

- Elaborazione in **lingua portoghese** di un questionario destinato ai T.O. brasiliani per determinare la propensione nei confronti dell'Italia come destinazione turistica, da distribuire durante il convegno a Rio de Janeiro.
- Documentazione e preparazione di una presentazione multimediale sulla protezione della natura e sui parchi nazionali come elemento di spinta per il turismo internazionale, per intervento in Argentina.
- Rapporto sul turismo congressuale in Italia e nel mondo, predisposto **in lingua inglese**, e trasferito in presentazione "powerpoint" per intervento alla Borsa del Turismo Congressuale di Ginevra.
- Predisposizione della documentazione necessaria per intervento ai Convegni sul Turismo nel Mediterraneo, sul Turismo Lacuale, sul Turismo enogastronomico, sull'Occupazione nel Turismo Mondiale e sulla Domanda Turistica proveniente dai Paesi dell'est.

Inoltre, l'ENIT ha continuato ad assicurare alle regioni interessate il servizio di divulgazione, tramite TELEVIDEO RAI, dei dati nivometeorologici delle stazioni invernali italiane che vengono altresì diffusi tramite internet su [www.enit.it](http://www.enit.it).

#### **B) PUBBLICITA', EDITORIA E SISTEMI MULTIMEDIALI.**

E' proseguita la campagna inserzionistica e affissionistica del Giubileo 2000, mantenendo la promozione dell'immagine dell'Italia abbinata al grande evento del Giubileo, per consolidare la vocazione turistica dell'Italia e rassicurare i turisti/pellegrini sulla possibilità di godere di un piacevole e sereno soggiorno anche nei momenti di maggiore affluenza di visitatori.

Oltre alla definizione di un progetto complessivo relativo al Giubileo abbinato all'immagine Italia, l'ENIT ha effettuato inserzioni pubblicitarie e pubblicità promozionale sulle riviste "Tertium Millenium", "Magna Grecia" e "Gran Tour".

E' stata posta in essere la campagna promozionale ADAC ENIT Sommerservice 2000, in collaborazione con le Regioni Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Liguria, Marche e Lago di Garda allo scopo di fornire un bollettino di informazione e assistenza ai turisti tedeschi e al pubblico sullo stato delle acque balneabili, delle spiagge italiane ed altri eventi di rilevanza turistica.

L'ENIT si è inoltre occupato della realizzazione di un opuscolo, da diffondere nei Paesi di lingua tedesca, che ripercorre il famoso viaggio in Italia di Goethe mettendo a confronto le località visitate dal poeta con stampe d'epoca e attuali, di un pieghevole che sintetizza i dati del turismo italiano e della ristampa del volume "Ottantesimo dell'ENIT" in occasione della Conferenza Nazionale del Turismo.

Nel corso del 2000 l'Ente si è attivato per la predisposizione di una Collana Regionale di cui sono stati realizzati e sono in corso di realizzazione n. 13 volumetti della serie dedicata ad ogni singola Regione edita in collaborazione con le Regioni stesse che vi partecipano nella misura del 50%. In ogni volume sono stati trattati dei temi (informazioni utili sul territorio; ricettività alberghiera ed extralberghiera; informazioni su arte e cultura; informazioni su mare, monti, laghi, terme e turistico salutistico; congressi incentives, ecologia ambiente; sport, manifestazioni consolidate; trasporti, shopping, ecc.) con particolare attenzione ai targets che interessano vasti settori della domanda turistica estera (turismo per famiglia, agriturismo, associazioni professionali, turismo giovanile, terza età, handicap).

Nel campo audiovisivo l'ENIT ha continuato ad assistere giornalisti, Agenzie stampa e Tour Operators per la ricerca e per la fornitura del materiale fotografico, delle diapositive e delle videocassette. Per l'aggiornamento della propria fototeca, l'Ente ha indetto e aggiudicato una trattativa privata per la fornitura di n. 1000 diapositive con diritto di proprietà e la produzione di un CD/Rom contenente 1000 fotografie.

**C) COLLABORAZIONE CON ORGANISMI INTERNAZIONALI.**

Nel corso del predetto anno, l'ENIT ha mantenuto contatti istituzionali con gli Organismi internazionali del settore turismo.

**D) COMMERCIALIZZAZIONE.** L'attività dell'ENIT si è orientata a fare in modo che le varie Borse siano in grado di proporsi come "eventi di riferimento" di strategie progettuali di più ampio respiro, volte a rappresentare il momento centrale dei piani di attività dei relativi Club di prodotto. Rispetto al 1999 vi è stato un ampliamento dell'attività fieristica considerato che le partecipazioni a fiere specializzate coordinate dall'ENIT sono state 273 con un incremento percentuale pari all'11%.

