

SCHEDA PAESE: REGNO UNITO

Popolazione residente (2024): 69 milioni circa

Principali città: Londra (Inghilterra), Birmingham (Inghilterra), Manchester (Inghilterra), Glasgow (Scozia), Leeds (Inghilterra), Liverpool (Inghilterra), Newcastle upon Tyne (Inghilterra), Sheffield (Inghilterra), Edimburgo (Scozia)

Religioni: Cristianesimo, Islam, Induismo, Sikhismo, Ebraismo e altre minori

PIL (mld € a prezzi correnti nel 2024): 3.357

Tasso di crescita del PIL a prezzi costanti (variazioni %): +1,10 2024 su 2023

Tasso di disoccupazione (%): 4,2

Il Regno Unito, con un PIL previsto in crescita dello 0,7%-0,8% nel 2024 e un'inflazione scesa dal record dell'11,1% nel 2022 al 2,2% nei mesi estivi del 2024, si presenta come un'economia in moderata ripresa. La riduzione dei tassi d'interesse al 5% e il calo dei costi energetici sostengono questa traiettoria, ma sfide strutturali come un'elevata inattività lavorativa e una stagnazione della produttività limitano le prospettive di medio termine¹.

Le relazioni economico-commerciali tra Italia e Regno Unito mostrano segnali di miglioramento rispetto ai tre anni precedenti, consolidando una partnership di lungo corso nonostante le sfide poste dalla Brexit. Nel 2023, l'Italia si posiziona al sesto posto tra i fornitori del Regno Unito e all'undicesimo tra i suoi clienti, dati che, pur non rappresentando le posizioni più alte in classifica, indicano una crescita rispetto al recente passato. L'incremento degli scambi commerciali riflette una ripresa della domanda britannica di beni italiani, in particolare nei settori alimentare, manifatturiero e della moda, così come un interesse crescente del mercato italiano per prodotti britannici, tra cui tecnologia e farmaci. Questo progresso testimonia la resilienza e il potenziale di un rapporto bilaterale in evoluzione, pronto a cogliere nuove opportunità di collaborazione².

Nel 2023 le notti trascorse in Italia da parte di viaggiatori inglesi sono circa 35 milioni che rappresentano circa il 9% delle presenze straniere, attestandosi al terzo posto nella classifica nazionale³.

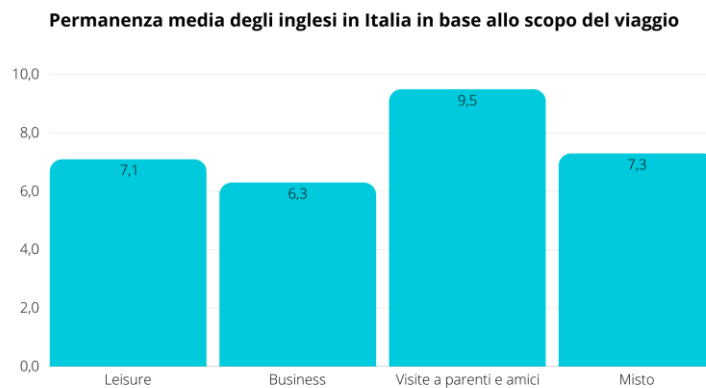
¹ Fonte: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

² Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico MAECI su dati TDM Trade Data Monitor Novembre 2024

³ Fonte: Banca d'Italia

Scendendo nel dettaglio delle notti trascorse a Napoli da parte degli inglesi, esse si attestano su circa 1,2 milioni che rappresentano anche qui circa il 9,6% del totale delle presenze estere 2023. Con questa percentuale, il mercato dei turisti provenienti dal Regno Unito risulta essere il terzo in quanto a presenze dopo Spagna e Stati Uniti d'America⁴.

