



OBIETTIVI E STRATEGIA

ANNO 2023



OBIETTIVI GENERALI

OBIETTIVO 1

Sostegno alla crescita del turismo a valore verso l'Italia e competitività

OBIETTIVO 2

Sviluppo di strumenti a supporto del sistema turistico

OBIETTIVO 3

Sostegno all'internazionalizzazione delle destinazioni e delle imprese del turismo



STRATEGIA

- 1 - Partnership con i principali player del settore
- 2 - Nuove sedi sui mercati ad alto potenziale
- 3 - Fare leva sui grandi eventi
- 4 - Transizione digitale per nuovi servizi al settore
- 5 - Media Buying centralizzato
- 6 - Approccio data-driven: Costi/Benefici



Struttura strategica

MARKETING INTELLIGENCE

TRADE AND PROMOTION

STRATEGIA TRADE PER LA
RIPARTENZA DEI SETTORI
STRATEGICI - MICE, LUSSO,
AVIATION & CRUISE, GOLF,
ALTRI SEGMENTI

FIERE, EVENTI, WORKSHOP,
FORMAZIONE

FAM TRIP

CLUB ITALIA

CO-MARKETING TRADE

BRAND COMMUNICATIONS

CAMPAGNE DIGITAL E
CROSSMEDIALI PER LA
PROMOZIONE DEL TDH

BRAND MANAGEMENT &
CONSISTENCY

AZIONI DI BRAND AWARENESS PER IL
BRAND ITALIA

UFFICIO STAMPA INTERNAZIONALE

SVILUPPO AZIONI DI COMUNICAZIONE
A FAVORE DEL TRADE E DEI SEGMENTI
SETTORI STRATEGICI

OBIETTIVO 1

Sostegno allo sviluppo
del turismo a valore
verso l'Italia



Media Buying Centralizzato

**Campagne
Cross Media e
interattive**

**Campagne Digital Adv e Social
Media Mktg**

Campagne SEA e SEM

**Campagne OOH e Domination
Aeroporti**

**Ambassadorship e Influencer
Marketing**

Partnership

Giro d'Italia, Nastro Rosa, Ocean
Race, RyderCup

Attività di gaming interaction

MACRO OBIETTIVO

DRIVE TO SITE – TDH

KPI

Incremento volume di traffico
sul TDH

Costo contatto

Reach complessiva

Matrice strategica

MERCATO	SEGMENTO	OBIETTIVO	AZIONE
Prossimità	Leisure	Drive to site	Campagna crossmediale MB internazionale
Prossimità	Leisure	Awareness	Influencer mktg Branded content Audible Gaming PR int. + Press trip
Prossimità	Lusso	Awareness	Influencer mktg Branded content PR int. + Press trip Sponsorship
Prossimità	MICE/Wedding	Awareness	Branded content Sponsorship
LH Maturo	Aviation Cruise Golf	Awareness	PR int. + Press trip Sponsorship



Matrice strategica

MERCATO	SEGMENTO	OBIETTIVO	AZIONE
LH Maturo	Leisure	Drive to site	Campagna crossmediale MB internazionale
LH Maturo	Leisure	Awareness	Influencer mktg Branded content Audible Gaming PR int. + Press trip
LH Maturo	Lusso	Awareness	Influencer mktg Branded content Audible Gaming PR int. + Press trip
LH Maturo	MICE Wedding	Awareness	Branded content Sponsorship
LH Maturo	Aviation Cruise Golf	Awareness	Campagna crossmediale MB internazionale
Mercati emergenti	Lusso/Wedding/Aviation	Awareness	Sponsorship PR int. + Press Trip



OBIETTIVO 2

Sviluppo di strumenti a supporto del sistema turistico



Disseminazione alle imprese e alle destinazioni

1

Impatto economico

2

Monitoraggio performance

Italia e competitor,
domanda italiana ed estera

3

Indagine pilota ai Tour
Operator esteri

4

Focus segmenti

Open air, sostenibilità, MICE





Strumenti e servizi per il settore

1

ENIT BUSINESS

Opportunità sui fondi e finanziamenti nel turismo

2

LIBRARY STUDI E RICERCHE

Repository degli studi e ricerche italiane e estere di settore

3

Studio di **NEUROMARKETING** sull'impatto dei media

4

PROGETTI EUROPEI

EU-ECO-TANDEM/ECO-CRUISE FU TOUR/EU WE MED
NATOUR (Sostenibilità)

