Svuotare e riempire: nella strategia dell'Enit web, golf e spiagge

Svuotare e riempire: questa la strategia dell'Enit, che punta su **golf** e **spiagge** per promuovere il turismo in Italia, ovviamente sfruttando il web per far conoscere il tutto. Sotto la presidenza di **Evelina Christillin** la missione dell'ente si rinnova valorizzando le nicchie ancora sottoutilizzate. E 'Svuotare e riempire' è la parola d'ordine per 'ripulire' l'Ente fondato 97 anni fa, ora quasi svuotato di personale e regolarizzato con nuovi contratti, mentre 'riempire' significa catturare i **turisti stranieri** interpretandone i flussi di arrivo, potenziare alcune aree, puntare su promozioni tematiche, e approfittare della favorevole congiuntura del turismo domestico.

Nel mondo ci sono 80 milioni di persone che praticano il golf, riferisce la Repubblica, e gli eventi legati a questo sport producono un giro d'affari di 2 miliardi di dollari l'anno. Il golf in Italia è la 5a attrazione sportiva per arrivi, ed è praticato da chi spende il doppio di un turista tradizionale. E "l'Italia ha 385 club nazionali e 104 club a vocazione turistica - spiegano all'Enit - Senza dimenticare che un campo da golf genera una media di 100 posti di lavoro, con benefici per tutto l'indotto".

Altro campo di intervento di 'riempimento' sarà la promozione delle spiagge, che avrà come obiettivo prevalentemente la **Russia**, sfruttando le chiusure dei TO verso Turchia ed Egitto.

La comunicazione ovviamente avverrà tramite web ottimizzato per i dispositivi mobili: il 65% dei viaggiatori in Europa infatti ricerca voli tramite il proprio **smarthphone**, e il 25% finalizza l'acquisto con il dispositivo. "Spinta forte quindi - spiega **Fabio Lazzerini**, consigliere delegato Enit - sui **social network**, con You Tube e Google usati per la diffusione dei video, destinati a 4 categorie anagrafiche: silent, baby-boomers, xgeneration e millenials".

Una strada obbligata, dunque, dal momento che nel mondo ci sono 3,42 miliardi di utenti attivi su internet e 2 miliardi di utenti attivi sui social. Di questi, il 91% ha prenotato online almeno un prodotto o servizio negli ultimi 12 mesi, e il 42% utilizza un dispositivo mobile per pianificare o informarsi.