L'ONS Office for National Statistics, effettua delle analisi annuali sui trend di viaggio e turismo del Regno Unito e, nell'International Passenger Survey 2023 dell'Office for National Statistics, fornisce una dettagliata distinzione della permanenza media dei turisti inglesi sulla base del motivo di viaggio:⁵



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

Negli ultimi anni, il comportamento dei viaggiatori britannici ha subito cambiamenti significativi, influenzati da fattori economici, geopolitici e culturali. Nel 2017, il 37,6% dei viaggiatori inglesi sceglieva destinazioni estere, mentre il 62,4% preferiva viaggiare nel proprio Paese⁶. Questo trend verso un turismo più domestico sembra essersi rafforzato, con l'ultimo Holiday Confidence Index, realizzato da First Rate Exchange Services in collaborazione con l'Institute of Travel & Tourism⁷, che ha registrato un ulteriore calo delle intenzioni di viaggio. Solo il 53% degli inglesi prevede di effettuare un viaggio nei prossimi 12 mesi, 2 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente, segnando il livello più basso degli ultimi tre anni.

Le cause di questa diminuzione sono legate principalmente all'indebolimento della sterlina seguito al voto sulla Brexit, che ha reso le vacanze all'estero più costose per i britannici. Inoltre, cresce l'interesse verso esperienze locali, in linea con la tendenza globale di un turismo più sostenibile e a basso impatto ambientale.

⁴ Fonte: Banca d'Italia

⁵ Fonte: ONS <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/articles/traveltrends/2023>

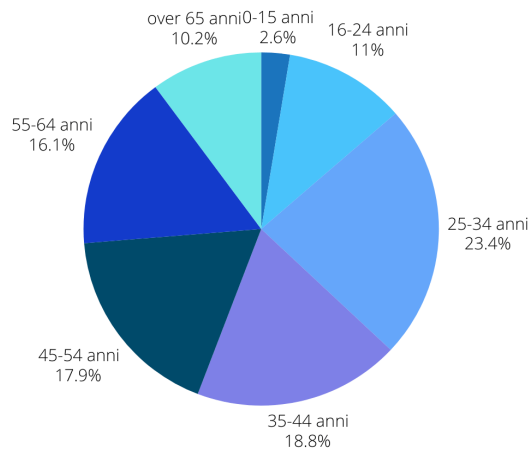
⁶ Fonte: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

⁷ report commissionato da Accor e condotto da One Poll su 8.000 intervistati fornisce una panoramica dettagliata sulle prospettive e preferenze di viaggio. L'indagine, condotta su viaggiatori provenienti da sette Paesi europei – Gran Bretagna, Germania, Olanda, Francia, Italia, Spagna e Polonia

La sostenibilità emerge infatti come un elemento sempre più rilevante nelle scelte di viaggio: il 61% dei viaggiatori britannici considera questo aspetto nelle proprie decisioni. Tuttavia, rispetto agli altri Paesi europei inclusi nell'indagine, il Regno Unito si colloca al quarto posto per attenzione alla sostenibilità, dietro l'Italia, che guida la classifica con l'82%, la Spagna (78%) e la Polonia (77%).

L'ONS Office for National Statistics ha raccolto dati relativi alla distribuzione dei turisti inglesi per numero di visitatori.

Distribuzione delle fasce di età tra i turisti inglesi in Italia (numero di visitatori)



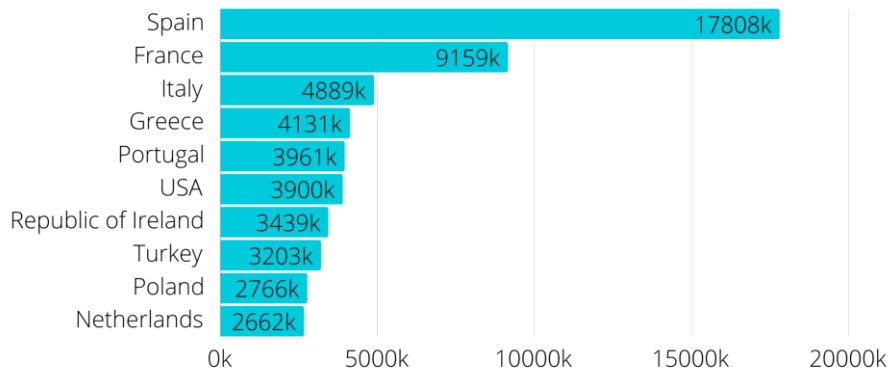
Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

L'analisi dei dati relativi al numero di visitatori inglesi in Italia per fasce di età è pienamente in linea con la medesima suddivisione dei residenti nel Regno Unito nel mondo. L'unica lieve differenza di percentuale la possiamo riscontrare nella fascia dei "giovani" 16-24 anni che in Italia è del 11% mentre nel mondo è del 9%. Due punti percentuali circa che ritroviamo invertiti nella fascia 35-44 anni (Italia 18,8%, Mondo 21,4%).