In ogni caso l'ENIT ha razionalizzato le modalità di presenza operando una rigorosa selezione delle iniziative, inserendo nel Piano solo quelle in cui sussisteva un comprovato interesse di Regioni ed operatori, fatta eccezione per la Fiera Internazionale di Tel Aviv, di Istanbul e di Buenos Aires in occasione della FIT dove è stata garantita la presenza istituzionale privilegiando la partecipazione dell'ENIT al fine di valutarne la portata e il possibile ritorno in termini di promozione.

Da un consuntivo sulla vendita di servizi da parte dell'ENIT, si è registrato un incremento della richiesta dei servizi da parte delle Regioni ed un notevole aumento da parte dei privati.

- E) CLUB ITALIA.** Rispetto al 1999, i dati inerenti al Club Italia restano pressoché invariati, con la sola eccezione dei “servizi vari” legati alla mancata realizzazione di Art Cities Exchange (non realizzata per esigenze logistiche espresse in seno al Comitato tecnico).

Come già riferito nella precedente relazione, le nuove esigenze poste dai mercati della domanda hanno indotto l'Ente a superare il modello originario del Club Italia, i cui soci sono leggermente inferiori al 1999, e ad articolarlo in Club di prodotto. Nel 2000 sono stati elaborati gli Statuti dei Club di prodotto Laghi e Turismo Verde. Nell'ambito di tali club di prodotto si è partecipato, oltre che al Workshop dei Carriers a Palermo, a 4 borse tematiche in Italia riservate agli iscritti ai Club di prodotto e a fiere turistiche all'estero con stand riservato ai Club di prodotto, oltre vari allestimenti di vetrinistica presso le delegazioni e la realizzazione di una directory per ciascun club contenente le schede informative sull'attività dei soci ed informazioni generali sulle regioni d'Italia e sulla rete ENIT all'estero.

**F) RELAZIONI ESTERNE.**

L'ENIT, nell'ambito di un potenziamento delle strategie di comunicazione per richiamare l'attenzione sulle diverse realtà operanti a livello nazionale ed internazionale del turismo, ha intensificato i rapporti con le istituzioni e gli enti, le imprese e gli organismi pubblici e privati, le relazioni con i giornalisti e rappresentanti della stampa estera in Italia nonché la partecipazione a convegni.

conferenze stampa, riunioni, iniziative speciali, grandi eventi e a progetti per conto di enti, imprese e organismi pubblici e privati, commissioni e comitati.

In particolare, ha partecipato a gruppi di lavoro misti, sia pubblici che privati, con obiettivi specificamente mirati alla promozione dell'immagine dell'Italia all'estero, con particolare attenzione alla preparazione del Giubileo 2000, ha concesso numerosi patrocini e premi ENIT e utilizzato il Logo Italia per convegni, iniziative speciali di associazioni pubbliche e private.

A seguito della Convenzione, di cui si è precedentemente parlato nella relazione dell'anno 1999, sono continuati i contatti con le istituzioni che partecipano ai "Focus Group" in vista della realizzazione del "Conto satellite del Turismo" e si è partecipato al 5° Forum Internazionale delle Statistiche del Turismo di Glasgow (giugno 2000) dove l'ISTAT ha predisposto l'indagine rapida, la cui metodologia è basata sulla banca dati ENIT relativa agli alberghi italiani. Nella riunione a Vancouver (maggio 2001) verrà affrontato l'esame del Conto Satellitare del Turismo. La predetta Convenzione è diventata oramai una realtà operativa (nonostante una serie di ostacoli imprevedibili quali ad es: la direttiva dell'Unione Europea, già legge vincolante per lo Stato Italiano, che ha imposto una nuova stesura dei modelli statistici con l'inserimento di nuove nazionalità) che permette di individuare le tendenze dei flussi turistici in termini di nazionalità di provenienza, distribuzione territoriale e stagionalità, attraverso l'analisi del movimento turistico delle singole località di destinazione classificate secondo la loro caratteristica prevalente, consentendo così di valutare l'evoluzione dei vari prodotti turistici. La cooperazione con l'ISTAT permette all'ENIT di avere la fornitura, su supporto magnetico e con scansione trimestrale, dei microdati relativi ai modelli statistici permettendo di eliminare la possibilità di disorientamento da parte degli utenti di tali

