

A Milano inaugurata la Bit

Turismo, l'Italia resta una delle mete top

Previsto per il 2023 un aumento dell'8% di arrivi e presenze

Marisa Alagia

MILANO

Riesplosa la voglia di viaggiare, gli anni della pandemia hanno comunque lasciato una eredità: vacanze sì, ma che siano il più possibile sane, open air, sostenibili e responsabili. Una tendenza che sembra confermarsi chiaramente nella prima giornata della Borsa Internazionale del Turismo, inaugurata ieri mattina a Milano dalla ministra Daniela Santanchè, che nel pomeriggio ha presieduto una tavola rotonda con ministri e i rappresentanti di Stati del continente africano, Paesi insulari dei Caraibi e dell'Oceano indiano. Al centro dell'incontro sempre la sostenibilità attraverso il rapporto tra popoli e territori.

In viaggio quindi da e per il mondo, ma con grande attenzione alle esperienze nella natura e al rispetto ambientale. Tra le mille destinazioni messe in mostra dai 45 paesi presenti nei padiglioni Allianz Mico di Fiera Milano, ecco richiamare l'interesse proposte come i treni storici che portano i turisti fino a pochi passi dai templi greci o le chiese barocche. Oppure i percorsi ciclabili costieri lungo intere regioni del Mar Ligure e Tirrenico o dell'Adriatico, le escursioni nelle valli alpine per scoprire come si preparano i formaggi in quota fino ai nuovi cammini ispirati non solo alla spiritualità. Ma

anche chi va all'estero cerca proposte come esplorare le città caravaniera nel deserto del Medio Oriente e andare ad osservare da vicino flora e fauna, dalle balene alla foresta pluviale.

Per il turismo internazionale l'Italia comunque resta una delle mete preferite, come conferma un'indagine Enit-Isnart secondo la quale è previsto per il 2023 un aumento dell'8% sugli arrivi e il 20% di chi ci è stato è tornato almeno altre 3 volte. «Nel mondo c'è voglia di Italia, siamo la nazione più bella, dobbiamo dimostrare di essere la nazione più brava a sapersi vendere – ha detto Daniela Santanchè – Spesso ci dimentichiamo che abbiamo il terzo marchio al mondo che è il Made in Italy e non lo comunichiamo non capendo che è un elemento competitivo straordinario».



«Nel mondo c'è voglia di Italia»
La ministra Daniela Santanchè