L'ONS, offre inoltre una classifica dei Paesi più visitati nel 2023⁸, l'Italia risulta essere la terza meta in classifica e rappresenta l'8,74% circa sul totale dell'outgoing inglese di circa 56 milioni di visitatori. La prima destinazione per gli inglesi risulta essere la Spagna con il 31,85% di market share e a seguire la Francia con il 16,38%.

⁸ Fonte: ONS <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/articles/traveltrends/2023>

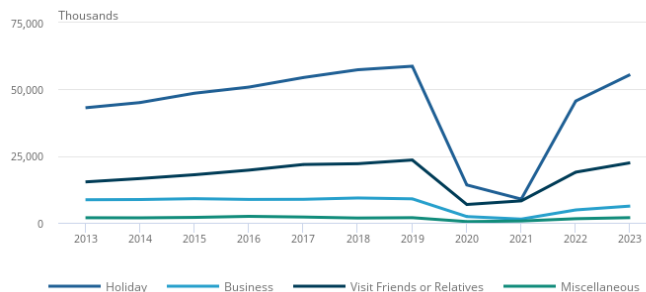
I 10 Paesi più visitati dai residenti del Regno Unito per almeno una notte nel 2023



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

Le vacanze sono state il motivo principale dei viaggi all'estero, con 55,5 milioni di viaggi di vacanza nel 2023, un calo del 5% rispetto al 2019, ma rappresentanti quasi due terzi delle visite totali. Inoltre, 22,5 milioni di visite sono state effettuate per fare visita ad amici o parenti, con numeri simili a quelli del 2019⁹.

Figure 8: Holidays were the most frequent reason for visits abroad in 2023
UK residents visits abroad by purpose, 2013 to 2023



Source: International Passenger Survey 2023 from the Office for National Statistics

Il mercato turistico del Regno Unito muove ogni anno oltre 100 milioni di investimenti, principalmente per vacanze culturali in città d'arte e al mare. Tra le preferenze dei britannici, spiccano cinque regioni italiane: Lombardia, Lazio, Toscana, Veneto e Campania¹⁰.

⁹ Fonte: Office for National Statistics (ONS), pubblicato il 17 maggio 2024, sito web ONS, articolo, [Tendenze di viaggio: 2023](#)

¹⁰ Enit, l'Agencia Nazionale del Turismo, su dati Istat, Unwto e Banca d'Italia



I viaggiatori del Regno Unito sono tra i primi turisti stranieri in Italia, prediligendo principalmente l'accoglienza in hotel, con oltre 10 milioni di presenze (pari al 73,5% del totale), ma anche i villaggi turistici.

Le motivazioni principali per scegliere l'Italia sono le attrazioni culturali, seguite dalle spiagge e dalle opportunità di praticare sport in vacanza¹¹.

Circa il 67,0% dei Tour Operator del Regno Unito (e Irlanda) evidenziano un andamento in crescita delle vendite per l'Italia compreso tra il +5% e il +10%., mentre il 33,0% dichiara stabilità.¹²

In particolare, tra i TO si registra un incremento per il turismo sportivo e montano (+10%) e una situazione di stabilità per il prodotto cultura/arte a Roma, Firenze e in Toscana, per i city breaks a Roma, Milano, Firenze, per il mare in costiera amalfitana e sorrentina e in Puglia, il wedding in Toscana, Lago di Como e Sorrento.

I principali paesi competitor dell'Italia sono la Spagna e il Portogallo per la vacanza balneare a prezzi più competitivi, mentre la Francia, raggiungibile in auto e in treno, viene scelta per le sue peculiarità culturali e artistiche.¹³

Per ciò che concerne il mezzo di trasporto più utilizzato dagli inglesi per raggiungere l'Italia, una percentuale cospicua (89,5%) preferisce utilizzare l'aereo, mentre il resto dei viaggiatori si distribuisce tra la via marittima e il viaggio in macchina.

