

Milano, 17 maggio 2022

ECCIA: IL TURISMO EUROPEO DI ALTA GAMMA PUÒ CRESCERE DA 170 MILIARDI A 520 MILIARDI DI EURO

- Lo studio ECCIA HIGH-END TOURISM è stato presentato oggi da **Matteo Lunelli, da gennaio nuovo presidente di ECCIA**, l'organismo che riunisce 6 associazioni dell'alto di gamma europeo
- Il comparto produce uno straordinario **effetto moltiplicatore**: la **spesa giornaliera** del turista di alta gamma è **di 8 volte superiore** a quella del turista medio e le strutture ricettive occupano il **doppio dei dipendenti** rispetto alla media

Il turismo alto di gamma, che rappresenta il 2% delle strutture ricettive, genera quasi il 22% del fatturato turistico europeo complessivo; concorre a circa il 22% della spesa in alloggi e fino al 33% circa della spesa per cultura, intrattenimento e shopping, contribuendo a incrementare tutti gli anelli della catena di valore.

Il comparto ha un potenziale di crescita fino a 520 miliardi di euro, raggiungibile puntando **su sostenibilità, natura, infrastrutture, politiche dei visti e formazione.**

Questi importanti dati fanno parte delle rilevazioni del primo ECCIA HIGH-END TOURISM STUDY condotto da **Bain & Company**, in collaborazione con **Forwardkeys**, società di riferimento nell'analisi dei trend di viaggio, basati sui voli internazionali, **Global Blue**, società leader per il servizio Tax Free Shopping, e **Virtuoso**, il primo network globale di operatori turistici specializzati in luxury travel & experience.

ECCIA, *European Cultural and Creative Industries Alliance*, è l'associazione portavoce presso le Istituzioni Europee delle istanze del comparto dell'alto di gamma, e riunisce le 6 associazioni dell'alto di gamma europeo – Altagamma (Italia), Circulo Fortuny (Spagna), Comité Colbert (Francia), Gustaf III Kommitté (Svezia), Meisterkreis (Germania) e Walpole (UK) – e oltre 600 brand d'eccellenza. Riconosciuto fin dal 2012 dalla Commissione Europea come industria culturale e creativa, l'alto di gamma è un rilevante comparto per l'Europa: ne rappresenta un elemento identitario, per il legame con la tradizione culturale, artigianale e manifatturiera, e ne è un importante motore economico e sociale. I brand europei di alta gamma detengono il 72% del mercato del lusso mondiale, rappresentano il 10% del valore dell'export totale e generano il 4% del PIL europeo con circa €800 miliardi di fatturato complessivo¹. La Presidenza di ECCIA, a rotazione tra i diversi Paesi membri, per il 2022 è in capo ad Altagamma con il Presidente Matteo Lunelli. Tra le priorità strategiche vi sono la sostenibilità, la valorizzazione delle competenze manifatturiere e una prima riflessione sul valore e sull'impatto del turismo di fascia alta sull'economia europea.

«L'Europa è la prima destinazione turistica al mondo e il turismo è un comparto strategico per l'economia europea, ma esiste un grande potenziale ancora inespresso nel segmento di alta gamma: pur rappresentando solo il 2% delle imprese di soggiorno, la fascia alta vale circa

¹ [The Contribution of the high-end cultural and creative sectors to the European Economy, ECCIA-Bain&Company, 2020](#)

€130-170 miliardi e genera il 22% della spesa turistica complessiva, grazie a un forte effetto moltiplicatore”, ha dichiarato **Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma e nuovo Presidente di ECCIA**. “Il viaggiatore di alta gamma spende 8 volte più della media e produce notevoli impatti indiretti sul territorio: un piano per lo sviluppo del turismo di alta gamma in Europa potrebbe portare a una crescita del valore del settore fino a €520 miliardi. Lo studio ECCIA fotografa questi dati e indica alcune possibili leve di sviluppo: la creazione di una proposta turistica sostenibile e naturalistica, il miglioramento delle infrastrutture di mobilità di alta gamma, la semplificazione della politica di rilascio dei visti e un sistema formativo focalizzato sull’ospitalità d’eccellenza”.

“Il turismo alto di gamma è una risorsa per tutti i Paesi europei. In quelli più grandi, come Italia, Regno Unito, Francia e Spagna, questo segmento vale fino a 20-30 miliardi di euro. Per altri, come la Grecia, arriva a pesare più del 7% del Pil. Inoltre, un viaggiatore sempre più curioso e attento alla sostenibilità, dimostra interesse per nuove destinazioni, sia nei Paesi più conosciuti, che in mete emergenti come la Croazia, la Slovenia, il Portogallo e i Paesi nordici. Un’eccellenza mondiale da proteggere e sviluppare per il bene di tutti, che dopo il crollo dovuto al Covid – oltre 70 miliardi di euro legati ai soli viaggiatori internazionali – mostra forti segnali di ripartenza” hanno commentato **Claudia D’Arpizio**, Global Head of Fashion & Luxury, e **Fabio Colacchio**, Partner di **Bain & Company**.”.

Le anticipazioni del report rese pubbliche oggi evidenziano il contributo diretto e indiretto del turismo di fascia alta per l’Europa, analizzandone punti di forza e aree di miglioramento e indicando le leve strategiche su cui agire per sfruttarne a pieno le potenzialità. Nel full report che sarà pubblicato a breve saranno poi analizzate nel dettaglio le specificità dei singoli Paesi, insieme all’analisi comparativa di casi rilevanti a livello mondiale.

