

A COLLOQUIO CON

CI VUOLE PASSIONE

AUTORE: MARCO SABATINI SCALMATI - TEMPO DI LETTURA: 4 MINUTI



Informazione, formazione, investimenti e comunicazione. Questi i quattro ingredienti indicati da Ivana Jelinic, Presidente di Enit, per far volare il settore turistico italiano

Abbiamo incontrato **Ivana Jelinic**, nominata a novembre dello scorso anno Presidente di **Enit**, l'Ente nazionale del turismo italiano, dal ministro del Turismo, Daniele Santanchè. Di origini croate, 37 anni, vive in Umbria da quando è arrivata in Italia all'età di sei anni. È una imprenditrice del settore con una sua agenzia e una chiara visione del settore che ha maturato anche all'interno della Fiavet, la Federazione italiana associazioni imprese viaggi e turismo, di cui è stata Presidente nazionale per due mandati. Jelinic dal 2020 siede nel Cda del **Convention Bureau Italia**. È stata artefice di una serie di accordi come il primo contratto nazionale collettivo di categoria per le agenzie di viaggio. Appena nominata ha dichiarato che metterà tutta la sua passione e spirito di squadra per amplificare le potenzialità e il valore del turismo italiano e del brand Italia. Ecco cosa ci ha detto.

Il settore turistico è uno dei maggiori settori economici del Paese. Dopo la crisi internazionale dovuta al Covid 19, qual è la situazione?

Estate italiana in gran forma. Secondo stime Enit su dati Data Appeal e Unwto per il periodo estivo sono attesi flussi in crescita. I passeggeri aeroportuali attesi in Italia stando ad oggi sono almeno 1.844.000, di cui l'84% di origine internazionale ed il 16% italiana. A giugno attesi almeno 944 mila arrivi, in aumento del +8,6% rispetto al 2022. Già il primo trimestre 2023 ha dato i primi segnali di grande crescita dei flussi: tra gennaio e marzo 2023, il **turismo internazionale** è aumentato dell'86% rispetto allo stesso periodo del 2022. Hanno viaggiato all'estero circa 235 milioni di turisti.

Quanti sono i viaggiatori internazionali che si stima arriveranno in Italia quest'anno?

I viaggiatori internazionali in Italia sono circa 15 milioni, con un aumento del +42,0% sul 2022 ed un recupero dell'87,7% sul medesimo periodo del 2019.

Perché si scegli il nostro Paese?

Si sceglie l'Italia soprattutto come meta di va-

canza (30% circa dei viaggiatori) e per motivi di lavoro (21,4%). Ma anche per visitare parenti e amici (14,6%) e per shopping (11,8%). Il 71,7% dei flussi proviene dai Paesi dell'Unione europea, principalmente da Francia e Germania. Il 18,3% dall'area extra europea, soprattutto dal Regno Unito. Secondo le stime, nel primo trimestre 2023, gli arrivi internazionali raggiungono l'80% dei livelli pre-pandemia (-20% su gennaio-marzo 2019), sostenuti dai forti risultati in Europa (-10%) e Medio Oriente (+15%)".

Tra gennaio e marzo 2023, il turismo internazionale è aumentato dell'86% rispetto allo stesso periodo del 2022. Hanno viaggiato all'estero circa 235 milioni di persone

A suo avviso il sistema Paese come sta gestendo questa ripartenza?

È affiatato e sinergico. Si sviluppano importanti **sinergie pubblico-privato** per una condivisione, gestione e realizzazione dei grandi eventi a beneficio di ogni singola regione italiana e quindi dell'intera filiera turistica italiana. Potenziare l'attitudine all'ospitalità ci vede uniti anche nella diffusione di percorsi professionalizzanti sempre più specifici.

Su cosa pensa si debba lavorare maggiormente per sostenere lo sviluppo del settore?

Informazione, formazione, investimenti e comunicazione. Occorre sviluppare esperienze che valorizzino i dettagli e le peculiarità di ogni singola comunità italiana e che rispondano alle esigenze dei **mercati internazionali** e comunicarle in modo accattivante per un turismo che sia diffuso in tutti i periodi dell'anno. Inoltre, formare le nuove leve del turismo in modo performante e

appassionarle ad un **settore poliedrico** che deve diventare capace di attrarre sempre di più investimenti pubblici e privati.

Qual è la strategia dell'Enit per attirare i turisti in Italia?

Siamo attivi con decine di campagne segmentate su ogni mercato internazionale, con un'attenzione all'Emilia-Romagna e ad Ischia che in momenti diversi hanno vissuto un anno difficile. Con Open to Meraviglia si è in grado di declinare il **brand Italia** in modo molto versatile.

Rispetto al passato si delineano nuove modalità di turismo favorite dalla disintermediazione, dal turismo di prossimità, le *holiday working*, la destagionalizzazione... al riguardo: che ruolo possono "giocare" i grandi eventi per favorire lo sviluppo del settore turistico?

L'Italia deve divenire sempre più *hub* di approdo di **appuntamenti internazionali** che non solo consentono di offrire occasioni per una narrazione dell'Italia da più angolazioni ma anche di attrarre investimenti nazionali e internazionali.

Per concludere quali sono le vostre previsioni per il 2023 e per i prossimi anni?

Nel 2024 se tutto va come si spera ci sarà il sorpasso sul 2019. Le prospettive a breve termine sul turismo internazionale, soprattutto nei mesi a ridosso della stagione estiva, superano ampiamente quelle espresse per il 2022. Nel complesso, quasi il 70% degli esperti prevede performance superiori per i viaggi tra maggio e agosto. Il 50% attende un risultato migliore, mentre il 19% è ancora più ottimista. Per scegliere la vacanza i turisti terranno conto soprattutto del buon **rapporto qualità-prezzo**, con un atteggiamento più cauto nei confronti della spesa, e della vicinanza del luogo di svago da casa, privilegiando tragitti brevi.

Quali sono i principali Paesi di provenienza di coloro che visiteranno l'Italia nei prossimi anni?

L'Italia "fa gola" in primo luogo agli americani. Gli Usa infatti sono il primo mercato di provenienza, in termini di passeggeri aerei, con un'incidenza del 26,3% sul totale estero previsto nel trimestre estivo. Sul podio anche Francia (6,1%) e Spagna (4,7%) che insieme raggiungono una quota parte dell'11%. Nel resto della *top ten*, tra i viaggiatori provenienti da **Paesi oltreoceano** anche l'Au-

stria che si posiziona al quinto posto (4,1%) e il Canada al settimo (3,8%). Seguono Brasile (2,8%), Corea del Sud (1,9%) e Argentina (1,7%). Gli australiani si fermano mediamente 25 notti, gli argentini quasi 20. I canadesi effettuano circa 15 pernottamenti come i brasiliani, mentre la permanenza media degli statunitensi in Italia si aggira intorno alle 12 notti. Il soggiorno dei coreani dura poco più di una settimana.

Gli Usa sono per noi il primo mercato di provenienza, in termini di passeggeri aerei, con un'incidenza del 26,3%. Sul podio anche Francia (6,1%) e Spagna (4,7%). Australiani e argentini quelli che soggiornano più a lungo



Ivana Jelinic,
Presidente
di Enit, l'Ente
nazionale del
turismo italiano