

Intervista al ministro del Turismo: "Ora occorre mettere a regime questo dono"

DS9881

DS9881

"La forza dell'Umbria è nella sua identità"

Daniela Santanchè: "La regione ha un marchio ben riconoscibile"

L'intervista Il ministro al nostro giornale: "La Regione è stata capace di comunicare un marchio ben riconoscibile". L'importanza di essere capofila dei Cammini Aperti

Daniela Santanchè:

"L'Umbria ha un dono che dà forza al turismo"

"Lo slogan del mare umbro ha trasmesso l'idea di immergersi in tutto quello che il territorio offre"



"Promozione sì, ma costruire pure un'offerta che gestisca adeguatamente flussi e servizi. Puntare sulla destagionalizzazione"

di **Sergio Casagrande**

■ A **Daniela Santanchè**, ministro del Turismo, che oggi è a Saturnia tra gli 8 ministri ospiti del Forum in Masseria invernale di Bruno Vespa, abbiamo posto alcune domande sull'andamento turistico dell'Umbria, sulle potenzialità della regione, sui possibili benefici al settore dal totale recupero della Ferrovia centrale umbra, recentemente annunciato



"Opportunità di lavoro per i giovani e agli imprenditori risposte anche per più assunzioni"

dal ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Matteo Salvini, sulle opportunità occupazionali e sulle risposte attese dagli imprenditori del comparto.

- **Ministro, nel 2023 l'Umbria ha registrato 7 milioni di presenze. Qual è, secondo lei, il motivo che sta attirando così tanti turisti nella nostra regione?**

Sicuramente si sta facendo un grande lavoro di pianificazione a livello di campa-



"Il recupero della Fcu è importante per lo sviluppo e per soddisfare le esigenze dei turisti"

gne con grande attenzione sugli investimenti.

Credo sia da riconoscere la capacità che la Regione Umbria ha nel comunicarsi



"Investire sulla qualità per innalzare gli standard, dal Pnrr fondi che possono essere d'aiuto"

come un marchio ben riconoscibile, con una sua propria identità, anche grazie a un'agenda politica basata



su una visione unitaria e organica di percorsi enogastronomici e cammini religiosi, borghi e città d'arte, passando per la ricca proposta culturale che mette al centro il significativo connubio cinema-territori e l'organizzazione di festival ed eventi, nonché l'importante programma offerto dalla Galleria Nazionale e dalla Rete museale regionali.

La stagione 2024 vede l'Umbria come Regione capofila del progetto "Cammini Aperti", presentato nella giornata di apertura della Bit di Milano i primi giorni di febbraio e a cura di Ministero, Regioni e Province autonome e in collaborazione con Enit. Con il progetto dedicato ai Cammini, la Regione Umbria si pone quindi, capofila per la promozione di un turismo sostenibile, che punta a sviluppare tutta la rete dei cammini religiosi e dei sentieri naturalistici, valorizzando i contesti territoriali e preservandone le identità

- Può aver contribuito al successo anche la campagna pubblicitaria particolare voluta dalla Regione Umbria con uno slogan altrettanto particolare (Io amo il mare dell'Umbria)? E, a proposito di iniziative promozionali, qual è il bilancio, a livello nazionale, della campagna Open to meraviglia?

Le iniziative promozionali giocano senz'altro un ruolo chiave nel contribuire a sostenere il successo turistico delle varie destinazioni. "Io amo il mare dell'Umbria", ha giocato sul paradosso per trasmettere l'idea dell'immersione totalizzante in tutto ciò che il territorio umbro può offrire, e lo ha fatto "Open to Meraviglia", che ha pienamente

raggiunto il suo obiettivo. DS9881

La Venere - presente in maniera capillare sui social e nei principali hotspot internazionali - è stata molto apprezzata dal suo target di riferimento, ossia i turisti esteri, che nel 2023 hanno alimentato flussi in netta ripresa, trainando la spesa turistica e il Pil nazionale.

La promozione è una componente indispensabile per il turismo, quindi, ma è altrettanto indispensabile poi presentarsi bene ai turisti: e quindi saper organizzare i servizi e gestire adeguatamente i flussi, costruendo un'offerta turistica profonda e diversificata - alla portata delle richieste e delle esigenze di tutti -, che guardi alla destagionalizzazione e sappia intercettare e rispondere ai cambiamenti e alle tendenze.

- Lei punta molto sulla "destagionalizzazione" delle offerte turistiche, per l'Umbria cosa potrebbe significare?

Abbiamo la fortuna di vivere in una Nazione che - per conformazione territoriale, aspetti paesaggistici, mitezza del clima - si presta naturalmente a essere visitata, esplorata e conosciuta in ogni periodo dell'anno.

L'Umbria, il "cuore verde dell'Italia", è un lampante esempio di questa caratteristica distintiva e identitaria. Quello che c'è da fare è sistematizzare e mettere a regime questo vero e proprio dono. E ci stiamo già muovendo in tal senso, sia come governo che come dicastero, ma anche insieme alle Regioni. Anche perché sappiamo - lo stiamo vedendo dalle varie rilevazioni - come ci sia una crescente spinta dei turisti a muoversi nei periodi dell'anno, diciamo così, meno canonici. Lo testimoniano mesi come

settembre, ottobre e novembre, che raccolgono risultati sempre più importanti.

