



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

TERZO FORUM INTERNAZIONALE DEL TURISMO

INTERVENTO PROGRAMMATICO MINISTRO SANTANCHÈ

1. Introduzione. La consapevolezza di un ruolo centrale

Buongiorno e benvenuti a tutti a questa terza edizione del Forum Internazionale del Turismo. Grazie a tutti di cuore per essere qui, tutti insieme. Permettetemi di mandare la mia solidarietà alle regioni del sud Italia colpite dal ciclone, il Governo, come sempre, farà la sua parte.

Ringrazio, in particolare, il presidente del Consiglio dei ministri Giorgia Meloni, il presidente del Senato Ignazio La Russa, il presidente della Regione Lombardia Attilio Fontana e il sindaco di Milano Giuseppe Sala. Naturalmente, grazie anche ai miei colleghi ministri che prenderanno parte all'evento, nonché ai sindaci e ai rappresentanti delle Associazioni degli imprenditori del settore e a tutti gli Operatori del comparto per l'eccellente lavoro svolto giorno dopo giorno. Siamo a Milano la capitale della moda ed è doveroso ricordare due stilisti, Armani e Valentino, due icone che hanno reso l'Italia grande nel mondo.

Apriamo questo evento partendo da un dato certo: **il turismo è diventato centrale nel nostro sistema economico**. L'Italia ha finalmente preso coscienza del suo unico e immenso potenziale. Il comparto ha fatto squadra con risultati che nessuno può negare, a cominciare dal sorpasso sulla Francia. Le parole non bastano per descrivere quanto è stato fatto ma possono servire per tracciare la



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

rotta sui temi cardine che renderanno il nostro settore sempre più redditizio, senza però mai rinunciare alla sostenibilità.

Per anni il turismo è stato raccontato come un settore accessorio. Io non ci sto. Il turismo è lavoro, impresa, ricchezza reale: è una leva strategica dell'Italia, non un folklore da cartolina.

Il **2026** si appresta a essere **l'anno della consacrazione del "Modello Italia"** per il turismo: **un traguardo che non è frutto del caso, ma di una strategia precisa**. Questa traiettoria è corroborata dai numeri del **2025**, anno che ha segnato **nuovi record**, con **quasi 480 milioni di presenze stimate**, il **primato europeo per permanenza media** dei turisti, **un impatto sul PIL di 237,4 miliardi di euro** e **una spesa turistica di 185 miliardi di euro**, il dato più rilevante perché interessa direttamente i territori e indica un turismo sempre più di qualità. Ma c'è un dato che voglio evidenziare e che potete trovare nel rapporto sui piccoli comuni realizzato dal nostro ufficio statistica: nel 2025 i piccoli comuni sono cresciuti, rispetto al 2024, del 6,85% nelle presenze e del 7,86% negli arrivi. È il segno che la nostra visione — volta a valorizzare e promuovere i territori meno noti, più nascosti e interni — sta già producendo risultati.

In questa prospettiva, **con una visione decennale**, oggi ci poniamo anche l'obiettivo di **iniziare a lavorare alla stesura del prossimo Piano Strategico del Turismo**, così da trasformare risultati e opportunità in politiche strutturali e durature.



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

2. La riforma strutturale: dimensione d'impresa e identità industriale

Se vogliamo essere competitivi nel mondo dobbiamo smettere di pensare in piccolo. Un turismo frammentato è un turismo fragile: servono imprese più forti, strutturate, capaci di stare sul mercato globale. Il primo nodo strutturale da sciogliere è **quello dimensionale**: dobbiamo ingaggiare una vera e propria **“lotta al nanismo”**.

Oggi circa l'80% delle nostre imprese è composto da realtà singole; questa frammentazione frena la competitività, ostacola i passaggi generazionali e limita la crescita. Per questo stiamo lavorando con il **MEF** a una **finestra di 24 mesi** che faciliti in modo mirato i processi di **aggregazione delle imprese alberghiere**, prevedendo **rivalutazioni agevolate** degli asset oggetto di aggregazione per minimizzare l'impatto fiscale di chi sceglie di crescere e unirsi.

