

Tuteliamo il Bel Paese con un buon turismo

di Michela Vittoria Brambilla

Ministro del Turismo

Le città d'arte e le coste italiane rappresentano i nostri settori di eccellenza. Ma è opportuno programmare meglio, facendo leva su più adeguate sinergie, il sistema d'offerta in modo che i nostri musei possano praticare una politica di prezzi che vada maggiormente incontro alle esigenze dei giovani, come degli anziani. Ad esempio, penso che sarebbe utile, come si fa sulle nostre montagne con lo skipass, ideare una "card" che consentisse al turista che soggiorna in una determinata città di visitare un gran numero di musei e di aree culturali a prezzi ridotti. E devo dire che il nostro ministro per i Beni culturali, Sandro Bondi, sta già assumendo importanti iniziative. Nel 2008 si è riscontrata una flessione di presenze, ma non certo maggiore di quella che hanno avuto gli altri Paesi europei. È chiaro, però, che occorre adottare terapie d'urto alle quali, insieme con le Regioni e le amministrazioni locali, stiamo già lavorando. Gli obiettivi sono diversi. Una promozione più aggressiva e sempre di più ancorata ad un sistema d'offerta che, per qualità e prezzi, sia il più possibile vantaggioso; poi una maggiore attenzione al settore crocieristico, l'unico che oggi non sembra risentire della crisi; infine pressanti interventi sul sistema bancario perché, in una fase di crisi come quella che oggi stiamo vivendo, non faccia mancare sufficienti linee di credito alle centinaia di migliaia di piccole e medie imprese che operano in questo settore e che, anzi, costituiscono il fulcro del nostro sistema turistico.

Occorre una più efficace programmazione di tutto il nostro sistema d'offerta ed è importante che, per la realizzazione di questo obiettivo, Stato e Regioni



oggi abbiano cominciato ad operare in stretto coordinamento tra loro. Sia per la domanda interna che per quella estera occorre mettere mano a pacchetti integrati che diano modo al singolo turista, come a quei tour operator che gestiscono i grandi flussi, di poter valutare un tipo di offerta che, proprio perché onnicomprensiva, può rappresentare maggiori vantaggi. Il che vuol dire proporre itinerari che non solo siano particolarmente attrattivi sotto il profilo culturale e paesaggistico ma diano anche garanzie per quanto riguarda affidabilità di servizi e di reti di trasporto. Non è più possibile pensare ad un settore così ricco di risorse e di potenzialità senza gli strumenti necessari per poter affrontare un mercato che ormai sposta 900 milioni di turisti l'anno.