Franceschini, il piano strategico per il turismo punta su diversificazione e sostenibilità

Diversificazione e sostenibilità: ecco le parole chiave del **Piano del Turismo 2017-2022**, presentato nei giorni scorsi dal ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Dario Franceschini. Il Piano rafforza infatti l'idea di **Italia** come museo diffuso, proponendo nuove destinazioni e individuando nel turismo sostenibile e di qualità "uno strumento di policy per il benessere economico e sociale di tutti", spiega Franceschini.

Particolare attenzione va quindi alla diversificazione delle mete turistiche, al fine di indirizzare i flussi verso territori ricchi di potenzialità ancora inespresse (aree rurali, piccole e medie città d'arte, parchi naturali e marini). In collaborazione con le Regioni poi verrà redatto il primo Catalogo dei prodotti e delle destinazioni italiane, verranno create forme di percorrenza alternative (vie e cammini), e verrà potenziata l'attrattività del sistema dei Siti Unesco. Sono previsti anche incentivi alla fruizione responsabile di contesti paesaggistici, anche attraverso il recupero a fini di ricettività di qualità del patrimonio demaniale dismesso (fari, case cantoniere e stazioni).

Secondo il **Country Brand Index** (Future brand 2014-2015), turismo e cultura si confermano per l'Italia i principali fattori di attrattività e riconoscibilità. E il Piano permette di delineare azioni concrete per governare "in maniera intelligente e sostenibile la crescita del turismo in Italia nei prossimi anni", aggiunge il ministro. Le 100 pagine del documento individuano perciò le priorità da seguire per valorizzare il turismo, un settore che vale 171 miliardi di euro, pari all'11,8% del Pil e al 12,8% dell'occupazione. Gli obiettivi specifici del Piano sono 13, e 52 le linee di intervento racchiuse in 4 obiettivi fondamentali: diversificare l'offerta turistica, innovare il marketing del brand Italia, accrescere la competitività e migliorare la governance del settore. Le azioni di rilancio del Piano prevedono poi lo sviluppo di un marketing efficace e innovativo in collaborazione con Enit. Come il progetto **Porte d'Italia**, che valorizza gli hub di ingresso al Paese tramite gli strumenti di comunicazione, tra i quali rientra il Wi-Fi unico nazionale.