



Home &gt; Economia &gt; Le serie tv aiutano la promozione turistica: accordo Enit e Netflix

TURISMO Lunedì 11 aprile 2022 - 14:31

## Le serie tv aiutano la promozione turistica: accordo Enit e Netflix

L'87% di chi guarda contenuti italiani vuole visitare il Paese



hanno siglato un protocollo d'intesa per rafforzare il legame tra la produzione audiovisiva in Italia e la promozione turistica. Il protocollo punta a creare sinergie e mettere in campo azioni per la promozione del sistema Paese, rafforzando la percezione positiva del brand Italia ed ampliando la conoscenza della ricchezza e della diversità culturale e del lifestyle del Paese. Si collaborerà alla realizzazione di progetti per valorizzare le destinazioni turistiche italiane, in particolare quelle meno conosciute, presso il pubblico internazionale. Il protocollo d'intesa prevede anche la costituzione di un team dedicato.

In occasione dell'annuncio dell'accordo – fatto a Milano nel corso della Bit, la

Mil

### Speciale Ucraina notizie asknews

**11 apr 2022 ore 14:36** - Ucraina, Peskov: espansione Nato non porterà maggiore stabilità  
*L'avvertimento del portavoce del Cremlino*

**11 apr 2022 ore 14:29** - Ferrovie russe Jsc in default per mancato pagamento obbligazioni  
*Decisione del Cddc, riporta Bloomberg*

**11 apr 2022 ore 14:17** - Vernice contro ambasciata Russia a Roma, denunciato ucraino  
*L'uomo bloccato dai militari dell'Esercito*



Consiglio Regionale

TG Web Lombardia

### VIDEO



Turismo, Icon Collection: nuovo hotel da acquisire a Firenze

Borsa internazionale del Turismo 2022 – sono stato presentati anche i dati di una ricerca internazionale che dimostra come film e serie tv rappresentano un volano per l'immagine dell'Italia nel mondo e hanno il potenziale di attrarre turismo nel nostro Paese. Lo studio, condotto su un campione rappresentativo della popolazione in 6 paesi tra cui Brasile, Francia, India, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti, rivela, infatti, che per le persone che hanno guardato contenuti italiani, la probabilità di considerare l'Italia come la propria prossima destinazione turistica è doppia rispetto a chi non ha visto contenuti italiani.

Un aspetto particolarmente rilevante è che il risultato riguarda anche coloro che non hanno mai visitato l'Italia: l'87% delle persone che hanno guardato contenuti italiani hanno dichiarato il proprio interesse a visitare l'Italia – contro un 67% di persone fra coloro che non hanno visto contenuti made in Italy. Gli aspetti dell'Italia maggiormente apprezzati da coloro che hanno guardato contenuti italiani sono la storia, la cucina e la cultura. La ricerca rivela anche che le persone che hanno Netflix nei paesi oggetto di misurazione hanno il 50% di possibilità in più di aver visto contenuti italiani, rispetto a chi non ha Netflix.

“L'indagine conferma il potere attrattivo ed empatico delle immagini e dei racconti per promuovere il turismo – ha detto Tinny Andreatta, vice presidente delle Serie Italiane di Netflix – ed incoraggia la collaborazione tra Netflix e Enit, in uno spirito di reciproco rimando per contribuire ad una nuova, esaltante scoperta dell'Italia”.

“Un accordo che consente già di assaporare la carica innovativa che vorremmo imprimere al settore: lavorare con tutti i soggetti in grado di mobilitare in modo positivo le risorse del nostro brand”, ha aggiunto commenta l'amministratore delegato di Enit Roberta Garibaldi.

“Un progetto work in progress di dialogo intergenerazionale e interculturale – ha concluso il presidente Enit Giorgio Palmucci – attraverso uno strumento che accomuna tutti e declinato per sfere di interesse”.

asknews



Ti potrebbe interessare anche



Cavazzano: “Quando mi telefonò Fellini pensavo a uno scherzo”



Le migliori “slimate” dei Kids' Choice Awards 2022



Ucraina, una madre ritrova il figlio morto in un tombino



Ucraina, Zelensky: in arrivo vasto attacco a Est, siamo pronti



Francia, proteste in strada a Rennes dopo l'esito del voto