dati e della necessità di interpretare i dati stessi per la costruzione di serie storiche attendibili. Inoltre, questa strada ha permesso all'ENIT di cessare l'attività di elaborazione delle statistiche del movimento turistico nelle strutture ricettive, lasciando il settore statistico all'ISTAT, per orientarsi verso le previsioni e le relative analisi di mercato. Pertanto, l'ENIT utilizza i dati, via via codificati dall'ISTAT, per la verifica e lo studio delle tendenze del mercato secondo i vari segmenti, scomposti a partire dalle nazionalità di provenienza per proseguire con l'analisi delle tipologie della domanda, sulla base del confronto di frazioni omogenee di anno in ognuna delle 6000 Unità periferiche, che possono in moltissimi casi essere classificate secondo tipologie turistiche, nel cui ambito, mese per mese, sono scomposte le nazionalità di provenienza (metodologia già usata dall'OMT nell'osservatorio periodico sul movimento turistico internazionale denominato "Barometro dei Viaggi e del Turismo").

In tal modo l'Ente, anche al fine di una corretta impostazione dei piani di spesa per la promozione, si è proiettato verso specifiche analisi della segmentazione del mercato, piuttosto che su dati di tipo censuario, dando inizio ad uno studio comparativo dell'offerta organizzata (relativo a 13 Paesi), basato inizialmente su una analisi comparata delle pagine dei cataloghi, e alla costruzione di una schedografia analitica relativa a 24 Paesi in cui sono analizzate tutte le variabili possibili finalizzate ad una ottimale politica promozionale.

Sono stati intensificati e consolidati i rapporti di pubbliche relazioni con i giornalisti e i rappresentanti della stampa estera in Italia.

In collaborazione con le Regioni, i vettori nazionali, gli operatori pubblici e privati, le Ambasciate, gli Istituti di cultura, etc., sono stati organizzati numerosi viaggi di studio per la stampa estera, anche in occasione di grandi eventi in Italia.

Si è intensificata l'attività di assistenza fornita alle Delegazioni ENIT all'estero nello svolgimento della loro attività di pubbliche relazioni e di ospitalità in occasione di educational tour e viaggi per giornalisti scrittori, editori, troupes televisive, fotografi, etc., mirati alla promozione e alla diffusione della immagine Italia.

### **G) INFORMAZIONE ALLA STAMPA ITALIANA E STRANIERA**

Tale attività riguarda in particolare l'informazione alla stampa italiana e straniera su ogni fase di attività dell'Istituto richiesta da Istituzioni, da Centri di ricerca, da Organizzazioni di categoria, Regioni, Enti, etc.

L'ENIT, inoltre, ha attivato un servizio di assistenza e informazioni alle Regioni riguardante la presenza dell'Italia sulla stampa estera attraverso la rassegna stampa, inviata dalle Delegazioni, che è una raccolta organica periodica dei ritagli stampa, divisi per Paesi e per tipi di intervento, nella loro traduzione con particolare attenzione agli articoli sul Giubileo.

Nello svolgimento di tale compito l'Ente ha provveduto a curare la ricerca e la diffusione di dati e di ricerche concernenti l'attività ordinaria dell'ENIT in Italia e all'estero, dopo aver svolto particolari indagini (presso gli Uffici centrali e le delegazioni estere) su manifestazioni, workshops, borse, attività promozionali, editoria, ricerche di mercato, statistiche, informatica, attività di delegazione, progetti speciali in corso, comitato tecnico ENIT-Regioni ed ENIT - Categorie.

In particolare, nel corso del 2000 sono stati curati gli aspetti connessi alla comunicazione e ai rapporti con la stampa italiana e anche internazionale in occasione di:

- n. 48 conferenze stampa e convegni, tavole rotonde e forum
- n. 55 comunicati stampa
- n. 120 interventi del Presidente, del CdA e del Direttore generale e 12 documenti relativi alla programmazione, alle indagini statistiche e congiunturali dell'Ente.

Gli interventi e i comunicati stampa sono stati raccolti in uno specifico Rapporto sulla attività di comunicazione istituzionale dell'ENIT.

