

UPDATE: Grande successo per Sciocola' 2022: 100 espositori, 100 eventi e oltre 130mila visitatori per la kermesse più dolce dell'anno

[Home](#) / [e20express](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Industry](#) / [La nuova Enit si racconta agli Stati Generali...](#)



Industry

La nuova Enit si racconta agli Stati Generali del Turismo. Garibaldi: "Approccio data driven in un processo partecipato dai partner, la nostra rivoluzione". E per il 2023 il budget per la promozione raddoppia a quota 62 mln

Nel contesto dei cambiamenti importanti intervenuti nello scenario di riferimento, la convenzione con il Ministero del Turismo, per il triennio 2022-2024 ha assegnato ad Enit obiettivi sfidanti di cambiamento e trasformazione. A raccontarli in occasione degli Stati Generali del Turismo in scena a Chianciano Terme il 28 e il 29 ottobre, l'Ad Roberta Garibaldi

Enit, uno degli enti del turismo più antichi al mondo, in oltre un secolo di attività ha accompagnato la crescita e lo sviluppo del Paese Italia, mostrando ai visitatori stranieri le risorse e le bellezze della Penisola.

Questo il ruolo di Enit che nel corso degli anni ha cercato di interpretare i bisogni dei viaggiatori affrontando le sfide, sempre più complesse, di un **settore che oggi in Italia vale il 13% del Pil**.

Così l'ente ha intrapreso un percorso espansivo amplificato da ulteriori metodi e standard che vanno ad affinare il lavoro per infondere più valore e credibilità al brand Italia.

Nel contesto dei cambiamenti importanti intervenuti nello scenario di riferimento, la convenzione con il Ministero del Turismo, per il triennio 2022-2024 ha assegnato ad Enit **obiettivi sfidanti di cambiamento e trasformazione**.

Anche Enit ha la necessità di evolvere per rendere più utile e incisivo il proprio ruolo all'interno del sistema turistico nazionale, così come hanno fatto le altre National Tourism Organizations in adattamento ai cambiamenti degli ultimi 20 anni, ridefinendo il proprio ruolo e le proprie funzioni d'azione.

"Per realizzare questo obiettivo abbiamo fatto un lavoro approfondito, una profonda attività di analisi con l'obiettivo di raggiungere la piena comprensione delle esigenze di cambiamento poste dal contesto interno ed esterno, dalle persone che lavorano in Enit e dai principali interlocutori e partner dell'Agenzia" ha spiegato **Roberta Garibaldi, ceo di Enit** sul palco degli **Stati Generali del Turismo** andati in scena il **28 e 29 ottobre 2022 a Chianciano Terme**.

Mappatura, analisi e ascolto delle DMO italiane e delle Associazioni di categoria. E' stato fatto anche un confronto con quanto caratterizza le altre **National Tourism Organizations**, da cui ad esempio è emerso un dato interessante sui **budget**.

"Quando si analizzano i budget delle NTO dei diversi paesi, rapportandoli alle concrete situazioni di mercato, sembra chiaro che il budget investito dall'Italia sulla propria agenzia non è proporzionato alla sua effettiva quota di mercato, specie se posto in relazione agli investimenti effettuati dai competitor europei" continua **Garibaldi**.

Dal confronto tale investimento non sembra neppure essere proporzionato alle dimensioni effettive della forza lavoro impegnata dalla filiera turistica che, secondo Eurostat, per l'Italia corrisponde al 6% dell'occupazione nazionale (relativamente alla sola ricettività e ristorazione), come rimarcato del Ceo di Enit: "Noi abbiamo la minore incidenza di investimento rispetto al numero dei lavoratori. Enit è tra le agenzie che ha meno dipendenti rispetto alle altre NTO. Un plauso perché nonostante tutto hanno ottenuto risultati importanti. Con obiettivi sfidanti all'orizzonte risulta importante riuscire a rafforzare il nostro ente".

Per il **2023** il **budget** per la **promozione** a disposizione dell'ente raddoppia raggiungendo quota **62 milioni di euro**.

E' stata poi fatta una **mappatura interna dei processi in Enit** e da tutto questo lavoro è nata la **nuova Enit**. Da qui sono emersi asset importanti. Obiettivi che Enit intende raggiungere, emersi dal grande lavoro corale svolto insieme ai principali interlocutori e partner di Enit che hanno evidenziato la necessità di:

- chiarire la mission e ampliare il ruolo
- misurare e rendicontare i risultati
- condividere gli obiettivi e strutturare un maggiore il coordinamento tra Enit e Regioni e associazioni di categoria
- determinare nuovi ambiti di collaborazione
- lavorare in modo approfondito sulla business e marketing intelligence
- lavorare sulla trasformazione digitale

Per contribuire in modo determinante a rafforzare la competitività del turismo italiano, Enit deve essere sempre più un **ente fondato su una cultura di mercato e del risultato**, guidata dai **dati** e dalle **informazioni**, e **coordinata** fortemente con i propri **partner**

"Le direttrici del cambiamento che abbiamo definito sono proprio quelle di andare in quest'ottica. Quindi di cultura del risultato, di mercato e del dato, e quindi essere i dati e i numeri in un **approccio data driven in un processo partecipato**" spiega Garibaldi.

Da qui è nato un **nuovo assetto organizzativo**, con nuovi strumenti e processi di lavoro e un nuovo performance management system.

"Stiamo implementando un nuovo sistema di dati e informazioni rilevanti per Enit. Abbiamo riprogettato il nostro sistema di dati e informazioni, che ci consenta di monitorare la competitività del sistema, impostare e valutare le azioni, guidare le politiche di settore. Abbiamo ridefinito la nostra mission. Avendo a riferimento la sfida della competitività del sistema, abbiamo identificato obiettivi chiari e circoscritti e indicatori di performance. Il framework è il nostro nuovo quadro di riferimento per la programmazione, il coordinamento e il controllo strategico. Che ci aiuta a creare i piani strategici. Serve ad andare ad orientare le performance di Enit in rapporto agli obiettivi e alla competitività del turismo. Abbiamo posto al centro delle nostre riflessioni la competitività del sistema turistico, misurato come quota di mercato espressa in termini di spesa dei turisti nazionali ed internazionali" ha concluso il Ceo di Enit.

I SERVIZI DI ENIT PER LE IMPRESE TURISTICHE

Dove eravamo:

- Il Club Italia
- Photo Library già attiva, in ulteriore implementazione

Dove siamo:

- La Newsletter per rafforzare il network del turismo italiano
- Il Bollettino statistico e le Infografiche
- Lo Scouting delle opportunità di accesso ai finanziamenti
- Nuovo sito enit.it già on line, sarà definitivo tra due mesi
- Research Library on line tra 15 gg
- Dashboard con schede mercati esteri per febbraio
- Webinair di approfondimento sui mercati esteri
- Centro overtourism per febbraio
- Centro conferenze per aprile
-

Tra le novità un **nuovo layout per la sede centrale romana** a disposizione degli operatori turistici per presentazioni ed incontri.

Tra le **iniziative** messe in atto nel 2022 da Enit per promuovere l'Italia:

- la partnership con **Trenitalia**, con treni brandizzati Italia che percorrono le dorsali italiane
- l'accordo con **Netflix** per incentivare i film girati nel nostro Paese e ci sarà una sezione sul sito dedicata al cineturismo
- l'accordo con **Italian Film Commission** e con **Rai** che ha visto nascere le cartoline per Eurovision

MF