

**L'INTERVISTA**

DS9881

DS9881

**«CREMONAFIERE VOLANO  
DEL TURISMO DI QUALITÀ  
IL MINISTERO LA SOSTIENE»**



■ **CREMONA** «L'obiettivo è sempre quello di fare squadra e di consolidare lo 'spirito di appartenenza' all'Italia. Il turismo ha successo se si scende in campo uniti, compatti, se si gioca insieme». Il ministro **Daniela Santanchè** conferma il sostegno concreto a CremonaFiere, anticipando iniziative in questo senso. «Le fiere aiutano a destagionalizzare gli arrivi e a portare in città turismo di qualità, altospendente».

**GUALANDRIS** a pagina 7

# L'INTERVISTA

## «Fiera e turismo coppia perfetta La sosteniamo»

La ministra **Santanchè** conferma l'impegno concreto su Cremona

«Il territorio  
presenta  
ai visitatori  
una proposta  
ampia e ricca  
con eventi  
fortemente  
identitari»

«L'industria  
fieristica attrae  
un'utenza  
alto-spendente  
e aiuta così  
a promuovere  
il territorio  
e i suoi valori»

di **PAOLO GUALANDRIS**

■ **CREMONA** «Il ministero sarà sempre al fianco dei territori, supportandoli nelle decisioni strategiche che ne promuovono la crescita e lo

sviluppo attraverso investimenti per il comparto. E investire nelle fiere è uno dei modi per favorire questa crescita». Ad annunciarlo, riferendosi specificatamente a Cremona, è **Daniela Santan-**



chè, ministra del Turismo, che conferma l'interesse per la città e la sua Fiera, anticipando iniziative a sostegno nel segno della concretezza.

**Lei è sostenitrice della necessità di un cambio di paradigma sul turismo, che deve puntare più sulla qualità che sulla quantità. Un concetto che calza perfettamente per città come Cremona, potenzialmente interessate a un flusso costante di visitatori durante l'intero arco dell'anno avendo da offrire storia, cultura e bellezza del territorio che notoriamente non pagano dazio alla stagionalità. Condividi questa visione?**

«Assolutamente sì. È proprio quanto il Ministero del Turismo sta cercando di fare: promuovere le destinazioni italiane tutto l'anno, perché l'Italia - per ragioni territoriali, geografiche, climatiche, culturali - ha un ventaglio di offerte che si presta a essere fruito e vissuto in qualsiasi stagione. Cremona, come tantissime altre località italiane, dalle più alle meno note, è in grado di presentare ai visitatori una proposta turistica ampia e ricca, che riguarda la sua tradizione musicale, enogastronomica e culturale attraverso musei, eventi ed esperienze tipiche e fortemente identitarie. E questo è fondamentale, soprattutto oggi, che il turista tende a vivere la vacanza come un'esperienza immersiva e totalizzante e non come una semplice visita dei luoghi e delle attrazioni principali».

**CremonaFiere, che condivide questa impostazione e sta investendo proprio sulla qualità, rappresenta un importante volano per l'immagine turistica della città avendo nel suo arco importanti manifestazioni di livello internazionale che ne rilanciano le vacanze storiche. Pensiamo per esempio a Cremona Musica International Exhibitions and Festival per la liuteria e gli strumenti e alle Fiere Zootecniche internazionali, di valorizzazione del Made in Italy nel settore primario della zootecnia (delle quali Cremona è una delle indiscusse capitali) e dell'enogastronomia. Turismo e valorizzazione delle virtù economiche del territorio: un matrimonio possibile anche sotto il profilo del turismo di**

**qualità dal momento che queste manifestazioni portano in città uomini d'affari e imprenditori?**

«Dirci che è un matrimonio perfetto! Le fiere aiutano a destagionalizzare e a portare turismo di qualità - tanto che l'industria fieristica attrae un turismo alto-spendente con un budget di spesa giornaliero superiore del 60 per cento a quello del turista medio - e aiutano a promuovere il territorio in maniera diversa e a creare importanti sinergie, anche tra pubblico e privato, per valorizzare al meglio una destinazione turistica. E Cremona, in virtù di tutti questi elementi che ne contraddistinguono la proposta turistica, è un esempio lampante di come implementare la competitività del turismo italiano attraverso manifestazioni fieristiche che ne mettono in risalto peculiarità e specificità».

**Il suo ministero ha sostenuto con convinzione la comunicazione dell'Ente Fiera per queste manifestazioni ottenendo un riconoscimento bipartisan. Un impegno che intende confermare ed eventualmente sviluppare anche in altro modo? Se sì, con quali obiettivi e con quante risorse?**

«L'obiettivo è sempre quello di fare squadra e di consolidare questo spirito di 'appartenenza all'Italia'. Il turismo ha successo se si scende in campo uniti, compatti, se si gioca insieme. Anche perché parliamo di un settore - quello fieristico - che, oltre a essere in forte crescita, in Italia e nel mondo, è anche un attrattore di flussi e un utilissimo strumento di destagionalizzazione. Anche nel nostro Piano Strategico del Turismo 2023-2027 abbiamo dedicato specifiche sezioni alle fiere. Ed è in base a quelle linee guida che ci orienteremo per continuare a supportare il settore con grande convinzione».