Secondo i dati dell'Office for National Statistics (ONS), nel 2023, il numero totale di arrivi via mare e Tunnel della Manica (compresi tutte le modalità di trasporto) ammonta a 255.000 di cui il 69% è arrivato in macchina tramite il Tunnel della Manica, il 6,6% risultano essere veicoli commerciali, la restante percentuale si divide tra traghetto e autobus per attraversare il Tunnel del Canale della Manica e poi raggiungere l'Italia con altri mezzi.

AEROPORTI

I collegamenti aerei dal Regno Unito verso l'Italia sono molteplici e, come già detto l'aereo è il mezzo di trasporto più utilizzato.

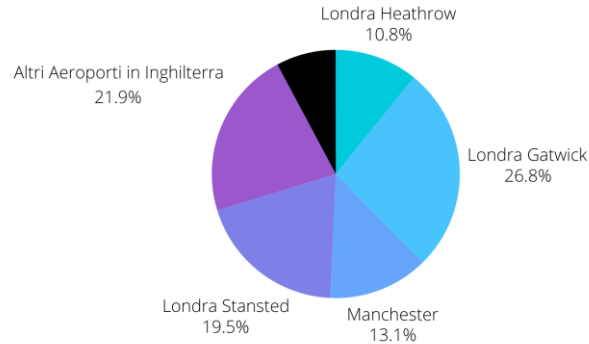
Per ciò che concerne gli arrivi in Italia dai vari aeroporti sono così distribuiti sulla base degli aeroporti di partenza:

¹¹<https://www.dire.it/07-11-2022/826514-agli-inglesi-piace-litalia-le-vacanze-preferite-al-mare-e-nelle-citta-darte/#:~:text=prediligono%20l'accoglienza%20in%20hotel,di%20praticare%20sport%20in%20vacanza%E2%80%9C.>

¹² Fonte: Monitoraggio Enit 2024. TREND TURISMO ORGANIZZATO DALL'ESTERO VERSO L'ITALIA FOCUS MERCATI EUROPEI

¹³ Fonte: Monitoraggio Enit 2024. TREND TURISMO ORGANIZZATO DALL'ESTERO VERSO L'ITALIA FOCUS MERCATI EUROPEI

Distribuzione degli arrivi in Italia dei residenti del Regno Unito sulla base dell'aeroporto di partenza



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

L'aeroporto di Napoli Capodichino ha visto un forte incremento dei collegamenti aerei dal Regno Unito negli ultimi anni, con un particolare afflusso di voli diretti da diverse città britanniche.

Le rotte sono servite dai seguenti aeroporti: Birmingham, Bristol, Edimburgo, Glasgow, Leeds, Londra Gatwick, Londra Heathrow, Londra Luton, Londra Stansted e Manchester.

Nel mese di settembre 2024, sono stati registrati 102 voli settimanali diretti verso Napoli provenienti dal Regno Unito, con Londra che emerge come il principale hub, con ben 74 voli settimanali diretti.

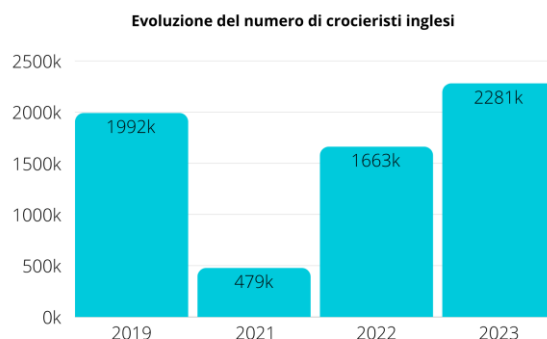
I collegamenti diretti con Napoli sono operati principalmente da compagnie come easyJet, British Airways e Ryanair, che offrono voli frequenti tra Napoli e il Regno Unito. Questo flusso di traffico testimonia una crescente domanda di viaggi diretti da parte dei turisti e viaggiatori d'affari provenienti dal Regno Unito, con una preferenza per la comodità dei voli senza scalo.

L'aumento dei voli diretti dimostra l'importanza crescente di Napoli come destinazione turistica e business per il mercato britannico, facilitando la mobilità tra il sud Italia e il Regno Unito, con un impatto positivo sul settore turistico e commerciale della città.

