

## Turismo, Italia regina del Regno Unito

**Santanchè inaugura padiglione ENIT a WTM Londra 2025:  
“promuoviamo territori meno noti in vetrina internazionale”**

**Jelinic: “l’Italia si conferma tra le destinazioni guida nel panorama  
turistico globale. avremo un ruolo sempre più strategico”**

**Mercato UK al terzo posto per spesa turistica nel belpaese: Veneto, Lazio,  
Lombardia, Campania, Sardegna e Toscana le regioni più scelte**

**In fiera numero record di espositori: sono 280 le imprese presenti. gli  
appuntamenti fieristici si confermano necessità primaria**

Roma/Londra, 4 novembre 2025. Il ministro del Turismo Daniela Santanchè inaugura il **Padiglione Italia** organizzato da ENIT all’edizione 2025 del World Travel Market (WTM) di Londra, uno dei più importanti appuntamenti fieristici annuali sul turismo al mondo. L’Italia si presenta al WTM come **regina del turismo a livello europeo**, come ribadiscono anche i numeri del 2025, nel segno di una costante crescita: **+5,7% di presenze totali** nelle strutture ricettive tra gennaio e luglio 2025, **+10,4%** se guardiamo esclusivamente a quelle **internazionali**; quasi **25 miliardi di euro** dal turismo internazionale nel primo semestre (+5,9%) con un saldo della bilancia turistica dei primi sei mesi di 9,2 miliardi (in crescita del +6,5%); **105,5 milioni di passeggeri aeroportuali internazionali** nei primi 8 mesi (cioè +7,4% rispetto al 2024) e una previsione di **chiusura 2025 di 185 miliardi di euro di consumi turistici totali**, con la spesa straniera in Italia che si stima a fine anno al +9,4% e quella domestica al +1,6%.

A tutto questo si accompagnano i **dati positivi sull’occupazione** (come dalle ultime rilevazioni WTTC) tra cui emergono donne e giovani: **1,34 milioni di posti di lavoro di occupazione femminile** nel turismo (filiera diretta e indiretta) in crescita sul 2019 quando erano 1,28 milioni; **17,1% di occupazione ad alta retribuzione nel turismo** sul totale dell’occupazione contro il 15,4% di media europea; **riduzione della disoccupazione giovanile** con 134.000 giovani impiegati direttamente nei viaggi e turismo.

*“La presenza di un padiglione così ampio è sinonimo della centralità dell’Italia come destinazione turistica internazionale di assoluto rilievo e primissimo piano, come continuano a confermarci anche i dati sull’andamento dei flussi sia di visitatori che economici – commenta il ministro del Turismo Daniela Santanchè –. In particolare, il Regno Unito, che ospita questo importantissimo evento, è uno dei mercati principali per l’industria turistica italiana, essendo la terza Nazione per spesa e facendo registrare costanti incrementi in termini di arrivi. Oggi, WTM è una vetrina di grande visibilità globale – prosegue il ministro – anche per i nostri territori, specie quelli meno noti, che abbiamo il dovere di sostenere nella realizzazione del loro pieno potenziale di mete turistiche uniche, esclusive e sostenibili, nonché custodi delle più profonde radici, tradizioni ed eccellenze italiane.*

*Inoltre, questa piattaforma – conclude **Santanchè** – ci consente di rinsaldare ulteriormente le relazioni e le partnership internazionali per rilanciare il ruolo del turismo come traino economico, sociale e culturale in una dimensione globale”.*

*“Con un contributo al PIL pari a 237,4 miliardi di euro entro la fine del 2025, l’Italia si conferma ancora una volta tra le destinazioni guida nel panorama turistico globale. Avremo un ruolo sempre più strategico nei prossimi anni, con una crescita stimata che porterà il valore del turismo fino a 282,6 miliardi di euro entro il prossimo decennio. Per questo, oggi, la presenza al World Travel Market di Londra testimonia tutto l’impegno che le istituzioni e le imprese, insieme, hanno profuso per cogliere le opportunità dell’innovazione, anche grazie ad un sempre maggiormente diffuso utilizzo dell’intelligenza artificiale nei servizi al turista. Ma anche la volontà di raccontare al viaggiatore il valore autentico dell’esperienza del viaggio in Italia, quella in cui noi siamo i più competitivi, perché della nostra identità e della nostra autenticità non dobbiamo inventare uno storytelling ma semplicemente condividere l’autenticità del nostro patrimonio culturale, lasciando il turista entusiasta di partecipare alla nostra italianità, tanto cercata e amata nel mondo”, commenta Ivana Jelinic, AD ENIT.*

