Conferenza stampa del 22 marzo

Intervento del Ministro del Turismo

on. Michela Vittoria Brambilla

1. EMERGENZA A LAMPEDUSA

Per quanto riguarda Lampedusa, ho portato ieri all' attenzione del consiglio dei ministri, la situazione dell' isola e la necessità di interventi mirati di sostegno al comparto turistico. Per Lampedusa, infatti, il turismo e l' indotto generato da tale settore rappresentano la leva fondamentale dell' economia del territorio ed appare evidente come la situazione che si e' creata potrebbe concretizzarsi in un serio danno per gli operatori del settore e tutta la popolazione. Già diverse prenotazioni sono state cancellate e non possiamo permettere che la situazione di disagio si protragga. Anche per questa ragione, ho molto apprezzato la strategia di intervento messa punto dal ministro Maroni che, sono certa, permetterà nel brevissimo periodo di fermare gli sbarchi e portare via gli immigrati clandestini dall' isola, riportandola quindi ad una condizione di normalità. Sarà questo il punto di partenza per procedere con azioni di compensazione e sostegno al settore, anche sotto il profilo promozionale e mediatico, che metteremo in campo con efficacia e tempestività. Siamo in contatto con gli operatori e le autorità locali per ascoltare le loro richieste.

Compiremo ogni sforzo per salvare la stagione turistica estiva. L' emergenza profughi di questi giorni non comprometterà' l' immagine di quest' isola meravigliosa ne' tantomeno quella del nostro Mezzogiorno.

Domani è in programma un incontro con il governo tunisino per riattivare l'accordo di cooperazione sull'immigrazione che ha dato in passato ottimi frutti. L'obiettivo è far cessare i flussi provenienti da quel Paese. A tale scopo, l'Italia è pronta ad offrire uomini e mezzi.

2. IL TURISMO ITALIANO NEL CONTESTO MONDIALE

Come sapete, sulla base dei dati diffusi dall'OMT, nel 2010, a livello globale, il turismo ha registrato una forte ripresa (+6,7 per cento) rispetto al 2009. Gli arrivi internazionali sono ritornati a salire e puntano verso la quota simbolo del miliardo: parliamo di 935 milioni di arrivi contro i 913 del 2008, annata-picco prima della crisi. Ma la ripresa ha velocità diverse nelle diverse aree del mondo ed è trainata essenzialmente dall'impetuosa crescita delle economie cosiddette emergenti. Per il 2011 si prevede una crescita a livello mondiale intorno al 4-5 per cento, in Europa tra il 2 e il 4 per cento.

In uno scenario fortemente globalizzato, sia dal punto di vista della domanda che da quello dell'offerta, l`Italia conta ancora su oltre 40 milioni di arrivi turistici internazionali ogni anno, collocandosi fra le destinazioni al vertice della graduatoria del turismo mondiale.

Secondo Bankitalia abbiamo avuto nel 2010 il 2,5 per cento di turisti stranieri in più, con un aumento delle spesa pari all'1,1 per cento, in particolare sul circuito delle città d'arte che hanno confermato andamenti molto positivi in termini di flussi turistici e occupazione camere (+ 5 per cento rispetto al 2009, secondo dati dell'Osservatorio nazionale del turismo). I turisti dall'estero hanno "staccato" a favore del sistema Italia un maxi-assegno di oltre 29 miliardi di euro, con un saldo positivo della bilancia dei pagamenti turistici di 8,8 miliardi.

Forti di questi risultati riteniamo di dover dare sempre maggiore impulso all'incoming dall'estero ed abbiamo definito una calendario di azioni con decorrenza immediata.

3. INIZIATIVE PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO MAGIC ITALY IN TOUR

La prima iniziativa che oggi desidero presentarvi è un grandissimo evento – a disposizione delle Regioni e di tutti gli attori pubblici e privati – pensato per promuovere all'estero il Sistema Italia. È il Magic Italy in Tour, un roadshow che vedrà l'Italia protagonista in diciotto città d'Europa da questo giovedì sino ai primi d'agosto. Un vero e proprio viaggio nelle principali metropoli europee per far conoscere le destinazioni turistiche e i prodotti italiani, con indubbi effetti positivi anche sulla promozione del territorio. L'iniziativa nasce dall'impegno congiunto del Ministero del turismo con l'Unità di missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia e del Ministro delle Politiche Agricole. Un efficace esempio di condivisione degli obiettivi da parte di amministrazioni diverse, che insieme si prefiggono di valorizzare i prodotti regionali e le eccellenze locali, di trasmettere l'Idea che l'Italia merita di essere visitata proprio per la grande varietà degli aspetti culturali e paesaggistici, di favorire la destagionalizzazione dell'offerta e della domanda.

