

# TTG. Da Rimini buon bilancio: Italia in top 10 dei Paesi viaggiatori, cresce turismo verso mete extra-UE

scritto da Scenari Internazionali | 31 Ottobre 2018



Photo credit © Italian Exhibition Group

TTG Travel Experience ha da poche settimane mandato in archivio la sua 55ª edizione. Dal 10 al 12 ottobre scorsi, la fiera del turismo italiano e internazionale di Rimini ha accolto e ospitato 90 Paesi e 150 destinazioni. Il mercato italiano si riconferma tra i principali Paesi viaggiatori del mondo collocandosi nella *top 10* del pianeta.

*di Federica Catania*

RIMINI – Svolgendo un **breve giro del mondo** attraverso i vari *stand* del TTG Travel Experience, è stato possibile incontrare i numerosi Paesi che hanno colorato la **fiera romagnola** nelle tre intense giornate della grande manifestazione, per capire anzitutto quali sono le **mete privilegiate** dal turista italiano.

✘ Nel 2017, la **Thailandia** aveva registrato una diminuzione degli arrivi dei turisti italiani dovuta all'inaspettata riduzione della capacità aerea. I primi mesi del 2018, tuttavia, hanno portato notizie positive grazie all'**incremento di voli** di compagnie come la Thai Airways e la Qatar Airways, in partenza da Roma e Milano verso **Chiang Mai** e **Pattaya**. Il Paese ha registrato un **incremento dei flussi turistici pari al 6%** nel primo semestre del 2018, mentre nel mese di agosto sono stati quasi **gli italiani** che hanno scelto la Thailandia come luogo delle proprie vacanze. «Lo step successivo, che il Paese si augura di raggiungere, è la soglia delle presenze dal mercato italiano», ha dichiarato il governatore del turismo thailandese **Yuthasak Supasorn**.

Il sistema elettronico del rilascio di visti d'ingresso per il soggiorno turistico in **Uzbekistan**, lanciato il 15 luglio 2018, è stato istituito al fine di ottimizzare la **normativa d'ingresso** di cittadini stranieri nella repubblica centrasiatrica. L'Italia si colloca tra i primi 10 paesi ad aver concluso un accordo con il Paese per l'ottenimento dei **visti con procedure semplificate**.

«La **Repubblica Ceca** registra un **incremento annuo** che oscilla **tra il 5% e il 10%**, nel 2017 sono stati quasi gli italiani che hanno scelto la Repubblica Ceca per i loro viaggi. Ci auguriamo di **raggiungere 1 milione** di visitatori per il 2018», ha affermato **Luboš Rosenberg**, direttore dell'Ente del Turismo della Repubblica Ceca.

✘ Negli **Stati Uniti**, dopo il calo registrato nel 2016, secondo il National Travel and Tourism Office, nel 2017 si è verificato un incremento dello 0,7% nel numero di arrivi nel Paese, per un totale di **76,9 milioni di visitatori**, in primis da Canada e Messico ma anche da Regno Unito, Giappone e Cina. In generale, l'industria statunitense del turismo genera il **2,8% del PIL** nazionale e **7,8 milioni di posti di lavoro**, fra diretti e indiretti. Vengono in particolare promossi la **Florida**, con la città di Orlando e la zona di Key West, ed il meraviglioso **Antelope Canyon**, in Arizona, il *canyon* più visitato nel Paese.

Il **Messico** si conferma protagonista anche a quest'edizione del TTG proponendo nuove destinazioni ed itinerari che integrano **cultura e natura** con sole e spiaggia. **Oaxaca**, la capitale dell'omonimo Stato messicano, e **Puebla de los Angeles**, incorniciata dai famosi vulcani delle leggende azteche, regaleranno esperienze uniche ai suoi visitatori. Il Paese è in rilancio rispetto al 2017: secondo il locale Ministero del Turismo, è stato registrato un **aumento del 7,3%** degli ingressi. «Nel 2017, **39,3 milioni** di visitatori hanno scelto il Messico come meta dei loro viaggi, tra cui **italiani**», aggiunge la responsabile per l'Italia dell'Ente del Turismo, **Sarina Alvarez Moncayo**.