A questo si lega una questione identitaria: **il turismo è industria**. Oggi è ancora classificato come “servizi”: una distorsione da correggere per riconoscere al settore **dignità normativa ed economica** coerente con gli investimenti in asset produttivi (alberghi e non solo). Valutiamo, previo confronto con le associazioni di categoria, un **cam-bio formale di allocazione** del comparto.



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

3. Capitale umano: un nuovo patto sociale

Noi crediamo in un principio semplice: se un'impresa cresce, anche chi ci lavora deve crescere. Il turismo non può vivere di precarietà permanente: deve tornare a essere una scelta, non un ripiego. Non c'è industria senza persone. Proponiamo un **patto di equità**: se riduciamo la fiscalità alle imprese turistiche del **10%**, quello stesso importo va **interamente** ai dipendenti in forma di **retribuzioni incentivanti, bonus o welfare**.

A questa impostazione si affiancano **misure già attuate** per lavoro e occupazione:

- **Detassazione delle mance**, che ha portato **oltre mille euro in più** in busta paga;
- **Decontribuzione** per il **lavoro notturno e festivo**;
- Il piano **"staff house"**: **120 milioni di euro** destinati ai lavoratori del settore per favorire attrattività e stabilità occupazionale.

I risultati si vedono: secondo le **analisi annuali del WTTC**, gli **occupati nel turismo in Italia** sono passati da **2,7 milioni (2022)** a **3,2 milioni (2025)**, con una **proiezione a 3,7 milioni nel 2035**. Una crescita costante che accompagna lo sviluppo dei territori e rafforza l'identità produttiva del comparto.

4. Innovazione finanziaria: la sfida degli IPCEI

Via di Villa Ada, 55

00199 Roma

Tel: +39 06 170179170

www.ministeroturismo.gov.it

ufficiostampa@ministeroturismo.gov.it

C.F. 96480590585



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Per competere servono **nuovi strumenti finanziari europei**. Pensiamo agli **IPCEI** (Importanti Progetti di Comune Interesse Europeo): **progetti transfrontalieri** che mobilitano risorse pubbliche e private per colmare fallimenti di mercato e rafforzare autonomia strategica e competitività. **Ad oggi il turismo non è previsto** nell'elenco italiano: lavoreremo per colmare questa lacuna e posizionare il nostro settore in **partite strategiche** dove merita di esserci. **Il ministero del turismo è in prima linea per portare a casa il budget europeo.**

5. Efficienza amministrativa e lotta alla burocrazia

Alle imprese serve una **PA efficiente**. Nel **2026** intendiamo varare **KPI rigorosi** — ovvero indicatori di prestazione per fissare obiettivi e tempi certi — per le strutture del Ministero e per i fornitori di servizi (come **Invitalia**), così da **misurare i risultati** e garantire che la **macchina pubblica** corra alla **stessa velocità** delle imprese.

6. Strategia territoriale: destagionalizzazione, undertourism e nuovi turismi

La **lotta alla stagionalità** è tra i punti principali della nostra azione: vogliamo un'Italia **vissuta 365 giorni l'anno**, godendo del **100% del territorio** e abbattendo i picchi che generano inefficienze e insostenibilità. Valutiamo anche **clausole** che leghino gli incentivi ad **almeno 240 giorni** di operatività l'anno. In parallelo, intendiamo proporre un **allineamento graduale del calendario scolastico** a modelli europei

Via di Villa Ada, 55

00199 Roma

Tel: +39 06 170179170

www.ministeroturismo.gov.it

ufficiostampa@ministeroturismo.gov.it

C.F. 96480590585



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

più moderni, per favorire i flussi interni distribuiti. È ormai risaputo che il nostro calendario scolastico concentra le vacanze principalmente in due periodi dell'anno, a differenza di quanto avviene nella maggior parte degli altri Paesi occidentali, dove le pause scolastiche sono suddivise in modo più equilibrato lungo l'intero arco dell'anno. Questa peculiarità non agevola il turismo interno, poiché genera affollamenti stagionali e limita la possibilità per le famiglie di viaggiare in periodi diversi dall'alta stagione. Proprio per questo, **stiamo dialogando con il collega Valditara di avviare un percorso di confronto per lavorare su una graduale revisione dei piani scolastici**, nei quali integrare viaggi alla scoperta dell'Italia più segreta e più vera cioè quella del Made in Italy, e del calendario scolastico, ispirandoci ai modelli europei più moderni e flessibili. Una tale riforma rappresenterebbe un punto di svolta per la destagionalizzazione dei flussi turistici, favorendo una migliore distribuzione delle presenze e contribuendo così sia al benessere delle famiglie che alla crescita sostenibile del settore turistico nazionale.

