Accordo Enit-Netflix: film e serie tv come risorsa turistica

foto-accordo-enit-netflix-2022-ce35b3a4

Enit e Netflix hanno siglato un protocollo d'intesa per rafforzare il legame tra la produzione audiovisiva in Italia e la promozione turistica del Belpaese.

La ricerca internazionale presentata durante l'edizione 2022 di Bit e condotta da Basis per conto di Netflix, dimostra che film e serie tv rappresentano un volano per l'immagine dell'Italia nel mondo e hanno il potenziale di attrarre turismo nel nostro Paese.
Lo studio, condotto su un campione rappresentativo della popolazione in 6 paesi tra cui Brasile, Francia, India, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti, rivela, infatti, che per le persone che hanno guardato contenuti italiani, la probabilità di considerare l'**Italia come la propria prossima destinazione turistica** è doppia rispetto a chi non ha visto contenuti italiani. Un aspetto particolarmente rilevante è che il risultato riguarda anche coloro che non hanno mai visitato l'Italia: l'87% delle persone che hanno guardato contenuti italiani hanno dichiarato il proprio interesse a visitare l'Italia - contro un 67% di persone fra coloro che non hanno visto contenuti Made in Italy.
Gli aspetti dell'Italia maggiormente apprezzati da coloro che hanno guardato contenuti italiani sono la **storia, la cucina e la cultura**. La ricerca rivela anche che le persone che hanno Netflix nei paesi oggetto di misurazione hanno il 50% di possibilità in più di aver visto contenuti italiani, rispetto a chi non ha Netflix.
"*L'indagine conferma il potere attrattivo ed empatico delle immagini e dei racconti per promuovere il turismo ed incoraggia la collaborazione tra Netflix e Enit, in uno spirito di reciproco rimando per contribuire ad una nuova, esaltante scoperta dell'Italia*", ha detto **Tinny Andreatta**, vice presidente delle serie italiane di Netflix.
"*Un accordo che consente già di assaporare la carica innovativa che vorremmo imprimere al settore: lavorare con tutti i soggetti in grado di mobilitare in modo positivo le risorse del nostro brand*", ha commentato l'ad Enit, **Roberta Garibaldi**.