



Turismo - Confturismo-Swg: Italia regina delle vacanze, il 54% degli europei la sceglie come meta estiva

Roma - 19 giu 2026 (Prima Notizia 24) Le città d'arte e l'enogastronomia restano i principali motori del settore, mentre cresce l'interesse verso i piccoli borghi e i percorsi

naturalistici per decongestionare le mete principali.

Il patrimonio ricettivo e culturale nazionale consolida il proprio primato nel contesto ricreativo continentale. In base ai dati emersi dall'indagine tematica incentrata sulle ferie dei cittadini continentali, curata da Confturismo Confcommercio in sinergia con Swg e PollingEurope, l'Italia si attesta come la meta più ambita in assoluto per i flussi turistici transfrontalieri. Ben il 54% dei viaggiatori europei esprime la volontà di trascorrere i próximos soggiorni estivi lungo la penisola, un dato che permette di scavalcare competitor storici del bacino mediterraneo e internazionale come la Spagna, ferma al 51%, la Grecia al 46%, la Francia al 41%, la Croazia al 34% e il Regno Unito al 30%. L'indice di gradimento verso le località italiane registra picchi significativi soprattutto tra i turisti di nazionalità spagnola, dove tocca il 61%, seguiti dai polacchi al 60%, dai residenti dell'Europa meridionale al 62% e dagli abitanti delle aree centro-orientali al 60%. La ricerca offre una mappatura delle percezioni e delle identità attribuite ai singoli Stati: l'Italia si impone come la realtà dotata del maggiore interesse culturale da scoprire, collocandosi inoltre in seconda posizione sia per gli standard qualitativi degli alloggi sia per la componente legata all'intrattenimento durante il viaggio, laddove la Spagna viene associata alle migliori condizioni climatiche e la Grecia all'autenticità dei luoghi. A muovere il desiderio dei turisti stranieri sono in primo luogo i grandi centri urbani ricchi di storia, indicati dal 46% del campione, affiancati dal circuito museale e dalle aree archeologiche con il 31%. I fattori di attrazione non si esauriscono nel comparto artistico tradizionale; una quota pari al 28% dei potenziali visitatori mira infatti a compiere esperienze di carattere enogastronomico nei territori tipici, mentre il 27% manifesta l'intenzione di esplorare i piccoli borghi interni. I risultati dello studio evidenziano l'importanza di attuare politiche di programmazione territoriale volte a canalizzare l'interesse verso itinerari alternativi e meno battuti, con il duplice obiettivo di contrastare i fenomeni di sovraffollamento che gravano sulle mete più celebri e di intercettare le nuove domande di mercato. Un segmento rilevante dei viaggiatori, pari al 24%, esprime infatti il desiderio di accostarsi alle tradizioni e alle manifestazioni folcloristiche locali, mentre il 22% punta a riscoprire percorsi lenti integrati negli ambienti naturali. Al contrario, i segmenti legati al turismo commerciale, ludico e atletico mostrano indici di penetrazione decisamente più ridotti: soltanto il 12% dei soggetti associa il soggiorno italiano allo shopping o ai parchi di divertimento, il 9% alle attività della vita notturna e appena il 6% alla pratica delle discipline sportive. In un quadro macroeconomico globale segnato da elementi di instabilità finanziaria e



geopolitica, il marchio turistico italiano riafferma la propria stabilità competitiva sul mercato, facendo perno sulla varietà e sul pregio dell'offerta paesaggistica e culturale.

(Prima Notizia 24) Venerdì 19 Giugno 2026

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it