

IVANA JELINIC

«IL TURISMO E LE DONNE UN BINOMIO VIRTUOSO»

L'ad **dell'Enit**: «Nel settore la presenza maschile ai vertici resta forte ma sono aumentate le imprese a conduzione familiare dove la guida femminile ha dimostrato di funzionare meglio con bilanci più floridi»

**«OPEN
TO MERAVIGLIA?
È LA CAMPAGNA
DI CUI SI È PARLATO
MAGGIORMENTE
E I DATI
LO DIMOSTRANO»**

FRANCESCO BISOZZI

N

el 2018 **Ivana Jelinic** è diventata la più giovane presidente nazionale di Fiavet, Federazione italiana associazioni imprese di viaggi e turismo, e alla fine dell'anno scorso è stata nominata ceo **dell'Enit**. «Sono concentrata nel creare nuove opportunità promozionali che guardino sempre agli operatori privati e li mettano in condizione di diversificare la loro offerta», racconta a *MoltoDonna*.

La numero uno dell'Agenzia del turismo italiano è particolarmente attenta al-

le nuove generazioni e alle donne. «Nel nostro settore - spiega - rimane forte la presenza maschile ai vertici. Questo la dice lunga sulla strada che abbiamo ancora da fare per una piena equiparazione dei ruoli e delle posizioni». Ma servono investimenti. «La Francia spende il triplo di noi per sostenere il turismo».

Ivana Jelinic, lei è amministratore delegato dell'Enit, un ente strategico soprattutto in un anno da record per arrivi e presenze dei turisti. I centro studi di settore indicano +6,2% in estate, grazie agli stranieri che in 4 mesi hanno superato il +43%.

«Parliamo di un ente con cento anni di storia, caratterizzati da momenti altalenanti. Di certo l'obiettivo al mio ingresso è stato quello di lavorare alla promozione dell'Italia turistica e all'apertura ai nuovi mercati. Sono concentrata nel creare nuove opportunità promozionali che guardino sempre agli operatori privati e li mettano in condizione di diversificare la loro offerta e soprattutto di destagionalizzare. C'è ancora da lavorare sui processi e la sburocrazizzazione per snellire e velocizzare le attività».

È appena tornata da un viaggio in Cina per rilanciare il turismo in arrivo da Pechino. Cosa ha detto ai suoi interlocutori? Perché il turismo cinese è così importante per l'accoglienza Made in Italy?



«La Cina per noi è un mercato strategico non solo per i numeri che esprime ma anche per la capacità economica. In un incontro con il mio omologo a Pechino abbiamo definito una strategia comune per intraprendere azioni incoraggianti tese a incentivare gli scambi turistici tra i due Paesi. Andandoci a sostenere reciprocamente con focus che consentano di superare differenze culturali e renderle un valore. L'Italia racchiude tutte le espressioni di ciò che ricerca un viaggiatore cinese dalla moda, al design, al food».

Secondo l'ultima indagine di Facile.it 9 milioni di italiani rinunceranno alle vacanze a luglio e ad agosto, ma in compenso le previsioni di Demoskopika parlano di 68 milioni di turisti quest'estate, in deciso aumento rispetto all'anno scorso. Quanto è importante il ritorno degli stranieri per un settore che nel 2019 fatturava il 13 per cento di Pil?

«I viaggiatori internazionali hanno grande incidenza sul successo del turismo italiano, permettono alla grande maggioranza delle nostre strutture di vedere numeri in crescita e un riempimento adeguato e questo è un elemento determinante che ci ha aiutato a uscire a testa alta dalla crisi post pandemica. Gli stranieri rappresentavano il 50 per cento delle presenze in Italia, un numero che ora è destinato a salire come ci restituiscono le prime proiezioni».

Il Covid e il caro bollette hanno messo a dura prova il settore. Quante aziende abbiamo perso?

«Il Covid ha messo a dura prova il nostro sistema turistico. Abbiamo perso tra il 15 e il 20 per cento complessivo delle aziende che operano nel settore. Ma c'è una nuova primavera che si sta affacciando con le nuove aperture. Insomma, il peggio

è alle spalle, però sicuramente i rincari e la pandemia hanno lasciato cicatrici nella filiera turistica».

Le imprese del turismo a conduzione femminile sono in aumento?

«Il settore del turismo vede oggi la presenza di donne in modo più massiccio rispetto ad altri comparti. Resta comunque forte la presenza maschile ai vertici. Questo la dice lunga sulla strada che abbiamo ancora da fare per una piena equiparazione dei ruoli e delle posizioni. Sicuramente negli ultimi anni si è visto un aumento delle imprese a conduzione familiare dove le imprese guidate da donne hanno dimostrato di funzionare meglio con bilanci più floridi e gestioni più virtuose. Il nostro auspicio è che nel futuro ci siano sempre più aziende guidate da donne preparate e capaci, che siano in grado di performare secondo le aspettative».

Sono passati due mesi dalla campagna "Open to meraviglia" che molto ha fatto discutere. Oggi farebbe qualcosa diversamente?

«Si tratta probabilmente della campagna di cui si è parlato di più in assoluto negli ultimi anni. Rimango convinta della scelta fatta e ne sono una fervente sostenitrice. E i dati lo dimostrano. L'accoglienza e la percezione che ottiene all'estero sono più che incoraggianti, c'è un apprezzamento diffuso. Teniamo conto che l'Agenzia nazionale del turismo italiano investe cifre minori rispetto ai propri competitor a livello globale. Già se pensiamo alla Francia è una nazione che investe tre volte di più».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ivana Jelinić,
amministratore
delegato
dell'Enit

*Una turista a Pompei,
tra i luoghi simbolo del turismo in Italia*

