

di: Redazione Wine Meridian

Turismo di lusso

Settore in crescita

grazie ai wine resort

Due anni fa il 35% prenotava vacanze di lusso, oggi cresciuto al 51%, e a trainare sempre il vino made in Italy.



Il turismo di lusso si mantiene in buona salute: se due anni fa solo il 35% dei clienti prenotava pi di quattro viaggi di lusso, oggi questa percentuale lievitata al 51%. E a tirare ancora una volta il vino, o meglio il turismo di lusso abbinato al vino. Si fanno strada infatti i wine resort che solo in Toscana sono 65, di cui una quindicina di super lusso. Il numero di wine resort fa della Toscana una delle destinazioni internazionali del turismo del vino di fascia alta. Lenoturismo sta sempre pi divenendo uno di quei prodotti che contribuisce ad ampliare e arricchire il ventaglio di offerte del turismo di qualit in Italia. Se da un lato dunque il brand vino riveste sempre pi appeal verso i turisti di fascia alta, dallaltro a trainare il turismo di lusso sono senza dubbio due delle economie in piena espansione, Cina e Brasile, ma anche della vecchia Europa grazie alla Germania e Regno Unito: il panel



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

tedesco fa infatti emergere un 100% di clienti ad alto reddito che prenotano pi di 4 vacanze nellarco di 12 mesi; bene anche il Regno Unito con il 63%. quanto emerge dal monitoraggio Enit-Agenzia nazionale del turismo sulle previsioni per il 2014 pubblicato oggi sul sito dell'Agenzia. Canonici i periodi di viaggio, quasi a conferma che, di fatto, il turismo alto contribuisce poco a destagionalizzare (si parla infatti di dicembre, luglio e agosto). La spesa media oscilla tra 5 e 10 mila euro; e non sono i paesi emergenti a spendere di pi, ma lo fa il Regno Unito con oltre 10 mila euro. Il 69% acquista pacchetti completi in agenzia di viaggio o con tour operator. Anche lo shopping di prodotti dalla gamma dei turisti stranieri sta viaggiando a tassi di crescita da record. Sono soprattutto i viaggiatori provenienti da Russia, Cina, America, Messico Brasile, Giappone, a salvare in questo momento il conto economico italiano dei principali big brand. A dare maggiori soddisfazioni ai negozianti sono decisamente i cinesi: la spesa media di quasi 900 euro per lo pi mirata al genere lusso. Ad attrarre il turismo cinese non sembrano tanto le belle arti ma soprattutto lo shopping. Nel 2012 la spesa Tax Free dei turisti cinesi aumentata del 68% per lo shopping Made in Italy, prevalentemente rivolto al settore moda e gioielleria.