

Turismul de lux în Europa reprezintă o piață de 130 - 170 de miliarde de euro



Turismul de lux în Europa reprezintă o piață estimată undeva între 130 și 170 de miliarde de euro și care ar putea să se tripleze în următorii zece ani grație dezvoltării anumitor destinații și investițiilor în infrastructuri sau formarea de personal, arată un studiu publicat marți, transmite AFP.

Acest studiu, primul de acest gen la scară europeană, a fost realizat de firma de consultanță Bain and Company pentru European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA), care regrupează cinci organizații care aduc împreună peste 600 de mărci de lux, precum Altagamma (Italia), Circulo Fortuny (Spania), Comité Colbert (Franța), Meisterkress (Germania) și Walpole (Marea Britanie).

"Europa este prima destinație turistică mondială și turismul de lux european reprezintă între 130 și 170 de miliarde de euro pe an", susține Matteo Lunelli, președintele firmei Altagamma și noul președinte al ECCIA.

Studiul arată că deși ocupă doar 2% din structurile de primire, turiștii "de lux" generează aproape 22% din totalul veniturilor turistice europene, sunt responsabili pentru 22% din cheltuielile cu cazarea și până la 33% din cheltuielile pentru cultura, divertisment și shopping.

Turiștii din categoria "premium" cheltuie de opt ori mai mult decât media iar industria hotelieră de vârf angajează de două ori mai mult personal decât așa numita industrie hotelieră "clasică".

Franța, Italia, Spania și Marea Britanie sunt în frunte cu un turism de lux care depășește 20 de miliarde de euro. În Germania acest sector este o piață estimată undeva între cinci și zece miliarde de euro, la fel de mult ca și în Elveția.

În schimb alte țări europene au și ele o cota importantă din piață, precum Grecia cu 10 miliarde de euro (sau 7% din PIB) și Portugalia cu o sumă cuprinsă între patru și șase miliarde de euro.

Raportul subliniază de asemenea apariția unor destinații precum Croatia, Slovenia și țările nordice care atrag turiști de lux prin natură și dezvoltarea durabilă. Puncte pe care ECCIA vrea să pună accent.

"Știm că turiștii de lux preferă să viziteze Europa din motive ce țin de gastronomie, cultură, istorie, artă, shopping

dar suntem mai jos când vine vorba de natura sau wellness", spre deosebire de alte destinații precum Bali, Australia sau Japonia, a explicat directorul general de la Comité Colbert, Bénédicte Epinay. "Există loc, cu strategii bune europene, să dezvoltăm și să orientăm turismul spre dezvoltare durabilă și natură", apreciază Bénédicte Epinay, potrivit căreia în loc să atragă turiști la Paris, castelele de pe Valea Loire sau Coasta de Azur, ar trebui ca turiștii să fie încurajați să viziteze și restul Franței.

Potrivit lui Matteo Lunelli, care se bazează pe studiul realizat de Bain and Company, "un plan pentru dezvoltarea turismului de lux în Europa ar putea conduce la o creștere a valorii sectorului până la 520 de miliarde de euro pe an între 2030 și 2035".

ECCIA preconizează de asemenea o facilitare a accesului turiștilor la anumite zone din Europa. Raportul da drept exemplu provincia chineză Hainan, "care este destinată să devină un port de liber schimb de importanță mondială comparabilă cu Dubai și Singapore și unde există un plan specific susținut de guvern pentru a facilita accesul vizitatorilor internaționali și a favoriza o ofertă de lux".