Prima di entrare nel merito del Magic Italy in Tour, però, voglio ricordare una persona che è scomparsa pochi giorni fa, Giorgio Medail, un italiano innamorato dell'Italia che per primo ha ideato questo progetto e ha speso grandi energie affinché potesse diventare realtà. Purtroppo non potrà vederne gli effetti, ma il suo esempio, la sua passione e la sua straordinaria creatività ci danno ulteriori motivazioni per fare tutti del nostro meglio, lavorare insieme in vista di un grandissimo obiettivo.

Che cosa troveranno i cittadini europei "visitati" da "Magic Italy in tour"? Immaginatevi un accogliente truck a tre piani (per truck intendo uno speciale mezzo pesante che, una volta fermo, diventa una struttura su tre piani) e alcuni gazebo disposti in semicerchio, che ricreano l'idea e le atmosfere della tipica piazza italiana. In questi spazi l'Italia presenterà ai visitatori i suoi prodotti turistici e le sue eccellenze. Il tour inizierà ufficialmente a Vienna dopodomani, poi proseguirà a Monaco la settimana seguente. Si tratta in totale, come ho già detto, di 18 città in 11 paesi, i principali mercati in cui si genera il flusso turistico verso l'Italia: Germania (Monaco, Stoccarda, Amburgo, Berlino, Francoforte), Austria (Vienna), Svizzera (Berna), Svezia (Stoccolma e Goteborg), Danimarca (Copenhagen), Norvegia (Oslo), Francia (Parigi e Marsiglia), Olanda (Amsterdam), Belgio (Bruxelles), Spagna (Madrid e Barcellona), Portogallo (Lisbona). Ogni tappa durerà quattro giorni, generalmente dal giovedì alla domenica.

Al roadshow, come anticipato, sono protagoniste le Regioni, le Associazioni di Categoria, i Consorzi ed altri Organismi, sia pubblici che privati, interessati a promuovere le eccellenze dei propri territori. Voglio sottolineare che partecipano tutte le Regioni italiane: ognuna ha a disposizione uno spazio in cui potrà distribuire materiale informativo in più lingue, e uno schermo al plasma su cui girano le immagini in alta definizione del territorio. Le Regioni hanno anche la possibilità di organizzare ulteriori iniziative ad hoc in una o più città. Per fare solo un esempio, il Piemonte si è già fatto avanti per le prime due tappe di Vienna e Monaco, con due eventi con presentazione delle destinazioni regionali, ma tante altre Regioni hanno già opzionato momenti speciali nelle città che ritengono "strategiche". Insomma, uno strumento promozionale davvero "di sistema" a disposizione di tutti coloro che hanno messaggi e contenuti da valorizzare all'estero.

PROGETTO PAESI BRIC

La seconda iniziativa ha per obiettivo i mercati dei paesi cosiddetti "emergenti": Brasile, Russia, India e Cina. Sono paesi che da soli rappresentano il 42 per cento della popolazione mondiale e conoscono una straordinaria fase di crescita, anche sotto il profilo turistico. Considerate a titolo d'esempio il Brasile, la cui spesa turistica è aumentata, nel 2010, di oltre il 50 per cento. Tassi a due cifre valgono anche per Russia e Cina. Perciò abbiamo dato mandato all'Enit di predisporre un piano promozionale per rafforzare e consolidare l'immagine dell'Italia quale destinazione turistica. L'idea di base è la realizzazione di tre mostre evento nelle principali metropoli dei 4 Paesi, sul tema "L'Italia vista dagli artisti stranieri". Prevediamo infatti in ciascuna occasione una mostra di opere di artisti contemporanei del Paese ospitante, realizzate a seguito di un soggiorno in Italia. Intorno a questo momento clou saranno organizzate giornate di incontro con gli operatori della domanda turistica, opinion leaders, rappresentanti delle Istituzioni locali e dei media (stampa generica e specializzata): un intenso programma finalizzato a presentare il meglio dell'offerta turistica regionale, suddivisa per tipologia di prodotto, e le eccellenze del Made in Italy (moda, tessile, calzaturiero, motori, enogastronomia).