CROCIERISTICO

Il traffico crocieristico tra il Regno Unito e Napoli è parte di un ampio contesto che coinvolge l'intera area del Mediterraneo centro-occidentale, dove il Regno Unito riveste un ruolo importante. Secondo i dati della CLIA

(Cruise Lines International Association)¹⁴, il traffico crocieristico proveniente dal Regno Unito si è ripreso positivamente dopo la pandemia, segnando un incremento del 14,5% nel numero di passeggeri rispetto al 2019.



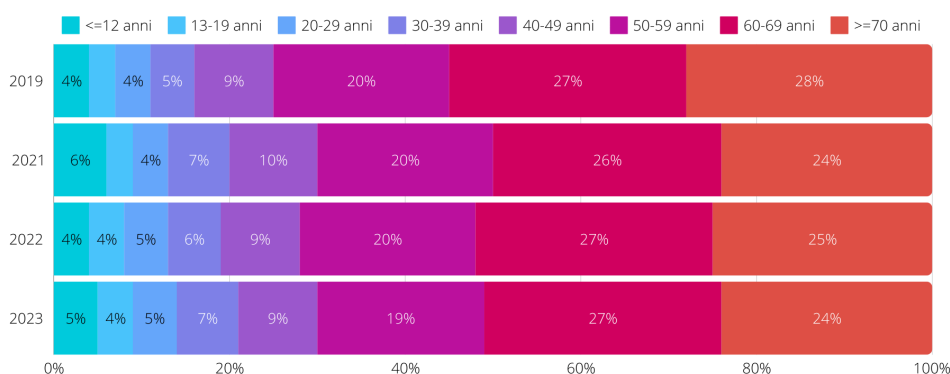
Fonte: elaborazioni SL&A su dati Cruise Lines International Association 2024

Sebbene nelle statistiche del settore il Regno Unito sia spesso abbinato all'Irlanda, tale aumento evidenzia un forte interesse per le destinazioni mediterranee, tra cui Napoli, che ha visto crescere la sua attrattività.

Il report della Cruise Lines International Association, infatti riporta che nel 2023 il 26,5% dei crocieristi del mercato inglese ha scelto come destinazione mete ricomprese nel Mediterraneo centro-occidentale al secondo posto dopo le crociere del Nord Europa che dal 2021 si confermano al primo posto.

Sempre all'interno dello stesso report della CLIA, si può comprendere anche la distribuzione per età dei crocieristi inglesi. Dalla lettura di tale grafico risulta ben evidente come la crociera sia un prodotto scelto da una clientela con età avanzata, complice anche la possibilità maggiore di spesa.

Distribuzione delle fasce di età tra i crocieristi inglesi



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Cruise Lines International Association 2024

¹⁴ CLIA (Cruise Lines International Association): <https://cruising.org/>

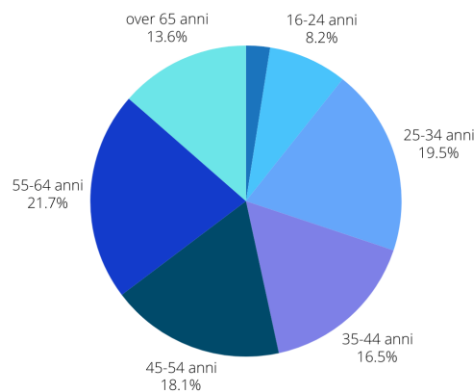
MADE IN ITALY

Il turismo britannico in Italia è in crescita costante. Tra gennaio e settembre 2023, i visitatori dal Regno Unito sono aumentati del 38,4% rispetto al 2022, segnando una ripresa quasi totale rispetto ai livelli pre-pandemia (-3,2% rispetto al 2019). Questa crescita è accompagnata da un aumento dei pernottamenti (+21,5%) e della spesa turistica (+33,3%), con il Regno Unito che si posiziona terzo per spesa turistica in Italia, dopo Germania e Stati Uniti¹⁵.

Secondo dati della Banca d'Italia, il Regno Unito si attesta in terza posizione in quanto a spesa turistica in Italia con un 8,8% dopo solo Germania (15,6%) e Stati Uniti d'America (12,5%) e con una buona percentuale di crescita rispetto al 2022 del + 27,2%¹⁶.