In questo quadro, **l'undertourism non è un limite ma una straordinaria opportunità** di crescita sostenibile. Se è vero che **il 75% dei turisti si concentra sul 4% del territorio**, la nostra missione è **far scoprire il restante 96%, coinvolgendo i sindaci – veri eroi della Nazione – per una destagionalizzazione** concreta. L'analisi sulla pressione turistica evidenzia come il cosiddetto **overtourism** non sia un'emergenza imprevedibile, bensì un fenomeno ciclico, stagionale e geograficamente circoscritto. Basti pensare che i primi dieci comuni

Via di Villa Ada, 55

00199 Roma

Tel: +39 06 170179170

www.ministeroturismo.gov.it

ufficiostampa@ministeroturismo.gov.it

C.F. 96480590585



Ufficio Stampa



italiani catalizzano circa un quarto delle presenze nazionali, con Roma che da sola assorbe l'8% dei flussi. Di contro, l'**undertourism** si configura come una condizione strutturale che interessa la maggior parte del territorio. La sfida prioritaria, dunque, non risiede nell'incremento dei volumi, ma nel governo strategico di intensità, tempi e destinazioni.

Per tradurre le parole in fatti abbiamo già iniziato ad **investire direttamente**:

- **Il Fondo da 34 milioni di euro** per progetti di sviluppo e promozione nei **piccoli Comuni** a vocazione turistica. Questa misura **ha attivato un impatto economico stimato di quasi 100 milioni di euro, con un moltiplicatore di circa 3.07 euro: per ogni euro investito si generano circa 3.07 euro di valore economico complessivo (diretto, indiretto e indotto) evidenziando la capacità della misura di attivare le filiere e redditi in contesti locali.**
- **Poi ancora altri progetti messi a terra grazie al Fondo da 75 milioni di euro per le città creative e siti UNESCO;**
- **La campagna con Grandi Stazioni Retail** per dare visibilità a **isole minori** e **aree interne** nei luoghi di grande transito;
- **La campagna Open to meraviglia con la nostra Venere;**
- **DDL Isole Minori, con 6 milioni di euro** dedicati a queste realtà uniche proprio per supportare i comuni già a partire dalla stesura dei progetti.



Ufficio Stampa



Ritengo questa la sede ideale per annunciare che, nell'ambito degli accordi per i Fondi di Coesione di prossima firma, 60 milioni di euro (derivanti dalle Risorse Nazionali per la Coesione su un totale di 121 milioni stanziati per il turismo) saranno destinati a progetti per l'innalzamento qualitativo delle destinazioni. Tali risorse sosterranno piccoli Comuni a vocazione turistica, isole minori e grandi poli in una strategia d'investimento unitaria, volta a gestire i picchi di affluenza e a valorizzare le destinazioni secondarie con una visione lungimirante

Le grandi destinazioni possono arricchire la propria offerta integrando mete alternative, come le isole riconosciute a livello europeo.

Questa strategia valorizza l'Italia che nemmeno molti di noi italiani conoscono, un'Italia che non ha nulla da invidiare ai luoghi più iconici ma di cui si parla troppo poco: è l'Italia dei piccoli Comuni, dei borghi, delle aree interne e delle isole minori, realtà che rappresentano la spina dorsale della Penisola e che noi abbiamo voluto rimettere al centro dell'agenda di governo, a partire proprio dalla visione strategica che abbiamo implementato. Quella dei borghi è una storia che abbiamo appena cominciato a scrivere. **Siamo ai primi capitoli ma già si può percepire l'incredibile potenziale del loro racconto. Sono una risorsa per sconfiggere l'undertourism, ma anche una possibilità per i nostri giovani e contrastare lo spopolamento.** I nostri borghi sono un viaggio fuori dalle logiche stagionali, quindi un jolly per la destagionalizzazione. Sono un mondo di opportunità da visitare ma anche da vivere. E spesso basta sedersi in una loro