OBIETTIVO 3

Sostegno
all'internazionalizzazione
delle Destinazioni e delle
Imprese del turismo



Azioni B2B e B2C sui Mercati extra-europei a maggiore potenziale e Mercati emergenti

Segmento **MICE** / Strategia di sviluppo settore **Eventi & Meeting Industry**

Segmento **LUSO**

Segmento **GOLF**

Segmento **AVIATION / CRUISE**

Partecipazione a **fiere commerciali ed istituzionali**

Workshop Online ed Offline

FAM TRIP e PRESS TRIP trade e consumer

Club Italia

Sviluppo **azioni commerciali e di co-marketing / co-branding** (e.g. TO) **per favorire la commercializzazione**

Meeting Industry

Italian Knowledge Leaders (Target Associativo) – Italy at Hand (Target Corporate)

Wedding

Progetti speciali: **Turismo delle Radici**



Mercati a maggiore potenziale

Paesi GCC

1. Attivazione di canali social specifici e campagna influencer nel settore alto di gamma;
2. Organizzazione workshop e partecipazione alle principali fiere turistiche dell'area (ATM di Dubai e QTM di Doha);
3. Attività di co-marketing con principali compagnie aeree;
Selezione Tour Operator e Stampa di settore per sviluppo CRM

India

1. Co-marketing con case di produzione cinematografica per l'activation e l'engagement di influencer;
2. Organizzazione workshop/roadshow nelle principali città indiane (Mumbai, New Dehli, Calcutta, Bangalore) e partecipazione alle principali fiere del turismo;
3. Partecipazione a eventi wedding e creazione database di principali operatori locali del settore;
4. Attivazione di canali social specifici e campagna influencer nel settore alto di gamma.

Israele

1. Networking istituzionale e campagna influencer locale;
2. Partecipazione a fiera internazionale IMTM e supporto alle imprese italiane che vogliono promuoversi in Israele;





Mercati emergenti

Turchia

1. Partecipazione alla fiera EMITT di Istanbul;
2. Networking istituzionale in loco influencer ;
3. Co-marketing con compagnia aerea;
4. Selezione Tour Operator e Stampa di settore per creazione database da utilizzare per realizzazione di attività promozionali per Regioni e Borse del turismo italiane oltre che per l'organizzazione di Press Tour e Fam Trip.

Sud-Est Asiatico (Thailandia, Singapore, Indonesia, Vietnam)

1. Cooperazione con le rappresentanze del Sistema Italia nei paesi d'interesse per individuazione e selezioni di TO e stampa di settore locale per la creazione di una rete di contatti utili per la promozione turistica italiana;
2. Partecipazione a principali eventi internazionali del turismo con stand istituzionali;
3. Organizzazione di fam trip e press tour;
4. Individuazione di influencer o testimonial.

Brasile, Argentina, Messico

Kazakhstan e paesi CIS

CINA

OBIETTIVO GENERALE

MONITORARE E GESTIRE LA RIPARTENZA DEL TURISMO OUTBOUND DALLA CINA VERSO L'ITALIA DOPO 3 ANNI DI CHIUSURA DELLE FRONTIERE E LA CONSEGUENTE DESTRUTTURAZIONE DELL'INDUSTRIA CINESE DEI VIAGGI

OBIETTIVI SPECIFICI

1. VALUTARE L'EVOLUZIONE DELLA BRAND AWARENESS DELL'ITALIA SUL MERCATO CINESE (CITTA' TIER 1 E TIER 2);
2. PROSEGUIRE L'ATTIVITA' DI BRAND POSITIONING SUI PRINCIPALI MEDIA DIGITALI CINESI;
3. ESEGUIRE UNA MAPPATURA DELLO STATO DELL'ARTE DELL'INTERMEDIAZIONE E UN CONTENSTUALE RECUPERO DELLE RELAZIONI CON I PRINCIPALI OPERATORI OUTBOUND ANCORA ATTIVI;
4. AFFIANCARE DESTINAZIONI E IMPRESE ITALIANE RENDENDO DISPONIBILI AGGIORNAMENTI COSTANTI SUI TREND DI MERCATO E FAVORENDO IL RECUPERO PROGRESSIVO DI CONTATTI CON CONTROPARTI CINESI RILEVANTI



