

PRIMO PIANO

DS3041

DS3041

Il vento nuovo di Santanchè

Ascoltare le voci del settore, migliorare i servizi, destagionalizzare sfruttando l'occasione del Giubileo e far crescere le infrastrutture al Sud: la road map del Ministro per tenere l'Italia ai vertici del turismo mondiale

“**I**l turismo doveva essere la prima industria della nostra Nazione ma i governi non si sono poi comportati di conseguenza perché è un settore a cui non hanno mai dato importanza, dignità e soprattutto la necessaria capienza economica. Perché per fare turismo ci vogliono soldi”.
È la fotografia del passato che l'Italia vorrebbe archiviare nell'album dei ricordi e lo ha fatto capire il Ministro del Turismo Daniela Santanchè intervenendo all'inaugurazione del nuovo flagship store milanese del Gruppo Bluvacanze.
Cosa stanno facendo allora Governo e Ministero per supportare il turismo italiano in un momento di grande rilancio dopo il covid?
“Non è passato così tanto tempo dalla pandemia, il turismo è uno dei settori più colpiti e fra chi ha sofferto di più ci sono gli agenti di viaggi e i tour operator. Per questo a fine anno scorso abbiamo sbloccato ristori per 13,7 milioni di euro che erano fermi da molto tempo”.



In un Paese che doveva vivere di turismo, oggi i problemi di infrastrutture e servizi sono ancora notevoli così come quelli che riguardano una riorganizzazione dell'offerta. Nella sua chiacchierata milanese, Santanchè ha toccato i diversi punti spiegando come intervenire dal suo punto di vista e da quello del Governo.

Lo status attuale dell'Italia dice che nel mondo c'è molta voglia di visitare il nostro Paese: “Se il turismo sta andando bene lo dobbiamo soprattutto agli imprenditori ai lavoratori di questo settore” è il parere del Ministro che poi indica quale deve essere il percorso per non perdere i vantaggi acquisiti: “La parola d'ordine deve essere destagionalizzazione, stiamo portando in Italia tanti eventi sportivi per aiutare questo percorso, dobbiamo puntare ad un turismo presente in tutti i mesi dell'anno. Destagionalizzare significa anche aiutare i piccoli comuni, quelli con meno di 5000 abitanti.

Abbiamo 5600 borghi dove si produce il 90% delle nostre eccellenze enogastronomiche. Un attrattore in più perché è vero che nella nostra nazione si viene per le bellezze naturali e quelle culturali ma è vero anche che i turisti vengono perché si mangia bene. E ricordo che oggi i souvenir non sono più, come una volta, il cappellino e la t-shirt, oggi i turisti tornano a casa con i nostri prodotti”.

L'attenzione ora è puntata sull'imminente Giubileo del 2025. “Nella nostra Nazione è previsto l'arrivo di ben 30 milioni di persone. La sfida è quella di andare oltre Roma e poter creare offerte turistiche per rimanere questi ospiti in Italia. Già oggi si calcola una permanenza media durante il Giubileo di circa in 7 giorni”.

L'importanza del turismo per l'Italia è sempre stato un argomento da conversazione che non ha trovato poi applicazione attuativa nei passi fatti dalle amministrazioni. Come sta cambiando il vento?

“Il turismo oggi è diventato centrale nei programmi del Governo con un ministero dotato di portafoglio. Lo era già nella passata legislatura ma prima ancora tutti dicevano che la nostra Nazione doveva vivere di turismo mentre il settore faceva capo a un dipartimento della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Poi era stato accorpato ai beni culturali, successivamente all'agricoltura. Un fatto strano se si considera che il turismo in Italia vale il 13% del pil



quindi una fetta molto importante del prodotto interno lordo. La politica però non è mai stata conseguenziale a quello che si diceva a proposito dell'aspirazione di cui tutti si riempivano la bocca! E per passare dalle parole ai fatti, "grazie ai soldi del PNRR abbiamo messo a disposizione un miliardo e 380 milioni per mettere a posto le strutture ricettive perché il turismo vuol dire più qualità, più servizi e strutture ricettive che siamo adeguate a quella che è l'aspettativa di tanti turisti che arrivano in Italia". Altro tema toccato da Santanchè è stato quello dell'overtourism: "Ne soffriamo in alcune regioni, forse perché non siamo stati capaci di organizzarlo. Io non credo che la soluzione sia quella di aumentare le tasse di soggiorno, io credo che la soluzione sia quella di una organizzazione che possa lanciare attraverso le agenzie di viaggio e i tour operator delle offerte turistiche. Eventi sportivi, congressi, le stesse fiere sono eventi che aiutano la destagionalizzazione". Per quanto riguarda la promozione all'estero, il Ministro crede che sia necessario mettere fondi a disposizione e ribadisce un concetto, ossia quello della necessità di fare squadra: "Dobbiamo aiutare la promozione dell'Italia. Troppe volte è arrivata in modo frammentata. Oggi invece sappiamo fare squadra". La politica per programmare e intervenire laddove necessario, secondo il Ministro non può prescin-

dere dal confronto: "Io ascolto tutte le associazioni di categoria perché non si possono prendere decisioni senza ascoltare chi lavora, chi conosce esattamente quei problemi. E poi naturalmente bisogna parlare con chi sta investendo. In questa nazione troppo spesso ci sono stati lacci, laccioli, burocrazia, cioè tutto quello che era di ostacolo a chi aveva l'energia di poter sviluppare ricchezza attraverso le imprese, il lavoro e i lavoratori". In attesa della Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli, inevitabile un accenno al Mezzogiorno d'Italia e alla sua naturale vocazione turistica. Santanchè si dice fiduciosa. L'atavica vocazione dell'Italia di essere la Florida dell'Europa è ancora una chimera ma il sud, con le nuove Zes, potrà ripartire grazie a questo nuovo motore che riserva facilitazioni, incentivi e decontribuzioni. "Al sud abbiamo bisogno di infrastrutture perché turismo significa trasporti, quindi, bisogna recuperare il gap che è ancora troppo grande. Se pensiamo all'alta velocità, vediamo tanti turisti che arrivano nella nostra nazione e poi dopo si spostano con il treno. E lì stiamo intervenendo. Anche il Ponte di Messina di cui si parla da sempre credo che possa diventare un simbolo della nostra nazione, un ponte che unisce, un messaggio molto importante non solo per il turismo".

Antonio Del Piano