

TESTO E INTERVISTA

_ MARCO SUTTER _

PHOTO

_ COURTESY _



*il futuro
del TURISMO
secondo* **IVANA
JELINIC**
CEO ENIT

Guidata dalla sua missione di promuovere l'Italia come una destinazione di eccellenza, l'ENIT, acronimo di Agenzia Nazionale del Turismo, coordina sforzi in collaborazione con vari attori del settore, inclusi enti locali, operatori turistici, istituzioni culturali e altro ancora. Inoltre l'ENIT, svolge un ruolo fondamentale nella promozione e valorizzazione del ricco patrimonio culturale, paesaggistico e artistico dell'Italia in tutto il mondo. Fondata con l'obiettivo di attrarre visitatori internazionali e di far scoprire le diverse sfaccettature di questa nazione affascinante, l'ENIT opera come un ponte tra le meraviglie italiane e coloro che desiderano esplorarle. Da poco al comando, Ivana Jelinic ha come obiettivo non solo quello di incrementare il turismo, ma anche di educare il pubblico internazionale sulla diversità di storia, arte, gastronomia e tradizioni che rendono l'Italia unica nel suo genere.

A quasi un anno dalla Sua nomina alla più alta carica di ENIT, qual è la visione strategica di ENIT per promuovere il turismo italiano a livello internazionale?

Il turismo italiano vive un momento di grande slancio. Una vitalità che è apprezzabile sia nella filiera che nell'indotto. C'è voglia di sperimentare, di creare nuova offerta per rispondere ad una domanda sempre più personalizzabile ed esigente.

È in atto una nuova vision del turismo che tenga conto dell'accessibilità, della digitalizzazione, dell'innovazione, della sostenibilità, della declinazione alternativa del patrimonio artistico-culturale dell'Italia valorizzato lungo tutto l'arco temporale annuale. Il turista non subisce più la vacanza passivamente assistendo e fotografando opere e luoghi ma vuole calarsi attivamente nel tessuto connettivo e sociale delle località. I trend sono indotti molto dalla domanda e la domanda è composta da persone che a livello mondiale si influenzano reciprocamente sulle tendenze. L'orientamento è influenzato anche dagli appuntamenti internazionali nonché dalla capacità di Enit di incidere sui buyer internazionali. L'Italia ha un'offerta turistica variegata come lo è la connotazione geografica della Penisola. L'offerta è declinata per target, per periodi dell'anno e per esperienze che sono tutte differenti a seconda dei territori che si vanno a visitare e a seconda delle peculiarità delle location.

Come ENIT sta affrontando le sfide attuali nel settore del turismo: post pandemia, mancanza di personale preparato, rapporti con l'estero?

Non spetta all'Agenzia Nazionale del Turismo determinare le politiche del lavoro e questo governo ha attivato misure per ripristinare e potenziare il lavoro anche stagionale nel comparto carente negli ultimi anni. Tra i risultati il boom di assunzioni, ad esempio, in Penisola Sorrentina tra hotel e ristorazione. La tradizione dell'accoglienza e dell'ospitalità che la Penisola ha maturato negli anni vive ora vive un momento di grande approfondimento. Il sistema è capace di mettersi in gioco e noi forniremo tutti gli strumenti per farlo a partire dai progetti con l'Europa di cui Enit è capofila come Eco tandem per accompagnare le imprese nella transizione ecologica o il recente Wemed Natour che partirà ad ottobre che inciderà sulla formazione turistica sostenibile. Enit sta per trasformarsi in una società per azioni e quindi il turismo italiano così come tutta la macchina di promozione della filiera opererà in modo ancora più snello, rapido ed efficiente. Inoltre verranno inviati dei percorsi di formazione per accompagnare tutti i professionisti del settore verso un futuro sempre più digital, sempre più sostenibile, sempre più accogliente, sempre più all'avanguardia. L'Agenzia Nazionale del Turismo sta potenziando sempre di più gli accordi con tutte le compagnie aeree internazionali proprio di recente con quelle che svolgono tratte internazionali verso nuove destinazioni anche a compensazione della mancanza di flussi dalla Russia. Inoltre Enit ha appena comunicato i nuovi dati relativi al turismo cinese e l'apertura di nuovi protocolli di intesa e accordi con i buyer internazionali e con le principali piattaforme cinesi per implementare la promozione del turismo proveniente dall'Oriente.