Nel corso dell'anno, l'ENIT, oltre al controllo delle notizie diffuse sul sito speciale dell'Ente per il Giubileo, ha curato l'informazione telematica attraverso la redazione di quattro servizi informativi divulgati nell'ambito del sito istituzionale Internet della "comunicazione, la redazione di una rivista telematica mensile "ITALIA TURISMO ON LINE" (che anticipa avvenimenti culturali, mostre, eventi, notizie riguardanti l'ambiente e i trasporti e tutto ciò che può interessare l'utente italiano ed estero) e ha prodotto una serie di rassegne stampa quotidiane, mensili e annuali dell'ENIT nella stampa (L'ENIT NELLA STAMPA, ENIT ITALIA 2000, ENIT 2000 – Speciale Giubileo).

E' stato realizzato in collaborazione con l'ANSA uno speciale notiziario turismo, che si collega al sito dell'ENIT, con cadenza settimanale, redatto in italiano, inglese, tedesco, spagnolo e francese, e suddiviso in rubriche (leggi, trends, iniziative, appuntamenti, mostre, ambiente e Regioni).

Con cadenza settimanale è stato redatto uno "speciale con servizi di attualità e inchieste sui principali argomenti.

Il Giubileo dei Giovani è stato seguito "on line" fornendo anche i siti e le informazioni utili in collaborazione con la redazione del Vaticano.



Lo speciale Verdi è stato proposto in due versioni:

**annuncio** (a settembre), con il calendario anticipato degli appuntamenti in Italia, in collaborazione con le redazioni regionali e gli Enti culturali interessati (il teatro La Scala, il Maggio Fiorentino, ecc.);

**speciale Verdi** che è stato redatto in occasione dell'apertura della stagione scaligera con vari articoli (l'evento, l'intervista a Muti, il calendario degli spettacoli e le iniziative aggiornate al 2001).

Per l'alluvione che ha colpito la Val d'Aosta nei giorni dell'emergenza, le redazioni regionali hanno predisposto una serie di speciali turismo che hanno fornito "on line" informazioni sull'accessibilità della zona. Per tre settimane, in collaborazione con le redazioni regionali, sono stati predisposti altrettanti speciali sulla neve per una campagna di recupero d'immagine delle zone colpite, insieme ad una mappa dell'offerta del "pianeta neve" (iniziative, dati, novità, promozioni, etc.).

Le grandi mostre sono state oggetto oltre che di una agenda di servizi "speciali-cultura" con interviste, analisi critiche di esperti, elenco aggiornato di iniziative collaterali.

## **H) INFORMATICA.**

L'ENIT, nel corso del 2000, sotto le direttive e lo speciale monitoraggio dell'AIPA (Autorità per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione), ha continuato nella gestione e sviluppo del sistema informatico aziendale, unitamente al proseguimento di progetti destinati a potenziare la gamma dei servizi turistici erogabili tramite internet. In quest'ottica si è dato inizio ad un cambiamento quali-quantitativo delle strategie informatiche dell'Ente, mirando ad una più precisa strategia di automazione dei servizi

interni dell'ente ed utilizzando la presenza su internet come strumento di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica nazionale e come strumento organizzativo delle linee di comunicazione dell'Ente.

Il nuovo approccio ha avuto ricadute nei limiti delle possibilità di finanziamento dei progetti informatici da parte dell'Ente, limiti che, durante l'anno 2000, hanno consentito in modo parziale la preconstituzione dei presupposti tecnologici dei piani contenuti nel Piano informatico dell'Ente. In particolare la limitatezza dei mezzi finanziari disponibili, in rapporto all'entità del contributo erogato dallo Stato a favore dell'Ente, ha determinato una posposizione del rifacimento della LAN della Sede Centrale e dei progetti interessanti la rete estera (realizzazione LAN locali, completamento delle dotazioni hw/sw, nuovo applicativo per i collegamenti telematici estero/sede).

Inoltre, nel corso dell'anno 2000, l'Ente ha attivato i contratti di interoperabilità e trasporto dati con le società EDS e Pathnet, che gestiscono i servizi della RUPA (Rete Unitaria della Pubblica Amministrazione), al fine di entrare in modo effettivo nella rete e di avvalersi della stessa per la diffusione on-line del proprio sito [www.enit.it](http://www.enit.it) con banda passante aumentata a 2 Mbit/sec.

