

**MINISTRA DEL TURISMO**

0988 **Santanché:** 09881

«Il settore  
farà leva  
su mare, fiere  
e digitale»

**Maria Latella** — a pag. 5

# «Il piano per il turismo dell'Italia farà leva su mare, digitale e fiere»

**L'intervista. Daniela Santanché.** Il ministro per il Turismo: «Dobbiamo puntare sul brand Italia nella comunicazione internazionale e lasciare la narrazione dei singoli territori al viaggiatore italiano che vuole scoprirli»



**Il piano ha l'ambizione di usare le fiere non solo per far venire gli espositori da noi, ma per esportare il brand**

**Maria Latella**

Il piano strategico è pronto e **Daniela Santanché**, ministro per il Turismo, non vede l'ora di discuterne con la conferenza Stato-Regioni, il Parlamento e soprattutto quelli che lei chiama "i principali player". Chi sono?

«Gli assessori al turismo delle Regioni. Dobbiamo lavorare tutti per lo stesso obiettivo: l'Italia. L'Italia che è il terzo brand al mondo. Finora l'abbiamo raccontata all'estero per frammenti, quelli dei suoi singoli territori. Come se la Coca-Cola si facesse pubblicità parlando di un solo ingrediente, che so, della caffeina. Dobbiamo puntare sul brand Italia nella comunicazione internazionale e lasciare la narrazione dei singoli territori al viaggiatore italiano che vuole scoprirli».

**La comunicazione è parte importante del piano strategico del turismo 2023-2027. Anticipa al Sole 24 Ore su cosa punterete? Ovviamente il piano va prima presentato e discusso con gli interlocutori istituzionali, ma posso anticipare che avremo con noi un'influencer conosciuta in tutto il mondo. No, non è quella che pensa**

lei, ma una considerata l'immagine più nota dopo la Gioconda: la Venere di Botticelli. Con l'agenzia Armando Testa abbiamo immaginato un video con la Venere di Botticelli che, girando in monopattino, farà scoprire o rivedere le bellezze note e meno note del nostro Paese. Obiettivo il turismo internazionale.

Il settore del turismo vale già il 13% del nostro Pil, le previsioni dell'istituto Demoskopika per il 2023 vedono un record di presenze di oltre 442 milioni e una crescita del 12 per cento rispetto al 2022 ma c'è moltissimo da fare.

**Individuiamo alcuni punti fondamentali del piano per il turismo?**

Le cose basiche fanno la rivoluzione. Nessuno inventa niente, si può copiare al meglio quello che gli altri fanno bene. Le faccio tre esempi su tre settori: il mare per le infrastrutture, il digitale per il settore del turismo organizzato, le Fiere per l'espansione internazionale del brand Italia.

**Cominciamo dal mare**

Dobbiamo convincerci del fatto che siamo una penisola. Giorni fa sono stata a Sorrento, posto fantastico nel quale d'estate è complicato arrivare via terra. Guardavo fuori dal finestrino dell'auto: il mare era totalmente libero. Mi sono fatta mandare tutti gli orari di traghetti,

aliscafi. Prendiamo atto che il mare è la vera alternativa al traffico stradale. Per costruire un'autostrada servono anni. Utilizzare le vie del mare sarà molto più veloce.

**Il digitale ha messo in crisi il tradizionale lavoro delle agenzie di viaggio.**

Ha rivoluzionato il turismo ma noi pensiamo che ci sia ancora spazio per un lavoro *taylor made*, quello che fanno le agenzie di viaggio conoscendo uno per uno i clienti. E noi vogliamo aiutarle. Certo, qui si apre un altro dei capitoli previsti dalle trecento pagine del nostro piano, quello della formazione di chi lavora nel settore. E poi il digitale significa anche essere sicuri di trovare il wi-fi nei campeggi, nei porti turistici.

**Che cosa prevede il piano per le fiere, gli eventi, le conferenze? È un settore nel quale lavorano 3.700 addetti con un volume di affari di circa 1,4 miliardi di euro.**



Nel settore delle fiere siamo secondi in Europa e quarti nel mondo per consistenza delle strutture espositive coperte. Il piano ha l'ambizione di usare le fiere non solo per far venire gli espositori da noi, ma per esportare il brand Italia all'estero. Ne parliamo spesso con i ministri dell'Agricoltura e del Made in Italy, Lollobrigida e Urso. Basta guerre tra fiere italiane. Lavorare insieme. Il brand è uno. Conta anche valorizzare l'indotto: a Milano si è appena chiusa la settimana della moda e ristoratori, negozianti, tassisti sanno quel che ha portato. Insisto: il turismo oggi è cultura, natura, ma anche moda, cibo. I turisti che arrivano in Italia da altri continenti oggi non comprano più solo souvenir ma tornano a casa con i nostri formaggi, il nostro olio. Tutti aspirano ad avere un pezzetto di Italia. Bisogna ricodificare le imprese che fanno capo al turismo: perché non comprendere anche i ristoranti?

**È un piano pensato per un quinquennio. Ma in tutto questo che fine farà l'Enit?**

È l'ente nato per promuovere l'Italia nel mondo e dovrà dedicarsi a questo, al brand Italia come focus del nostro turismo. Le strutture

oggi devono essere adeguate al cambiamento.

