

SCENARI **ITALIA**

Sotto il titolo niente

Il 2016 è stato l'Anno dei cammini, il 2017 quello dei borghi. Qualcuno se n'è accorto? Ora tocca all'Anno del cibo. Vediamo se andrà meglio.

di Pietro Romano

Tra le altre faccende, il ministro Dario Franceschini lascia in eredità al prossimo governo l'appena annunciato Anno internazionale del cibo italiano nel mondo. Peccato che sia tutto da realizzare. Del resto, il fatto che un'iniziativa del 2018 venga lanciata soltanto il 20 febbraio, e con un nuovo governo alle porte, lascia presagire un notevole flop. In compenso, la presentazione in piena campagna elettorale si è trasformata in un super-spot per il ministro democratico del Turismo (oltre che dei Beni culturali) e per Maurizio Martina, suo collega di governo e di partito all'Agricoltura.

Al momento, insomma, è altamente probabile che l'Anno del cibo segua la strada delle poco memorabili iniziative precedenti: l'Anno dei cammini nel 2016 e l'Anno dei borghi nel 2017. Tutti fallimenti facilmente preventivabili, dato che per nessuna delle «pensate» turistico-culturali sono stati previsti investimenti economici aggiuntivi o utilizzo di personale esterno all'amministrazione pubblica. Insomma, dietro l'annuncio, il niente. Come nel caso dell'Anno del turismo lento, che Franceschini, appunto, ha già lanciato per il 2019. A futura memoria.

Tra l'altro, sul fronte della promozione (e della competitività) turistica il ministero investe davvero poco: 46 milioni nel 2017, destinati a scendere quest'anno a 43,2 milioni per risalire ad appena 43,5 nel 2019. Mentre il Piemonte, per fare un esempio, dispone di oltre il doppio dei fondi. Merito, si

fa per dire, della riforma costituzionale sul Titolo V, varata dal centrosinistra nel 2001, e che ha fatto ricadere il turismo tra le competenze esclusive delle Regioni. Il risultato? Una distribuzione frammentata e clientelare dei contributi. Con

la conseguenza che l'Italia, da prima meta turistica al mondo alla fine degli anni Settanta, è scivolata al quinto posto.

Più in generale, l'eredità che il ministro dem lascia al suo successore non è entusiasmante. Franceschini è riuscito a portare a casa qualche successo, come il tax credit per riqualificare e digitalizzare le strutture alberghiere. Ma i dati del turismo italiano sono a luci e ombre e non da record, quali li prevedeva il ministero. Nei primo otto mesi del 2017 è ripreso il turismo interno, però con modalità mordi-e-fuggi (+4,8 per cento gli arrivi, +2,9 le presenze) e risultati molto lontani dai picchi del 2012. Meglio è andata con gli stranieri: +4,5 per cento gli arrivi, +5,1 i pernottamenti. Ma peggio della concorrenza: l'anno

4,8

LA CRESCITA PERCENTUALE DI TURISTI ITALIANI NEI PRIMI OTTO MESI DEL 2017. PIÙ 4,5% LE PRESENZE STRANIERE

46

MILIONI DI EURO LE RISORSE INVESTITE LO SCORSO ANNO IN PROMOZIONE DAL MINISTERO DEL TURISMO

scorso, l'incremento medio degli arrivi nell'Europa mediterranea ha toccato un +12,6 per cento e un +8 in tutta Europa. La quota italiana sul mercato turistico europeo è calata, di conseguenza, dal 9,2 all'8,5 per cento per gli arrivi e dal 9,5 al 9 per cento per gli incassi.

Come se non bastassero i numeri, balneatori e guide turistiche lamentano una scarsa tutela sul fronte legislativo che frena gli investimenti e privilegia gli abusivi, soprattutto stranieri. L'abusivismo è la bestia nera anche degli albergatori: secondo Assoturismo, le strutture ricettive non ufficiali avrebbero assorbito oltre 225 milioni di presenze. Rimane in piedi, inoltre, la contestata questione della Scuola dei beni e delle attività culturali e del turismo. Nata nel 2012, ai tempi del governo Monti, e costata circa 15 milioni, è ancora inattiva. Ma tant'è. L'obiettivo dell'Anno internazionale

del cibo è ambizioso: potenziare un'attrattiva che pare attendere solo di essere sviluppata. Il cibo è considerato un must dal 48 per cento dei turisti stranieri che arrivano in Italia, infatti, subito dietro il patrimonio culturale (49).

Ma sembra difficile che l'Anno del cibo siffatto possa diventare il provvidenziale volano. Per ora c'è un logo e basta. Mentre tra le azioni previste spiccano: un calendario delle attività enogastronomiche, una piattaforma informativa per diffonderle,

225

**MILIONI
LE PRESENZE
IN STRUTTURE
RICETTIVE
ABUSIVE SECONDO
ASSOTURISMO**

una ricognizione dei prodotti di eccellenza per valorizzare turisticamente le specialità protette, una campagna di comunicazione internazionale per la quale ci si appoggerà al ministero degli Esteri, un accordo con la Cassa depositi e prestiti per sviluppare i servizi di accoglienza.

Insomma, oltre alla campagna sui social, non c'è niente di nuovo. E poi, a proposito di social network, nemmeno su questo fronte il passato è confortante. Per l'Anno dei borghi è stato battezzato un sito apposito: secondo Alexa, la società di Amazon che monitora i clic, è rimasto marginalissimo, dopo i primi 6 milioni di siti consultati nel mondo. L'Atlante digitale dei cammini d'Italia è stato invece pubblicato solo a novembre 2017, alla fine dell'Anno dei cammini. Quando si dice turismo lento...

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il ministro dei Beni culturali Dario Franceschini lascia in eredità



L'Anno internazionale del cibo italiano nel mondo.



Il logo dell'Anno internazionale del cibo italiano nel mondo. L'iniziativa, in pratica priva di budget, durerà per tutto il 2018. È stata lanciata soltanto il 20 febbraio, negli ultimi giorni del governo Gentiloni.