

MARINA FACCIOLI

TURISMO E TERRITORIO NEL PNRR

La proposta del PNRR per il Turismo. – Il tema del turismo viene affrontato nel testo del PNRR come uno fra i settori denominati “Missioni” che definiscono, nella struttura complessiva del Piano, le azioni di intervento che consentono il raggiungimento degli “Obiettivi” del Piano stesso. A loro volta, le “Missioni” sono deputate a funzionare come braccia operative del settore di attività denominato “Riforme e Investimenti”, rivolto, quest’ultimo, a una revisione e a una semplificazione delle condizioni di accessibilità offerte alla società nell’incontro con le Istituzioni.

La collocazione che il Piano assegna al turismo e ai relativi processi di produzione di valore culturale, sociale e politico propone una interessante occasione di dibattito sulle relazioni che quei processi produttivi assumono effettivamente, spesso con ruolo di protagonisti, nel complesso della vita del Paese. Il tema del processo turistico è inserito nella “Missione M1C3” in raccordo con i più grandi temi che titolano la “Missione M1”, per poi intersecarsi, anche attraverso percorsi accidentati, con la proposta di specifici “Focus” su dimensioni di trasversalità di diversa matrice che, a loro volta, interessano condizioni di fragilità o marginalità sociali, quali i grandi “Divari territoriali, i Divari di genere e quelli generazionali”, mettendo specialmente, opportunamente, l’accento sulla condizione dei giovani quale “filo rosso” di raccordo fra i diversi ambiti.

L’opportuno inserimento della mission “M1C3: Turismo e Cultura 4.0” nel quadro della “Missione M1: Digitalizzazione, Innovazione, Competitività e Cultura”, sta a documentare la consapevolezza delle istituzioni riguardo alla interattività forte fra le componenti e le filiere attive del processo turistico e i processi costitutivi della società.

È infatti evidente come anche al di fuori del “Quadro M1C3” si tratti di Turismo, sotto i titoli della “Digitalizzazione complessiva del sistema Paese” e di altre Missioni definite nel Piano. Fra queste ultime si può citare i programmi proposti per infrastrutture e transizione ecologica, che affrontano, indirettamente e implicitamente, argomenti che interessano componenti “dirette” dei prodotti turistici nazionali. I temi su cui si insi-

ste sono, fra gli altri, la «diffusione della cultura e dell’offerta di banda e servizi *online*, la raggiungibilità veloce e la fruibilità lenta intermodale delle destinazioni turistiche, l’accresciuta sostenibilità ambientale dei territori»¹.

In questa sede vogliamo, in via particolare, chiederci come venga affrontato nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza il tema del “Territorio”, letto come società di persone, nell’ambito del processo turistico.

Per una dimensione digitale del turismo. – Il tema della “Digitalizzazione” assume un ruolo di “filo rosso” che assegna contenuto operativo all’intero Piano. Nel processo turistico è evidente l’importanza di un progetto di “trasformazione” di carattere digitale della stessa formazione professionale e dei metodi di gestione dell’informazione da parte di chi gestisce l’offerta, dalla Pubblica Amministrazione agli operatori pubblici e privati di ogni settore di competenza.

La proposta di un “*Hub* del turismo digitale” che è presentata nel Piano al punto “M1C3.4 Turismo 4.0” “Investimento 4.1”, guarda espressamente alla comunicazione della risorsa “territorio” mediante *input* progettuali che prevedono e auspicano una necessaria riformulazione dei portali di riferimento finora in atto. L’intenzione che sostiene la proposta è impostata sul disegno di un Portale di originali concezione e prospettive. Il nuovo *Hub*, tuttavia, prende le mosse da una base che si rivela sostanzialmente non diversa, nelle grandi linee dell’azione che propone, da quanto aveva previsto il preesistente “Portale Italia”, dove già mancava una attenzione dedicata, caso per caso, alle originalità e alle tendenze verso il cambiamento della domanda di conoscenza che emergeva dai territori.

Sarebbe, invece, auspicabile che il progetto di analisi ed elaborazione cartografica dei dati territoriali che il Portale proposto dal PNRR presenta, possa espletare il difficile, ma innovativo, compito di favorire il movimento di visitatori verso altri poli, differenti da quelli già maggiormente accreditati, ormai noti anche per essere promossi mediante immagini convenzionali o addirittura standardizzate, e per la mancanza, ad oggi, di un adeguato piano di comunicazione, marketing e promozione.

