

«L'Italia del turismo riparte e tornano da Usa e Cina. Importante è identificarci con uno stile di vita unico»

Jelinic (**Enit**): non solo città d'arte, anche cibo e sport

Il Giro-E

di Luca Delli Carri

«Sono tornati gli americani. Solo a Pasqua le prenotazioni sono cresciute del 50% rispetto all'anno scorso, e parliamo del 25% del totale estero. È uno dei tanti segnali che l'Italia ha superato la pandemia».

Ivana Jelinic è il nuovo amministratore delegato di **Enit - Agenzia Nazionale del Turismo**, official sponsor con il Ministero del Turismo del team Italia.it al Giro-E. Come è cambiata la percezione del turismo mondiale verso il nostro paese dopo il Covid?

«In tema di viaggio la centralità dell'Italia è confermata. Ciò che è cambiato, è il modo in cui si vuole vivere la vacanza. C'è voglia di sperimentare, di un approccio più sostenibile a contatto con la natura, scoprendo località che prima non rientravano nei circuiti turistici. L'offerta deve quindi rispondere a una domanda sempre più esigente che chiede vacanze personalizzate. Il turista non subisce più la vacanza passivamente, fotografando opere e luoghi, ma vuole calarsi attivamente nel tessuto connettivo e sociale delle località. È in atto una trasformazione del turismo, che chiede ac-

cessibilità, digitalizzazione, innovazione e appunto sostenibilità».

Quali sono i paesi emergenti tra quelli che scelgono l'Italia per le vacanze?

«Il turismo italiano è composto per il 50% di viaggiatori internazionali, con una punta di turisti con alta capacità di spesa provenienti da Oltreoceano. In assenza dei russi, si sta puntando anche su mercati emergenti quali gli Emirati Arabi Uniti e il Kazakistan, ma intanto si registra il ritorno dei turisti cinesi, anche grazie alle procedure di accelerazione dei visti. Nel 2023 supereremo il 2019 in termini di flussi internazionali e c'è una ripresa totale del settore».

Quanto pesano i cinesi sulla bilancia del turismo?

«Nel 2023 in Europa, sulla base delle proiezioni del China Outbound Tourism Research Institute, è possibile aspettarsi circa 6 milioni di arrivi dalla Cina. Di questi ben 2 milioni dovrebbero riguardare l'Italia. Un dato confermato da uno studio **Enit**, su un campione di cittadini cinesi residenti nelle città di prima fascia e protagonisti di viaggi all'estero nel corso del biennio 2018-2019: l'Italia è la destinazione preferita in Europa per il 38% del campione, seguono la Svizzera con il 35% e la Francia con il 31%. Quando si parla di Italia, il cibo è al primo posto tra gli in-

teressi, con pizza e pasta a farla da padrone, assieme alle città più famose, come Roma e Venezia. L'Italia è anche sinonimo di moda e marchi di lusso, ma i cinesi nel 2023 guardano a mete prima non considerate, come per esempio la Sicilia, le Cinque Terre e le destinazioni balneari, in passato trascurate».

Qual è la strategia per rendere sempre più attrattiva l'Italia all'estero?

«L'Italia turistica procede spedita anche grazie alle misure messe in campo dal Ministero del Turismo e dal Governo con il Pnrr. La destagionalizzazione del turismo passa dall'identificazione del brand Italia con uno stile di vivere. Distribuire le fluttuazioni turistiche è fondamentale per il settore, come riconoscere la presenza di più turisti. Sviluppare prodotti di forte appeal, come quelli legati all'enogastronomia o al cicloturismo, permette poi di diversificare l'offerta, non relegandola soltanto al turismo culturale delle città d'arte».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Manager **Ivana Jelinic**, ad di **Enit - Agenzia Nazionale del Turismo**



Squadra Il Team di **Enit** nella corsa del Giro-E