VIRTUAL TRAVEL MARKET

Una terza iniziativa importante prende il via oggi ed è il Virtual Travel Market, la prima Fiera virtuale del turismo italiano, organizzata da Enit su una piattaforma digitale appositamente studiata, raggiungibile attraverso il sito vtmitalia.it. Ne abbiamo previsto un'edizione primaverile e una autunnale. Quella primaverile partirà oggi e terrà "aperto" sul web fino al 1 aprile. In sostanza funziona esattamente come una fiera convenzionale, con stand ed espositori (al momento sono 450), solo che si svolge su internet, con un notevolissimo abbattimento dei costi per gli operatori.

4. INIZIATIVE PER LA PROMOZIONE IN ITALIA

La debolezza della domanda interna, che rappresenta il 70 per cento della clientela delle strutture ricettive, dipende da fattori di ordine generale ben noti a tutti. Alla radice si combatte con gli interventi per la crescita che questo governo ha messo in campo (semplificazioni, liberalizzazioni, libertà di impresa e fiscalità di vantaggio) e ancora metterà in campo nel prosieguo della sua azione. Per quanto riguarda il turismo non c'è dubbio che occorra puntare sulla destagionalizzazione e sulla delocalizzazione, sviluppando i circuiti turistici nazionali che rispondano a queste caratteristiche e che, con il testo di riforma del turismo che è praticamente alla fine del suo iter, sono stati istituiti. Uno di questi è senz'altro il turismo dell'arte e della cultura. Nel testo del codice abbiamo previsto normativamente, per la prima volta in questo paese, la valorizzazione del nostro grande patrimonio artistico e monumentale a fini turistici, anche ai fini di generare le risorse necessarie al suo auto-sostentamento. Vi ricordo che nel 2010 ha effettuato "almeno una vacanza" il 63,5 per cento degli italiani, che queste vacanze sono state in totale 98, 07 milioni, di cui 76,58 in Italia (78,1 per cento) e 21,48 all'estero (29,1 per cento) e che l'impatto economico della spesa turistica degli italiani in Italia l'anno scorso è stato stimato dall'ONT in circa 42,39 miliardi di euro.

LO SPOT DELL'ITALIA

Proprio con l'intento di promuovere il turismo dell'arte e della cultura e, allo stesso tempo, invitare i nostri connazionali a conoscere la vastità e la ricchezza, abbiamo preparato un spot istituzionale, rivolto al mercato nazionale, che verrà trasmesso a breve sulle reti Rai. punta invece sulle nostre bellezze artistiche. Come vedrete, proponiamo una raccolta di splendide

immagini di città italiane; Venezia (piazza e basilica di San Marco), Roma (veduta del lungotevere, Castel Sant'Angelo e San Pietro), Firenze (Duomo e palazzo Vecchio), Orvieto (il duomo), il tempio di Segesta (Trapani), Napoli (panoramica di piazza del Plebiscito), Loreto (il santuario), l'Apollo e Dafne del Bernini (galleria Borghese) con il sottofondo di una delle melodie più celebri che caratterizzano l'Italia, "un amore così grande" dall'interpretazione di Andrea Bocelli. Ma questa volta, abbiamo un testimonial in video a raccontarci le bellezze del proprio paese: Silvio Berlusconi. Si tratta della prima volta in assoluto, e non solo in Italia, che un capo di governo sceglie di mettersi a disposizione del proprio paese con tale generosità. Il risultato lo giudicherete voi. Posso solo aggiungere che ritengo sia lo spot costato meno in assoluto, dato che eravamo già proprietari delle immagini dell'Italia che abbiamo utilizzato ed il testimonial non ha, ovviamente, richiesto alcun compenso. Devo dire che anche io ho fatto la mia parte seguendone personalmente sia le riprese che il montaggio. Ringrazio ancora il presidente Berlusconi per la sua preziosa collaborazione e sono certa che tanti italiani vorranno seguire il suo appello, scegliendo di trascorrere le proprie vacanze in Italia. E' anche un modo per sostenere l'economia nazionale ed il comparto turistico, compresi i tour operator che hanno visto calare in maniera importante il loro fatturato legato ai viaggi verso il nord Africa, il medio oriente e ora l'Asia in generale. Tutti, infatti, offrono anche un "catalogo Italia". In particolare segnalo come la destinazione Egitto, se pur in parte ripartita, evidenzi un calo del fatturato di almeno il 40%, la Tunisia sia ferma e questo vale anche per altri Paesi.