È evidente come un progetto di questa natura debba orientarsi nel Piano verso rilevazioni e relativi programmi di intervento strutturale, in-

¹ Landi S., “Turismo nel PNRR: troppo dettaglio toglie la visione”, *Imprese*, 2021 (<https://www.lavoce.info/archives/86620/turismo-nel-pnrr-troppo-dettaglio-toglie-la-visione/>).

frastrutturale e di finanziamento da rivolgere, da un lato, a cogliere come principali punti di interesse la diversificazione delle morfologie artistiche, paesaggistiche, sociali, infrastrutturali del territorio nazionale; dall'altro, a utilizzare, in funzione di questo dato, la versatilità e flessibilità di percorsi di indagine propositiva e di strumenti offerti da tecnologie mirate. In questo senso, viene richiesta una non uniformità degli interventi sulla base della diversità delle possibili visioni di sviluppo, in particolare turistico, che i luoghi costruiscono su storie locali e dietro sollecitazioni sovra territoriali².

In mancanza di percorsi animati da un opportuno orientamento critico, si rischierebbe un approccio generalista alla lettura del dato territoriale, ancor più problematico alla luce della diversità di domanda di intervento che è da tempo emersa in via particolare nei luoghi devastati dall'emergenza Covid³.

È importante anche notare la portata inclusiva di queste risorse. L'individuazione di fragilità non solo materiali ma sociali potrebbe richiedere utilmente l'intervento di metodologie innovative di uso delle informazioni. La stessa condizione di esclusione etnica, sociale, religiosa di gruppi umani può essere interpretata, ordinata e gestita da competenze e strumenti che consentano di conoscere capacità di movimento di soggetti, servizi, capitali, di relazionare su potenzialità difficili da individuare con mezzi convenzionali.

Va tenuto presente, a conferma delle grandi opportunità che la finalità e la funzione programmatica del Piano offrono, come un uso appropriato di tecnologie geo-spaziali avanzate possa generare una azione di intervento territoriale in progress perché validato da un continuo feedback restituito dal territorio stesso. L'applicazione, fra le altre, di metodologie di ambiente GIS, prevede, infatti, il necessario e imprescindibile presupposto dell'accompagnamento costante di una inchiesta "di terreno" che selezioni gli ambienti idonei alla progettazione di interventi e chiami in causa gli *stakeholder* dei territori di pertinenza. Viene consentita in questo modo la conoscenza e la messa a valore di informazioni essenziali sulla domanda espressa dalla popolazione residente e presente, dagli operatori del turismo e dalle amministrazioni locali, mentre il territorio stesso è

² Lazzeroni M., Zamperlin P., "Nuovi paradigmi tecnologici e impatto sui sistemi urbani tra convergenze e fratture" in Dini F. e altri (a cura di), *Memorie geografiche*, 2021, 19, pp. 13-20.

³ Viesti G., *Riuscirà il PNRR a rilanciare l'Italia?*, La Rivista Il Mulino, 8 marzo 2022.

chiamato a dare un continuo riscontro sulle condizioni di fattibilità degli interventi proposti⁴.

Quale cultura del turismo nel PNRR? – Nella Missione “M1C3. Turismo e Cultura 4.0”, il Piano tocca temi finalizzati a una gestione sostenibile del patrimonio culturale, con particolare attenzione all’attrattività dei “borghi”; alla rigenerazione di piccoli siti di interesse culturale, religioso e rurale, con particolare riguardo alla sicurezza sismica di questi; alla tutela dell’Industria culturale e creativa; e al “Turismo 4.0”.

Il Piano mette in prima evidenza la promozione di “borghi” e “cammini”, già ampiamente proposti nella prassi di programma del turismo italiano post pandemia in clima di “turismo di prossimità”, promuovendo interventi per una salvaguardia e una gestione essenzialmente infrastrutturale e “materiale” di questi contesti.