L'International Passenger Survey 2023 dell'ONS, ha raccolto dati relativi alla distribuzione dei turisti inglesi sia per numero di visitatori (già analizzato in precedenza), sia per spesa per ciascuna fascia di età.

**Distribuzione delle fasce di età tra i turisti inglesi in Italia
(spesa dei visitatori)**



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

Il marchio Made in Italy rappresenta una leva strategica per attrarre i turisti britannici, che scelgono l'Italia non solo per le sue bellezze culturali e paesaggistiche, ma anche per vivere esperienze legate a enogastronomia, moda, design e artigianato di qualità. Lo "shopping tourism" riveste un ruolo centrale: oltre 2 milioni di visitatori internazionali arrivano ogni anno nel Bel Paese per acquistare prodotti esclusivi¹⁷, come capi sartoriali, gioielli,

¹⁵ Enit, l'Agenzia Nazionale del Turismo, su dati Istat, Unwto e Banca d'Italia

¹⁶ [Fonte: Banca d'Italia, Spesa per paese e per area geografica di residenza dei viaggiatori, 2023](#)

¹⁷ <https://www.italiaatavola.net/attualita-mercato/2022/12/2/shopping-tourism-obiettivo-2023-superare-i-2-milioni-di-presenze/92218/>

ceramiche e specialità alimentari. La capacità del Made in Italy di incarnare lusso, autenticità e tradizione è un fattore decisivo che consolida l'Italia come meta preferita per chi cerca esperienze di consumo uniche e di alto valore.

In questo contesto, Napoli emerge come una delle capitali del Made in Italy, grazie alla sua tradizione sartoriale e alla ricchezza artigianale definendosi così non solo come una destinazione culturale, ma anche un punto di riferimento per chi cerca l'autenticità del Made in Italy.

Il turismo enogastronomico è un altro pilastro del Made in Italy apprezzato dai britannici. I prodotti tipici campani, come mozzarella di bufala, vini (come il Taurasi e il Lacryma Christi) e pasticceria, attirano visitatori che non si limitano a consumare in loco ma spesso acquistano per portare a casa un "pezzo d'Italia".

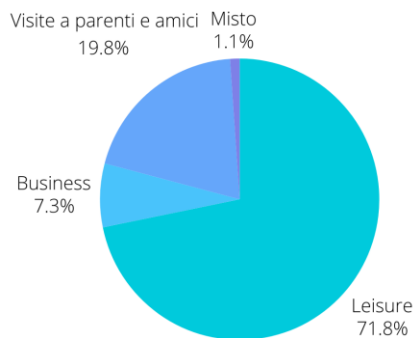
MICE

Il mercato dei viaggi d'affari (MICE) dal Regno Unito verso l'Italia rappresenta una porzione relativamente contenuta del turismo outbound britannico.

I residenti del Regno Unito, come abbiamo già avuto modo di indicare, viaggiano in outbound verso l'Italia principalmente per un turismo leisure (71,8%), ma l'ONS ci offre un dettaglio della ripartizione del turismo degli inglesi per differenti tipologie di scopo.

Se la stragrande maggioranza degli inglesi viaggia in Italia per Leisure (in particolare il 29,75% di essi predilige tour di gruppo), il secondo motivo principale è per far visita a parenti e amici (25,11%). Il turismo per viaggi d'affari copre una percentuale del 7%.

Numero di viaggi all'estero per scopo del viaggio in Italia nel 2023

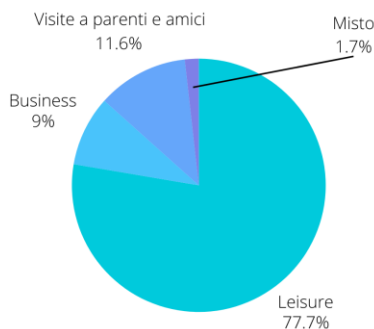


Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

A fronte di questo dato anche il numero di notti trascorse in Italia dai turisti provenienti dal Regno Unito sono proporzionali, infatti questa categoria di scopo di viaggio conta 2,2 milioni di notti che rispetto alle notti complessivamente trascorse in Italia per tutte le tipologie di motivazioni, rappresentano il 6,2% circa.

