Enit al World Travel Market. L'Italia piace (quasi) a tutti

Dal 7 al 9 novembre al **World Travel Market di Londra Enit** presenta l'offerta turistica di un Paese che piace a tutti. O quasi. Secondo il **Country Brand Index di FutureBrand**, la classifica basata sull’immagine dei principali Paesi a livello mondiale, **l’Italia** è infatti al 1° posto per turismo e cultura, non per nulla ha il più alto numero di siti Unesco nel mondo (51) e il maggior numero di prodotti DOP, IGP e STG in Europa (285). E suscita l'82,4% di sentiment positivo da parte dei viaggiatori stranieri che l'hanno visitata. Guardando al Regno Unito il sentiment positivo nei confronti dell'Italia è superiore alla media (85,1%). Un appel che nel 2015 si è concretizzato con l'incremento del 20% di turisti inglesi nel nostro Paese, che hanno speso il 21% in più e registrato + 22% di pernottamenti. Le Regioni preferite dai britannici? Veneto, Campania, Toscana, Lazio e Lombardia (dato Istat 2015).
Si tratta di un mercato importante, riporta Quifinanza, con un 63,8% di cittadini che viaggiano abitualmente all’estero, di preferenza in Spagna, Francia e Italia (dati Office for National Statistics ed Eurostat), e si confermano i migliori big spender europei (dato Banca d’Italia 2015).
Incrementare la spesa media e il numero dei turisti, non solo britannici, sviluppare piani di turismo sostenibile e sfruttare al meglio gli strumenti e i linguaggi del digitale in termini di analisi, conoscenza e comunicazione, sono perciò gli obiettivi del **Piano Triennale 2016-2018 di Enit**. Che alla manifestazione londinese si presenta con un padiglione espositivo centrato su temi specifici quali enogastronomia, sport, cultura, grandi eventi, paesaggi e scenari naturali, e racchiude l’offerta turistica di Trentino, Friuli Venezia Giulia, Piemonte, Lombardia, Piemonte, Campania, Lazio, Umbria, Calabria, Marche, Sicilia, Sardegna, Puglia, Emilia Romagna, Veneto e Toscana.