Notiamo qui come, affinché i borghi non si confermino come ulteriori testimoni di “rendite di posizione”, soltanto come toponimi tramandati da guide e cataloghi, o come quadri paesaggistici, si renda opportuno proporre ridefinizioni sostanziali. È necessario ri-costruire significati e funzioni dei contesti storici del Paese come prodotti sociali da consolidare, come *input* di riconversione sociale e produttività culturale nel significato più ampio, a difesa di territori spesso situati in ambienti fragili. La proposta di questi luoghi come attrattori deve passare per una ricostruzione del significato stesso che essi possono assumere nelle vicende della vita sociale e urbana del Paese, come luoghi di ritorno al lavoro e alla capacità di accoglienza, per la creazione di professionalità inedite per gio-

⁴ Va anzitutto tenuto conto, nella valutazione della interattività e della “risposta” territoriale che queste tecnologie consentono, della portata innovativa che questi strumenti consentono nell’impostazione stessa di una lettura programmatica del territorio, grazie alle capacità di acquisizione e trattamento di masse di dati di estensione incomparabilmente maggiore rispetto a quanto acquisibile dai convenzionali metodi di rilevazione statistica per campionamento, e alla capacità che le stesse tecnologie dimostrano nella interlocuzione con i *social network*.

Un portale di nuova concezione potrebbe mettere in campo abilità specifiche per il recupero di informazioni di natura predittiva attraverso ricostruzioni di punti di interesse e, per altre finalità, rivolte all’individuazione di informazioni essenziali in condizioni di emergenza ambientale, oltre a informazioni previsionali su condizioni climatiche, funzionali anche all’individuazioni e al recupero di fragilità potenziali, non ancora esplicitate, da affrontare mediante la messa a punto di piani di emergenza, odi ricostruzione.

vani, gruppi migranti, anziani, come promotori di interattività fra territori attrattivi, da ri-progettare secondo metodologie di *destination management* funzionali a specifici *target* di domanda.

Una finestra di accessibilità che il Piano apre nei confronti della domanda proveniente dalle configurazioni complesse dei territori è nell'offerta di Bandi di finanziamento rivolti ai Comuni del Paese, mediante i "Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche". Per questa via viene suscitata, nei fatti, la risposta e la progettualità dei territori, che funzionano, a loro volta, come i veri agenti in grado di verificare e dare voce ed effettivo spazio vitale a contenuti e funzioni del Piano.

Il programma di destinazione delle risorse è rivolto, evidentemente, a far parlare amministratori, esperti e residenti, suscitando e promuovendo alleanze reticolari, associazionismi e percorsi di assistenza ai Comuni, in un insieme di situazioni che si dimostrano socialità "vincenti". Va rimarcato il valore aggiunto in termini di progettualità che i bandi di finanziamento producono grazie all'intervento collaborativo e propulsivo di aziende, fondazioni bancarie e culturali, enti pubblici che offrono supporti importanti nell'uso di tecnologie di nuova generazione e di fatto agiscono come "facilitatori" della stessa relazione fra Piano e territori.

È evidente come questo punto riporti il discorso al tema della necessità di crescita del Paese in termini di digitalizzazione. Il *digital divide* è il dato che maggiormente seleziona e mette in scala le diverse fragilità dei territori e, conseguentemente, la capacità di questi nel dare risposta ai bandi⁵.

Un dato interessante nella vicenda territoriale del Paese è nella fisionomia attualmente acquisita dei territori montani, a cui il PNRR destina una linea di finanziamento per la tenuta e lo sviluppo resiliente⁶.

La montagna assume oggi un proprio originale peso specifico per la forte presenza che detiene nella superficie del territorio nazionale e per l'interesse che pone alla recente riflessione territorialista. Questo contesto, che può ormai distinguersi come soggetto significativo nell'ambito

⁵ Emerge la domanda da parte di situazioni di "povertà educativa" frequenti in aree, soprattutto del Mezzogiorno, escluse dall'accesso al digitale. Dalla parte dei piccoli imprenditori proviene la richiesta della creazione di un sistema di aggregazione sociale gestito dalle amministrazioni, per la dotazione di servizi e infrastrutture di trasporto, digitali e, ancor prima, sociali, in particolare destinati ai Comuni "fragili" e con popolazione inferiore a 5.000 abitanti.

