

Franceschini all'ITB: Germania mercato principale con 53 mln di presenze

notizia pubblicata 09 Marzo 2017 alle ore 11:40 nella categoria Turismo



L'Italia è il quinto paese più visitato al mondo, ma è diventata la prima destinazione fra i turisti extra-europei che visitano i Paesi dell'area Schengen (cinesi, giapponesi, australiani, americani, canadesi e brasiliani). È il Paese più fotografato su Instagram, con ben 54,4 milioni di immagini taggate con l'hashtag #italy. E Italia.it ha la pagina Facebook con l'engagement più alto in Europa con 31,3 mila interazioni totali a settimana. Così il Belpaese si è presentato alla giornata di apertura della Itb di Berlino.

Il padiglione realizzato da Enit, in cui sono presenti 17 regioni, con una visione unitaria che permette a tutte le realtà di mostrarsi sotto il segno dell'Italia, è l'esempio della nuova strategia. Un biglietto da visita decisivo: per l'Italia la Germania è il mercato più importante, con 10,9 milioni di arrivi nel 2016 e 53,3 milioni di presenze (le notti di pernottamento), secondo i dati forniti dall'Enit. La spesa turistica dei tedeschi in Italia è cresciuta dal 2015 al 2016 del 5% (fonte Bundesbank). Quasi il 50% dei turisti tedeschi proviene da Baviera e Baden-Wuerttemberg, i due Länder meridionali. Le regioni italiane più visitate sono Trentino Alto Adige, Veneto, Lombardia, Toscana ed Emilia e 8,6 è il lusinghiero voto dato dai visitatori tedeschi all'ultimo viaggio effettuato in Italia.

Ecco perché l'Enit ha individuato nella Germania e nel mercato tedesco un'area strategica. Consolidare i mercati maturi è una priorità ed è proprio con questo obiettivo che vanno lette due novità: una innovativa comunicazione digitale e social per intercettare il turismo disintermediato e l'apertura, a breve, delle filiali

Enit a Monaco di Baviera e a Berlino grazie al supporto dell'Ambasciata tedesca in Germania.

“È un turismo ancora di tipo tradizionale ma che si sta velocemente evolvendo”, ha osservato Fabio Lazzerini dell'Enit. E si punta sui tedeschi per valorizzare luoghi finora poco frequentati, attraverso il legame con cultura, enogastronomia e turismo sostenibile. Ecco perché l'Enit ha sviluppato, tra tradizione e innovazione, una specifica strategia promozionale per i borghi italiani proprio nell'Anno dei Borghi voluto dal ministro Dario Franceschini.

“L'Italia possiede un considerevole patrimonio culturale diffuso sul territorio – ha sottolineato Franceschini – è riconosciuta e apprezzata nel mondo per la moda, la cucina, il design e per il suo modo di vivere. Questo ci rende una delle mete turistiche più desiderate, un potenziale immenso che deve e può essere sfruttato attraverso una promozione condivisa del Paese”.

Per l'edizione 2017 di ITB presente l'offerta turistica di 17 Regioni: Basilicata, Calabria, Campania, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Piemonte, Toscana, Umbria, Emilia Romagna, Puglia, Trentino, Sicilia, Alto Adige, Veneto e Sardegna. Presenti inoltre alcune tra le maggiori realtà italiane operanti nel settore.