

# ITALIA

## Superpotenza della bellezza

Piano Strategico del Turismo 2017-2022, "Italia, Paese per viaggiatori"

➡ a cura di Tiziana Conte



Il tavolo dei relatori nella gremita Sala delle conferenze Internazionali alla Farnesina

«L'Italia non è una superpotenza militare o economica ma è una superpotenza della bellezza, della cultura, del gusto e del design; il Paese più fotografato su Instagram, in cui tutti vogliono prima o poi recarsi per sperimentare il genuino significato del *Vivere all'Italiana*». Lo ha detto il ministro degli Esteri **Angelino Alfano** presentando alla Farnesina, insieme al ministro del Mibact **Dario Franceschini**, il Piano Strategico del Turismo 2017-2022, "Italia, Paese per viaggiatori".

Nel 2015, ben 52 milioni di persone hanno visitato il Belpaese confermatosi 5a destinazione al mondo. «È questo un elemento che ci dà grande soddisfazione, ma che ci pone anche una sfida», ha commentato Alfano. E la sfida è stata raccolta e rilanciata nel corposo documento elaborato dal Mibact con la Farnesina, le Regioni e l'Enit, che formalizza in un piano pluriennale, della durata di sei anni, l'investimento sul versante del-

l'innovazione, delle tecnologie digitali, della valorizzazione del patrimonio e del territorio, rimettendo al centro delle politiche nazionali il sistema e l'economia del turismo.

«La diplomazia economica è tanto importante quanto la diplomazia politica», ha precisato il Ministro, sottolineando che la variabile sicurezza è diventata fondamentale nella scelta delle destinazioni turistiche e che per questo la Farnesina ha approntato l'App Viaggiare Sicuri che consentirà agli italiani di conoscere in tempo reale ogni informazione relativa al paese che stanno visitando o che intendono visitare.

«Il nostro Paese è uno dei pochi ad essere riuscito a coniugare solidarietà e sicurezza. Abbiamo salvato centinaia di migliaia di vite umane e contemporaneamente siamo stati un paese sicuro in un contesto globale in cui il rischio zero non esiste», ha ricordato, sottolineando che in Italia, il turismo, rappresenta il 12% del Pil e il 13% dell'occu-

pazione e cresce con percentuali superiori rispetto alla percentuale di crescita del Pil. La percezione di Paese sicuro e solidale costituisce, secondo Alfano, una variabile determinante insieme all'immensa bellezza e alla crescente qualità dell'offerta nella scelta dell'Italia quale meta di vacanza per italiani e stranieri. E gli fa eco Franceschini: «Il turismo è uno dei motori della crescita economica dei prossimi anni e porta conoscenza reciproca in un mondo in cui le paure dello straniero sono sempre più grandi. Ecco perché c'è anche un grande valore sociale nell'investire in questo settore. Abbiamo di fronte una grande sfida: governare una crescita enorme di flussi turistici in quei luoghi come Venezia, Firenze e Roma che hanno un problema di fragilità».

E il problema, urgentissimo, secondo quanto affermato dal Ministro del Mibact, non si risolve con i ticket o i tornelli, ma «servono i contatori di accessi e quando si rag-

giunge il limite massimo, si devono bloccare i flussi». «Dobbiamo puntare a un turismo che spende e rispetta la fragilità dei luoghi. Non si tratta di una nicchia, ma di milioni di persone». Franceschini ha ricordato l'incontro previsto con i sindaci delle città coinvolte «perché il sovraffollamento, crea problemi anche di sicurezza».

Intervenire sui flussi ma anche colmare il gap sulle infrastrutture. Per il Ministro del Mibact l'Alta Velocità non può fermarsi a Salerno ma deve arrivare a Palermo e da Taranto a Bologna. E deve attraversare tutti gli aeroporti. «Si tratta di grandi scelte che il Paese dovrà fare. Dobbiamo rafforzare ulteriormente la crescita, continuando ad attrarre i turisti anche nelle destinazioni meno conosciute». C'è voglia di ripartire dalle regioni, valorizzando al meglio i 51 siti Unesco presenti sul nostro territorio e puntando sull'innovazione e la digitalizzazione. Per **Francesco Palumbo** (foto sotto), dg Mibact, è importante costruire prodotti nuovi. Per esempio: «i musei devono essere suggeritori di nuovi percorsi e conoscenze e le nostre risorse reinterpretate». Concorda **Fabio Lazzerini**, consigliere di amministrazione Enit, ricordando che ancor prima delle destinazioni sono le passioni a muovere il turista di oggi alla ricerca di un'esperienza a



I ministri Dario Franceschini e Angelino Alfano

contatto con i locali e le tradizioni più autentiche e sottolineando l'importanza del ruolo della promozione mirata ai vari mercati e ai diversi sentiment. Protagonista su tutto l'innovazione: dalla App del MAE al nuovo sito, Discovery Italy, che Alitalia si appresta a lanciare e che, ha annunciato **Gubitosi**, segue l'esperienza di Expo e guarda a mercati di Cina, Corea, Giappone, India ma anche Usa, introducendo, rispetto alla fase di e-commerce e di vendita dei biglietti, ampi contenuti su ciò che le destinazioni italiane possono complessivamente offrire.

### Il Pst e le regioni

Per quanto riguarda le nostre regioni una particolare attenzione è riservata alla risoluzione delle problematiche di sostenibilità legate alle accessibilità turistica nei territori maggiormente vulnerabili anche incoraggiando la mobilità dolce. Un caso emblematico da questo punto di vista è certamente Matera eletta capitale europea della cultura 2019. Si tratta di un evento straordinario che vede un ampio coinvolgimento dei territori del Mezzogiorno ed è proprio con riferimento alla città di Matera che nel documento presentato si prevede la definizione, l'integrazione e la gestione di un programma di comunicazione e promozione anche internazionale. Nel Pst è prevista anche la valorizzazione e la riqualificazione integrata dei paesaggi costieri della Puglia promossa attraverso la realizzazione di interventi articolati

sul waterfront urbani, sulle urbanizzazioni periferiche sui sistemi dunali, sulle zone umide sui paesaggi ad alta valenza naturalistica sui collegamenti con gli entroterra costieri e sulla mobilità dolce. «Quasi una rivoluzione copernicana nella strategia con cui promuovere il turismo nel nostro Paese», il commento al Piano Strategico del Turismo 2017-2022, del Coordinatore della Commissione Turismo e delle Province autonome, **Giovanni Lolli** (Vice presidente della Regione Abruzzo) a margine dell'evento alla Farnesina. «Per troppo tempo in Italia ci siamo collati affidandoci al valore immenso del nostro patrimonio artistico e naturale conosciuto in tutto il mondo. Siamo entrati in una fase nuova che spinge sul "brand Italia" e sul "vivere all'italiana" ovvero su un prodotto che non si fonda più solo sulle grandi città d'arte ma coinvolge il territorio, i piccoli borghi che rappresentano un traino fondamentale: sono il filo conduttore di un racconto straordinario fatto di uomini, visi, sapori, conoscenze, arte, artigianato e paesaggi. Proprio quella che ingiustamente viene definita come "Italia minore" è in realtà la chiave per un'offerta turistica diversa, più diffusa, che consente di capire e far percepire un modello di vita a dimensione umana, proponendo un marketing sempre più fondato sul *Life Italian Style*, caposaldo di un Piano strategico di cui le Regioni e i Comuni sono protagonisti».