

esame è escluso il fenomeno dei frontalieri che riguarda altresì altri due Paesi vicini come la Svizzera e l'Austria.

La percentuale di tale turismo francese, cioè il 15% del flusso totale, si riduce a 3-4 punti al Nord, si stabilizza allo stesso 15% nelle città d'arte come Venezia, Firenze, Roma e Napoli, si fissa al 70% nelle due maggiori isole.

Risulta poi essere il principale flusso organizzato straniero in Sicilia.

Per la Gran Bretagna la percentuale verso il nostro Paese è del 57% circa su un totale di oltre 1.300.000 turisti inglesi che visitano l'Italia.

Gli inglesi vengono in Italia in Lombardia, Veneto, Toscana, Lazio e Campania, nella costiera Sorrentina.

La quasi totalità del flusso turistico dei Paesi nordici quali la Danimarca, la Norvegia, la Svezia e la Finlandia, pur non rappresentando i grandi numeri del turismo estero verso il nostro Paese, passa per l'offerta dei cataloghi in percentuali che vanno dal 70% al 95% ed è determinante per le zone turistiche del Mezzogiorno e delle Isole, offerta che comprende un "pacchetto" tutto compreso, dal viaggio aereo a tutti i servizi inclusi.

In questo segmento l'Ente, sia la Sede Centrale che le relative Delegazioni, opera con tecniche del tutto particolari, al fine di ottenere che i cataloghi che offrono l'Italia

aumentino negli stessi le pagine dedicate al nostro Paese, i cataloghi che non offrono l'Italia incomincino a inserire nei medesimi pagine che vendono località italiane, i cataloghi che offrono già località italiane non cancellino le stesse, infine operare perchè nuovi cataloghi appaiano sul mercato con l'offerta italiana.

Nei Paesi extraeuropei, l'opera dell'Ente per avere la presenza nei cataloghi è fondamentale perchè lo strumento è unico quale veicolo per "vendere" il nostro Paese, come da esempi che seguono.

Attualmente circa 1.200.000 giapponesi vengono in Italia, mentre fino a dieci anni or sono la presenza dei giapponesi si limitava agli uomini di affari e agli studenti che si iscrivevano nelle nostre università.

La Delegazione Enit di Tokyo, per mezzo di continue "sales promotion" presso operatori turistici giapponesi, workshops realizzati in Giappone e altre tecniche professionali, è riuscita a coinvolgere e convincere trecento operatori giapponesi che "vendono" ora nei loro cataloghi località italiane, in particolare le grandi città d'arte.

Sempre oggi l'Italia turistica può contare su un trend di crescita annuale dal Giappone pari al 20% sulla predetta cifra di 1.200.000 turisti giapponesi.

In parole semplici può contare su un aumento di circa 240.000 turisti giapponesi in ciascuno dei prossimi anni.

L'ENIT non è presente in Corea, a Seul. La Francia che usa le medesime tecniche promozionali ha aperto un ufficio in quella città da circa due anni.

Secondo quanto riferito dalla Delegazione Enit di Tokyo, nel 1995 può contare su un flusso turistico dalla Corea verso la Francia di 50.000 turistici coreani, ciascuno con un soggiorno medio di una settimana.

Ma ogni delegazione ENIT all'estero è impegnata soprattutto in un altro settore che si cura da sempre con una professionalità ormai acquisita da tempo: quello della stampa e della televisione.

E' fondamentale in Europa ed in particolare nell'ambito dei Paesi del Mercato comune. Tutti i giornalisti interessati al turismo, sia della grande stampa nazionale di ciascun Paese che quelli della stampa professionale turistica, ricevono sistematicamente aiuto, supporto, notizie, facilitazioni, ecc., in sede di predisposizione degli articoli che parlano dell'Italia turistica. Nei loro viaggi di lavoro in Italia gli stessi giornalisti ricevono assistenza, hanno contatti predisposti dalle Delegazioni, ricevono la migliore informazione possibile, ottengono tramite l'Enit ospitalità presso albergatori, ecc..

Si cita un solo esempio: nel Regno Unito di Gran Bretagna nel 1994 sono apparsi articoli in favore dell'Italia turistica sulla grande stampa inglese, sollecitati dalla Delegazione di Londra e supportati dalla stessa, per un valore di spazio pubblicitario

pari a circa 8,5 miliardi di lire. Tale è la cifra che l'Enit avrebbe dovuto pagare se avesse acquistato tale spazio.

Questi articoli influenzano il potenziale turista inglese ove si pensi che gli inglesi compiono ogni anno 31 milioni di viaggi all'estero.

L'Ente non ha pagato una lira.

La stessa Delegazione di Londra, nel medesimo 1994 ha sollecitato, aiutato, predisposto programmi e itinerari, ha effettuato prenotazioni di varia natura, ottenuto concessioni di permessi, ha chiesto e ottenuto il coinvolgimento dell'Organizzazione turistica locale italiana, per 37 teams di televisioni inglesi i quali si sono recati in Italia.

Gli stessi teams hanno prodotto servizi trasmessi sui canali televisivi inglesi della durata minima di 10 minuti fino a programmi di sette puntate, come "Floyd in Italy", trasmesso dalla BBC, ciascuna puntata della durata di 35 minuti, trasmessi dalle ore 20 alle 20.35, con uno "share" di visione e di ascolto, per ogni trasmissione, di oltre 10 milioni di inglesi. A fine trasmissione il cosiddetto "serpentone" ha ringraziato l'Enit per l'aiuto ricevuto.

Tali trasmissioni hanno presentato le località più suggestive del nostro Paese, hanno riferito sulle attrezzature turistiche, l'arte, l'artigianato, la cultura, la cucina italiana, ecc..

D'altra parte, attualmente, operano nei Paesi più economicamente sviluppati, fornitori di flussi turistici e dove ormai il turismo, meglio ancora i viaggi all'estero, sono divenuti un bene sociale irrinunciabile, oltre 80 Paesi stranieri che si fanno concorrenza ai fini di consolidare e acquisire nuovi flussi turistici in favore della propria nazione.

Tutti questi 80 Paesi hanno uffici operanti nell'Europa occidentale, la maggioranza aprono nuove delegazioni, soprattutto nei mercati a lunga distanza, come la Francia in Corea.

A conferma di quanto in precedenza proprio ora l'Ambasciata della Costa d'Avorio in Italia informa l'Enit, con proprio fax datato 18.12.95, a firma del sig. Serge HIE, che viene aperto, in pari data, un proprio ufficio di promozione turistica a Milano, in via Pirelli n.27.

Solo l'ENIT si è visto costretto a chiudere i propri uffici all'estero, mentre gli operatori italiani e le aziende nazionali chiedono il contrario.

L'Istituto ha ora nuovamente ricostituito i propri Organi di amministrazione.

E' necessario che l'Ente abbia disponibilità finanziarie tali da consentire la realizzazione di investimenti promozionali nell'interesse nazionale.

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
(Comm. Amedeo Ottaviani)