✘ Altra meta in grande crescita è la **Cina**, dove è già fortissimo il turismo interno che, nel solo 2017, ha raggiunto quota **5 miliardi di**

**viaggi**, contribuendo al PIL per una cifra pari a **miliardi di yuan**. Per quanto riguarda il turismo in ingresso, lo scorso anno in Cina hanno viaggiato **139 milioni di turisti**, tra cui 29 milioni di stranieri, verso **mete più popolari** come Pechino, Shanghai, Xi'an, Guangzhou e Gulin, ma anche località emergenti, come ad esempio le regioni del Gansu, del Ningxia e del Qinghai lungo l'**antica Via della Seta**, oppure il Sichuan, l'Hunan e lo Hubei, celebri per l'affascinante **patrimonio naturale e paesaggistico**. Sono stati invece **129 milioni** i turisti cinesi all'estero nel 2017, cioè 45 milioni in più rispetto al 2012: un flusso enorme, che l'Italia dovrà saper **intercettare in modo sempre più incisivo** e maturo, valorizzando con servizi mirati la sua immensa offerta turistica e culturale.

Gli italiani si piazzano invece al terzo posto tra i primi visitatori del **Guatemala**, che punta su **cultura e archeologia**, valorizzando il **mondo Maya** che rappresenta il cuore pulsante e l'anima del Paese centramericano.

✘ Tra le nuove destinazioni che si affacciano al mercato del turismo italiano troviamo il **Kazakhstan**. Grazie al regime *visa free*, che permette ai cittadini UE di entrare nel Paese **senza la necessità del visto**, il turismo si prospetta in crescita per la nazione centrasiatrica. **Meiramgul Balgozhina**, operatrice locale, ricorda che grazie alla sua **collocazione geografica** nel cuore dell'Asia, il Paese è stato per secoli tappa centrale per i commerci tra Occidente ed Oriente, lungo il percorso della **Via della Seta**. La grande steppa offre un turismo 365 giorni l'anno. «Ogni stagione è dedicata ad attività diverse come **visite a siti archeologici**, sport estremi e trattamenti benessere», spiega la Balgozhina.

Anche l'immensa **Russia** e la regione del **Caucaso** sono proposte originali per il viaggiatore italiano. Accanto alle classiche splendide mete principali della Federazione, cioè **Mosca** e **San Pietroburgo**, si aggiungono destinazioni insolite e altrettanto straordinarie come **Inguscezia, Cecenia, Daghestan** e **Azerbaigian**. Il Caucaso è stato per secoli, ed è tutt'oggi, un crocevia di popoli, lingue, religioni e tradizioni, ora complementari ora contraddittori.

La spinta del processo di **digitalizzazione** e la domanda del turista italiano e mondiale di nuove proposte sono due fattori rilevanti che determinano il modo in cui i diversi Paesi strutturano la propria offerta turistica. Come ricorda **Sarina Alvarez Moncayo**, «il turista vuole qualcosa di nuovo, fuori dai soliti itinerari che regali esperienze ed emozioni».

L'elemento comune che caratterizza il mercato del turismo mondiale è la **politica di diversificazione** dell'offerta turistica. Nel caso della **Thailandia**, come spiegato dalla direttrice dell'Ente Nazionale per il Turismo **Rung Kanjanaviroj**, il Paese del Sud-est asiatico propone

un'offerta completa che comprende gastronomia, mare e storia, con particolare attenzione alla **provincia di Nan** e al territorio settentrionale, che ha ospitato la prima capitale thailandese. Anche la **Repubblica Ceca**, oltre alla magica città di **Praga**, offre itinerari tra castelli boemi, siti religiosi, borghi medievali e fortezze che costellano il territorio del Paese.

☒ Oggi stiamo attraversando un'era di forte e continua **digitalizzazione**. In questo senso, sta cambiando anche l'offerta turistica ed il modo in cui questa viene proposta al visitatore. «Il **Guatemala** offre un sito web a 360° un'esperienza virtuale 3D», ha detto la coordinatrice delle fiere internazionali del Guatemala, **Paola Alvarado Q.** La **Thailandia**, invece, ha implementato l'attività di *marketing* con una nuova campagna chiamata *Open to the New Shades*, indirizzata sia a **visitatori abituali** che a primi visitatori. L'iniziativa presenta un nuovo concetto di turismo, volto a valorizzare l'unicità e le **mille sfaccettature** del Paese.

Il **Messico**, da parte sua, punta sul *co-marketing*, incrementando le campagne *on-line* e valorizzando il sito web con foto e video istituzionali. Anche la **Repubblica Ceca**, senza tralasciare la stampa tradizionale, investe su *social network*, influencer e *travel blogger*, comprendendo l'importanza della **promozione on-line** e del ruolo giocato dal mondo digitale.

Il **TTG** si è confermato anche quest'anno un **evento strategico** per il mercato del **turismo internazionale**, una fiera in continua crescita capace di valorizzare il **patrimonio italiano** in ogni sua declinazione e di offrire ad ogni Paese il palco perfetto per mostrare e far conoscere al mondo le **specificità** del proprio territorio.

© **Riproduzione vietata**