Quali sono i principali mercati internazionali su cui ENIT sta concentrando i suoi sforzi per promuovere il turismo italiano?

Stiamo aprendo l'Italia a nuove frontiere del turismo emergente altospendente. Inoltre sono ripresi i rapporti con la Cina, per favorire l'incontro tra le imprese dei due Paesi, ENIT ha sviluppato una piattaforma B2B su WeChat, la principale applicazione digitale cinese, e l'ha lanciata proprio in occasione del roadshow, raccogliendo un elevato numero di iscrizioni da parte dei buyer cinesi che hanno partecipato alle prime tappe di Pechino e Shanghai.

Come vede l'evoluzione del concetto di "esperienza turistica" e in che modo ENIT sta cercando di offrire esperienze uniche ai visitatori?

Riconoscere la presenza di più turismi e favorirne le esperienze correlate in base a target e connotazioni della destinazione è il primo passo per sviluppare viaggi personalizzati che tengano conto quindi non soltanto di esigenze omologanti ma di fluttuazioni che sono sensibili ad una linea strategica di programmazione. Sviluppare prodotti turistici con un appeal come può essere per esempio quelli legati all'enogastronomia o anche alla cicloturismo permette di diversificare l'offerta non relegandola soltanto al turismo culturale delle città d'arte con congestione dei flussi. Italia non solo esperienza di viaggio ma anche culla della cultura: molti turisti internazionali sono giovani che vengono a formarsi in Italia e molti genitori (tra cui quelli kazaki vedono l'Italia come meta formativa

In che modo ENIT collabora con le diverse regioni italiane e le parti interessate per massimizzare l'impatto delle iniziative turistiche?

Enit gioca un ruolo centrale, di cabina di regia tra le regioni non solo coordinando con il consiglio federale, che è un organo permanente da statuto, tutte le attività promozionali a livello regionale in modo da renderle uniformi ma anche attraverso azioni e campagne mirate coinvolgendo con il clubitalia le singole regioni e creando campagne promozionali ad hoc.

Come ENIT sta sfruttando l'innovazione tecnologica e le piattaforme digitali per raggiungere e coinvolgere i potenziali turisti?

L'evoluzione degli scenari turistici impone la costruzione prima di tutto di un prodotto turistico coerente con il territorio e che tengano conto dei nuovi strumenti della tecnologia. I nuovi modelli sono ibridi e investono su Google, sui social, sugli influencer, su una movimentazione online degli appuntamenti e sullo

storytelling coinvolgendo più target contemporaneamente. In questo senso i nuovi format di eventi vedono aziende e soggetti pubblici interagire per una strategia che contempli i contenuti digitali. Lo facciamo attraverso sistemi integrati del turismo e implementando piattaforme di condivisione e diffusione dei dati nonché attraverso sistemi di data analysis.

Quanto conta per il nostro paese il Turismo del Lusso e quali interventi ENIT pensa di intraprendere per questo settore del turismo che sta trainando economicamente diversi settori merceologici?

L'Italia si presta ad ogni tipo di ospitalità e i prezzi sono i più variegati. Ce n'è per tutti i gusti e target. Ma è anche uno dei simboli del turismo luxury e risponde alle richieste di un mercato altospendente che ricerca qualità e specificità uniche e che impegnano economicamente. Ogni anno prendiamo parte e organizziamo eventi internazionali in partnership per esempio con duco e Virtuoso nonché siamo main sponsor delle fiere interazionali principali del settore come Iltm.

L'enoturismo è uno dei trend degli ultimi tempi. In che modo ENIT sta affrontando l'espansione di questo settore del turismo italiano e quali strategie adotterà per promuovere all'estero il turismo del vino?

