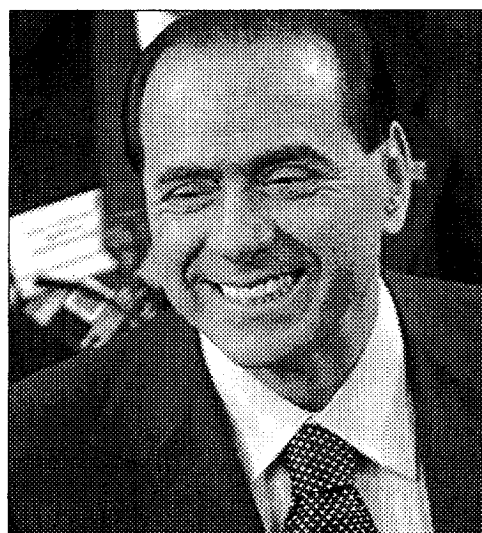


Il rilancio del Turismo in Italia passa attraverso l'Abruzzo

Presentati dal Presidente Berlusconi e dal Ministro Brambilla il nuovo logo e le nuove strategie per riportare il turismo italiano a primeggiare nel mondo. Le iniziative intraprese per il rilancio dell'Abruzzo in collaborazione anche con Alitalia e Trenitalia



L'Italia turistica ad una svolta? E' quanto si augurano tutti. Operatori innanzitutto. Indubbiamente dopo anni di assenza totale, il Governo cerca di riprendere le redini di un settore che "prima produceva il 14% del PIL ed oggi solo il 10%" come ha dichiarato il Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, presentando con il neo Ministro Maria Vittoria Brambilla, la campagna di promozione "Magic Italia", focalizzata sul piano di rilancio dell'immagine e del turismo dell'Abruzzo. Una iniziativa che tenta per l'ennesima volta, ma questa volta con qualche fatto concreto in più, di rilanciare il turismo in campo mondiale. "Dopo essere stati superati dalla Francia e dalla Spagna, è ora il momento della Cina, ha dichiarato Berlusconi. Per un Paese che possiede il 58% dei beni culturali al mondo e il 72% d'Europa, questo è inaccettabile. Colpa della riforma della costituzione voluta dalla sinistra che, in materia di turismo, ha privilegiato le Regioni a discapito dello Stato. E' stata la mancanza di una azione unitaria a livello centrale a determinare questo flop. Il nostro impegno, ha detto ancora il Presidente del Consiglio, è ora quello di portare il settore a produrre il 20% del PIL, con un innegabile beneficio per l'occupazione. Nei prossimi 5 anni il movimento turistico mondiale dovrebbe passare dagli 800 milioni di visitatori attuali ad un miliardo e 200 milioni e l'Italia dovrà ritornare ad essere protagonista". Nel corso dell'incontro, al quale hanno partecipato anche gli amministratori delegati di Alitalia e di Trenitalia, Rocco Sabelli e Mauro Moretti, oltre al presidente della Regione Abruzzo, Gianni Chiodi, e all'Assessore al turismo della stessa Regione, Mauro Di Dalmazio, è stato presentato il nuovo logo "Italia" cui si è arrivati, secondo il Ministro Brambilla, tenendo presene due concetti fondamentali: l'Eccellenza (arte, moda e design) e l'Essenza (natura, sapori e bellezza) del made in Italy. Il risultato è un simbolo che unisce

la scelta di una scritta rigida ed impostata allo svolazzo/fregio di un nastro-onda con i colori italiani.

Per la prima volta le politiche governative si confrontano con i piani marketing di Alitalia e Trenitalia. "Una sinergia nei trasporti, ha ancora detto Berlusconi, è fondamentale per riportare i turisti in Italia e nelle città d'arte. Con loro daremo vita ad un comitato interministeriale per concordare in modo congiunto iniziative di marketing e programmazione delle rotte".

Passando alla campagna estiva (luglio, agosto e settembre) per rilanciare il turismo in Abruzzo, il Ministero, d'accordo con la Regione, ha individuato sette itinerari (Le sette Vie d'Abruzzo): la Via del Sacro e del Mistero, la Via dei Borghi Antichi, la Via dell'Acqua e del Sole, la Via degli animali selvaggi, la Via della natura selvaggia, la Via dei sapori e la Via del cuore, la cui promozione sarà avviata in occasione del prossimo G8 con i governanti e con i giornalisti che intervengono per l'occasione. Il piano di rilancio dell'immagine della Regione passa ovviamente anche attraverso gli accordi intervenuti con Alitalia e Trenitalia le quali, rispettivamente,



ottriranno una tariffa unica "Fly & Drive" da tutta Italia verso l'Abruzzo a partire da 89 euro tutto incluso, e uno sconto del 30% sul costo dei biglietti di andata e ritorno per tutti i treni e per tutto il periodo estivo.

Soddisfatti sia il Presidente della Regione, Gianni Chiodi, secondo il quale "la collaborazione per il supporto offerto sia dal Ministero che dalla stessa Presidenza del Consiglio, e la sinergia attuata con il Governo nazionale, faranno in modo da presentare un Abruzzo ancora più bello e forte", sia dell'Assessore, Mauro Di Dalmazio, che ha ravvisato nel Presidente Berlusconi il "primo testimonial" (e per giunta a costo zero) del rilancio turistico della Regione.

Antonio Castello