Il **Padiglione Italia** di quest’anno, oltre 1800 mq, con un **numero record di 240 co-espositori e 40 privati** (a testimonianza di quanto le **fiere restino una delle necessità primarie per le imprese**), accoglie **oltre 650 operatori** che raccontano da ogni angolo d’Italia le proprie esperienze turistiche. Figurano tra i presenti: Alto Adige – IDM Sudtirolo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Repubblica di San Marino, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Marche, Piemonte, Sicilia, Toscana, Trentino, Roma Capitale, Comune di Napoli, Comune di Genova, Provincia di Torino, Comune di Torino, Comune di Milano, Comune di Gragnano, CamCom Lecco-Como. Regione Sardegna, inoltre, è sponsor dell’evento “Ciao London! The Italian Party”, che si terrà presso il museo delle cere Madame Tussauds London. A questo link, la cartella stampa completa con i comunicati della Regioni presenti: <https://www.enit.it/it/enit-al-wtm-2025>.

### **Focus mercato britannico** [Ufficio statistica MiTur/ufficio studi ENIT]

Nei saldi degli arrivi aeroportuali in Italia tra gennaio e agosto 2025, **i passeggeri dal Regno Unito rappresentano il 16,1% del totale estero** e mostrano un trend positivo di crescita del **+3,2%** sul 2024. Ma non è solo il valore dei flussi a caratterizzare queste scelte di vacanza dei turisti britannici, ma anche il valore economico di queste esperienze che con **2,4 miliardi di euro spesi nel primo semestre del 2025 rivela un aumento dei consumi pari al +10,1% sul 2024**. Il confronto con il 2019, anno antecedente alla pandemia, mostra una crescita ancora più marcata, pari al **+41,5%**. Stabile a oltre 34 milioni, invece, il numero dei pernottamenti. Il primo semestre 2025 si dimostra in linea con l’anno precedente in termini di durata dei soggiorni (4,8 notti) ma cresce a 15,1 milioni il numero dei pernottamenti totali (+2,1% sul 2024) e del +0,5% quello dei viaggiatori (3,1 milioni). Il 98% degli arrivi è per vacanza mentre il restante 2% è per motivi di business, si tratta di viaggi di coppia nel 38% dei casi, mentre il gruppo sale a 3-5 pax nel 29% dei casi. Il 24% però viaggia solo. Sebbene Roma, Milano e Venezia rimangano le principali destinazioni dei voli dal Regno Unito anche

nel 2025, le esperienze maggiormente ricercate dai britannici, dai dati rilevati dai tour operator britannici che vendono l'Italia, uniscono le mete più tradizionali della costa e delle isole o della Toscana e Umbria ai borghi delle aree interne. Infatti, tra gli aeroporti di destinazione dei britannici nel 2025, a quelli già citati seguono Napoli, Pisa, Verona e Catania. Sono cresciuti, infatti, da gennaio ad agosto gli arrivi aeroportuali dal Regno Unito verso la Toscana (circa 326 mila +7,8%) o la Sicilia (oltre 148 mila +11,6%) ma anche verso nuove destinazioni come la Puglia (85 mila +21,5%) o la Calabria (circa 17 mila +53%). Per quanto riguarda le presenze consolidate del 2024, le Regioni maggiormente scelte dai turisti britannici sono state: Veneto (2.317.398), Lazio (2.309.130), Lombardia (1.776.202), Campania (1.568.113) e Toscana (1.438.148). Mentre le cinque Province che hanno registrato più presenze britanniche sono state: Roma (2.268.431), Napoli (1.407.742), Venezia (1.124.345), Verona (969.902) e Milano (720.535).