

il bello in Italia

Stavolta i turisti siamo noi Un'occasione unica

Cultura e accoglienza insieme per riavviare il Paese
Libri, note e arte rendono più solidi e uniti i territori



L'esempio
Nei paesini intorno alla via Francigena, gli orari dei locali seguono i flussi dei pellegrini



Base di (ri)partenza
Questa alleanza serve per rendere più forte il tessuto dei nostri territori turistici

di Paola Dubini

Diciamocelo: prima del Covid i due mondi, quello della cultura e quello del turismo, potevano anche muoversi separatamente (e spesso lo facevano); il turismo era un settore fortemente in crescita e la forza evocativa del nostro patrimonio è tale da renderlo comunque attrattivo.

Ora che entrambi i settori sono in forte difficoltà a causa della pandemia, è un ottimo momento perché si prendano per mano, visto che per un po' di tempo i turisti del nostro paese saremo noi. E se i mondi del turismo e della cultura sapranno collaborare, il beneficio sarà collettivo e trasferibile.

Durante i mesi di lockdown, le nostre relazioni sono state regolate per decreto; adesso abbiamo bisogno di ricostruire una socialità che sia fatta di rispetto della salute di tutti, ma anche di pienezza di esperienza. E chi se non la combinazione fra settori culturali e turistici ha maggiore interesse che questo si realizzi? Ho osservato in queste prime settimane di ripresa una attenzione scrupolosa alle misure di sicurezza. In alcuni casi, penso alle Scuderie del Quirinale per la mostra di Raffaello, l'esperienza di visita risulta molto godibile dal punto di vista dell'affollamento, un po' straniante per i vincoli imposti dal distanziamento. In altri, penso alle Dolomiti,

ospiti e gestori dei rifugi — nella mia esperienza — rispettano le norme all'interno e a creano «bolle» un po' distanti fra loro all'esterno.

Credo che un'area di lavoro comune sia proprio rappresentata da come dare valore alla parola *distanza*, come renderla sinonimo di raccoglimento, di privilegio e di attenzione in un momento storico particolare. A Genova, ad esempio, Palazzo Ducale offre la possibilità ai visitatori di contemplare da soli per cinque minuti le ninfee di Monet in silenzio, con accompagnamento musicale o con l'ascolto delle parole che Monet scrisse ad un critico; nelle città d'arte, l'assenza di turisti è palpabile e il visitatore ha la possibilità di cogliere con evidenza il significato della parola *monumento*.

Su questa condizione — attualmente insostenibile dal punto di vista economico, per gli operatori culturali come per quelli turistici — occorre costruire una offerta turistica ragionevole, che dia significato al termine *turismo sostenibile* e lo realizzi.

Valorizzare e non sfruttare

La scommessa per il settore turistico è considerare l'offerta culturale e naturale come risorsa da valorizzare e non da sfruttare; che dire da questo punto di vista della campagna promozionale del Trentino, costruita su immagini di paesaggi montani e sul claim «respira»? Quale evasione può essere più desiderabile dopo mesi chiusi in casa per evitare un virus che prende i polmoni? In alcune destinazioni, la presenza di turisti è condizione di

sostenibilità delle destinazioni; a Sanremo, il festival di fatto sostiene l'economia della città per quasi due mesi. Ad Acquapendente e in molti paesini lungo la via Francigena, gli orari di apertura dei negozi di alimentari vicino agli ostelli sono costruiti attorno agli arrivi e alle partenze quotidiane dei pellegrini.

In molti casi, la presenza di una offerta culturale migliora la qualità del soggiorno.

A Prali, un paese di 240 abitanti in montagna oltre Villar Perosa, un libraio di Torino organizza un festival del libro e una libreria estiva, ospitata nei locali della chiesa Valdese. Ho presentato lì il mio libro in una delle tappe del lungo tour che lo scorso anno mi ha reso turista culturale per caso e che mi ha offerto il privilegio di venire in contatto con persone lontane dalla cerchia delle mie frequentazioni abituali e di visitare posti nuovi, essendo accolta, attesa, coccolata. La chiesa era piena, perché il festival è un appuntamento in un luogo dove succede pochino.

Allo stesso modo, le tappe di Archillum, un festival diffuso che si propone di valorizzare da una parte il patrimonio storico-artistico di di-



more solitamente inaccessibili e dei territori nascosti delle province italiane e, dall'altra, il repertorio classico del quartetto d'archi interpretato dai migliori gruppi emergenti italiani hanno un pubblico fedele che cresce nel tempo.

La scommessa è che queste gocce di valorizzazione territoriale vengano riconosciute e inserite in attività di promozione, sui pubblici più adatti; gli operatori culturali non hanno la forza di farlo da soli. Tenersi per mano non riporterà in un baleno i milioni di turisti internazionali, ma renderà il tessuto dei nostri territori più solido. Il che verrà utilissimo.

**Paola Dubini è docente di management all'Università Bocconi*

© RIPRODUZIONE RISERVATA