MICE

Strategia di sviluppo settore Eventi e Meeting Industry

OBIETTIVO GENERALE

INCREMENTARE NUMERO EVENTI MICE IN ITALIA SIA IN AMBITO CORPORATE CHE ASSOCIATIVO

OBIETTIVO SPECIFICO

BUSINESS DEVELOPMENT

1 - CON **CONVENTION BUREAU** NAZIONALE:
ITALY AT HAND E ITALIAN KNOWLEDGE LEADER

2 - AZIONI DI COMUNICAZIONE E BRAND
AWARENESS

3 - PRINCIPALI FIERE, **ROAD SHOW** e
PRESENTAZIONI INTERNAZIONALI

4 - **FAM TRIP**



LUSSO

OBIETTIVO GENERALE

INCREMENTARE LE PRESENZE DAL MERCATO USA E MERCATI A MAGGIORE POTENZIALE

1 - PROMUOVERE LA DESTINAZIONE ITALIA TRAMITE LE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI USA (VIRTUOSO, SIGNATURE, INTERNOVA) E TOP TOUR OPERATOR INTERNAZIONALI DEI PRINCIPALI MERCATI DI RIFERIMENTO

2 - ROAD SHOW

3 - PRESENZA AI PRINCIPALI APPUNTAMENTI INTERNAZIONALI DEGLI STAKEHOLDER

4- ONLINE PUBLIREDAZIONALI/ADVERTORIAL

5 - FAM TRIP



GOLF

PROMUOVERE LA DESTINAZIONE ITALIA GOLFISTICA TRAMITE LA PARTECIPAZIONE A EVENTI, LPG TOUR E MASTER, CAMPAGNE ON LINE IN PREVISIONE DELLA **RYDER CUP 2023**

ROADSHOW

PRESENZA AI PRINCIPALI APPUNTAMENTI INTERNAZIONALI SUI MERCATI TARGET (DANIMARCA, SVIZZERA, SVEZIA, GERMANIA, FRANCIA)

ONLINE PUBLIREDAZIONALI/ADVERTORIAL (ES. EUROPEAN TOUR GROUP)