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

trattoria perché la tavola cominci a raccontare la nostra Italia, dove ogni piatto è un'emozione, una pagina da gustare. **È la cucina italiana delle nostre radici, la cucina che seduce prima ancora di essere gustata.** Un invito a quel turismo enogastronomico così vario da essere invidiato in tutto il mondo. Invidiato così come ci invidiano le **Olimpiadi invernali di Milano Cortina, un'occasione straordinaria per esaltare le nostre qualità organizzative ed esaltare la prima Olimpiade diffusa che valorizza interi territori.** Abbiamo la **possibilità di recuperare almeno in parte quello che il partito del no ci ha negato a cominciare dai giochi di Roma. Milano Cortina rappresenta l'Italia del fare,** l'Italia che vuole migliorare, l'Italia capace di costruire il presente, lasciando al futuro un'eredità importante. La manifestazione sportiva sarà un'altra gemma preziosa del tesoro italiano da mostrare al mondo e rafforzerà l'immagine dell'Italia, simbolo della grande bellezza. **Per le Olimpiadi e Paraolimpiadi si attendono 2 milioni di presenze turistiche nelle cinque province coinvolte nelle competizioni. Le previsioni ci dicono che l'ottimizzazione dei flussi turistici permetterebbe ai territori di superare 100 milioni di presenze medie annue. Un evento che può generare 1 miliardo di euro di fatturato dal 2025 al 2030 e 9 milioni di presenze dal 2027 al 2030.** Inoltre, il nostro ufficio statistica stima che per ogni euro investito nell'evento di genererà 1.7 euro di valore sociale. Una manifestazione quindi che mostrerà a tutti che il vento in Italia è cambiato, che quello che per Obama era solo uno slogan d'impatto "we can" in Italia ha trovato la sua realizzazione. Perché Milano Cortina è la prova che il governo non mette

Via di Villa Ada, 55

00199 Roma

Tel: +39 06 170179170

www.ministeroturismo.gov.it

ufficiostampa@ministeroturismo.gov.it

C.F. 96480590585



Ufficio Stampa



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

paletti tra le ruote ma aiuta e incentiva chi investe e ha idee. Milano cortina è un esempio da ricordare e imitare ma soprattutto rappresenta un investimento a lungo termine che recherà benessere anche alle generazioni future.

Accanto a questo turismo consolidati (balneare, montano, grandi città), sosteniamo i **nuovi turismi**: enogastronomia (oggi patrimonio UNESCO), appunto, ma anche **benessere e terme, eventi, shopping, circuiti museali d'impresa, cicloturismo, reti di castelli, dimore storiche, cammini, aria aperta** – leve che aiutano a **distribuire ricchezza** anche in quel **95% della Nazione** oggi ancora poco fruito.

7. Conclusioni: la “Casa del Turismo” e il prossimo piano decennale

Questa non è una politica di gestione dell'esistente .È una scelta di direzione: meno rendite, più merito; meno burocrazia, più coraggio; meno concentrazione, più Italia. Oggi la Casa del Turismo è solida, gli arredi sono pronti e la catena di montaggio tra istituzioni e territori funziona a pieno regime. **Siamo qui per scrivere insieme il prossimo piano decennale**, trasformando la **grande bellezza** in **benessere diffuso** per l'intera Nazione.

Questa è la nostra visione per un'**industria turistica moderna, strutturata e competitiva**: centrata sulle **persone**, sostenuta da **misure concrete, aperta all'innovazione finanziaria, snella nella**



Ufficio Stampa



**MINISTERO
DEL TURISMO**
REPUBBLICA ITALIANA

burocrazia e capace di valorizzare tutta la Nazione – dal borgo alla grande città – **365 giorni l’anno.**

Grazie e buon Forum a tutti.