

L'ALFIERE DEL MADE IN ITALY

ROMA – focus/ aise – Promuovere l'immagine unitaria dell'Italia, anche attraverso l'immenso patrimonio storico, culturale e sociale di paesi e borghi che impreziosiscono l'offerta turistica del nostro Paese. Questo l'obiettivo del protocollo d'intesa firmato a Roma da ACI ed Enit. Con questo accordo la capillarità territoriale di ACI, composta da 106 sedi locali, unita alla sua tradizionale forza nel comparto di mobilità e turismo, diventa una delle leve strategiche per tutelare e sviluppare l'economia turistica nazionale. L'accordo siglato oggi tra ACI ed Enit, infatti, favorirà la partecipazione congiunta ai progetti internazionali e l'accesso ai fondi europei a beneficio del settore, anche attraverso lo sviluppo di piattaforme tecnologiche e soluzioni informatiche a supporto dell'attività di promozione. Le statistiche evidenziano l'attrattiva dell'Italia come meta culturale: con 54 siti dichiarati patrimonio dall'Unesco, infatti, siamo leader mondiali davanti a Cina, Spagna e Francia, e il 64% di questi si trova in piccoli borghi con meno di 5000 abitanti. Il turismo culturale attira 1 straniero su 4 nel nostro Paese, generando il 40% del fatturato del settore, soprattutto in Lazio, Veneto, Toscana, Lombardia e Campania. Allo stesso modo, l'Italia si conferma anche una meta sportiva: eventi di forte richiamo come il Gran Premio di Formula1 a Monza, il Mondiale Rally in Sardegna, la Mille Miglia, la Coppa d'Oro delle Dolomiti e la Targa Florio richiamano 685mila turisti stranieri ogni anno, che spendono 442 milioni di euro con 3,5 milioni di pernottamenti. Sempre Enit ha presentato giovedì scorso, nella sua sede romana, il piano triennale di marketing e promozione del brand Italia. Alla presentazione è intervenuto anche il Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo Gian Marco Centinaio. In questa occasione il neo presidente Enit Giorgio Palmucci ha illustrato il piano triennale e le linee guida di marketing e promozione per il rilancio dell'Italia turistica nel mondo, soffermandosi, in particolare, su obiettivi 2019-2021, attività promozionali, segmentazione dei mercati, campagne internazionali e cardini della crescita a valore nonché su dati e confronti internazionali utili ai fini di uno sviluppo turistico sostenibile, accessibile e innovativo. Infine, quest'anno il Festival Italiano, festival annuale della comunità italiana di Auckland, si svolgerà domenica 20 Ottobre. E per la prima volta anche ENIT, Agenzia Nazionale per il Turismo che promuove l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale, vi prenderà parte. Con sempre più partecipanti e pubblico non solo da Auckland ma da tutto il paese, l'evento - organizzato dalla Dante Alighieri e sostenuto dal comune della città neozelandese - è diventato uno dei principali appuntamenti comunitari della città, ed una preziosa vetrina per i prodotti e lo stile di vita italiani. La manifestazione vede la partecipazione ogni anno di circa 20.000 persone ed ENIT sarà sponsor ufficiale dell'evento. In più, l'Agenzia allestirà uno stand per la promozione dell'Italia, con un focus sul cinquecentenario di Leonardo. Il pubblico potrà partecipare al concorso "Win a trip to Italy", che mette in palio un biglietto verso l'Italia per due persone. (focus\ aise)