“SCOPRI IL CUORE D’ITALIA”

Turismo: Abruzzo, Lazio, Marche e Umbria stregano il web
Ecco i risultati della campagna YouTube promossa da ENIT per il Centro Italia:

- **8,5 milioni di visualizzazioni complete**
- **Tra gli europei, tedeschi e belgi i potenziali turisti più attratti**
- **Su Google è boom di ricerche sul Centro Italia: ad agosto +82%**

Roma, 27 settembre 2017. Giovani, in gran parte italiani o – se provenienti da oltre i confini del Bel Paese – tedeschi, olandesi, britannici e belgi. Con i tedeschi che, più di altri e in particolare le donne, sono sempre più pronti a considerare per le prossime vacanze le regioni del Centro Italia, le cui immagini hanno fatto particolarmente breccia nella mente dei potenziali turisti belgi.

E’ questo il profilo degli utenti “stregati” dalla **natura**, dalle **acque**, dalla **storia e dall’arte** di **Abruzzo**, **Lazio**, **Marche ed Umbria**: le quattro regioni protagoniste della campagna YouTube “**Scopri il cuore dell’Italia**”. La campagna – curata da ENIT nell’ambito del Progetto di promozione turistica dedicato al Centro Italia e articolata in tre video, di altissima qualità tecnica ed emozionale, all’insegna della bellezza e delle ricchezze custodite da queste quattro regioni – è stata on air dal 16 al 30 giugno e dal 17 al 31 luglio, ottenendo un vero e proprio boom di visualizzazioni[1].

Sono state infatti **8.500.000 le visualizzazioni complete**: in termini percentuali il 32,55%, un tasso superiore alla media di mercato. Ma l’aspetto ancor più interessante è che i video della campagna sono stati visualizzati nel 56% dei casi attraverso un cellulare. Un dato in controtendenza rispetto all’abitudine di consultare video sul desktop e una dimostrazione ulteriore di quanto l’interesse e la curiosità degli internauti sia stata catturata dal Cuore d’Italia e dai suoi tesori: dalla **fauna protetta** in Abruzzo, con i lupi e i camosci che abitano le più alte vette del **Gran Sasso**, allo spettacolo della **Cascata delle Marmore** che sgorga tra il verde rigoglioso dell’**Umbria**, dal fascino segreto delle **Grotte di Frasassi** nelle **Marche** alla **sapienza artigianale** e l’irrinunciabile **ricchezza della gastronomia** reatina nel **Lazio**.

Ma chi sono gli utenti affascinati dal Centro Italia? Sono anzitutto giovani, il 30% di essi con un’età compresa tra i 25 e 34 anni. A seguire, il 24% degli utenti raggiunti dalla campagna ha tra i 35 e 44 anni, il 18% tra i 45 e 54 anni e il 16% tra i 55 e 64 anni. Il 12% degli utenti appartiene alla fascia d’età degli over 65. Con una leggera maggioranza di uomini rispetto alle donne (53% vs 47%), le bellezze del Centro Italia hanno catturato anzitutto l’attenzione degli **utenti italiani**, che hanno fatto registrare il 70% delle visualizzazioni. Il restante 30% è composto invece da utenti tedeschi, olandesi, britannici e belgi. E sono proprio i **potenziali turisti europei**, in particolare tedeschi e belgi, ad aver dimostrato un’attenzione speciale nei confronti di Abruzzo, Lazio, Marche ed Umbria. Sono infatti le turiste tedesche quelle che, più di altri, sono pronte a fare le valigie per

trascorrere una vacanza in questi luoghi. Anche se è nella mente dei belgi che le immagini dei video sono rimaste maggiormente scolpite. Inoltre, sempre con riferimento ai risultati raggiunti tra gli utenti esteri, i dati dimostrano che i tedeschi hanno particolarmente apprezzato il video dedicato alle acque, gli olandesi quello sulla storia e l'arte, mentre è il soggetto natura ad aver avuto maggior successo tra i britannici.

"*I risultati*[2] *raggiunti sono davvero molto positivi* – ha commentato **Giovanni Bastianelli, Direttore Esecutivo ENIT**. "*Basti pensare* – ha aggiunto - *che nel periodo immediatamente successivo al lancio della campagna le ricerche su Google relative alle quattro regioni sono aumentate del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, al netto della crescita annuale di internet. In particolare, il mese di agosto ha fatto registrare una crescita dell'82% rispetto al mese precedente dello stesso anno, un dato estremamente significativo benché rafforzato dalla stagionalità favorevole*".

[1] *Elaborazione ENIT di Google Data*
[2] *Dati Google Trends*

ENIT è l'Agenzia Nazionale del Turismo. Trasformata nel 2014 in ente pubblico economico, ENIT cura l'immagine turistica italiana e le varie tipologie di offerta turistica nazionale, nonché la promozione integrata delle risorse turistiche delle Regioni, delle Province Autonome di Trento e Bolzano e, per il loro tramite, degli enti locali. Ai sensi dell'Art. 22 Decreto Legge 17 ottobre 2016 n. 186, ENIT ha elaborato e sostiene il Progetto di comunicazione per il rilancio e la promozione del turismo nei territori colpiti dal sisma 2016, in collaborazione con le Regioni Abruzzo, Lazio, Marche e Umbria. Presidente di ENIT è Evelina Christillin.

Per informazioni:

UTOPIA – *Comunicazione & Media Relations ENIT per il Centro Italia*

Fabrizio Francioni – Diletta Lucianò
Mob. 340 5938304
Ph. 06 97790306
Mail. enit@utopialab.it