⁶ Per approfondimenti sulle opportunità offerte dal PNRR alla montagna cfr. la rivista *Dislivelli*, 113, dicembre 2021-febbraio 2022.

del progressivo cambiamento delle configurazioni urbane del Paese, molto più che come *case study*, costituisce almeno un quarto del territorio nazionale definito come “area interna”. Le montagne italiane costituiscono oggi un milieu originale non da presentare come *branding* di maniera o ulteriore rendita di posizione per la vacanza invernale, ma piuttosto come protagonista dello sviluppo di nuove pratiche inclusive che guardino all’abitare, al camminare, allo stabilire un sentimento originale in termini di relazione con gli ambienti. Sono, questi, territori in grado di funzionare, in reazione alla chiusura imposta dalla pandemia, come generatori di consuetudini inclusive e riflessive, a condizione che vengano costruiti e gestiti secondo pratiche originali di convivenza fra più soggetti ecosistemici, la natura, i paesaggi, le abitazioni, i modi e le civiltà del socializzare⁷.

Si intravede, facendo appello alla ricerca geografica, un rafforzamento di assi urbani di nuova generazione, quasi indizi di “metropolizzazione” della montagna⁸, nella misura e nel contesto di senso in cui questa si pone come soggetto territoriale di grande e specifica potenzialità nel produrre conoscenze “generative” originali⁹.

Sono queste *skill* che stabiliscono reciprocità decisive fra montagna e “urbano”, che trovano ragione nella complessità e nella ricchezza delle componenti funzionali e attrattive degli ecosistemi montani, e insieme assegnano una valenza territoriale sempre più forte al processo turistico.

Attraverso la finestra aperta dalle destinazioni di finanziamenti ai Comuni, il dato territoriale riporta, dunque, “a terra” il ragionamento sul turismo. E per questa strada il Piano finalmente fa emergere e promuove le progettualità del Paese. Ed è evidente che resterà ancora una volta ai territori, locali e non, il dovere di trovare coesione fra le società che vi vivono e li animano, affinché ogni progetto di ripresa suscitato dal Piano risponda direttamente a domande e *input* generati da quelle stesse società.

⁷ Lanzani A., *In cammino nel paesaggio. Questioni di geografia e urbanistica*, Roma, Carocci, 2011.

⁸ Barbera F., De Rossi A. (a cura di), *Metromontagna. Un progetto per riabitare l'Italia*, Roma, Donzelli, 2021; Dematteis G., “La metro-montagna di fronte alle sfide globali. Riflessioni a partire dal caso di Torino”, *Journal of alpine research/Revue de Géographie alpine*, 2018, 106-2, pp. 1-23.

⁹ Rullani F., Rullani E., *Dentro la rivoluzione digitale. Per una nuova cultura dell'impresa e del management*, Torino, Giappichelli, 2018.

Per un turismo “sociale”? – Il processo turistico appare presentato nel Piano in linea con il *concept* che si è affermato nel Paese su una tradizione consolidatasi nel tempo, secondo cui lo stesso processo si identifica con la esclusività di risorse “straordinarie”, come la presenza di eccellenze storico-artistiche, paesaggistiche, balneari o montane, eventi sportivi straordinari, competenze enogastronomiche eccellenti, e altro, in dotazione solo ad alcuni luoghi che, conseguentemente, godono di un diritto alla fruizione di rendite di posizione indiscutibili e altrettanto straordinarie.

Nella realtà, l'attuale vissuto del turismo viene interpretato diffusamente nelle nostre società secondo approcci in termini di turismo “lento”, secondo una definizione che trova basi di riferimento concettuale nella rivoluzione antropologica, territoriale e di mercato indotta nella cultura dell'alimentazione e in quella territoriale dall'avvento del “paradigma” *Slow Food*.

Un argomento di base a conforto dell'ipotesi di un turismo che “dilata” i propri tempi e il proprio stesso significato ci appare nell'acquisizione di una concettualità in divenire che riguarda lo stesso territorio. Secondo alcune consolidate analisi di impostazione territorialista, i luoghi acquisiscono una “coscienza”, così che vivono, crescono, si mantengono in vita e si ricostruiscono continuamente grazie all'espressione di questa coscienza, che a sua volta è assunzione di responsabilità da parte di soggetti singoli e collettivi rispetto alla propria appartenenza territoriale. Sono questi soggetti che sono in grado di produrre e ri-produrre continuamente, reciprocamente, le componenti distintive, originali, del luogo in cui vivono, esclusivamente se riescono ad agire in condizioni di condivisione, coesione e crescita comune¹⁰.

C'è un piano di incontro fra questi punti concettuali e la trattazione degli argomenti presi in considerazione nella “Missione Turismo e Cultura 4.0”? Quale è l'accezione di Cultura adottata nel binomio che dà nome alla Missione? Di quale cultura si tratta? O, piuttosto, sta emergendo il formarsi di diverse “culture” del turismo, differenti nel senso che propongono, quanto differenti sono le culture delle società in cui prendono vita?