Il fatto che l'Umbria sia capofila del progetto "Cammini Aperti" di cui accennavo prima è fortemente indicativo: cammini, percorsi, passeggiate ed escursioni - insieme a enogastronomia e agriturismo - sono fattori strategici per destagionalizzare i flussi. Il turismo lento, in generale, è un driver di sviluppo fondamentale per il turismo regionale e nazionale. Non dimentichiamoci che una recente indagine Enit-Touring Club-Ipsos ci dice che, anche in virtù dei suoi circa 30 mila km di percorsi escursionistici, l'Italia risulta essere la meta preferita per questo genere di viaggio.

Appunto per queste ragioni, il ministero ha stanziato oltre 19 milioni di euro per il rilancio e la promozione dei cammini - pure in vista dell'appuntamento cruciale con il Giubileo - e ha realizzato un catalogo digitale che raccoglie e organizza le informazioni relative a essi.

- Entro pochi anni - lo ha annunciato nei giorni scorsi il ministro alle Infrastrutture Matteo Salvini - l'Umbria recupererà la piena efficienza di una linea ferroviaria, la Ferrovia centrale umbra, che ha rischiato di essere dismessa dal servizio. Sarà un valore dal punto di vista turistico e come andrebbe valorizzata?

Assolutamente sì: il turismo è, prima di tutto, movimento. Senza infrastrutture e trasporti, non ci sarebbe movimento, men che meno turismo.

Un efficiente e sviluppato sistema di trasporti e infrastrutture è essenziale per accogliere e soddisfare le necessità e le esigenze dei visitatori.

Non solo: garantire ai turisti soluzioni che rendano agevole e sicuro spostarsi all'interno dei nostri territori, regionali o nazionali che siano, contribuisce a migliorare l'esperienza complessiva

del viaggio, incoraggiando i visitatori, magari, a esplorare nuove destinazioni e a prolungare la durata delle loro visite. Quindi, direi che investire in attività di rinnovamento e manutenzione è fondamentale per favorire la crescita e la sostenibilità del comparto e anche lo sviluppo economico e il benessere delle comunità locali.

- L'Umbria può diventare un modello a livello nazionale? Come? Puntando sul turismo lento che proprio lei ha elogiato in occasione della Bit di quest'anno?

Io direi che, ciascuna a modo suo, ogni Regione d'Italia è già un modello.

Ogni realtà regionale ha, infatti, sue caratteristiche e peculiarità che ne definiscono, anche attraverso la specifica offerta turistica proposta, una identità e una personalità proprie. Ma i modelli possono e, anzi, devono essere costantemente migliorati per renderli rispondenti ai tempi e, quindi, a un mondo esterno in continuo mutamento. E identità e personalità bisogna saperle poi comunicare tanto in iniziative di promozione, per diffondere conoscenza e consapevolezza, quanto in attività e servizi. Tutto ciò va poi incanalato in una dimensione corale di ampio respiro e di portata nazionale.

La forza del brand "Italia" è proprio questo: disporre di una ricca e variegata proposta turistica proprio perché ciascuna Regione ha dei suoi propri punti di forza e, di conseguenza, ciascuna Regione rappresenta essa stessa un punto di forza dell'intera Nazione.

Parlando dell'Umbria, vale - per esempio - quello che ci siamo detti fin qui sul turismo lento, ma anche sulla natura e sull'enogastronomia.

L'assessorato al Turismo della Regione Umbria con a capo Paola Agabiti, ha dimostrato lungimiranza cogliendo l'importanza del lavoro sinergico con l'assessorato all'Agricoltura per proporre una promozione

basata su un brand unitario mettere in campo nuove idee e progetti per potenziare un'offerta sempre più attrattiva e variegata.

- Il turismo contribuisce al Pil nazionale e dà anche lavoro. Cosa dice ai giovani che vorrebbero intraprendere un'attività turistica o, anche più semplicemente, trovare un'occupazione nel settore? E cosa manca ancora per invogliarli a imboccare questa strada?

Lavorare nel settore turistico rappresenta un'opportunità unica per i giovani, perché offre la possibilità di sviluppare una carriera gratificante e di contribuire attivamente alla valorizzazione dell'Italia nel contesto internazionale.

Oltre a rappresentare un'occasione di crescita professionale e personale, il lavoro nel turismo comporta una grande responsabilità, in quanto ogni operatore turistico svolge il ruolo di ambasciatore della Nazione, fornendone il biglietto da visita. Ma le nuove generazioni hanno anche la possibilità di portare nuove idee e soluzioni creative, contribuendo così all'arricchimento dell'esperienza turistica e al successo del settore.

Nonostante le sfide e le fatiche, lavorare nel turismo può portare grandi soddisfazioni personali e professionali, consentendo di contribuire in modo significativo alla promozione e alla valorizzazione dell'Italia nel mondo.

