

Firmato protocollo d'intesa tra il sottosegretario Brambilla e il ministro degli esteri Frattini

Il turismo si farà in ambasciata

Le sedi diplomatiche diverranno centri di promozione

DI ANDREA G. LOVELOCK

Ambasciatori come promoter, consolati come pseudo delegazioni dell'Enit: la vecchia idea di Berlusconi, che intendeva sfruttare la rete diplomatica come moltiplicatore di attività promozionali per il turismo, prende forma con il secondo atto di intese tra ministeri. Dopo la firma con quello del commercio estero, la sottosegretaria con delega al turismo, Michela Vittoria Brambilla, ha firmato ieri il protocollo d'intesa con il ministro per gli affari esteri, Franco Frattini, per un programma condiviso di azioni promozionali a supporto del made in Italy. «Un accordo che consentirà una sinergia operativa tra le due strutture, ministero degli esteri e dipartimento turismo, per una più programmata azione comune, volta a interpretare i flussi turistici in Europa e quindi promuovere sui mercati esteri il brand Italia. Finalmente si avvia quella politica nazionale per il turismo che renderà funzionali ed efficaci le azioni concordate

da dipartimento, Enit, ministero affari esteri».

In un passaggio del protocollo, infatti, si legge esplicitamente che la sfida dell'internazionalizzazione impone una risposta organica che l'intesa ministero-dipartimento turismo tradurrà in azioni concrete, ovvero specifici progetti di comunicazione e iniziative per incoraggiare investimenti esteri nel settore del turismo italiano. Nello specifico, tra gli strumenti previsti dal protocollo, vi è l'organizzazione di manifestazioni turistiche in parallelo alle iniziative promozionali, ovvero eventi, fiere e missioni riguardanti i comparti del made in Italy, che meglio evocano lo stile di vita italiano e quindi enogastronomia, prodotti di lusso, design, moda, destinazioni top.

La prima applicazione dell'intesa ci sarà a febbraio, con una missione congiunta negli Emirati Arabi e nel Qatar per promuovere il brand Italia e attirare investimenti nelle destinazioni turistiche del nostro paese.

«Per la prima volta», ha concluso Brambilla, attuiamo una programmazione di sistema a favore dell'offerta turistica italiana e lo facciamo in un momento di grave crisi economica, che impone anche al nostro paese l'ottimizzazione delle sue strategie promozionali. Cominciare a fare sistema era ed è un imperativo per la competitività del



Michela Vittoria Brambilla