L'attività dell'ENIT si è anche orientata ad assicurare le condizioni per una ottimale presenza su "internet" sia dell'Ente che dell'"immagine turistica" del nostro Paese attraverso la realizzazione di una nuova versione del sito [www.enit.it](http://www.enit.it): sono stati implementati i contenuti del sito stesso ed elevata la qualità grafica attraverso l'acquisizione in "outsourcing" di servizi di "data entry"; è stata effettuata la traduzione plurilingue di testi destinati al sito e operata una evoluzione del "sistema offerta" (ovvero del sistema di banche dati dell'intera offerta turistica nazionale) nell'ambito del quale è in corso, in collaborazione con l'Università di Roma 3, una ulteriore razionalizzazione e personalizzazione per meglio corrispondere alla "commerciabilità"

generale del sito. Al fine di un futuro aggiornamento delle banche dati del ricettivo alberghiero ed extralberghiero, nonché di quelle relative ad eventi e musei, l'ENIT ha iniziato a lavorare su un progetto riguardante una progressiva omogeneizzazione dei linguaggi e dei sistemi informatici dei soggetti pubblici del turismo.

### **I) GIUBILEO.**

L'ENIT ha continuato a fornire all'Agenzia Romana per il Giubileo il materiale di studio sul turismo religioso per la stesura di previsioni sul flusso turistico in Italia nel 2000. Inoltre, a seguito dell'indizione di una gara d'appalto in ambito comunitario, ha aggiudicato alla ditta Publicis ed a un raggruppamento di imprese composto anche da Optimedia, Carmi e Ubertis Associati, CD Italy, Elemond, la progettazione, la creazione e manutenzione di un sito internet per il Giubileo dell'anno 2000 - [www.piuitalia2000.it](http://www.piuitalia2000.it), nell'ambito di un progetto Giubileo elaborato dall'Ente stesso. Nel corso dell'anno 2000 ha quindi curato l'attuazione di tale progetto, che giova ricordare, era articolato in:

- **Creazione di un logo e slogan** in sei lingue, da utilizzare quale marchio di identificazione e comunicazione per tutto il progetto e per le varie attività dell'ENIT.
- **Inserzioni su Mass Media** (stampa quotidiana, periodica, specializzata e religiosa) nei seguenti Paesi: America Latina (Argentina, Messico, Brasile), Austria, Belgio, Canada, Danimarca, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna, Finlandia, Irlanda, Norvegia, Polonia, Portogallo, Russia, Spagna, Svezia, Svizzera, USA, Ungheria, Croazia e Filippine. Particolare attenzione è stata riservata alle pubblicazioni specializzate sul turismo su gomma dei Paesi Europei e, in tutti i Paesi, per i Media del Turismo organizzato.

- **Cartellonistica** realizzata mediante gigantografie riproducenti i bozzetti della campagna stampa collocati nei principali aeroporti intercontinentali (Francoforte, Parigi, Londra) e stazioni ferroviarie. I cartelloni sono stati esposti per periodi che vanno da 3 mesi a oltre un anno.
- **Interventi su sistemi telematici** delle prenotazioni e diffusione delle informazioni relative a manifestazioni regionali e avvenimenti di particolare rilevanza. Tale progetto è destinato agli operatori turistici dei vari mercati internazionali e è quindi stata istituita una bacheca telematica ENIT consistente in una o più pagine a cui si accede tramite un codice, continuamente alimentata da notizie e informazioni attingibili dalle fonti istituzionali e dalle Regioni.
- **Opuscolo Giubileo 2000** — “Un motivo in più per venire in Italia”, redatto in 6 lingue separate (inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese e polacco) con l’obiettivo di creare un legame tra la sede naturale dell’evento — ROMA — e le varie località d’Italia, con una presenza equilibrata di ogni Regione. illustrata sotto il profilo storico e culturale con integrazioni di informazioni utili e delle manifestazioni consolidate a livello regionale e, in genere, di quegli avvenimenti che possano costituire un ulteriore richiamo per l’estensione e il prolungamento del soggiorno.
- **Carta d’Italia**, itinerari italiani Giubileo 2000, in cui sono evidenziati i percorsi strettamente collegati con i luoghi di culto del Giubileo, distribuiti sul territorio nazionale. Tali itinerari sono tutti collegati direttamente a Roma, sede naturale del grande evento. Tale cartina è redatta in sei lingue.
- **Manifesti** riproducenti tre diversi soggetti grafici d’autore (Luzzati, Nespolo e Bonasso) che forniscono un’immagine dell’Italia nei suoi molteplici aspetti culturali, artistici e religiosi.

- .. **Agenda Italia 2000** quadrilingue, con incluso CD, caratterizzata da pagine di diario sulle quali compaiono, giorno per giorno, brevi descrizioni delle località d'Italia di maggior interesse turistico, oltre alla citazione degli avvenimenti, anche a carattere religioso, che si svolgono in varie località italiane in quel giorno dell'anno.