

Enit all'IlTM a Cannes: Italia star per viaggi del benessere e del lusso

notizia pubblicata **02 dicembre 2019** alle ore **12:15** nella categoria **Turismo**



Enit-Agenzia Nazionale del Turismo italiana sarà presente alla IlTM di Cannes dal 2 al 5 dicembre con gli operatori del settore e le Regioni per promuovere le magnificenze del Bel Paese. Si tratta dell'unico evento globale dedicato all'industria dei viaggi di lusso e quest'anno lancia l'Anno della salute: riunirà una comunità di esperti del wellness perché il futuro è dei viaggi che migliorano il benessere fisico, mentale e sociale del viaggiatore.

La vacanza promette di trasformare il turista e i marchi di viaggio odierni offrono soluzioni per migliorare la vita e tornare rigenerati. L'Italia si colloca in testa alle scelte dei turisti tra le destinazioni mondiali legate al benessere e soprattutto al lusso per il quale è prima per il segmento affluent, in testa a Francia, Sud Africa e Usa; per i millennial batte Thailandia, Islanda e Sud Africa; per le famiglie l'Italia supera il Messico, le Hawaii e perfino Orlando (Disneyworld).

I turisti stranieri coronano in Italia il proprio sogno d'amore ed infatti per i viaggi di nozze in Italia sono considerati esclusivi e preferiti a località come Maldive, Polinesia Francese e Maui. Anche la scelta della modalità di viaggio rende bene l'idea di come si stia alzando la quota di mercato con maggiore disponibilità economica attratta dall'Italia.

Nel 2019 sono aumentati i viaggiatori in business dall'estero del +12,7%, trascorrendo, insieme ai viaggiatori italiani, oltre 11milioni di notti in alberghi di lusso. Di questo passo l'industria del lusso non

conoscerà mai crisi e entro il 2025 i viaggi di lusso cresceranno più velocemente rispetto a qualsiasi altro tipo di viaggio del +6,2%: più di un terzo rispetto al totale dei viaggi che cresceranno del +4,8%.

La spesa internazionale extra UE per lo shopping in Italia segue un trend di crescita nel primo semestre 2019 sul 2018: +7% il volume degli acquisti effettuati nei fashion store di prestigio del Belpaese con uno scontrino medio intorno agli 800 euro.

Cresce anche l'attrattività dell'Italia turistica sul mercato francese nel primo semestre 2019 sul 2018: gli arrivi aeroportuali dalla terra transalpina sono aumentati del +4,2 nell'ultimo trimestre 2019. Sono 6 milioni i viaggiatori e 17,8 milioni i pernottamenti. Oltre 1,8 miliardi di euro di spesa turistica: +7,0%.

Contemporaneamente Enit promuove anche l'Italia a Nizza con una campagna affissionistica luxury nel principale aeroporto di arrivo francese. La promozione ruota dal punto di vista prettamente iconografico, attorno a colori bruni come l'antracite, ma anche al gold ed al bianco. Sono presenti, nel visual, delle maioliche stilizzate e semplificate, che richiamano la Costiera e la dolce vita. Immagini corporate coordinate che saranno presenti anche nell'allestimento dello stand Italia alla Iltm.