

# Cresce il turismo in Italia, a gennaio +6,07% di presenze: l'impatto economico e lavorativo

Federica Petrucci

L'inizio del 2026 si apre con un segnale chiaro e incoraggiante per l'economia turistica italiana. A **gennaio** le presenze registrano un **+6,07%** rispetto allo stesso mese del 2025, mentre **gli arrivi crescono del +4,28%**. A rilevarlo è l'ufficio statistica del ministero del Turismo, che ha elaborato i dati provenienti dalla piattaforma "alloggiati Web" del ministero dell'Interno, strumento che consente di monitorare in tempo reale i **movimenti turistici** attraverso le comunicazioni obbligatorie delle strutture ricettive.

## Più presenze che arrivi in Italia: cosa significa per il turismo

Il dato più interessante, dal punto di vista economico, è la differenza tra la crescita delle **presenze (+6,07%)** e quella degli **arrivi (+4,28%)**. La distanza tra i due indicatori suggerisce un allungamento medio dei soggiorni. Ovvero, non solo più turisti arrivano in Italia, ma restano anche più a lungo.

Questo cambiamento è frutto di diversi fattori, come l'espansione del turismo culturale urbano, che non risente in modo drastico della stagionalità e la crescita del [turismo esperienziale](#). Chi viaggia, adesso, lo fa per immergersi nel tessuto locale e ha spostato l'attenzione sulle tradizioni enogastronomiche, la cucina e i quartieri più caratteristici, favorendo il **decongestionamento** e una distribuzione più omogenea dei visitatori **durante tutto l'anno** e non solo in specifici periodi.

La **destagionalizzazione**, ovviamente, è una buona notizia per gli operatori del comparto, perché [stabilizza l'occupazione](#), riduce la pressione sulle destinazioni nei picchi estivi e migliora la sostenibilità complessiva del sistema.

## Il contesto internazionale e la competitività italiana

Il +6,07% di presenze assume un valore ancora più significativo se inserito nel quadro globale. Il **turismo internazionale**, dopo le profonde trasformazioni degli anni recenti, sta progressivamente consolidando nuovi equilibri. Le scelte dei viaggiatori sono sempre più influenzate da fattori come sicurezza, qualità dell'offerta, accessibilità, sostenibilità e reputazione digitale.

In questo scenario l'Italia mantiene un vantaggio competitivo strutturale, grazie al patrimonio culturale diffuso, la varietà paesaggistica, l'eccellenza enogastronomica e la [reputazione del Made in Italy nel mondo](#). Tuttavia, la sfida non è solo attrarre, ma **trattenere e fidelizzare**.

La crescita delle presenze suggerisce che il sistema ricettivo sta intercettando una domanda disposta a prolungare l'esperienza. Questo implica anche un **miglioramento dei servizi**, una maggiore professionalizzazione e un'offerta più integrata tra ospitalità, cultura, mobilità e intrattenimento.

## Impatti economici e occupazionali

Ogni punto percentuale di crescita delle presenze si traduce in un incremento della spesa turistica complessiva che **fa bene all'economia** del Paese. Il turismo rappresenta una delle **principali voci del PIL nazionale** e un comparto ad alta intensità di lavoro. Di conseguenza, la sua crescita contribuisce a ridurre la volatilità dei ricavi per le strutture ricettive, sostenere l'occupazione anche nei mesi tradizionalmente più deboli e favorire investimenti in innovazione e qualità.

Se i dati di gennaio sono incoraggianti, la sfida è trasformare la **crescita congiunturale** in consolidamento strutturale. Alcuni nodi restano centrali il potenziamento delle **infrastrutture** di trasporto, la **digitalizzazione** delle imprese turistiche, ma anche la **formazione** del capitale umano e la **gestione sostenibile** dei flussi.

Il +6,07% di presenze e il +4,28% di arrivi a gennaio 2026 non sono soltanto un buon avvio d'anno, ma un **segnale di vitalità** e resilienza del sistema turistico italiano. Tuttavia, la vera partita si gioca sulla qualità della crescita. Non solo più turisti, ma più valore generato per territorio, imprese e lavoratori. Se gennaio rappresenta l'indicatore anticipatore dell'anno, il settore può guardare ai prossimi mesi con **cauto ottimismo**, consapevole che la sfida non è solo crescere, ma crescere in modo sostenibile e competitivo nel lungo periodo.