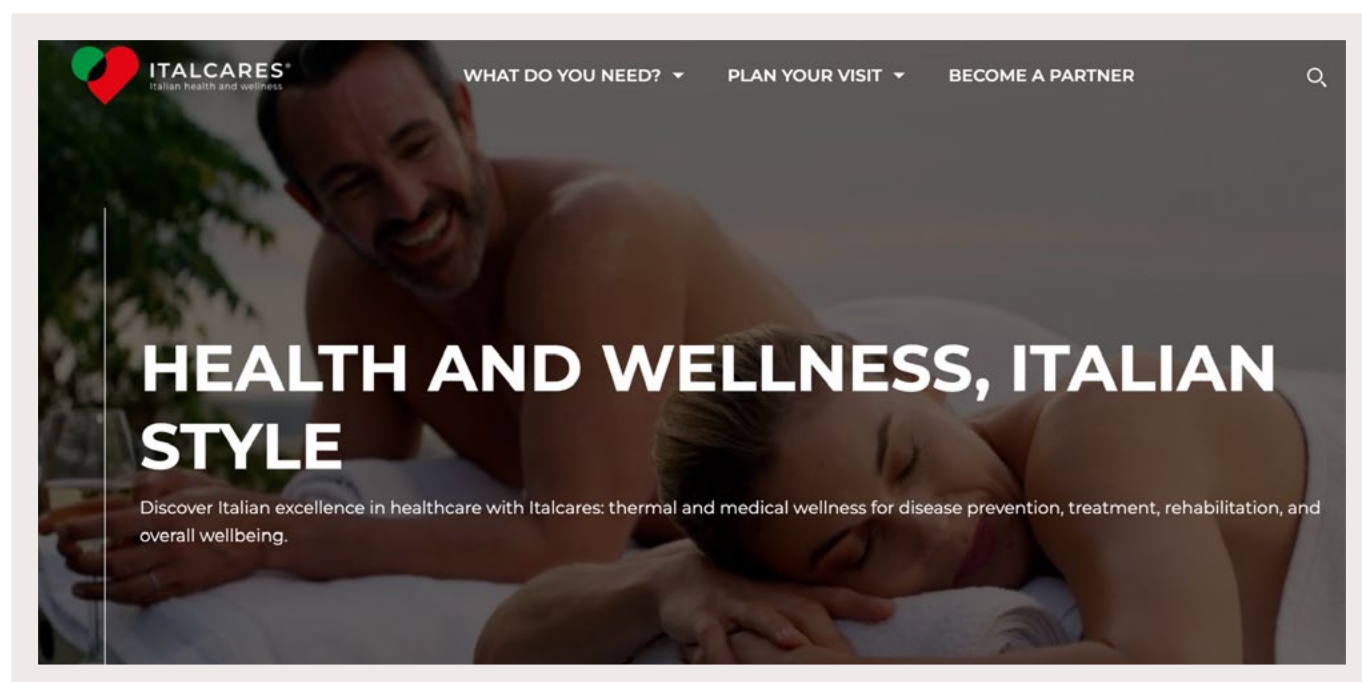
strutture termali/spa. La piattaforma nazionale integra ospedali, spa, centri termali, resort e innovazioni digitali, offrendo programmi di prevenzione, cura e wellness. I nostri partner godono di visibilità globale, lead qualificati, campagne di marketing e supporto istituzionale da parte di enti nazionali e locali

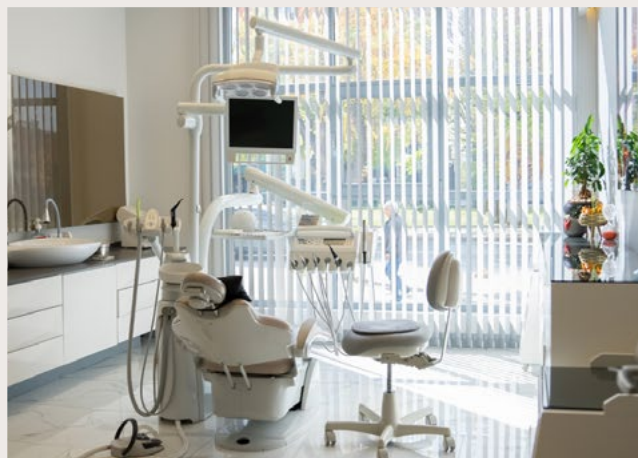
<https://www.italcares.it/it>

All'estero, cerchiamo partnership strategiche che ci consentano di attrarre un turismo sanitario di qualità. Collaboriamo con start-up e centri di ricerca per sviluppare tecnologie digitali e co-marketing. Con enti locali promuoviamo progetti territoriali legati al Silver Tourism e al Golden Age Project, generando valore economico e sociale condiviso.

