

La **M5** tappezzata di suggestioni dell'isola Verde

## «Turismo, il 2023 sarà l'anno del sorpasso sul pre Covid»

Il ministro Daniela Santanchè lancia la riscossa del settore. Il simbolo è Ischia: la campagna di rilancio passa dal metrò di Milano

MILANO

**Il settore** del turismo si prende la rivincita dopo gli anni bui del Covid. «In base ai dati in nostro possesso, il 2023 sarà l'anno del sorpasso sui numeri che il settore turistico ha fatto registrare nel 2019. C'è molto da lavorare ma abbiamo tutte le carte in regola per far bene. Questo è il settore che ha sofferto di più, abbiamo ancora un -10% di flussi turistici». Parole del ministro del Turismo Daniela Santanchè che ieri ha dato il via alla campagna #ThisIsIschia a bordo di un treno della linea 5 di Milano, la metro Lilla nata 10 anni fa. In occasione del compleanno e della Bit, uno speciale treno "immersivo" accoglie il Sud ospitando cartoline di una delle perle del Mediterraneo messa in ginocchio dall'alluvione e dalla frana lo scorso novembre.

**Paesaggi** mozzafiato, con l'azzurro del mare e i colori brillanti dell'isola consentono di raggiungere questo luogo anche da Milano, almeno con la fantasia. L'iniziativa voluta da Ministero del Turismo ed Enit con **Metro 5** si estende anche ad altri spazi, "vestiti" con le immagini di Ischia alla stazione della Lilla

di San Siro. Un esempio di solidarietà e unità tra i luoghi della penisola, per promuovere l'offerta turistica in una zona messa a dura prova ma che si è risolleata. «Non dimenticheremo mai la tragedia che si è abbattuta su Ischia, e questa campagna è stata pensata proprio per evitare che si aggiungesse un'altra tragedia, ossia quella della perdita di flussi turistici», ha sottolineato Santanchè. «La stampa internazionale, infatti, aveva scritto di come Ischia fosse stata seppellita dal fango, e ciò ha causato tante, troppe disdette. Non potevamo permettere che una realtà come Ischia rischiasse di perdere la stagione turistica di Pasqua e quella estiva. Ecco perché siamo qui, ma anche a Roma e poi ancora alla Bit».

**L'isola Verde** fa da apripista a campagne future. «Ischia si fa capofila di un progetto di valorizzazione dei territori, anche i meno noti, raccontati attraverso gli occhi delle persone che li abitano», il commento Ivana Jelinic, ceo Enit. «L'idea - ha concluso - è sostenere il ritorno alla normalità di Ischia. Il treno manterrà la decorazione almeno per tre mesi». E la campagna andrà avanti fino ad aprile nei principali hub italiani e internazionali.

**M.V.**



Il ministro Daniela Santanchè in metrò a Milano tra il Ceo di **M5** Serafino Lo Piano e la Ceo di Enit Ivana Jelinic. Ai loro piedi la serigrafia dedicata a Ischia

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1248 - L.1997 - T.1997

