

Sviluppo. Il Governo vara le strategie per il settore - Le sfide: delocalizzazione e destagionalizzazione

Pronto il Piano turistico 2017-23

A settembre il voto in Parlamento con quattro priorità strategiche

Marzio Bartoloni

Sfruttare al meglio l'onda lunga del turismo, l'unico comparto che non vede mai la crisi - quest'anno in Italia si prevede una crescita tra +3,5 e +4,5% - valorizzando al meglio tutto il territorio nazionale per 365 giorni all'anno. E trasformando i poli attrattivi più famosi come Venezia, Firenze e Roma o le «infrastrutture culturali» più importanti (musei, parchi archeologici, teatri, ecc.) in «porte di accesso» per gli altri territori e per forme di turismo diverse da quello tradizionale come il turismo sostenibile (ciclovie, cammini, parchi e aree protette) e quello che privilegia i luoghi minori (borghi, aree rurali, piccoli centri). Le parole d'ordine per raggiungere questo obiettivo sono integrazione, riqualificazione, **valorizzazione**, mentre lo strumento principe per antonomasia da utilizzare è quello della digitalizzazione (due terzi dei viaggiatori utilizza ormai il web per prenotarsi il viaggio) confermando e potenziando tra le altre cose il credito d'imposta (oggi al 30%) riconosciuto alle imprese turistiche che investono sull'on line.

È questo l'identikit del piano strategico per il turismo 2017-2023 che il Governo ha appena messo a punto per scommettere su una delle "industrie" più sottovalutate dal nostro Paese: il turismo incoming nel 2015 ha fatturato 35,8 miliardi di ricavi. Siamo solo al settimo posto nel mondo e al quinto (dietro Francia, Usa, Spagna e Cina) per numero di arrivi (50,7 milioni). Troppo poco per le potenzialità inesprese di un Paese che ha il record di siti Unesco. «Ribadisco quello che ha detto il ministro Franceschini quando si è insediato e cioè che il ministero dei beni culturali e del turismo è il primo ministero economico italiano, perché tra in-

dotto ed effetti positivi per il made in Italy, il turismo può essere la leva principale per la ripresa economica del Paese», avverte il sottosegretario al Mibact Dorina Bianchi. Che indica nella «delocalizzazione e nella destagionalizzazione» la sfida principale del piano strategico a cui hanno lavorato Regioni, operatori e rappresentanze sindacali.

Il piano è stato appena approvato dal Comitato permanente del turismo - a settembre arriverà in Parlamento e alla Stato regioni prima del varo definitivo in consiglio dei ministri - e individua in

L'ECONOMIA LOCALE

I poli attrattivi più famosi come Venezia, Firenze e Roma e le infrastrutture culturali più importanti diventeranno «porte di accesso» ai territori



Piano strategico del turismo

● Il Piano strategico del turismo viene elaborato secondo le indicazioni del Dm 8 agosto 2014 (recante istituzione e compiti del Comitato permanente di promozione del turismo in Italia) e rappresenta il documento con cui si dota di una visione unitaria l'Italia del turismo e della cultura. Il piano ha un orizzonte temporale di 6 anni (2017-2023) ed è stato redatto dal Mibact insieme a Regioni, altri ministeri, enti territoriali e rappresentanze economiche e del mondo sindacale

80 pagine oltre 150 azioni e quattro obiettivi principali: innovare l'offerta turistica nazionale, accrescere la competitività, sviluppare il marketing e realizzare una governance delle politiche di settore. Un libro dei sogni? Per trasformare le strategie in misure concrete ci sarà un appuntamento fisso: l'approvazione del programma di attuazione annuale con la definizione delle misure e delle risorse a disposizione. «Ogni anno individueremo progetti concreti e i fondi necessari, abbiamo già cominciato a farlo con le ciclovie e i cammini», avverte Bianchi. È di questi giorni infatti il via libera alla creazione di una rete di ciclovie turistiche nazionali con un stanziamento di 91 milioni di euro, un turismo in sella che ha un potenziale di 3,2 miliardi di giro d'affari per il nostro Paese. Altro esempio di turismo slow da poco finanziato con 61 milioni è quello della riqualificazione dei principali cammini storici e religiosi che attraversano l'Italia. In questo senso vanno anche le iniziative appena avviate per lo sfruttamento ai fini turistici di fari, case cantoniere e stazioni ferroviarie dismesse. «Ma c'è un altro turismo alternativo e tra i più ricchi che vogliamo rilanciare tutto l'anno: quello congressuale», aggiunge il sottosegretario che vede grandi potenzialità di sviluppo per il Sud, «con effetti benefici per i giovani che possono specializzarsi in professioni che lavorano non più a stagione, ma per 365 giorni l'anno».

Il piano nel capitolo «competitività» indica anche le misure per le imprese: dal potenziamento degli incentivi per la digitalizzazione a quelli per l'aggregazione e l'integrazione dei servizi e per le reti d'impresa. Allo studio anche una corsia preferenziale per accedere al Fondo di garanzia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il poker degli obiettivi

OFFERTA INNOVATIVA

Il piano prevede una serie di misure per differenziare e valorizzare l'offerta turistica delle destinazioni - soprattutto quelle mature, a partire da quelle balneari - integrandola con quelle di territori e prodotti emergenti (piccoli borghi, parchi, ciclovie, cammini, turismo slow)

COMPETITIVITÀ

Le misure studiate insieme alle imprese puntano su digitalizzazione; adeguamento infrastrutturale; sviluppo di competenze e professioni in linea con il mercato; riqualificazione delle aziende turistiche; semplificazione del quadro normativo e regolamentare

MARKETING

Secondo il piano è necessaria l'attivazione di una promozione unitaria del brand Paese e del suo portafoglio di prodotti turistici. Si va dalla costruzione di un'unica piattaforma digitale («Destinazione Italia») alla digitalizzazione dell'offerta turistica (ticketing dei musei, eventi, biglietti di viaggio)

GOVERNANCE

il Piano strategico del turismo ha un orizzonte temporale di sei anni. A questo si affianca un programma attuativo annuale che individua misure e risorse disponibili. L'obiettivo è promuovere la gestione integrata e partecipata, aumentare i dati a disposizione e assicurare la sorveglianza sui piani di sviluppo



Firenze. I turisti di fronte al battistero di San Giovanni Battista

