
Turismo: Garavaglia (ministro), "uno degli attori della ripresa dell'Italia, ma deve saperlo comunicare"

Comunicazione e media contribuiscono per oltre il 70% allo sviluppo della notorietà e dell'attrattività delle nostre mete turistiche. Sono dunque uno strumento essenziale per riattivare nel nostro Paese i flussi di presenze sia dall'Italia sia dall'estero, in primis dai principali Paesi europei. A fare la parte da leone sono oggi gli audiovisivi con film, fiction, programmi televisivi e naturalmente l'advertising. È quanto risulta dall'indagine "Comunicazione, media e turismo" - realizzata dal Centro di ricerca sulla televisione e gli audiovisivi (Certa) dell'Università Cattolica insieme a "Cattolicaper il turismo" e Publitalia '80-Gruppo Mediaset - che prende in esame uno dei settori chiave per il sistema Italia, in grado di generare il 13 % del Pil (secondo i dati pre-pandemia). I risultati della ricerca sono stati illustrati oggi, alla presenza del ministro del Turismo Massimo Garavaglia, da Massimo Scaglioni, direttore Certa e responsabile scientifico della ricerca, Vincenzo Zulli, coordinatore Business, Development Cattolicaper il Turismo, e Matteo Cardani, direttore generale Marketing Publitalia '80, nell'ambito del webinar "Comunicare il turismo per la ripresa in Italia e in Europa. La notorietà e l'attrattività delle destinazioni italiane e il ruolo dei media". "Comunico ergo sum. Letto al contrario si può interpretare con: se non comunico, non sono. E il turismo ha diritto ad 'essere' uno degli attori principali della ripresa di questo Paese. Ma deve saperlo comunicare", ha detto il ministro Garavaglia che, con il rettore dell'Università Cattolica Franco Anelli, ha introdotto i lavori del webinar. Paragonando il 2021 a un "'anno zero' per la ripresa" e il Covid alla "'safety car' di un Gran Premio", il ministro Garavaglia ha sintetizzato in tre punti le azioni del governo per dare spinta alla macchina turismo: "La prima delle quali è rappresentata dagli interventi di sostegno agli operatori: abbiamo messo a disposizione 1,7 miliardi e abbiamo sbloccato altri 500 milioni; la seconda azione riguarda gli strumenti finanziari in grado di sostenere gli investimenti che gli operatori vorranno avviare nei rispettivi impianti; la terza, infine, è il Pnrr con i suoi 2,4 miliardi, di cui 600 milioni in sussidi e 1,8 miliardi sotto forma di prestiti alle imprese". A queste ne va aggiunta un'altra, ha osservato il ministro del Turismo, vale a dire "regole comuni per agevolare la circolazione". Entrando nel merito della ricerca, il rettore Franco Anelli ha definito "estremamente importante avere affrontato anche dal punto di vista scientifico il modo in cui questo Paese si presenta nei media. L'Italia non è solo uno spazio fisico arricchito da un bel monumento o un bel panorama, ma un luogo abitato da persone che rappresentano una storia. Esserne consapevoli rende il visitatore un viaggiatore, non un turista nel senso consumistico del termine".

Gigliola Alfaro