"Web e collaborazioni con i vettori per l'Enit del futuro" dice Radaelli. Malgrado il flop di Italia.it

Abbagliato, forse, dalla maestosità della presentazione di **Malpensa dell'A330 della "nuova" Alitalia targata Etihad (**vedi qui il resoconto della presentazione**,** qui il film della giornata **e** qui le precisazioni del ceo di Etihad James Hogan**)** , il commissario straordinario dell'**Enit, Cristiano Radaelli**, afferma che "bisogna che l'Enit riannodi maggiormente i rapporti con il vettore nazionale, così come succede anche negli enti dei paesi a noi limitrofi". Che, però, a differenza nostra, non disdegnano accordi anche con il mondo low cost, come succede in Spagna con Vueling o , addirittura, con Ryanair, in Gran Bretagna con Jet2.com o in Olanda con Transavia.com.
"Ma questo Governo crede nel turismo e nello sviluppo sia di Malpensa che di Fiumicino – spiega Radaelli -. Noi stiamo lavorando al nuovo contratto civilistico per l'Enit, che dovrà esser pronto entro il 28 novembre. Inoltre, ci siamo presi carico del portale **Italia.it,** per il quale, purtroppo, devo registrare le dimissioni di Di Corinto (vedi la notizia). Ma sul web ci crediamo molto. Dobbiamo crederci". Anche perché il turismo ormai passa da lì, non solo per gli acquisti ma soprattutto per recuperare informazioni e per esser inspirati. "Siamo contenti dei miglioramenti che abbiamo fatto, ma ciò non basta" dice Radaelli, che parla dal punto di vista contenutistico, ma anche dalla crescita sui social che, come racconta oggi in un articolo sul Corriere Gian Antonio Stella, "Su Facebook il portale è cresciuto da zero a 229 mila fans e su Twitter da zero a 67 mila follower. Ma tutto senza fondi e grazie alle capacità dei ragazzi che ci hanno lavorato (senza stipendio si è venuto a sapere, ndr). Per la campagna turistica d'autunno l'**Irlanda del Nord** ha stanziato un mese fa 9 milioni e mezzo di sterline. La **Croazia**, sulla campagna di quest'anno *Visit Croatia, Share Croatia*, ha messo 7 milioni e mezzo. La **Gran Bretagna**, soltanto sui social network considerati fondamentali per la politica turistica in questi anni ha investito 25 milioni di sterline. E noi? Zero". Zero, o quasi, come i fondi che si trova a gestire l'Enit. Perciò Radaelli sta parlando un po' con tutti i soggetti che si occupano di promuovere l'Italia all'estero: dalle regioni, "per le quali dobbiamo tornare ad essere un maestro d'orchestra", all' **Expo** o al suo braccio promo-commerciale **Explora**. Insomma Enit parla con tutti, magari non tanto sui social come scrive Stella, ma Radaelli ci crede: "rifonderemo l'Enit. Perché questo paese ha bisogno di ritornare a crescere sul turismo".