PRINCIPALI EVIDENZE DELLO STUDIO ECCIA HIGH-END TOURISM

La **spesa giornaliera del turista di fascia alta è di 8 volte superiore a quella del turista medio**. Il segmento di alta gamma ha un effetto moltiplicatore anche per **l’occupazione**, con **quasi il doppio di dipendenti** (rispetto al turismo di fascia bassa) a parità di dimensione della struttura ricettiva.

I 5 maggiori Paesi europei (**Francia, Germania, Italia, Spagna, Regno Unito**) generano **circa il 75% del valore del turismo di fascia alta** e lo studio ne evidenzia i macro-dati, relativi al valore del segmento alto di gamma rispetto al valore totale del turismo:

- Francia: il segmento vale circa €22-27mld (totale turismo di €85-100mld)
- Germania: il segmento vale circa €5-10mld (totale turismo di €65-85mld)
- Italia: il segmento vale circa €25mld (totale turismo di €80-100mld)²
- Spagna: il segmento vale circa €20-25mld (totale turismo di €75-95mld)
- Regno Unito: il segmento vale circa €30-35mld (totale turismo di €80-100mld)

Oltre a questi Paesi alcuni di minore grandezza presentano tuttavia un turismo di alta gamma sviluppato: tra questi la Svizzera con circa €5-10mld, la Grecia con circa €10mld, il Portogallo con circa €4-6mld. Il resto d’Europa pesa circa €9mld.

² [cfr. lo studio Altagamma 2021 dedicato al turismo italiano di alta gamma](#)

Da considerare che l'impatto positivo del turismo di alta gamma non si limita agli effetti economici diretti, né a quelli indiretti (creazione di occupazione, innalzamento della percezione dell'offerta turistica complessiva, attrazione degli investimenti), ma include anche benefici intangibili, **“soft spillovers” che costituiscono elementi di grande rilievo:**

- le destinazioni turistiche di fascia alta, grazie al cosiddetto *halo effect*, migliorano il percepito anche delle altre destinazioni di un Paese
- la presenza di strutture ricettive di alta gamma favorisce altre attività e servizi che beneficiano del valore generato dai consumatori alto-spendenti richiamati nella zona
- gli stessi elementi dell'offerta turistica che attraggono i consumatori di fascia alta sono tra gli asset più importanti di un Paese, che da questo turismo ricevono impulso e risorse per il mantenimento e il miglioramento: questo vale per i siti di interesse più prestigiosi (naturali, storici, architettonici), per le infrastrutture e i servizi (aeroporti privati, marine, treni ad alta velocità, ecc), per i musei, le gallerie d'arte e il calendario di eventi che contraddistinguono una destinazione, per gli stessi negozi monomarca delle imprese di alta gamma, nelle Vie del Lusso o negli Shopping Village, arrivando fino alle visite alle aziende eccellenti (showroom, musei d'impresa, atelier, cantine) che indirettamente promuovono la tutela e lo sviluppo delle competenze professionali e manifatturiere alla base delle migliori industrie nazionali
- infine, le esperienze dei turisti di fascia alta e la comunicazione delle aziende del turismo high-end e dell'indotto contribuiscono a veicolare l'identità e i valori dei paesi europei, e alla diffusione del loro *Soft Power*

Nel **2020**, a causa dei mancati arrivi internazionali, anche il segmento più alto dell'industria turistica europea ha registrato una **perdita di valore stimabile intorno ai €65-75 miliardi**.

La stima di ECCIA è che, attraverso il potenziamento di alcune leve strategiche volte ad attrarre turisti oggi diretti verso altre destinazioni, il **turismo di fascia alta può accrescere di 2-3 volte il proprio valore attuale, fino a 520 miliardi di euro di valore diretto**. ECCIA identifica 5 traiettorie di base per cogliere il pieno potenziale del settore:

1. Investire sul **TURISMO SOSTENIBILE** con un'offerta in linea con la green economy e con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'ONU.
2. Sviluppare il **TURISMO NATURALISTICO**, colmando il gap rispetto ad altri Paesi e promuovendo destinazioni oggi considerate secondarie.
3. Investire su **INFRASTRUTTURE LEGATE ALLA MOBILITÀ** per i viaggiatori di alta gamma
4. Armonizzare e facilitare le **POLITICHE DI RILASCIO DEI VISTI**.
5. Creare e promuovere un **SISTEMA DELLA FORMAZIONE DELL'OSPITALITÀ E DEL TURISMO**, focalizzato sull'alto di gamma.

ECCIA - <http://www.eccia.eu/>

ECCIA (European Cultural and Creative Industries Alliance) riunisce sei associazioni delle imprese dell'alta industria culturale e creativa europea – Altagamma (Italia), Circulo Fortuny (Spagna), Comité Colbert (Francia), Gustav III Kommitté (Svezia), Meisterkreis (Germania) e Walpole (Regno Unito) – che rappresentano più di 600 brand e istituzioni culturali.

L'alta industria culturale e creativa europea è un importante motore di crescita e di creazione di occupazione, oltre ad essere ambasciatrice dei valori europei nel mondo. I brand europei detengono una quota del 72% del mercato del lusso mondiale, rappresentano il 10% del valore dell'export europeo e generano il 4% del PIL. [→Scopri di più sul contributo dell'alta industria culturale e creativa all'economia europea.](#)

Per maggiori informazioni

Edoardo Carloni - (+39) 3391618463 carloni@altagamma.it

Giorgio Bocchieri - (+39) 334 6853078 bocchieri@altagamma.it