

# ANSA

**Santanchè, "la Venere è costata 138mila euro, non 9 milioni" 'Quello è il budget che ha a disposizione Enit' (ANSA)** - ROMA, 24 OTT - La campagna Open to Meraviglia "è costata 138mila euro, i 9 milioni sono l'investimento che Enit, la nostra agenzia di promozione, investe nell'anno comprando gli spazi di promozione e tutto quanto nel mondo. Non è Open to meraviglia che è costata 9 milioni. Ma 9 milioni è il budget che ha a disposizione Enit per promuovere l'Italia nel mondo". Così la ministra del Turismo, Daniela Santanchè, a margine del Salone della Giustizia risponde a una domanda sui costi della campagna con la Venere di Botticelli. "I dati - spiega - ci dicono che la campagna ha funzionato molto bene. Sono stata poche settimane fa in Cina, We chat sarà addirittura un videogioco con la Venere di Botticelli". Ci sono state "milioni di visualizzazioni, per me è stata un successo e continuiamo con la Venere di Botticelli come immagine di campagna per il ministero del Turismo". Sull'intervento della Corte dei Conti, "non mi risulta, se interviene risponderò - sottolinea Santanchè - siamo trasparenti, non abbiamo nessun problema".