Stiamo instaurando come Enit un dialogo e una collaborazione per poter proporre itinerari e destinazioni sinergici con quanto già offerto nel nostro Paese, tra patrimoni di memorie e di tradizioni che meritano una nuova luce e veste in linea con i tempi per la valorizzazione e promozione turistica di uno sconfinato bagaglio di ricordi ed emozioni condivise. Chi verrà nel nostro Paese vorrà vivere un'autentica esperienza

di vita italiana apprezzando la nostra arte, le bellezze naturalistiche, visitando i nostri musei, scoprendo i nostri borghi, assaggiando le ricette tradizionali della nostra cucina. Il turismo enogastronomico è uno dei comparti che ha mostrato significativa capacità di adattamento e conversione. Si tratta di un turismo in evoluzione che investe sulla centralità della sostenibilità e diventa un altro piccolo grande tassello nel programma di rilancio dell'economia turistica del Paese e di conversione positiva del settore. In questo senso è un turismo di formazione, informazione e trasformazione. Continua l'opera di Enit di creazione di networking strutturati a livello internazionale sviluppando la brand identity di ogni singola

destinazione anche la più piccola. Fondamentale in questo il ruolo promozionale delle sedi estere Enit, un presidio sul territorio per accrescere l'interesse dei mercati internazionali verso una delle espressioni più peculiari dell'Italia che è appunto l'enogastronomia.

Altro settore, che quest'anno è sotto i riflettori per l'imminente Ryder Cup a Roma, è il turismo golfistico, poco considerato da chi si occupa di turismo in Italia ma dal grande potenziale. Quali interventi e strategie in questo ambito intraprenderà ENIT e qual è il suo pensiero in merito?

Enit è partner della Ryder Cup e da anni sviluppa il filone del turismo golfistico. Ha preso parte all'appuntamento internazionale Igtm nel 2022 ovvero l'International golf travel market in vista della Ryder Cup prevista nel 2023 a Roma. Se l'Agenzia Nazionale del turismo che promuove nel mondo l'incoming verso l'Italia ha voluto fortemente, in sinergia con la Federazione Italiana Golf, Regione Lazio e Convention Bureau Roma e Lazio e Fiera di Roma, l'approdo nel nostro Paese del più importante evento di promozione del turismo golfistico a livello internazionale in programma quest'anno al Celtic Manor Resort di Newport (Galles, Regno Unito) dove l'Agenzia nazionale del turismo ha messo in contatto 180 buyer con centinaia di sellers e enti locali e ora Enit sarà anche partner della Ryder Cup.

Secondo la Sua esperienza come sarà il turismo del futuro?

Il turismo è uno dei comparti che ha mostrato significativa capacità di adattamento e conversione. Si tratta di un turismo in evoluzione che investe sulla centralità della sostenibilità e diventa un altro piccolo grande tassello nel programma di rilancio dell'economia turistica del Paese e di conversione positiva del settore. In questo senso è un turismo di formazione, informazione e trasformazione. Strutturare l'attività turistica adattandola ai cambiamenti che ci circondano e rendendola un sistema finalmente "visibile" a livello macro economico. E' il momento di abbracciare un modello strategico di sviluppo che crei legami tra i territori, tra le mete geografiche in modo da tratteggiare uno storytelling ideale a formare l'impalcatura turistica del Paese affermando la propria identità e immagine sul mercato internazionale attraverso sistemi integrati di risorse e di attrattive turistiche. Con l'aumento della qualità dei servizi e l'applicazione dell'innovazione tecnologica all'impianto turistico si formeranno non soltanto nuovi canali di facilitazione dell'accesso al turismo ma anche di input nuovi per invogliare al viaggio in Italia. Tutti i territori devono essere chiamati a far parte di questo progetto per mettere a sistema risorse, idee e percorsi con uno sviluppo strutturale organizzativo osmotico, ciascuno con la propria peculiarità ma in maniera congiunta senza contrapposizioni. Il ruolo di Enit è fondamentale come cabina di regia e strategia nella cura della crescita degli operatori locali, delle sinergie istituzionali della pianificazione e per ottenere - mi lasci passare il termine - quella "complicità turistica" che deve tramutarsi in un sentire e agire comune e che ci consente di divenire realmente il sistema Italia.

