



MINISTERO  
DEL TURISMO  
REPUBBLICA ITALIANA

# Daniela Santanchè

Ministro del Turismo

SEN. DANIELA SANTANCHÈ

## Il Turismo DOP come leva strategica per lo sviluppo dell'Italia autentica\*

Il Turismo DOP si configura oggi come una leva strategica fondamentale per la valorizzazione dell'Italia più autentica e profonda. Si tratta di un'opportunità straordinaria per promuovere un'offerta turistica esperienziale, radicata nei territori, capace di raccontare identità, saperi e tradizioni attraverso i prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica.

In occasione di una recente riunione ministeriale tra i Ministri del Turismo dei 27 Paesi dell'Unione Europea, è emerso come la Francia abbia presentato come best practice un'iniziativa analoga a quella che in Italia è già attiva e strutturata. Questo episodio offre uno spunto di riflessione importante: l'Italia non è seconda a nessuno per qualità, varietà e valore del proprio patrimonio enogastronomico. Tuttavia, sconta spesso un limite nella capacità di comunicare, promuovere e valorizzare il proprio spirito di appartenenza. I cugini d'oltralpe eccellono non tanto per la superiorità dei loro vini o formaggi, quanto per l'orgoglio e l'unità nazionale con cui li raccontano.

L'orgoglio di essere italiani, il senso di appartenenza alla propria terra e alla propria cultura possono e devono diventare leve competitive. Non si tratta solo di un valore simbolico, ma di un fattore concreto di sviluppo. L'immagine dell'Italia all'estero è fortemente positiva, e rappresenta già di per sé un potenziale attrattivo. In economia, una visione ottimista rappresenta un primo passo verso la crescita.

Nel concreto, il Turismo DOP permette di offrire al visitatore un'esperienza autentica, immersiva, fondata sulla scoperta dei territori e delle loro eccellenze produttive. Si pensi che in Italia esistono circa 5.600 borghi, dove si concentra il 99% delle produzioni gastronomiche certificate. Un patrimonio vastissimo, spesso poco conosciuto, ma ricchissimo di potenzialità.

Eppure, a fronte di una percezione diffusa di *overtourism*, i dati mostrano una realtà diversa: il 75% dei turisti si concentra sul 4% del territorio nazionale. Questo significa che il restante 96% è affetto da *undertourism*. Ed è proprio in queste aree meno battute che operano la maggior parte dei Consorzi di tutela: presidi territoriali preziosi che possono guidare lo sviluppo di un turismo nuovo, più autentico e sostenibile.

Questo modello di turismo ha già mostrato segnali importanti: nell'ultimo decennio si è registrata una crescita del 52% delle esperienze legate alle filiere DOP e IGP. Con un'adeguata strategia nazionale e il sostegno di tutti gli attori – istituzioni, regioni, enti locali, imprese e consorzi – questi numeri sono destinati a crescere ulteriormente nei prossimi anni.

La domanda, del resto, è già presente e forte. Ciò che è spesso mancato è un'offerta coordinata e ben strutturata. Da qui l'importanza di costruire una vera e propria "Squadra Italia", consapevole del proprio valore, unita nella promozione di un modello turistico che coniuga bellezza, cultura, sostenibilità e identità.

Il Ministero del Turismo si è posto l'obiettivo di promuovere il Turismo DOP anche nei principali contesti internazionali, attraverso campagne efficaci e una comunicazione mirata. In un'epoca in cui la sostenibilità è la parola chiave del turismo globale, il Turismo DOP rappresenta una delle risposte più credibili e coerenti. A questa si affianca il concetto di "turismo lento", che propone un'alternativa alla frenesia contemporanea, invitando a riscoprire l'ambiente e la natura, i processi produttivi e, soprattutto, il valore del tempo. Un vero e proprio digital detox, che unisce benessere, consapevolezza e scoperta.

Altro elemento centrale è il connubio tra città e campagna. Se le città d'arte vivono una pressione crescente dovuta all'*overtourism*, le aree rurali sono spesso dimenticate. Promuovere il Turismo DOP significa anche rafforzare questa relazione, creando percorsi integrati e complementari che distribuiscano i flussi e arricchiscano l'esperienza complessiva del visitatore.

Infine, fondamentale è l'investimento sul capitale umano. Per offrire esperienze di qualità servono competenze, formazione e servizi eccellenti. Il turismo rappresenta una delle maggiori opportunità occupazionali per le nuove generazioni, non solo per la possibilità di crescita professionale, ma anche per il riconoscimento sociale che questo settore può offrire. Lavorare nel turismo significa costruire un'identità, un ruolo, una dignità.

Il governo ha già messo in campo misure concrete per sostenere l'occupazione nel comparto: dalla detassazione delle mance alla decontribuzione per il lavoro notturno e festivo, fino alle nuove iniziative sulle staff house, alloggi dedicati ai lavoratori del settore per garantire condizioni dignitose e sostenibili.

In questa visione, si inserisce anche la proposta di organizzare, in collaborazione tra il Ministero del Turismo e il Ministero dell'Agricoltura, un ciclo di eventi dedicati al Turismo DOP in ogni regione d'Italia. Occasioni per coinvolgere comunità locali, imprenditori, consorzi e istituzioni in un grande progetto comune.

Il futuro del turismo italiano passa anche da qui: dalla capacità di riconoscere, tutelare e valorizzare ciò che rende l'Italia unica al mondo.

*\*Articolo redatto sulla base dell'intervento del Ministro durante la presentazione del Rapporto*

