L'Italia all'ITB di Berlino: 17 Regioni e i Borghi più belli d'Italia per consolidare il mercato tedesco

Il Ministro dei Beni Culturali e del Turismo, **Dario Franceschini**, ha inaugurato ieri i lavori presso lo stand **ENIT** alla fiera **ITB di Berlino**. L'edizione 2017 della manifestazione berlinese presente l'offerta turistica in un unico padiglione di 17 Regioni italiane (mancano all'appello solo Abruzzo, Molise e Valle d'Aosta).
La presenza del Ministro ha evidenziato l'importanza strategica del mercato tedesco nel turismo italiano. Un settore che in Italia vale il 10,2% del PIL e l'11,6% dell'occupazione.

I tedeschi e l'Italia

La spesa turistica dei tedeschi in Italia nel 2016 ha visto un +5% rispetto al 2015 a conferma di un amore verso il nostro Paese che dura nel tempo.
Le regioni più visitate secondo i dati Istat sono state Trentino Alto Adige, Veneto, Lombardia, Toscana e Emilia Romagna mentre i principali Länder di provenienza dei turisti tedeschi in Italia sono Baviera (33,8%) e Baden-Württemberg (21,3%).
L'Italia è saldamente la seconda meta turistica per i tedeschi con un market share del 7,9% (fonte: Stiftung für Zukunftsfragen BAT "Tourismusanalyse" 2016) ma è importante evidenziare il primato assoluto come meta enogastronomica (fonte: WTFA World Food Travel Association - "Food Travel Monitor 2016").
Il pubblico tedesco manifesta un'attenzione crescente anche verso itinerari meno conosciuti e più sostenibili: accanto alla consolidata - e importantissima - domanda di turismo montano, culturale e balneare, si è sviluppata una domanda di prodotti turistici nuovi.

L'anno dei Borghi

Anche per questo ENIT ha sviluppato una specifica strategia promozionale per i borghi italiani proprio nell' "Anno dei Borghi" voluto dal Ministro Franceschini.

Nell’ambito di questo progetto Enit ha rinnovato la convenzione con l’Associazione “I Borghi Più Belli d’Italia” ed ha avviato, in collaborazione con le Regioni e le sedi estere, una serie di azioni con particolare attenzione all’uso degli strumenti digitali. Ciò ha dato vita ad una strategia social condivisa, con la creazione della campagna #italianvillages che dall’inizio dell’anno ad oggi ha generato 11,2 milioni di impression totali (sommando Twitter, Instagram e Facebook).
Per promuovere **l’Anno dei Borghi** e i valori sottostanti sui diversi mercati di riferimento, il programma delle attività per il 2017 delle sedi estere di ENIT prevede anche una fitta serie di iniziative: presentazioni e conferenze per trade e stampa, workshop e incontri mirati con gli operatori, educational tour in collaborazione con le Regioni, viaggi stampa per giornalisti e tour per blogger, contest sui social media e attività promozionali per il grande pubblico.
“L’Italia possiede un considerevole patrimonio culturale diffuso sul territorio – ha dichiarato il **Ministro 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, come dimostra il padiglione realizzato da Enit insieme alle Regioni con una visione unitaria che permette a tutte le realtà di mostrarsi sotto il segno dell’Italia".
“ENIT continua ad investire all’estero, dove la nostra presenza rappresenta davvero un asset fondamentale per la promozione del nostro Paese. Proprio in Germania verrà riaperta l’antenna di Berlino e, presso il Consolato, la sede di Monaco di Baviera, in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri. Quando parliamo di turismo parliamo a tutti gli effetti di un ampio settore economico caratterizzato non solo dalle istituzioni, ma anche dal mondo dell’impresa. La Germania è il nostro principale cliente, è il paese che da solo ci porta 53 milioni di presenze" ha aggiunto **Fabio Lazzerini**, Consigliere Delegato ENIT.