

[L'INIZIATIVA]

# Mirabilia, il turismo scommette su arte e natura

**GENOVA CAPOFILE DEL PROGETTO DI NOVE CAMERE DI COMMERCIO CHE PUNTANO SUI SITI UNESCO MENO NOTI ALL'ESTERO PER ATTRARRE NUOVI ARRIVI DAI PAESI STRANIERI**

**Milano**

Che l'Italia sia in recessione è fuori di dubbio. Ma che sia un Paese sulla via del tramonto, quello no. A sfatare i luoghi comuni disfattisti, sono i numeri positivi che arrivano dall'industria del turismo: l'afflusso di stranieri è in aumento. Siamo la meta preferita per i visitatori da Cina, Giappone e Brasile. Siamo alla pari con la Gran Bretagna per presenze dagli Stati Uniti e secondi per arrivi da Canada, Sudafrica, Australia e Russia.

«Spesso gli italiani lo dimenticano, ma la nostra cultura è un "giacimento di ricchezza" inestimabile e da qui che il nostro Paese deve ripartire per rialzare la testa: perché abbiamo grandi risorse e tantissime potenzialità ancora inespresse». Paolo Odone, presidente della Camera di Commercio di Genova, non si stanca di ripeterlo. Lui genovese doc quasi non sta nella pelle, perché la sua città del disfattismo ne ha fatto quasi un mantra. Sembra involuta, paralizzata e triste. Ma se poi si leggono i numeri, quelli relativi al tur-

simo, la musica cambia: «I visitatori russi sono ormai il terzo mercato per Genova. E il collegamento S7 Airlines fra Mosca e la nostra città è stato un successo, con 15mila passeggeri tra aprile e ottobre».

Ora, per la Superba, la sfida si chiama "Expo 2015": «Tutti gli enti si sono mossi in anticipo e siamo pronti ad offrire una piattaforma turistica di tutto rispetto. Genova e la sua riviera sono lo sbocco naturale sul mare per Milano. E penso che riusciremo a dimostrarlo». In fondo, la voglia di riscatto del capoluogo ligure è la stessa che anima molti piccoli e medi centri. Quelli che vivono all'ombra delle mete da sempre più battute: Roma, Venezia o Firenze.

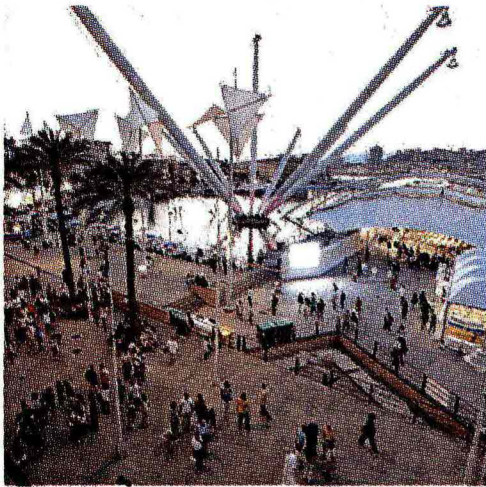
Nasce da qui, dalla voglia di riemer-

gere dall'anonimato, il progetto innovativo "Mirabilia", lanciato di recente a Matera e sposato dalla Cdc di Genova e da altri 8 enti camerali italiani (Matera appunto, Perugia, L'Aquila, Brindisi, La Spezia, Salerno, Udine e Vicenza), per la promozione di itinerari legati ai siti delle città Unesco meno noti all'estero. «L'obiettivo è far crescere la popolarità di questi siti, ma in maniera integrata unendo nell'offerta turistica patrimonio culturale e naturali-

stico», sono queste le parole che Cesare Maria Ragaglini, ambasciatore italiano in Russia, ha pronunciato nella residenza di Villa Berga Mosca per presentare ad un folto numero di tour operator e giornalisti locali il progetto "Mirabilia".

«Genova — spiega Odone — ha sfruttato la rete di Mirabilia per presentare ai russi i nostri 42 palazzi dei Rolli, patrimonio dell'Unesco». Ma c'è ancora molto da lavorare, Odone lo sa e non si nasconde. Però, almeno, dalle Cdc italiane è stato lanciato un messaggio forte al Paese. Che si aggiunge a quello contenuto nel manifesto "Oltre la crisi" della Fondazione **Symbola**, presieduta da Ermete Realacci. Un documento costruito sui numeri dai quali si evince che l'Italia è un paese vivo e ricco di eccellenze in ogni settore, da quelli tradizionali alle nuove specializzazioni. Imprese che si sono imposte all'estero e continuano a farlo senza perdere un colpo. Si spiega così che nel 1999 l'Italia era quinto nell'UE-27 per saldo commerciale normalizzato nei manufatti, e nel 2012 è salito al terzo posto. E che tra ottobre 2008 e giugno 2012 il fatturato estero dell'industria italiana è cresciuto più di quello tedesco e francese (Eurostat).

(v.d.c.)



**Genova punta sul turismo: crescono soprattutto i visitatori dalla Russia**