Nella realtà ci sembra che proprio il tratteggiarsi della “contiguità” nel Piano, e nella “Missione 1” in particolare, di itinerari interpretativi “centrali” nella vita delle società, con itinerari propri del processo turistico,

¹⁰ Magnaghi A., *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010.

sebbene nella struttura e nelle previsioni del Piano questi restino di fatto separati, suggerisca tuttavia alcune visioni prospettiche originali. Una prospettiva per una “cultura” attiva del turismo ci pare possa delinearci proprio alla luce di una “previsione” e un auspicio affinché la contiguità nella formulazione del Piano fra temi e conseguenti problemi diventi effettiva coerenza operativa e “appartenenza” reciproca fra quegli stessi temi.

Da quali istanze nasce il concetto di *slow tourism*? Un turismo definito lento è, anch'esso, un progetto, anzi “il progetto”, forse l'unico possibile, il più prevedibile e auspicabile in questa fase di rinascita “resiliente”, per un modo di vivere non solo il viaggio, la vacanza, ma, nella sostanza, lo “stare” in un territorio con fiducia, appropriandosene, facendone un soggetto con cui condividere contatto, esperienza di vita. Di qui derivano modalità che portano a stabilire una relazione soggettiva, personale, con i luoghi, una relazione che può conseguentemente privilegiare la dimensione “locale”, perché quella più a portata di mano, meglio conosciuta e vissuta più da vicino da parte dell'individuo. Ma non solo in quanto locale.

Le diverse forme di “lentezza” esprimono una relazione originale tra offerta e domanda, fra produzione e bisogni, legata a percorsi di cambiamento della società ben precedenti alla pandemia, a un salto di scala del rango e delle tipologie dei consumi e a un innalzamento della soglia di informazione e conoscenza raggiunta dai consumatori¹¹.

Parliamo di *slow tourism* come di una innovativa concezione di “partecipazione esperienziale” che il soggetto costruisce secondo le proprie esigenze di miglioramento della propria qualità di vita, dei propri scambi relazionali, della pratica che ciascun individuo realizza e consolida nel costruire un proprio originale rapporto con l'ambiente in cui vive, o che va a visitare, un ambiente inteso come “ecosistema” non solo naturale, ma come vissuto quotidiano, di natura sociale, economico-produttiva, come parte di una “società”.

Quale cultura dell'accoglienza nel PNRR? – È importante notare come gli *input* essenziali che chiedono una trasformazione del concetto di turismo e della relativa programmazione si siano inquadrati nel grande processo e nel “senso” del cambiamento che ha interessato la programmazione territoriale a scala internazionale. Con la tradizionale “grammatica” di quella programmazione è andata confrontandosi, progressivamente, la

¹¹ Costa N., *Lo sviluppo turistico. Teorie, strategie e gestione della conoscenza*, Padova, Cedam, 2021.

attuale, globale, ricerca di coesione sociale e territoriale, sull'inclusione come riconoscimento di diritti e doveri di ciascun soggetto, sulla necessità di ri-costruzione continua di capitale territoriale, sulla reinterpretazione "intelligente" delle tradizioni locali, sulla sostenibilità dei processi di creazione di valore e, guardando all'esperienza cognitiva delle società e dei soggetti, su di una condivisione di idee, comportamenti, culture¹².

Contenuti, questi, che acquistano sempre maggiore spazio nell'attuale processo turistico, che a sua volta porta con sé grandi tratti di consapevolezza nei confronti di concettualizzazioni e prassi di comportamento relativi alle dimensioni della coesione e dell'inclusione. Queste stesse dimensioni interessano una parte considerevole delle processualità turistiche sui temi dell'abitare, della domanda di ospitalità non convenzionale, fondata sullo scambio, sulla relazionalità e la partecipazione fra persone e gruppi, in tema di offerta di servizi che consentano a ogni fascia della popolazione di offrire fattivamente il proprio contributo partecipato.

Ai temi dell'inclusione, della condivisione, dell'accoglienza si uniformano nel PNRR i riferimenti a un "Ecosistema mondiale" proposto come sede di un processo inclusivo da condurre in "comunità", individuando e mettendo insieme vocazioni e *skill* differenti, ma convergenti su progetti di filiere sociali ancor prima che economiche.

