

Il ministro Santanchè «Tanti turisti stranieri Il Paese è tornato ai livelli pre pandemia»

L'impegno del governo verso l'industria e gli scenari per il 2024
Dall'hub digitale 'Italia.it' alla campagna 'Open to Meraviglia':
«L'ultimo anno ci sprona a investire ancora di più e a fare meglio»

La spesa di chi arriva dall'estero ha visto un +24,5% sul 2019: una cifra che tocca i 50 miliardi di euro

Tra i settori in crescita enogastronomia, salute e benessere e quello che riguarda i grandi eventi

di **Francesco**

Moroni

Ministro, com'è stato il 2023 del turismo italiano?

«Un ottimo anno, direi. Diversi studi evidenziano come abbia recuperato i livelli pre-pandemia. E il forte incremento dei turisti stranieri, soprattutto americani, categoria alto spendente, ha contribuito in modo determinante al sorpasso sul 2019». Daniele Santanchè, alla vigilia della Borsa internazionale del Turismo, analizza gli ultimi mesi del settore con notevole ottimismo, forte di dati che parlano di una ripresa del comparto dopo gli anni, traumatici, del Covid. Un turismo che rialza la testa, dunque, e che vuole tornare a fare la parte del leone.

È tornato il flusso di viaggiatori dall'estero, quindi, e l'apporto sul Pil diventa decisivo.

«Secondo l'analisi di Confindustria, la spesa degli stranieri in viaggio in Italia è una voce molto positiva nei primi nove mesi del 2023: un incremento del +24,5% sul 2019 che, solo in piccola parte, è dovuto all'aumento dei prezzi. E che si traduce in una cifra complessiva stimata di 50 miliardi di euro».

Le aspettative per il 2024 sono alte, quindi?

«Le politiche e le risorse che stiamo introducendo stanno portando i risultati sperati. Sono convinta che il 2024 farà regi-

strare numeri ancora migliori, e il soddisfacente risultato del 2023 deve spronare a fare sempre meglio».

C'è qualche comparto che sta trainando il turismo più degli altri?

«Ci sono diversi settori che contribuiscono al buono stato di salute dell'industria turistica. Penso al segmento dell'enogastronomia, a quello del benessere, come anche quello dell'incentive e dei grandi eventi che sono ripartiti con numeri straordinari. Come anche le fiere. Senza dimenticare il turismo culturale, la cui spesa stando agli ultimi dati è pari a 12,4 miliardi di euro, rappresentando ben il 16,8% della spesa totale».

Il ministero e il governo su cosa hanno deciso di puntare maggiormente?

«Sicuramente la formazione riveste un ruolo vitale per il turismo. Senza di essa non esiste un servizio di qualità, il che poi si tradurrebbe nell'assenza di competitività nel mercato globale. Non a caso, il ministero ha stanziato un fondo apposito da 21 milioni per accrescere il livello e l'offerta professionale nel turismo. Stiamo lavorando attivamente per rendere il comparto sempre più digitalizzato. In quest'ottica, l'hub digitale del turismo *Italia.it* sarà lo strumento che supporterà l'industria tu-

ristica italiana nel fare un salto di qualità».

Di che si tratta?

«Un portale che presenta la nostra proposta turistica in modo integrato, e che è quindi uno strumento prezioso per le aziende, che hanno la possibilità di salire a bordo per raccontare la propria realtà e rendere visibile a livello nazionale e internazionale ciò che hanno da offrire, favorendo una connessione strategica dell'intero comparto e promuovendone crescita e sviluppo in termini globali. Il portale ci supporterà anche a sostenere azioni mirate per promuovere «l'Anno delle radici italiane nel mondo» promosso dal ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, che potrebbe portare all'Italia un ritorno di flussi oltre ogni aspettativa».

Si è parlato parecchio della campagna 'Open to Meraviglia' al momento del lancio. A quasi un anno di distanza, ha dato i frutti desiderati?



«La campagna si è rivelata un successo: all'estero è stata molto apprezzata, e Venere inizia a essere un volto riconosciuto in tutto il mondo e riconducibile all'Italia. La nostra *virtual influencer*, oltre a essere protagonista di una serie di azioni di marketing digitale sui vari social, è stata anche presente nei principali hub internazionali. Una presenza capillare e multilivello che ha sicuramente fornito un importante contributo al grande ritorno dei turisti stranieri in Italia».

A proposito di spesa turistica straniera, recentemente è entrato in vigore il nuovo regime in materia di 'Tax Free Shopping', esito di un iter iniziato nel febbraio dello scorso anno quando lei ha incontrato al dicastero i vertici delle più importanti aziende del settore operanti in Italia. In cosa consiste e cosa significa questo per il turismo?

«È un intervento che si mostrava necessario ai fini della crescita dell'intero indotto turistico nazionale. Ridurre la soglia per accedere al servizio da 154,95 a 79 euro significa, intanto, adattare la normativa italiana alla media degli altri Paesi europei. Parliamo di un sistema che funziona come leva competitiva e attrattiva nei confronti dei flussi turistici esteri, consentendo ai turisti extra-Ue di acquistare beni in Italia, senza dover corrispondere la relativa imposta o avendo diritto al successivo rimborso. Sosteniamo ulteriormente la ripresa della filiera del turismo nazionale e potenziamo il rilancio a livello internazionale dell'attrattività turistica».

Questo weekend a Milano si tiene la BIT. Una vetrina importante per l'Italia?

«Assolutamente sì. Tutte le fiere sono, oltre che formidabili catalizzatrici di flussi turistici e generatrici di ricchezza, importanti momenti di promozione. A maggior ragione se si tratta di eventi dalla portata internazionale come nel caso della BIT, con Paesi ospitati da tutto il mondo e venti buyer portati da Enit, la nostra agenzia del turismo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INFLUENCER DIGITALE

DS9881



DS9881

Quando la Venere è social

A quasi dodici mesi di distanza

Per il ministro «la campagna si è rivelata un successo e Venere è un volto riconosciuto in tutto il mondo e riconducibile all'Italia»

SHOPPING SENZA TASSE



Acquisti oltre confine

Per chi viene da fuori Ue

«È un sistema che permette ai turisti extra-Ue di acquistare beni senza corrispondere la relativa imposta o avendo diritto al successivo rimborso»



Daniela Santanchè, senatrice e ministro del Turismo del governo Meloni