**Lei citava la necessità di formare adeguatamente chi lavora nel settore del turismo. I turisti tornano dove sanno accoglierli, ma anche dove gli hotel sono adeguati ai loro bisogni.**

Certo, per questo abbiamo creato un bando per migliorare le nostre strutture ricettive. Un miliardo e 380 milioni.

**Come socia di imprese turistiche, dal Twiga al Billionaire, è sempre sospettata di scelte in conflitto d'interesse. Come risponde?**

Ho venduto le mie quote. Con grande dispiacere. Pensavo che avere ventitré anni di esperienza nel settore dovesse essere considerato un plus, visto che si parla sempre di competenze. Senta, io capisco che la **Santanché** è una difficile da digerire, anche se io non sono come mi raccontano, ma da quando ho la responsabilità di questo ministero, ho radicalmente cambiato stile di vita. Due esempi diciamo di superficie: amavo vestire colorato, vesto di grigio. Per anni sono andata in tv, in questi mesi ho detto di no a tutti.

**Su alcuni suoi colleghi ministri pende la richiesta di dimissioni avanzata dall'opposizione. Lei non va in tv per timore di attacchi?**

Parlo se ho qualcosa da comunicare. Per il resto lavoro. Gli attacchi al governo? Arrivano da un Pd che sa solo chiedere le dimissioni. Sono antichi e sono furibondi perché dopo anni in cui sembrava che i temi delle donne fossero appannaggio della sinistra, è stata la destra, maschilista, e io so bene quanto, a mandare una donna a palazzo Chigi.

**Ma ora il Pd ha una segretaria, Elly Schlein.**

Arrivano secondi. E poi Giorgia Meloni il partito se l'è costruito da sola. È lei il futuro. Non ha niente da perdere e ha un coraggio che non ho visto in molti politici. Nella mia vita ho sempre fatto fatica a riconoscere di avere un capo ma otto anni fa ho deciso che Giorgia è il mio capo e per la prima volta mi trovo bene ad averne uno.



© RIPRODUZIONE RISERVATA

**DANIELA SANTANCHÉ**  
Ministro per il Turismo

13%

#### QUOTA DEL PIL

Il settore del turismo vale già il 13% del nostro Pil e l'istituto Demoskopika prevede per il 2023 442 milioni di presenze: il valore più alto di sempre,

con una crescita del 12% sul 2022.

Quanto agli arrivi, se ne potrebbero registrare quasi 127 milioni (+11,2%) per una spesa turistica complessiva di 89 miliardi di euro (+22,8%).

### Piano per il turismo 2023-27

1

#### LINEE INTERNAZIONALI

##### G20 Roma

Mobilità sicura  
Gestione delle crisi  
Resilienza  
Inclusività  
Trasformazione verde e digitale  
Infrastrutture

2

#### LINEE INTERNAZIONALI

##### G20 Bali

Capitale umano  
Digitalizzazione  
Emancipazione femminile  
Azione per il clima, biodiversità  
Governance

3

#### LINEE COMUNITARIE

##### Agenda Eu 2030

Governance  
Transizione verde  
Transizione digitale  
Resilienza e inclusione  
Supporto alla transizione

4

#### POLITICHE ITALIANE

##### Verso il piano 23-27

Governance e monitoraggio  
Turismo digitale  
Turismo sostenibile  
Turismo di qualità  
in sicurezza  
Formazione

## Le priorità per il settore

# Cinque pilastri strategici

Sulla base delle strategie comunitarie e internazionali fissate prima nel G20 di Roma e poi nel G20 di Bali, con le cinque aree prioritarie indicate dall'Agenda 2030 Ue, il piano strategico del turismo pronto per essere annunciato individua obiettivi generali che per i prossimi cinque anni puntano a migliorare quelli che il ministro **Daniela Santanché** considera pilastri strategici.

### Governance

Un modello condiviso di governance che tenga conto del ruolo riconosciuto dalla Costituzione alle regioni ma anche alle funzioni che spettano allo Stato.

### Innovazione

Digitalizzare il sistema industriale del turismo, sfruttando il potenziale tecnologico per offrire servizi innovativi al turista.

### Qualità e inclusione

La qualità deve essere ricercata nel prodotto offerto a qualsiasi livello, ma il

piano si propone di fare molto di più per la fascia di alta gamma e valorizzare - dal punto di vista turistico - il Made in Italy e le tradizioni del fare.

### Inclusione

È intesa anche come accessibilità dei territori poco serviti e fruibilità dei luoghi senza distinzioni di età e condizioni fisiche.

### Formazione

Approfondire i corsi di studi esistenti e introdurre nuove scuole di specializzazione tematiche. I percorsi formativi (dalla scuola professionale agli Its, dalle università ai master) devono tener conto delle nuove professionalità richieste da una domanda turistica molto cambiata negli ultimi anni.

### Sostenibilità

Il modello di turismo cambia, tiene conto della tutela della biodiversità. Venire incontro alle preferenze in tema di mobilità dolce (cammini, ferrovie storiche, percorsi ciclabili).



**Il ruolo delle fiere.** Le presenze per il Salone del Mobile di Milano