Quello che politica e amministrazioni possono fare è cercare di determinare le condizioni migliori affinché i

giovani possano sentirsi maggiormente attratti e rendere al meglio all'interno di questo comparto.

Questo significa intervenire in termini di lavoro, formazione e comunicazione, con l'obiettivo di contribuire a incrementare l'appetibilità della carriera e degli sbocchi lavorativi nel mercato del turismo. In quest'ottica, il **ministero del Turismo** ha attuato misure quali la detassazione delle mance, il Fondo da 21 milioni di euro destinati al potenziamento del livello professionale dell'offerta turistica e, ancora, il trattamento integrativo speciale pari al 15% delle retribuzioni lorde per lavoro notturno e nei festivi.

- E agli imprenditori che già lavorano nel settore, ma sostengono che sarebbero necessari più aiuti da parte dello Stato, sia sul fronte fiscale che su quello contrattuale verso i loro dipendenti?

Da quando siamo al governo, abbiamo cercato di dare risposte concrete agli imprenditori del settore.

Penso, ad esempio, ai 39 milioni sbloccati per agenzie di viaggi e tour operator per supportare anche il comparto del turismo organizzato e creare le condizioni affinché esso possa esprimere al meglio le proprie professionalità. Ma oggi il tema è anche non pensare che legiferare sia la cosa migliore che si possa fare: togliere leggi più essere ancora più importante di fare nuove leggi, perché rimuoviamo quei lacci e laccioli alle imprese che trasformano l'attività degli imprenditori in una corsa agli o-

stacoli per arrivare alla crescita e al successo.

Sono soltanto le imprese che possono creare posti di lavoro, e non si può parlare di occupazione se non si aiuta chi l'occupazione la fa. E il mio dicastero è molto attento a questo: abbiamo presentato proposte di semplificazione sulle autorizzazioni all'esercizio delle attività ricettive e sulle aree di parcheggio e sulla somministrazione di alimenti e bevande nelle strutture alberghiere; ma anche sulle attività legate al benessere della persona e all'organizzazione congressuale, sulla disciplina della professione di guida alpina eliminando l'obbligo di presentare il certificato di idoneità psicofisica, sul turismo all'aria aperta e su alcune procedure disciplinate dal Codice della navigazione.

Oltre a tutto questo, il dicastero è solito organizzare webinar per favorire l'accessibilità dei bandi e semplificare, così facendo, il rapporto tra cittadini e pubblica amministrazione.

- Il fenomeno degli affitti brevi e delle strutture ricettive non regolari affligge anche molte città turistiche dell'Umbria e del Centro Italia? Come combattere gli abusivi?

Il tema dell'abusivismo, sugli affitti e non solo, è uno dei maggiori mali che affligge la nostra industria, pur non essendo - naturalmente - endemico al comparto del turismo. E sia l'esecutivo che il ministero sono schierati in prima linea per quanto riguarda questo problema.

Noi siamo intervenuti laddove nessuno era mai intervenuto prima, con la riforma degli affitti brevi che si pone l'ambizione sia di tutelare chi fa impresa proteggendo la proprietà privata che di essere uno strumento

per far emergere il sommerso.

Naturalmente, è un primo passo, ma da qualche parte bisogna pur cominciare. Abbiamo ancora quattro anni di legislatura davanti a noi e, lavorando insieme come fatto finora, possiamo fornire risposte via via più soddisfacenti e puntuali.

- Da anni lo stato di molte strutture alberghiere italiane è uno dei problemi principali del settore. Come rinnovare e tornare competitivi anche rispetto ad altri Paesi che hanno meno patrimonio storico artistico e paesaggistico, ma strutture di alta qualità?

Lo sostengo da sempre, sin dal giorno della mia nomina: occorre investire nella qualità.

Inalzare lo standard dei nostri servizi è di vitale importanza. Investire in qualità vuol dire attrarre maggiori flussi, saperli gestire sempre meglio, ma pure attrarre ancora più investimenti da parte di grandi nomi e di grandi catene. Penso, ad esempio, a Bulgari a Roma.

In questo, i fondi del Pnrr ci possono dare una grande mano. Ne è un importante esempio il lavoro che abbiamo iniziato con il Fri-tur, con risorse pari a 1 miliardo e 380 milioni di euro messi a disposizione proprio per migliorare i servizi di ospitalità e potenziare le strutture ricettive, specie in un'ottica di digitalizzazione e sostenibilità ambientale. E un lavoro che prosegue anche in virtù dei consistenti investimenti Bei, con il Fondo tematico per il turismo recentemente incrementato a 800 milioni di euro, con cui le imprese possono realizzare progetti di investimento per aumentare la propria competitività. E non si può essere competitivi se non investendo in qualità.

sergio.casagrande@
gruppcorriere.it





Il ministro del turismo
Nelle foto Daniela Santanchè,
qui a fianco con Paola Agabiti,
assessore al Turismo
della Regione Umbria