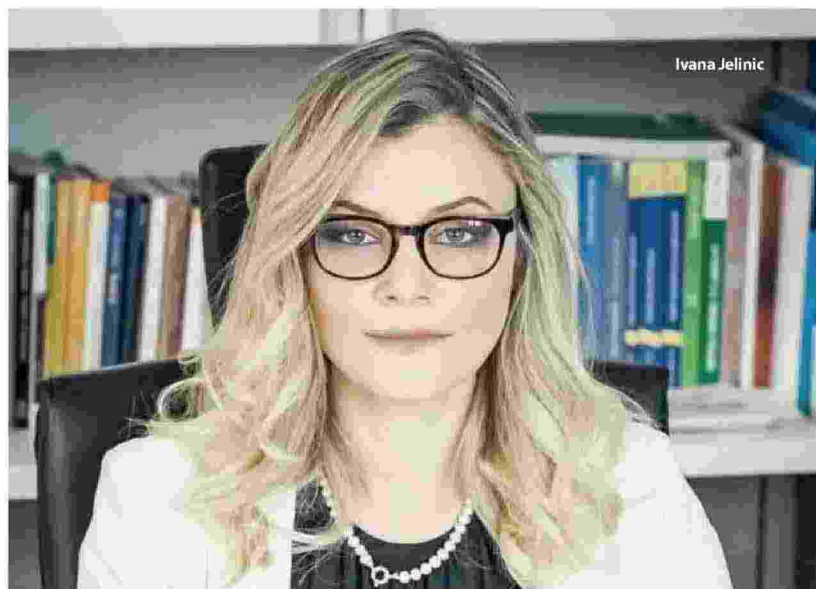


Enit svela alla Bit la rinnovata vision e tutte le strategie 2023: in definizione la gara per i partner in vista di una campagna globale per l'Italia ⁵

Mercato Enit svela alla Bit la nuova vision e le strategie 2023: in definizione la gara per scegliere i partner in vista di una campagna globale per l'Italia

La CEO Ivana Jelinic e la D.M. Maria Elena Rossi sottolineano l'importanza delle leve di marketing a sostegno della promozione del nostro Paese, cui sono dedicate risorse per 50 milioni

di **Vittorio Parazzoli**



Nuova vision per l'Italia turistica presentata in Bit a Milano da Enit in presenza del Ministro del Turismo Daniela Santanchè che, ieri, ha tagliato il nastro dello stand dell'Agenzia Nazionale del Turismo. Molte le novità che segnano un cambiamento e importanti progetti con partner internazionali. Tra gli appuntamenti, attese le conferenze stampa con partnership istituzionali come Unioncamere e Isnart per la presentazione di uno studio sull'outdoor e le previsioni trend 2023; il Maeci per il turismo delle radici; la Marina Militare e Difesa Servizi per Nastro Rosa Tour; con Trentitalia e con l'Associazione Progetto Città Medievali. Una tre giorni densa che nell'ultima giornata vedrà anche le celebrazioni per la Cerimonia di premiazione del progetto europeo Eco Tandem. Enit anche quest'anno prenderà parte alla terza edizione del Marina Militare Nastro Rosa Tour 2023, tour a vela dell'Italia organizzato da Difesa Servizi S.p.A con SSI Sports & Events, e il supporto, oltre che della stessa Enit, della Federazione Italiana Vela, nato per valorizzare l'Italia e la Marina Militare con il supporto dalla Forza Armata. La gara si inserisce nel progetto "Valore Paese Italia" di cui l'Agenzia Nazionale del Turismo è co-ideatrice per promuovere le bellezze balneari della Penisola e il turismo attivo. E ancora Enit presenterà le speciali campagne, tra cui #ThisIsSchiya, a bordo dei vagoni di Trentitalia e tutti gli studi condotti sui turisti internazionali, anche in collaborazione con Unioncamere e Isnart, per fornire utili strumenti agli stakeholders per analizzare e affrontare i mercati e orientare i flussi, adeguando l'offerta ai nuo-

vi trend. Nell'ambito delle attività con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale si vanno delineando tutte le azioni di sviluppo del turismo delle radici e, con gli enti locali, i progetti di potenziamento delle località meno note per creare esperienze particolari che guardano alle peculiarità dell'Italia, come accadde, per esempio, con le città medioevali.

Le strategie

"L'Italia ha dalla sua la forza dell'identità comune e in Bit emerge a gran voce. La Penisola recupera a livello internazionale. Il 2023 andrà a conquistare altre quote di mercato. Si preannuncia come l'anno del ritorno ai livelli pre-pandemia. Gli arrivi del turismo globale aumenteranno nel 2023, dopo una crescita del 60% nel 2022. Secondo un'indagine Enit il 37,7% dei viaggiatori internazionali afferma di avere intenzione di venire in Italia nel 2023. Se così fosse, si registrerebbe un aumento pari a circa l'8% rispetto al dato dell'ultimo quinquennio da Europa e Usa. In base alle previsioni, la platea dei turisti dovre-

be essere composta per il 14,6% da spagnoli, per il 12,7% da cittadini statunitensi e per il 12,3% e 12,2% da svizzeri e austriaci. Enit ha grandi progetti in cantiere per rendere l'industria del turismo una filiera rodada, sinergica e competitiva. Infatti stiamo aprendo a nuove frontiere come l'India, gli Emirati e il Kazakistan e stiamo attivando campagne nazionali e internazionali per mantenere vivo l'interesse verso l'Italia. Segno che l'Italia viaggia unita e solidale", commenta la CEO Ivana Jelinic. In preparazione anche la gara per la definizione del partner che firmerà una importante campagna globale sul nostro Paese attesa verso la fine dell'anno; le risorse destinate al marketing per questi 12 mesi si aggirano intorno ai 50 milioni di euro. "Proseguirà l'attività di promozione nazionale e internazionale del brand Italia con all'attivo campagne nei principali hub di tutto il mondo per mantenere viva la conoscenza e l'interesse delle magnificenze del nostro Paese, innestando partnership di valore, per un turismo che sia a sua volta di valore", ha confermato Maria Elena Rossi, Direttore Marketing dell'Enit.