La nuova Enit non va in ferie: al lavoro già dal 25 luglio per la nuova strategia digitale

Non c'è tempo da perdere per il turismo in Italia: dopo aver annunciato il 14 luglio scorso il piano triennale 2016-2018 **Enit** sarà subito al lavoro per metterlo in pratica, a partire dalla nuova strategia digitale che vedrà impegnata in prima fila come "direttrice al Digitale e all'innovazione" una dei principali esperti del panorama italiano: **Roberta Milano**, co-fondatrice di BTO Educational e che di turismo è docente universitaria nonché consulente in marketing di diverse destinazioni italiane (le ultime in ordine di tempo sono le regioni Lazio e Basilicata).
Roberta Milano prenderà servizio in Enit il prossimo **25 luglio** e avrà un compito denso di aspettative: creare una efficace strategia digitale per la destinazione Italia.
"So perfettamente che dietro tanto affetto ci sono aspettative e responsabilità da far tremare le vene e i polsi - ha spiegato Roberta Milano su Facebook rispondendo ai numerosi messaggi di congratulazioni - Metterò tutta la competenza e la passione di cui sono capace nel lavoro che sta per iniziare".
"Il nostro ecosistema digitale" ha spiegato il consigliere Enit **Fabio Lazzerini** "è basato su una stretta sinergia fra la Redazione ENIT-Italia.it, le Redazioni Regionali e le Sedi Estere dell'ENIT, che consente la creazione e la promozione di contenuti condivisi fra i quali ciascuna sede estera può selezionare quelli più interessanti e pertinenti per il proprio mercato di riferimento. Mentre si stimola la conversazione e la condivisione sui social, promuovendo l'Italia, si valorizzano anche i contenuti creati dagli utenti, trasformandoli in ambasciatori digitali del nostro Paese."
Il prossimo 27 luglio, invece, si riunirà per la prima volta il **Consiglio Federale**, rappresentativo delle Agenzie Regionali per il Turismo con funzioni progettuali e consultive. ENIT, in questo modo, intende presentarsi insieme alle Regioni in maniera coordinata e più razionale nei mercati esteri.
Sono 9 i cluster individuati da Enit per concentrare i propri sforzi di promozione:

- natura, aree protette e paesaggi naturali;
- borghi e patrimonio immateriale;
- cultura diffusa, poli museali minori e spettacolo;
- cammini e itinerari religiosi;

- food e itinerari del gusto;
- luxury;
- MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Events);
- salute e benessere della persona;
- sport e grandi eventi (come Ryder Cup, Roma 2022).

  Fabio Lazzerini ha spiegato le direttrici su cui si svilupperà la strategia promozionale di Enit: "Bisogna anzitutto **consolidare i mercati avanzati di Europa e Nord America** da cui provengono l'80% dei turisti, attraverso un marketing differenziato e generazionale, intensificando la rete diplomatico-consolare del MAECI".

  Non bisogno poi dimenticare il turismo domestico "che rappresenta oltre la metà dell'intero movimento. La Lombardia è il primo bacino di flussi; seguita da Lazio, Veneto e Piemonte. Per implementare questo mercato occorre destagionalizzare le destinazionie supportare la promozione dei territori su base interregionale".

  "Le economie emergenti come Cina, India, Corea, Emirati Arabi, Messico, Brasile e Argentina – ha concluso - rappresentano sempre più **i nuovi bacini dell'outgoing mondiale**: è necessario rafforzare la presenza di uffici ENIT e le partnership con le eccellenze del Made in Italy."

  ENIT è infatti oggi presente in Europa in 9 città (Francoforte, Londra, Parigi, Vienna, Mosca, Madrid, Stoccolma, Bruxelles e Lisbona) e intende aprire altre 4 sedi nel Vecchio Continente: Amsterdam, Berlino, Monaco di Baviera e Varsavia. Nei Paesi extra-europei, invece, ENIT possiede 12 sedi (Pechino, Tokyo, Seoul, Dubai, Mumbai, Sydney, New York, Chicago, Los Angeles, Toronto, San Paolo, Buenos Aires) e in programma ci sono 3 nuove aperture: Shanghai, Città del Messico e **Bangkok** (Thailandia, Laos, Cambogia).

  Un programma che fra l'altro è in tema con un noto tormentone estivo

  https://www.youtube.com/watch?v=GCPQ6_F-xfo