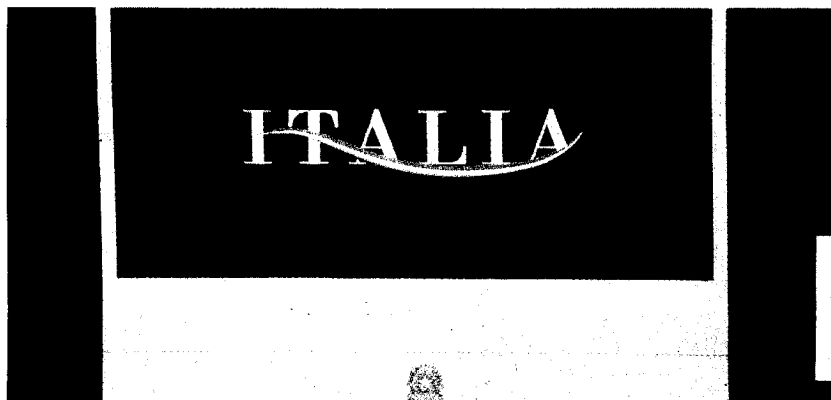


Iniziativa della Brambilla Nasce il logo «Magic Italy» per rilanciare il turismo



IL MARCHIO

La Brambilla e Berlusconi hanno presentato il nuovo simbolo *Ansa*

ENRICO PAOLI

■ ■ ■ Un nuovo "logo", una nuova immagine, una nuova strategia fra Alitalia e Ferrovie dello Stato e, soprattutto, tante nuove idee per rilanciare l'industria del turismo. A partire dall'Abruzzo, diventato il perno del progetto messo a punto dal ministero del Turismo, con il pieno sostegno del presidente del Consiglio, Silvio Berlusconi, presentato ieri a Palazzo Chigi. «Il turismo è un settore molto importante, vorremmo cambiare musica», dice il premier Berlusconi, presentando "Magic Italy", il nuovo marchio per promuovere il turismo nel Bel Paese. «In questi anni», prosegue il Cavaliere, «l'Italia è stata scavalcata da Francia, Spagna, Stati Uniti e anche dalla Cina. Gran parte di questa discesa è dovuta al fatto che non c'è più stata promozione all'estero, neanche nella sciagurata riforma fatta dalla sinistra». L'obiettivo, avverte il presidente del Consiglio, è arrivare a un incremento «del 50% nei prossimi cinque anni». Obiettivo raggiungibile visto le forze messe in campo.

E così per promuovere il turismo in Italia «siamo partiti dalla creazione di un nuovo logo Italia», dice il neo ministro del turismo, Michela Vittoria Brambilla, «visto che l'immagine del nostro paese era appannata» e «mancava di un profilo definito». Il turismo, invece, rappresenta una «grande opportunità, soprattutto occupazionale», ha rimarcato la Brambilla. L'immagine riproduce la parola «Italia» accompagnata graficamente da una specie di onda tricolore. «Per la sua ideazione», ha chiarito il ministro, «ci siamo orientati su due concetti forti: eccellenza del Made in Italy ed essenza del Made in Italy. Per i paesi esteri lo slogan sarà Magic Italy». Poi l'altra novità. «Daremo vita a sinergie con Alitalia e Trenitalia sulle rotte e sulla promozione per mettere a sistema la politica turistica in Italia», dice la Brambilla, «lavoreremo in maniera congiunta sulle linee di marketing, sulle rotte, su sistemi promozionali congiunti», ha spiegato. Anche il premier è apparso molto soddisfatto del lavoro svolto dalla Brambilla, tanto da non voler mancare all'appuntamento, nonostante il torcicollo che in mattina gli aveva impedito di pren-

dere parte ad altre manifestazioni pubbliche.

Malessere sul quale prima scherza: «Meno male che c'è il cortisone. Stamattina il medico mi ha fatto una puntura, dicono che fanno male ma quando è necessario è necessario...». Poi il Cavaliere annuncia che è stato girato uno spot e ne approfitta per un'altra battuta, punzecchiando il centrosinistra: «Abbiamo girato uno spot dove io ho fatto il conduttore. Poi, quando l'ho visto, ho detto che l'opposizione non me l'avrebbe lasciato fare, perché altrimenti avrei avuto una catena di signore, perché in quello spot sono troppo bello... Se sarò un giorno all'opposizione», ha aggiunto, «allora si potrà usare...». Tornando serio il premier offre alla platea lo slogan che accompagnerà il lancio del progetto «Scopri l'Italia, nascerà un grande amore». «Il video», sottolinea il premier, «è un'iniziativa del presidente del Consiglio, che deve essere ancora completata» e che verrà «regalata a tutti quelli che verranno al G8». Prima di lanciare le immagini, il presidente del Consiglio osserva: «Il video è così bello che scommetto che sarà difficile allontanarsi dalla sala con queste immagini». Terminata la proiezione, con la sala ancora piena di ospiti, dice: «Avevo ragione, no? Non se n'è andato nessuno...». L'importante è che facciamo altrettanto i turisti che arriveranno nel nostro paese.

