Inizia il WTM 2018: Enit taglia il nastro del padiglione Italia

Enit ha tagliato il nastro dello stand Italia al **World Travel Market** di Londra nel primo giorno dell'edizione 2018 della fiera del turismo internazionale. Il compito è toccato all'ambasciatore italiano a Londra Raffaele Trombetta.

“Il turismo è sempre più strumento strategico per la crescita sostenibile del sistema-Paese ed è in questa direzione che Enit sta volgendo investimenti e progetti. Il mercato Uk mostra una crescita media annua del +3.6% con una variazione 2017/2010 del + 28,2%. Le principali destinazioni si confermano quelle di Veneto, Campania e Lombardia ma resta prima per spesa il Lazio. Le entrate in Italia dal turismo britannico ammontano ad oltre 3 miliardi di euro in crescita del +4,5 dal 2017/2016. Anche il primo semestre 2018 vede crescere del +10,2 % la spesa in Italia dal Regno Unito, +1,2% la spesa pro-capite rispetto al primo semestre 2017” ha spiegato il Direttore Esecutivo Enit in carica **Giovanni Bastianelli**.

“Alla base della strategia per il prossimo triennio”, continua **Maria Elena Rossi**, Direttore Marketing e Promozione Enit, “c’è la valorizzazione del turismo slow e active, coinvolgente per il turista e rispettoso per il patrimonio, unita a un progetto che cavalca la risonanza di tre grandi nomi della storia della cultura italiana che si stima potrebbe portare ad una crescita annuale del +2% della spesa turistica”.

Personalità con la forza comunicativa di veri e propri brand in grado di influenzare le scelte di viaggio e quindi incidere in modo significativo sull’incoming. Il progetto LRD Centenaries- Matching Italic People, sviluppato a partire dalle celebrazioni di tre centenari, il V della morte di Leonardo da Vinci (2019) e di Raffaello Sanzio (2020) e il VII di Dante Alighieri (2021), punta sull’offerta ad essi collegata (luoghi, eventi, opere) per intercettare gli oltre 250 milioni di “italici”* nel mondo, appassionati di cultura e stile di vita italiano, e le 170 milioni di persone che frequentano all’estero corsi di italiano, lingua della cultura ma anche di altri, cruciali comparti.

Questo approccio, che punta ad una nuova lettura delle mete più battute insieme allo sviluppo di aree dal forte potenziale, rappresenta il focus sul quale Enit ha sviluppato la massiva campagna b2b e b2c #cherishitaly, Live in the moment che sta penetrando il tessuto urbano di Londra e del Regno Unito e che prevede spazi sulla piattaforma pay tv Sky e su bus, taxi, stazioni della metropolitana, in Oxford

Street e nelle arene The O2 e Wembley.
World Travel Market è per Enit anche occasione per presentare la preview di un **nuovo progetto di virtual reality** realizzato con video emozionali che consente all'utente, tramite una app, di vivere in modalità immersiva ed innovativa il patrimonio, il food e il lifestyle italiani.
All'interno dello spazio espositivo, si susseguiranno, con il coordinamento di Enit, alcuni interessanti appuntamenti a cura delle singole regioni. Regione Lombardia sarà protagonista di due conferenze stampa: una insieme al Comune di Milano sulla celebrazione del cinquecentesimo anniversario della morte di Leonardo Da Vinci, e una insieme alla Regione Puglia per presentare il progetto "Double Your Journey". La Regione Marche invece organizzerà in collaborazione con Easyjet una conferenza stampa sulle novità dell'offerta turistica, confermando anche per quest'anno la tratta aerea Ancona-London Gatwick. La Regione Campania è attesa con un evento dedicato al lancio di una nuova guida, mentre Anacapri sarà protagonista di un evento di Networking, così come la Regione Piemonte. È prevista anche la conferenza stampa dell'Associazione Borghi con argomento le nuove proposte di turismo in Italia e una conferenza stampa della Regione Calabria dedicata ai tanti benefici della Dieta Mediterranea.