Per ciò che concerne, invece la spesa di coloro che vengono in Italia per business, essa è così ripartita:

Spesa per viaggi all'estero in base allo scopo del viaggio in Italia nel 2023



Fonte: elaborazioni SL&A su dati ONS (Office for National Statistics) 2023

Per quanto riguarda Napoli, la città non emerge come una destinazione principale per il segmento MICE o business travel, ma può beneficiare di alcune tendenze generali del settore. Il "bleisure" (viaggi che combinano business e leisure) è in crescita, specialmente tra i viaggiatori britannici, che spesso prolungano i soggiorni lavorativi per esplorare la destinazione.

Se è vero che la permanenza media di un viaggio d'affari si aggira sulle 6 notti circa, se guardiamo alla permanenza media di una categoria di motivazioni di viaggio mista, tale permanenza sale a più di 7 notti.

LUSO

La **World Population Review** riporta una classifica della distribuzione della popolazione suddivisa in base al Paese di provenienza e in base alla fascia di patrimonio netto.

Per il Regno Unito, la distribuzione risulta essere questa:

Fasce di Patrimonio netto	Numero di individui	Market share
1-5 Million	2.390.318	93,51%
5-10 Million	114.371	4,47%
10-50 Million	47.420	1,86%
50-100 Million	2.664	0,10%
100-500 Million	1.209	0,05%
>500Million	108	0,00%
TOTALE	2.556.090	

Fonte: elaborazioni SL&A su dati World Population Review, 2024

Nel 2023, il Regno Unito ha registrato una leggera crescita nella popolazione di **High Net Worth Individuals (HNWI)**, arrivando a circa **1.070.000 persone**, con un aumento dello **0,9%** rispetto all'anno precedente. La ricchezza complessiva degli HNWI britannici è stimata in **3.800 miliardi di dollari**, sostenuta da una buona performance dei mercati azionari e dall'aumento dei prezzi immobiliari nelle aree di lusso.

La crescita economica del Regno Unito è stata moderata, supportata principalmente dal **settore dei servizi** e dall'innovazione finanziaria. Tuttavia, il Paese ha affrontato sfide quali **inflazione** e incertezze geopolitiche, che hanno influenzato i consumi interni. In questo contesto, gli HNWI britannici si sono orientati verso **investimenti sostenibili** e tecnologie emergenti, confermando una sensibilità verso il futuro.

Gli HNWI britannici prediligono destinazioni internazionali di lusso, con un marcato interesse per esperienze personalizzate, wellness e sostenibilità. Tra le mete più ambite vi sono Italia, Francia, e Stati Uniti, oltre a un crescente interesse per destinazioni long-haul che offrono esperienze uniche e meno convenzionali. Le richieste includono:

- Soggiorni esclusivi: boutique hotel, ville private e yacht.
- Esperienze culturali su misura: visite private a musei, eventi enogastronomici di alto livello e tour storici personalizzati.
- Turismo wellness: retreat di lusso in località naturali e sostenibili.

Molti optano per vacanze più lunghe, spesso combinate con il lavoro da remoto, cercando destinazioni che coniughino relax, cultura e servizi premium. Anche il turismo domestico rimane rilevante, con un focus su soggiorni eco-sostenibili e attività all'aperto.

Napoli sta emergendo come una meta sempre più attraente per i viaggiatori HNWI britannici grazie alla possibilità di esperienze enogastronomiche d'élite che includono chef stellati e degustazioni esclusive di vini campani, visite private a siti iconici come il Museo di Capodimonte, Pompei, il Vesuvio ecc., tour che rispettano il territorio e il concetto sempre più ricercato di sostenibilità e infine la prossimità a mete come la Costiera Amalfitana, Capri e Ischia. In somma tutto ciò che coniuga lusso e autenticità.

Altre città italiane paragonabili, come Firenze, Venezia e Palermo, sono anch'esse molto apprezzate per l'unicità delle loro offerte culturali e per l'elevata qualità dei servizi esclusivi disponibili. L'interesse degli HNWI britannici per queste località rappresenta un'opportunità strategica per attirare flussi turistici di alto valore.