

La lettera

DS259

DS259

Perché per il governo il turismo è un'industria

Daniela Santanchè*

Caro Direttore,
ho letto con piacere la riflessione di Francesco Grillo sul suo quotidiano, che pone l'accento sulla necessità di concepire il turismo come una "industria". Sono felice che la direzione tracciata due anni fa dal Governo Meloni abbia trovato riscontro tra le pagine del Messaggero. Per la prima volta, infatti, l'Italia è dotata di un piano industriale per il turismo, il Pst 2023-2027, che trae la sua forza dalle sei direttrici trasversali che guidano la nostra azione amministrativa e politica: promozione, investimenti, qualità, inclusione, formazione e sostenibilità. Queste direttrici si pongono all'interno di un più ampio percorso strategico internazionale ed europeo.

È essenziale, affinché questa nuova visione industriale esprima tutto il suo potenziale, che si pongano basi solide di cooperazione tra pubblico e privato. La sinergia tra enti pubblici e privati nel turismo è un elemento cruciale per garantire lo sviluppo e la crescita del settore.

Questa collaborazione consente di ottimizzare le risorse disponibili, combinando le capacità del settore pubblico con l'innovazione e l'agilità del settore privato.

Grazie a questa sinergia, è possibile massimizzare gli investimenti e realizzare progetti di grande impatto, come lo sviluppo di infrastrutture necessarie per attrarre sempre più turisti.

E credo che non sia una casualità il fatto che nel 2023 il turismo ha registrato dati record. Risultati veramente soddisfacenti che saranno illustrati dettagliatamente nella parte finale della lettera.

Il turismo è un ecosistema industriale complesso e, forse, poco studiato in termini di politica economica. L'industria turistica nazionale è, infatti, caratterizzata da un insieme variegato e differenziato di attori, per natura, dimensione, competenze e interessi di business, che agiscono spesso in maniera disorganica all'interno di un'arena competitiva globale. Per emergere in tale arena, è, al contrario, necessario mostrare un profilo di unità, qualitativamente elevato, simbolo del Made in Italy nel mondo. Analogamente, i comparti che compongono il settore sono eterogenei e spaziano dal turismo tradizionale al congressuale (in cui siamo primi in Europa), dal ricettivo al fieristico, dal wellness all'enogastronomico, fino al turismo dei cammini, dei borghi e quello sportivo; da quello croceristico a quello della montagna e del mare. Tanto che oggi non possiamo più parlare semplicemente di turismo, ma di turismi.

Oggi, comparti e attori del settore turistico hanno finalmente a disposizione un palcoscenico comune, dove possono scendere insieme in scena e dialogare secondo una strategia condivisa e ben definita. Questa strategia mira a organizzare e gestire al meglio il settore, tenendo sempre presente il limite delle competenze regionali. Il Piano Strategico del Turismo 2023-2027 dedica a ciascuno di essi l'adeguata

e meritata attenzione, individuando politiche di promozione e investimento appropriate, attraverso un approccio attento e lungimirante, finalizzato a conciliare e soddisfare interessi compositi e differenziati.

È fondamentale, infine, affermare la posizione di leadership dell'Italia nel mercato turistico globale, riconquistando il ruolo di player centrale nel bacino mediterraneo, in tutta l'Europa e a livello mondiale. L'Italia vanta una dotazione di risorse artistiche, storiche, culturali e naturalistiche difficilmente eguagliabile: con i suoi 60 siti del patrimonio mondiale dell'Unesco e 4.908 siti culturali tra musei, siti archeologici, monumenti ed ecomusei aperti al pubblico, detiene un patrimonio immenso che necessita di essere sostenuto, promosso e gestito con visione e coraggio.

L'obiettivo del nostro Piano Strategico è creare una rete sempre più strutturata per un'industria del settore che sia integrata e portatrice di una visione e finalità condivise. Per raggiungere questo scopo, è innanzitutto fondamentale il consolidamento delle risorse umane ed economiche, che risultano ancora troppo disomogenee sia a livello territoriale che tra i vari comparti. Solo in questo modo sarà possibile garantire investimenti mirati e un'offerta sempre più qualificata e differenziata.

Ci stiamo muovendo proprio in questa direzione, mantenendo un dialogo costante con le associazioni di categoria e gli imprenditori del settore. I diversi interventi che stiamo portando avanti, come la recente riforma degli affitti brevi, gli investimenti nel settore dei cammini e della montagna, le risorse per la riqualificazione delle strutture ricettive, i sostegni alle imprese, e le politiche per sostenere il lavoro, come la detassazione del lavoro notturno e festivo e la detassazione delle mance, sono tutti volti a sostenere una visione industriale che è sempre mancata al settore e che ora finalmente è al centro non solo delle politiche del governo, ma anche del dibattito pubblico e politico.

Ricordo che nel 2023, in attesa dei dati finali del 2024, il settore ha registrato un nuovo record: oltre 134 milioni di arrivi e 451 milioni di presenze. Dal 2019 al 2023, l'Italia ha visto un incremento di 3 milioni di arrivi (+2,3% rispetto al 2019) e di 14,5 milioni di presenze (+3,3%). Inoltre, nel 2023 si sono registrati circa 16 milioni di arrivi in più rispetto al 2022 (+13,4%) e oltre 39 milioni di presenze (+9,5%).

Le strategie di promozione e valorizzazione, messe in atto dal Ministero in collaborazione con Enit e la nota Venere, hanno avuto un ruolo fondamentale nel far sì che il turismo internazionale riprendesse a crescere oltre i livelli del 2019; infatti, la clientela straniera ora supera quella domestica.

Questo governo ha posto il turismo al centro della propria agenda politica e non si fermerà ai successi ottenuti, ma continuerà a lavorare per accompagnare il settore verso obiettivi ancora più ambiziosi, attraverso ulteriori politiche di destagionalizzazione, gestione dei flussi,

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS259 - S.4433 - L.1620 - T.1620



diversificazione dell'offerta, valorizzazione di borghi e aree interne, formazione e occupazione, per garantire un'offerta turistica di alta qualità che integri le eccellenze del Made in Italy, contribuendo così a rafforzare l'immagine e la competitività del nostro patrimonio culturale e creativo a livello internazionale.

*Ministro del turismo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA