

Per il ministro Santanchè quest'anno il fatturato del turismo italiano supererà il livello pre Covid

DI MARCO ANTONELLIS

La ministra del Turismo **Daniela Santanchè** ne è certa: il 2023 sarà l'anno del sorpasso e l'Italia non solo raggiungerà i dati pre pandemia (ora siamo ancora sotto del 10%) ma addirittura li supererà. «Nell'ambito del Pnrr Turismo, spiega Santanchè a *ItaliaOggi*, «mettiamo in campo un fondo che non credo abbia precedenti: una dotazione di 1 miliardi 380 milioni per il turismo con il nuovo incentivo FRI-Tur (Fondo rotativo imprese per il sostegno alle imprese e gli investimenti di sviluppo nel turismo) promosso dal ministero del turismo e gestito da Invitalia».

Il ministro sottolinea poi che «saremo molto attenti al rispetto delle tempistiche perché il tempo per gli imprenditori è importantissimo. Quello che è importante che questi soldi vadano alle imprese in tempi rapidi. Ad Invitalia, ad Abi e a Cassa Depositi e Prestiti di essere rapidi». Il fondo si rivolge tra gli altri ad alberghi, agriturismi, stabilimenti balneari e termali, strutture ricettive all'aria aperta, porti turistici, imprese del settore



Daniela Santanchè

fieristico e congressuale.

Gli interventi previsti spaziano dalla riqualificazione energetica a quella antisismica e rimozione delle barriere architettoniche passando per restauro, risanamento, digitalizzazione ma anche acquisto di arredi o realizzazione di piscine termali. Santanchè aggiunge: «Dall'analisi che abbiamo fatto, abbiamo rilevato che dobbiamo tanto alle bellezze del nostro territorio. Da qui uno sviluppo importante dei nostri borghi, che sono assolutamente molto attrattivi e dove peraltro c'è la produzione del 90% delle eccellenze enogastronomiche. Dobbiamo puntare su un turismo lento o cosiddetto di prossimità. Anche il Covid nella sua tragedia ha

fatto riscoprire agli italiani l'Italia».

«Il terzo brand al mondo è l'Italia», sottolinea il ministro a *ItaliaOggi* «perché da studi che abbiamo fatto, i turisti stranieri sono disposti a spendere fino a un 20% in più per prodotti e servizi italiani. I turisti oggi comprano prodotti italiani come il vino, l'olio, i salumi, il formaggio».

A proposito di vino, cosa ne pensa della proposta irlandese di mettere

un'etichetta sui possibili rischi per la salute? «È semplicemente una bestemmia. Non è il vino che fa male, è l'abuso del vino. È volere colpire una nazione come la nostra».

C'è poi il problema dei balneari e delle coste. Qui la Santanchè spiega che «dobbiamo tutelarli, sono realtà in cui lavorano 30mila famiglie. Per farlo dobbiamo studiare qual è lo strumento migliore».

Ieri alla prima riunione del Comitato interministeriale per Made in Italy nel Mondo, Santanchè, ha dichiarato: «Il turismo, in particolare, può e dev'essere la principale chiave d'accesso alla promozione del Made in Italy. Tant'è vero che spesso e volentieri i visitatori di tutto il mondo scelgono la nostra Nazione proprio in virtù dei prodotti tipici e delle eccellenze che contraddistinguono il nostro territorio, dall'enogastronomia alla moda, per citare due esempi. I turisti vogliono scoprire dove e come nasce il Made in Italy, quali sono le radici che lo rendono assolutamente unico e che nessuna imitazione potrà mai sostituire. L'idea è quindi, in un'ottica sinergica, quella di importare nel settore del turismo la strategia comunicativa vincente con la quale altri comparti, come l'automotive e il fashion, hanno saputo promuovere e vendere molto bene il marchio Made in Italy».

© Riproduzione riservata

