

Il futuro del turismo è nella scoperta della cultura dei luoghi

Tutti ormai parlano o straparano dell'assoluta necessità di dimenticare la monocultura turistica dello sci (o dei lidi balneari nella versione per le località turistiche litoranee).

Era ora che ce ne accorgessimo, ma adesso è fatta.

C'è però chi è già pronto per questa mutazione e chi no.

Tra le località turistiche ci sono quelle che, per loro naturali condizioni paesaggistiche o culturali, sono già trasformate o lo saranno nel giro di pochi anni, chi pur non essendo stato dotato dal Creatore di grandi attrattive ambientali o bagaglio tradizionale si sta inventando anche ciò che non ha, e chi ha perso o sta perdendo il treno.

Il turista adulto che si sposta dalle proprie località urbane per un periodo di vacanza, desidera innanzitutto recarsi in un LUOGO.

Questo è il primo fondamentale elemento: non è banale questa affermazione, perchè esistono i luoghi ed i NON luoghi. I non luoghi sono quelli dove i fabbricati, le aree commerciali e lo stile di vita non hanno più alcuna caratteristica grazie alla quale siano riconoscibili le origini dei popoli che le abitano.

Noi possiamo e dobbiamo creare, per noi, i nostri figli ed i nostri ospiti, un'area omogenea enfatizzando le nostre preziose diversità. Non è affatto un controsenso: è profondamente sbagliato uniformare tutto e scimmiettare il vicino.

Ciò che è armonioso e perfettamente inserito a Bormio, non lo è a Mazzo (per esempio), ciò che si può offrire a Bormio non si può proporre a Teglio (sempre ad esempio), ma Bormio, Mazzo e Teglio (citando tre località a caso), se promosse enfatizzando le diverse potenzialità, possono insieme offrire molto. Anzi, sbaglio a dire molto, possono offrire semplicemente ciò che cerca il turista.

Il nuovo turista cerca emozioni, percorsi, sensazioni concentrate in breve tempo.

Quindi, Bormio, Mazzo e Teglio (per esempio), devono promuovere il proprio territorio insieme, senza cercare sovrapposizioni, o tentando di superarsi su identiche iniziative, ma evidenziando diversità che diventano sinergie e complementarietà.

Questo si ottiene creando e diffondendo una nuova e completa immagine storico-ambientale, che riesca ad evocare nei visitatori un richiamo alle origini dei luoghi. Tutto ciò non ha una semplice finalità volta a richiamare turisti o visitatori, ma ha una valenza ben superiore, che si colloca su un piano ancor più nobile o comunque duraturo dell'accontentare la richiesta turistica. Lo scopo finale è quello solido e prezioso di creare un'unità sociale ed operativa. Riconoscendosi nella cultura, nell'ambiente e nelle origini comuni si può raggiungere uno scopo che non sia solo mercantile o di facciata.

La creazione di un luogo ampio ed accessibile, di cui è possibile godere individualmente e collettivamente, è alla nostra portata.

La progettazione comune deve partire dalla base, ma essere poi guidata da chi sappia enfatizzare ed incoraggiare l'esistente, senza cadere nella facile attrattiva di accontentare "a pioggia" le aspirazioni di tutti o senza delineare strategie.

E questo non per privilegiare questa o quella località, ma perchè deve esistere qualcuno che regga il timone ed abbia una visione d'insieme, collocando ciascuno al proprio posto nel grande puzzle, perchè là dove quel luogo è inserito, rende magnifico l'insieme. I progetti di cooperazione transfrontaliera possono essere uno strumento per dare ossigeno e spinta a questi obiettivi.

Queste nostre terre di confine hanno rappresentato per secoli il centro di riferimento dell'area europea ed hanno quindi tutta la potenzialità di poter infondere negli abitanti e nei visitatori quel senso di ritorno alle "origini", purchè si condivida una proposta culturale e colta per il turismo ed il territorio.

Cosa fare? Acquisire il concetto che la vacanza di relax e di cultura viene identificata con il soggiorno, preferibilmente in piccoli centri, con itinerari fuori dal comune.

Il turismo culturale e ambientale è quello meno sensibile alle variazioni dei costi, purchè trovi una elevata qualità.

Un elemento premiante è offrire esperienze e sviluppare gli interessi grazie a “tour tematici”. Altro valore aggiunto è rappresentato dalla percezione di una superiore qualità di vita della comunità ospitante rispetto a quella della propria sede di residenza abituale.

La congestione stradale e l’offerta di prodotti turistici affini più facilmente raggiungibili, non ci avvantaggiano. Occorre quindi enfatizzare ciò che ci rende unici, anche e soprattutto per l’utenza straniera. Molte sono le località alpine che possono vantare eccellente enogastronomia, impianti sportivi ed ambienti meravigliosi.

Ma l’“ Italian Style of Life” di montagna, fatto di termalismo, tradizioni locali ancora vive e non “mercificate”, veri centri storici, clima gradevole d’estate che favorisce l’attività sportiva e inverni dalle molte giornate di sole appartiene al centro delle Alpi. Tutto ciò non è ancora molto noto tra i potenziali visitatori, soprattutto stranieri, che rappresentano il mercato da conquistare nei prossimi decenni.

Ciò di cui soffriamo è la mancanza di standard omogenei, una comunicazione inefficace o inesistente, le barriere linguistiche. Questi sono gli ambiti sui quali dobbiamo migliorare.

Il WTO segnala 11 segmenti nei quali si registrerà una crescita del turismo nei prossimi dieci anni. Ebbene, otto di questi settori ci sono propri: sport invernali, turismo di avventura, turismo ambientale, turismo culturale, turismo rurale, parchi tematici, convegni e congressi, turismo del benessere.

Il concetto abusato di valorizzazione delle specificità culturali locali deve trasformarsi in una vocazione che motivi le comunità locali a tutti i livelli. La formazione di un *sistema ospitale locale* non può prescindere da un cambiamento culturale di tutti gli strati della popolazione che dovrà, non solo per attrarre turisti, ma anche per sopravvivere in futuro, soppesare attentamente le proprie scelte sul territorio.

Nei confronti di alcuni, abituati a ragionare nel breve periodo o troppo in piccolo (ad esempio speculatori del settore immobiliare), dovranno provvedere le istituzioni con correttivi ai vetusti piani regolatori e nuove norme urbanistiche.

Tutto ciò con l’auspicio che l’attuale governo garantisca davvero maggiore autonomia agli enti locali, non solo da un punto di vista fiscale, ma anche normativo.

Elisabetta Ferro Tradati

(Sindaco di Bormio, Assessore Provinciale allo Sport ed Emigrazione)

www.ferrotradati.it

www.ferrotradati.it/forum

1 settembre 2008