**La vicinanza di Cremona a Milano e alle grandi città turistiche del Nord Italia e la sua grande tranquillità la rendono il luogo perfetto per soggiornarvi. Vista da Roma, come si possono promuovere questi valori aggiunti unici?**

«Come dico sempre, noi siamo l'Italia, e dobbiamo raccontarci - soprattutto all'e-

stero - appunto come Nazionale e non come singole destinazioni turistiche. Dobbiamo ragionare nell'ottica di un sistema complesso, unico e integrato, e non adottando una narrazione frammentata e slegata. In questo contesto, torna indispensabile uno strumento di promozione innovativo come italia.it, la piattaforma digitale che il ministero ha voluto per dotare l'Italia di un punto di riferimento unico per il turismo dell'intera Nazione. Attraverso italia.it, infatti, possiamo presentare e raccontare al mondo un'offerta turistica enorme, variegata e altamente differenziata. Un'offerta turistica in cui coesistono, per esempio, le grandi città come Milano e Roma e le realtà più piccole, come Cremona o come quei borghi, quelle mete cosiddette minori che contraddistinguono e caratterizzano in maniera fortemente identitaria il nostro territorio. E ciascuna di queste destinazioni ha le sue caratteristiche, le sue specificità e le sue peculiarità, che noi dobbiamo saper raccontare in maniera unitaria, mettendo in risalto il valore aggiunto che ognuna di esse apporta all'ecosistema turistico nazionale. Fare sistema vuol dire proprio questo: coniugare funzionalmente le caratteristiche delle città più grandi e di quelle più piccole».

**Lei ha scritto: 'C'è chi vuole criminalizzare il turismo di lusso. Perché? Accade solo in Italia nonostante esistano scelte, di vario prezzo, tutte belle. Mentre la Francia si accaparra tutto il lusso, soprattutto il nostro, da noi per colpa della sinistra viene demonizzato'. Vuole spiegare a che cosa si riferisce in particolare?**

«Occorre un cambio di paradigma culturale. Siamo troppo abituati a focalizzarci sulle teste, sulla quantità, su quanti turisti arrivano e su quante presenze si contano. E i numeri sono importanti, certo, per carità. Ma è sulla qualità che bisogna porre l'accento - tanto in termini dell'offerta, quanto su quelli della domanda. Intendo dire che, se da un lato è fondamentale lavorare per definire una proposta turistica sempre più di qualità, con servizi e strutture in grado di offrire ai visitatori delle vere e proprie esperienze di

vita, dall'altro è necessario adoperarsi per attirare non tanto grandi quantità e grandi masse di persone ma, invece, turisti di qualità, dalle elevate capacità e disponibilità di spesa. Fermo restando che l'offerta turistica dev'essere ampia, profonda e diversificata così da soddisfare tutte le tasche e le esigenze di qualunque tipo, ricordiamo che è l'alto che aiuta il basso. E quel che conta è, innanzitutto, i denari spesi dai turisti, ossia le risorse che questi poi lasciano sul nostro territorio, a beneficio dell'intera Nazione. Il punto, quindi, non è quanti turisti vengono da noi, ma quali turisti vengono, e di conseguenza quanto questi contribuiscano a mantenere un alto standard. Da questo punto di vista, è limitante criticare o addirittura criminalizzare il turismo di lusso. L'Italia, dopotutto, è una Nazione di qualità, non di quantità. E noi, come Ministero del Turismo, stiamo intervenendo proprio su questo, con politiche mirate per aumentare e migliorare l'offerta, puntando su qualità, sostenibilità e sicurezza di ciò che può trovare chi viene nel nostro Paese».

**Lei ha una proposta di riforma della tassa di soggiorno. Come intende procedere e con quali finalità e ricadute per gli enti locali?**

«La nuova proposta prevede l'istituzione della tassa di soggiorno, differenziata in base al prezzo della stanza, nei termini di una tassa di scopo, che consenta, cioè, di reinvestire i guadagni nello sviluppo e nel miglioramento dei servizi per il turismo. Diamo così una maggiore autonomia impositiva ai Comuni, semplifichiamo alcuni adempimenti relativi ai titolari delle strutture ricettive e, per quanto riguarda i turisti, offriamo un criterio equo di proporzionalità. La sfida per un turismo più agile, performante e funzionale, dagli standard qualitativi più elevati, passa anche da qui».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il concorso  
alle Fiere  
Zootecniche  
internazionali



Il presidente  
di Cremona  
Fiere  
Roberto Bilioni



**Daniela Santanchè è dal 22 ottobre 2022 ministra del Turismo**