Eventuali elementi di interesse per i media internazionali

Italcares rappresenta un case study unico



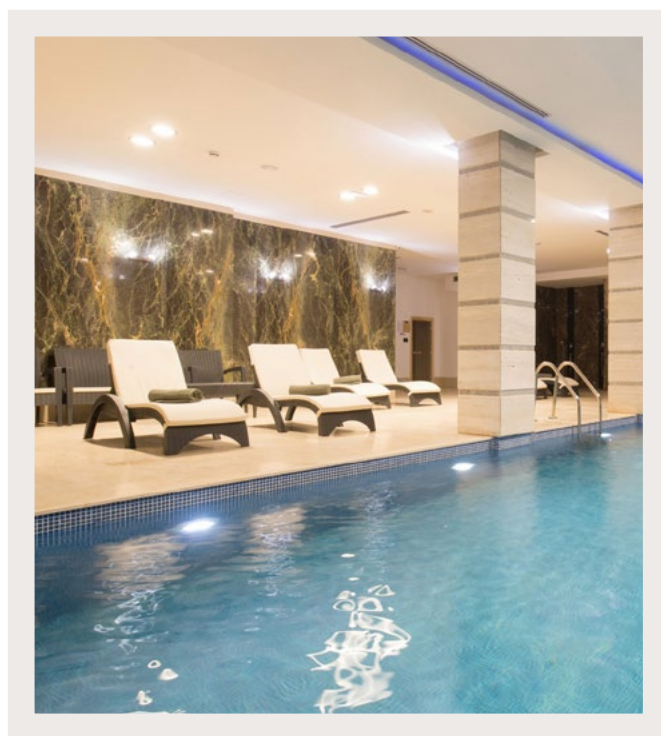


per i media internazionali: la prima piattaforma nazionale che unisce turismo, sanità e wellness, sostenuta dal Ministero del Turismo e da Confindustria Federterme. I punti di interesse includono l'integrazione, grazie alla partnership con la principale piattaforma di booking nel settore della salute, di 6.100 strutture e 65.000 professionisti in un unico portale digitale, il ruolo chiave della medicina termale anche nell'ambito del Servizio Sanitario Nazionale e il posizionamento dell'Italia come hub globale di longevità e Silver Tourism. Inoltre, il Golden Age Project offre spunti su modelli di senior living, fiscalità agevolata per pensionati esteri e nuovi trend di turismo a lungo soggiorno.

Eventuali Business Opportunities per i membri WTTC

Italcares offre ai membri WTTC opportunità strategiche all'incrocio tra viaggi, sanità e benessere. Come piattaforma ufficiale dell'Italia per il turismo medico e della longevità, Italcares connette strutture e professionisti, permettendo la creazione di pacchetti premium che integrano cure cliniche, protocolli termali, trattamenti benessere ed esperienze

culturali. I membri WTTC possono sfruttare iniziative di co-branding e co-marketing, investire nel Silver Tourism e nei modelli di soggiorno lungo. Con il supporto istituzionale del Ministero del Turismo, Italcares rappresenta un gateway affidabile verso un mercato in forte crescita e con domanda internazionale ad alto valore.



Contatti

Contatto nel Villaggio Italia:

Email: v.federici@federterme.it

Email: r.disipio@federterme.it

Sito Web:

<https://www.italcares.it/it>

Contatto Informazioni generali:

Email: v.federici@federterme.it

Email: r.disipio@federterme.it



ITALCARES®
Italian health and wellness



FEDERTERME



Hosted By



**MINISTERO
DEL TURISMO**
REPUBBLICA ITALIANA

ENIT
SPA

