



# Enit: al via il piano triennale 2019-2021

Seicento eventi nel mondo per promuovere il Belpaese all'insegna di crescita e sostenibilità puntando su lusso, turismo leisure active e slow, sul Mice e coinvolgendo millennials, famiglie e golden age. È quanto prevede il piano triennale 2019-2021 dell'Agenzia Nazionale del Turismo **di Delfina Reginè**



Al tavolo della conferenza stampa nella sala Italia dell'Enit

**P**resentato a Roma, nella sede dell'Enit, dal presidente Giorgio Palmucci, il Piano triennale contempla tra gli eventi programmati (+5% rispetto al 2018), quelli dedicati al centenario dell'Enit, a novembre; le celebrazioni legate a Leonardo da Vinci, la partecipazione al Giro d'Italia e ad altri eventi sportivi oltre che alle fiere internazionali come il Seatrade, il World Routes, e La Settimana della Cucina. «Il brand Italia vivrà un profondo cambiamento e ad Enit è affidato il compito di catalizzatore tra i protagonisti pubblici e privati del settore», ha fatto sapere Palmucci. «Finalmente si può parlare di programmazione reale e strutturata che non proceda a tentativi senza un coordinamento tra i vari livelli territoriali e gli stakeholder pubblici e privati, ma che sviluppi sinergia, qualità dell'offerta ed efficientamento della filiera turistica in rete. Potenziando la filiera con metodo: incidendo ad esempio sulla stagionalità della domanda, sulla formazione. Captando in tempo le richieste del

mercato: responsabilità sociale ed ecologica per la valorizzazione delle biodiversità e delle tradizioni ma con un occhio al lusso, alla ricerca di destinazioni meno battute ma con un altissimo confort».

## Nuova vision

«È cambiata la visione e l'approccio all'industria del turismo, il settore ha l'attenzione che merita, visto che muove 428,8 milioni di presenze e 41,7 miliardi di euro di spesa dei turisti stranieri in Italia (dati relativi al 2018)», ha dichiarato il Presidente dell'Enit. Stando ai dati snocciolati durante la presentazione, l'Italia, in termini di presenze estere, con 216,5 milioni di pernottamenti totalizzati nel 2018 (+2,8%), supera la Francia (140,7 mln di notti, +5,4%) e cresce a differenza della Spagna (301 mln di notti, -1,6%) che, pur essendo prima nel confronto europeo, è in flessione rispetto al 2017. Le presenze totali negli esercizi ricettivi italiani sfiorano i 429 milioni +2,0% nel 2018 sul 2017. La componente internazionale



Giorgio Palmucci, presidente dell'Enit

crece più di quella italiana (+2,8 vs 1,1%) e rappresenta il 50,5% delle presenze totali. La spesa internazionale in Italia, a quota 41,7 miliardi di euro, aumenta del +6,5% nel 2018 sul 2017. «Lavoreremo in sinergia per accrescere la stagionalità e per individuare le nuove esigenze dei visitatori; per valorizzare i territori italiani e rilanciarli in chiave sostenibile favorendo esperienze di viaggio innovative», ha sottolineato l'ex ministro Centinaio. Investire nel turismo sostenibile significa «proporre in una veste nuova i luoghi, l'artigianalità, le memorie dell'Italia» e «sarà indispensabile migliorare le infrastrutture per governare la crescita dei flussi turistici e puntare su un turismo di nicchia, su target precisi». Inoltre: «Bisognerà rafforzare la presenza di Enit e le partnership con le eccellenze del Made in Italy consolidando i mercati avanzati e puntando a quelli emergenti il tutto in un'ottica di brand nazionale», ha concluso. Il turismo è un settore determinante per la crescita dell'economia italiana ed è destinato a rimanere uno dei driver per la ripresa dell'economia e dell'occupazione. Il saldo della bilancia

dei pagamenti turistici nel 2018 si è attestato a 16.227mln di euro (+11,2% sul 2017).

### Più sedi in Cina

Gli elementi del Piano triennale, che prevede anche l'apertura di nuove sedi in Cina, focus sul turismo alto spendente, si basano, quindi, su sostenibilità, accessibilità, innovazione, deconcentrazione stagionale, crescita a valore, sinergia con il Sistema Italia e coordinamento con gli enti locali per strategie promozionali omogenee, centralità del Made in Italy, valorizzazione e posizionamento competitivo dell'Italia come meta turistica nel mondo, sviluppo di una rete di servizi e trasporti pubblici e privati. Un ruolo fondamentale è svolto dall'enogastronomia, cruciale per attrarre nuove esperienze di viaggio tra visitazione culturale, sportiva, active e slow. Un'autenticità garantita da un'ampia stagionalità dell'offerta che vede crescere le presenze in tutti i mesi dell'anno e dalla capacità di intercettare le esigenze dei viaggiatori alla ricerca di esperienze di Italian Style evidenziando una crescita anche nei piccoli comuni. A ciò si aggiunge lo storytelling dei grandi eventi: dalla montagna (Cortina 2021 e Milano-Cortina 2026) alla cultura dei personaggi storici italiani, fino agli appuntamenti internazionali dell'agroalimentare come Vinitaly o del design come il Salone del Mobile, vetrine indiscusse per il segmento alto di gamma.

Un momento della presentazione

Enit - Agenzia Nazionale del Turismo promuove l'Italia come meta di viaggi e vacanze dal 1919 e festeggerà a novembre i primi 100 anni. Attraverso le sue 29 sedi nel mondo l'Agenzia opera con attività promozionali B2B e B2C, di comunicazione e di monitoraggio della filiera turistica incoming a livello internazionale. Dal 2016, grazie ad una nuova struttura aziendale che consente l'ottimizzazione delle risorse, ha incrementato l'efficienza e l'efficacia delle azioni e degli strumenti promozionali adottando un severo approccio di marketing sul quale si basa la pianificazione a breve e medio termine.

