Comunicato stampa

Studio Visa: soluzioni personalizzate, pagamenti digitali e opzioni ecosostenibili sono le tre leve per conquistare il turismo internazionale

*I principali risultati dello Studio Global Travel Intentions 2023 di Visa:*

* + *Le esperienze su misura sono il modo preferito di viaggiare, con il 67% dei turisti che ha prenotato la propria vacanza in Italia in autonomia*
  + *I pagamenti digitali sono l’opzione per muoversi in tranquillità: il 97% dei viaggiatori ha portato con sé carte di pagamento, il 40% i digital wallet e il 21% denaro contante*
  + *Lo sviluppo e la promozione di un turismo eco-sostenibile risulteranno sempre più attrattivi con il 41% dei viaggiatori in Italia interessati a opzioni green*

*Milano, 14 dicembre 2023*– Sono millennial o turisti alto-spendenti, vengono in Italia per concedersi un momento di relax, optano principalmente per Roma, Milano e Venezia e realizzano il 60% delle loro spese di viaggio qui, nel Bel Paese: il turista internazionale in Italia utilizza principalmente carte di debito/credito, è consapevole dell’ambiente e ama le soluzioni personalizzate. Questo quanto emerge dall’edizione Inbound del *Global Travel Intentions Study 2023*[[1]](#footnote-2) pubblicato da Visa per mettere in luce come stanno cambiando i viaggi dall’estero verso l’Italia dopo la pandemia, i trend emergenti, le nuove abitudini di pagamento e i nuovi segmenti di viaggiatori.

*“Con la ripresa del turismo in Italia, il ritorno ai flussi pre-pandemia e i grandi eventi internazionali in arrivo come il Giubileo e le Olimpiadi invernali di Milano Cortina, intercettare le esigenze e le aspettative del viaggiatore internazionale rappresenta un’opportunità imperdibile. I pagamenti digitali offrono a tutta la filiera gli strumenti per cogliere questa opportunità: ai territori per analizzare i flussi e migliorare strategicamente i servizi, e alle PMI per far crescere i volumi di vendita, disporre di maggiore protezione contro frodi e rischi e non perdere occasioni con i turisti stranieri. Come Visa, abbiamo sviluppato con i nostri partner un approccio dedicato proprio per aiutare le piccole imprese e gli esercenti a digitalizzare il loro business e stiamo supportando in questo percorso 13,5 milioni di PMI in Europa”,* commenta **Stefano M. Stoppani, country manager Visa Italia.**

**OVERVIEW**

Il Bel Paese attrae principalmente viaggiatori provenienti da Svizzera, Regno Unito, Francia, Spagna, USA ed Emirati Arabi, con i millennial e i turisti alto-spendenti in testa alla classifica dei segmenti più rappresentativi e Roma, Milano e Venezia come destinazioni preferite. Il periodo medio di soggiorno è di 8 giorni con punte più lunghe per le famiglie con bambini (10 giorni). Il desiderio di relax, seguito dalla voglia di esplorare, è la principale motivazione, soprattutto per i francesi. A spingere gli statunitensi è invece la voglia di avventura, mentre gli svizzeri non vedono l'ora di incontrare parenti e amici.

**SPESA MEDIA E ABITUDINI DI PAGAMENTO**

Riguardo le abitudini di pagamento, i flussi turistici provenienti da Emirati Arabi e Stati Uniti sono quelli più alto-spendenti. La spesa media ammonta a $ 2424 di cui $ 970 (40%) vengono spesi prima del viaggio e i restanti $ 1454 (60%) a destinazione. Le carte di pagamento e i digital wallet sono i principali strumenti di pagamento (71%), anche se il loro utilizzo è accompagnato dai contanti una volta a destinazione, soprattutto per pagare i ristoranti e fare shopping. Tra i principali fattori che spingono all’utilizzo delle carte di pagamento, il 74% dei viaggiatori intervistati ha segnalato la presenza di ampi metodi di accettazione, mentre il 29% ha apprezzato la sicurezza e la protezione dalle frodi. Inoltre, la maggior parte dei turisti (88%) utilizza in Italia la stessa carta di pagamento del proprio Paese d’origine.

*“Semplici, veloci e sicuri, i pagamenti digitali sono in grado di superare tutte quelle barriere linguistiche e valutarie che ostacolano l’esperienza di acquisto o di mobilità dei viaggiatori internazionali in Italia, rendendo il loro soggiorno più piacevole. E rappresentano una garanzia di sicurezza in caso di frode. In Visa, grazie all’AI, possiamo attingere ai dati aggregati di 4,2 miliardi di carte e di oltre 14.000 miliardi di dollari di transazioni per individuare quelle non autorizzate in modo rapido ed efficace. È così che siamo in grado di prevenire circa 27 miliardi di dollari di frodi globali ogni anno”,* **conclude Stoppani.**

**TENDENZE EMERGENTI: SOSTENIBILITA’ E PERSONALIZZAZIONE**

Per quanto riguarda le nuove abitudini post pandemia, la consapevolezza ambientale continua a crescere con i viaggiatori internazionali che sono maggiormente attenti (60%) e cercano attivamente opzioni di viaggio più sostenibili per quanto riguarda l'alloggio (26%), la mobilità (24%), il comportamento di acquisto (23%) e il supporto al business locale (22%).

L’altra importante tendenza emersa riguarda la personalizzazione. I viaggiatori in arrivo in Italia desiderano vivere esperienze personalizzate durante i loro soggiorni nel nostro Paese: la maggior parte (il 67%) preferisce operare in modo indipendente sul fronte delle prenotazioni di alloggi e trasporti, con i viaggiatori provenienti da Svizzera (80%), Germania (79%) e Regno Unito (69%) che si distinguono per essere maggiormente autonomi nell’organizzazione delle loro vacanze.

E per il futuro, il 35% dei turisti stranieri ha espresso il desiderio di tornare nel nostro Paese nei prossimi 12 mesi. In particolare, l’intenzione è molto alta tra i viaggiatori provenienti dalla Germania (62%) e dalla Svizzera (60%).

*Disclaimer  
I casi di studio, le statistiche, le ricerche e le raccomandazioni sono fornite “COSÌ COME SONO”, e sono intesi a scopo puramente informativo e non devono essere considerati come consigli operativi, di marketing, legali, tecnici, fiscali, finanziari o di altro tipo. Visa Inc. non fornisce alcuna garanzia o dichiarazione in merito alla completezza o all'accuratezza delle informazioni contenute nel presente documento, né si assume alcuna responsabilità che possa derivare dal fare affidamento su tali informazioni. Le informazioni contenute nel presente documento non sono da intendersi come consulenza legale e si invitano i lettori a rivolgersi a un professionista competente qualora tale consulenza sia necessaria.*

\*\*\*

**Visa**

*Visa (NYSE: V) è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l'accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro. Per maggiori informazioni, visita* [*https://www.visaitalia.com/*](https://www.visaitalia.com/)*, oltre che il blog Visa Italia, e seguici su Twitter @Visa\_IT.*

1. Lo studio Global Travel Intentions 2023 è stato condotto su un campione di più di 40.000 persone in 37 mercati nel mondo. La ricerca si è svolta tra aprile e giugno 2023 tra coloro che hanno viaggiato all'estero per piacere nell'ultimo anno e intendono viaggiare per piacere nel prossimo anno. In Italia ha coinvolto 1098 intervistati online. [↑](#footnote-ref-2)