FAM TRIP

MEMBERSHIP

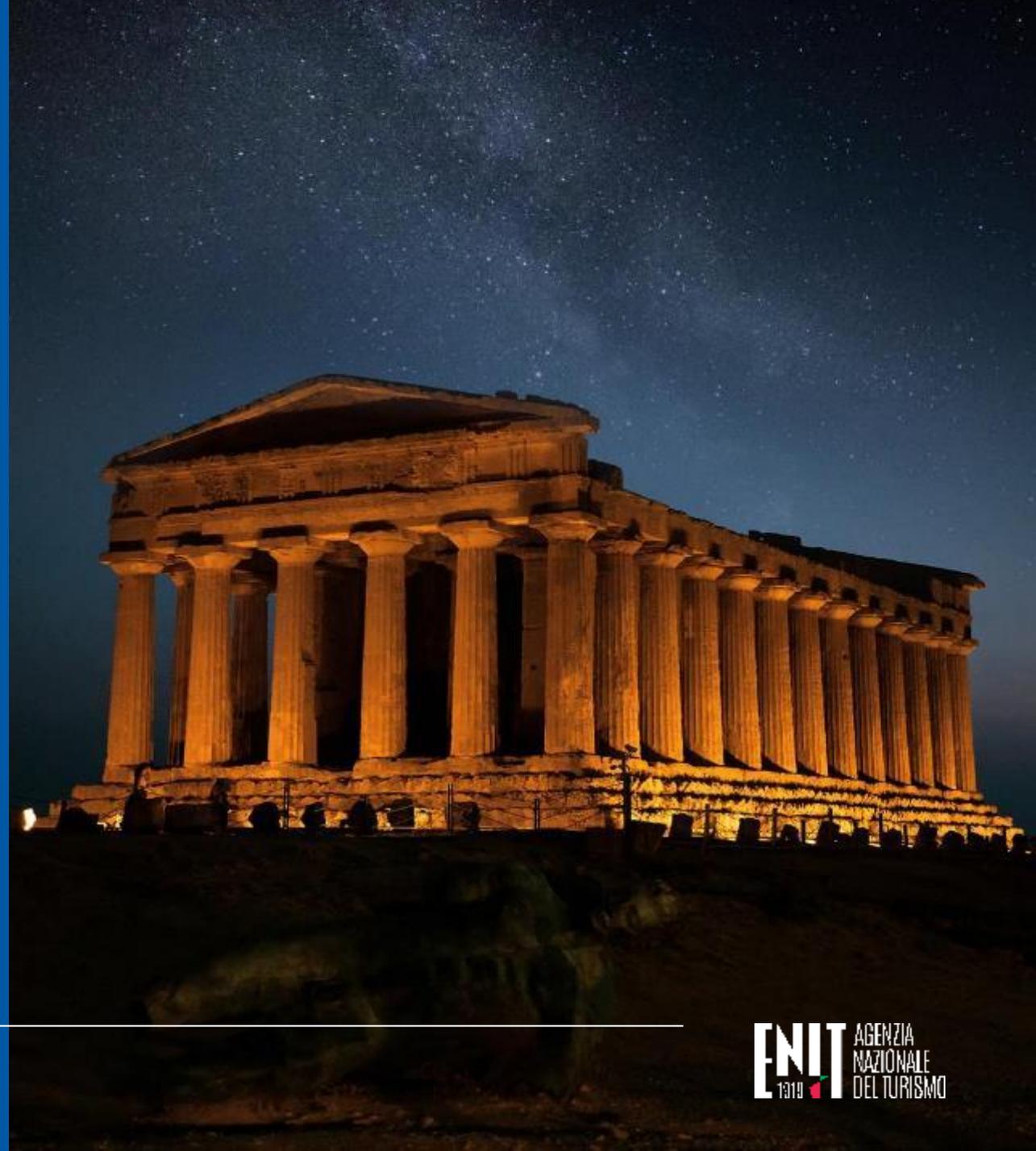
VISIBILITA' DELLA DESTINAZIONE ITALIA TRA LE PIU' IMPORTANTI ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI NEI PAESI TARGET

OBIETTIVO GENERALE

PARTECIPARE ALLE ATTIVITA' ORGANIZZATE DALLE ASSOCIAZIONI

OBIETTIVI SPECIFICI

PRESENTARE LA DESTINAZIONE IN OCCASIONE DI CONVEGNI, CONFERENZE, NETWORKING CON LE AZIENDE ASSOCIATE, CREARE POTENZIALI OPPORTUNITA' DI BUSINESS CON GLI ASSOCIATI





CLUB ITALIA

PROMOZIONE DELLE ATTIVITA' E DEI SERVIZI MESSI A DISPOSIZIONE DA ENIT ALLE AZIENDE ITALIANE

OBIETTIVO GENERALE

INCREMENTARE IL NUMERO DELLE AZIENDE ASSOCIATE

OBIETTIVI SPECIFICI

OTTIMIZZARE I SERVIZI MESSI A DISPOSIZIONE DELL'AGENZIA

INCREMENTARE LE OPPORTUNITA' IN TERMINI DI SPAZI ESPOSITIVI ALLE FIERE INTERNAZIONALI E WORKSHOP CON OPERATORI ESTERI

TAVOLI DI COORDINAMENTO - PROPOSTA

Tavoli Operativi

Brand and Communication (anche il relazione al TDH)

Marketing intelligence

Attività b2b

MACRO OBIETTIVI

Sviluppo di azioni sinergiche
Efficacia operativa

Gruppi di Esperti

Gruppo Transizione Digitale

Gruppo Transizione Green

Sviluppo Piano Triennale e Progetti Strategici