In questa linea va notato come ogni progetto che contempi accoglienza si trovi necessariamente a confrontarsi con una crescente complessità dell'offerta di ricettività, da ri-costruire come dato sociale, come sistema di attitudini che sappiano creare "società". Su questo punto, l'evolversi della stessa "cultura della domanda" di turismo, fa sì che dal lato dell'offerta si avverta l'esigenza di una strategia necessaria di coesione fra l'uso di una sempre più sofisticata tecnologia e, insieme, la capacità di espressione di una "speciale" sensibilità umana nel rispetto del visitatore e degli stessi lavoratori coinvolti¹³.

Questa prassi del "produrre" accoglienza, che investe radicalmente il progetto turistico del Paese, si accorda con la domanda di una nuova

¹² Conti S., Salone C., "Per una *grammatica* della programmazione territoriale. La dimensione locale dello sviluppo e della competitività", in Faccioli M., *Quali filiere per un progetto metropolitano? Slow tourism, spazi comuni, città*, FrancoAngeli, 2015, pp. 39-56.

¹³ Cocco R., "Revenue Management in Pandemic Times", 2021. (<https://outperform-rms.com>).

prospettiva di attrattività, e dunque di propensione e “arte” dell’ospitalità, in qualità di “prodotto” *Made in Italy*. Conviene costruire un’arte dell’accoglienza come eccellenza comportamentale ed espressione di nuove sensibilità nei confronti del significato e dell’importanza dell’appartenenza di ogni soggetto ad uno o più territori. È d’obbligo capire, in particolare nelle direttive del Piano, che fare accoglienza deve diventare uso e offerta sostenibile degli spazi disponibili, estensione dello spazio urbano, idea rinnovata di città come soggetto ospitale collaborativo, continuamente ricostruito secondo un programma idoneo alle componenti e alla cultura della comunità che vi abita e lavora, fatta di residenti o visitatori. Perché dove c’è abbandono da parte dei giovani e, per esigenze diverse, da parte degli anziani, dove si va indebolendo una cultura dell’abitare e dell’accogliere, non può esserci società e dunque non può affermarsi cultura né vocazione turistica. La storia dell’ospitalità *Made in Italy* si accorda, per più aspetti, con la storia del nostro processo di sviluppo e con la grande stagione sociale, culturale e manifatturiera su cui l’Italia si è costruita. Di quella stagione devono essere “catturati” gli *input* più intelligenti, che producono *skill* non trasferibili, per farli diventare prodotto, secondo un programma di lavoro che consapevolmente trovi una collocazione idonea, pur per piccoli segmenti, nelle global *value chains*.

Servono oggi progetti che affrontino consapevolmente i temi dell’accesso a ruoli di cittadinanza per migranti come nuovi residenti, e della ricerca di accessibilità da parte di questi a un progetto sociale a cui ritengano di poter essere ammessi a partecipare in un territorio attrattivo, che si tratti di visitatori, esperti, abitanti, viaggiatori, business men, esploratori o residenti temporanei o, insieme, tutto questo.

E sullo sfondo di queste vicende compaiono, a uno sguardo più ampio, i grandi processi di ibridazione culturale che segnano, a scale locali e globali, le relazioni più incisive fra mobilità, relazioni locali e internazionali, accoglienza, turismi. I soggetti interattivi ai quali è oggi divenuta imprescindibile necessità rivolgersi da parte di chi voglia operare e vivere nel turismo sono, nei settori pubblico e privato, università, accademie, ambasciate, associazioni di categoria, curatori, direttori, collezionisti, esperti professionisti, imprenditori della cultura, scuole d’Arte, laboratori per il coinvolgimento di lavoratori e visitatori migranti, in base a specifici *target* da individuare in diversi vissuti, dal mercato di provenienza e da altri mercati. Le iniziative messe in atto da questi soggetti sono programmi

di lavoro che si muovono nell'ambito di culture originarie e acquisite, nell'arte, nella ricerca scientifica, nella formazione a esperienze sportive di nuova concezione perché connesse alla salvaguardia della salute, al movimento e all'incremento di socialità, nella condivisione di know-how della manifattura artigianale, nella cultura enogastronomica.

Roma e il turismo del territorio "possibile". – La "Missione M1C3.4" "Investimento 4.3 Caput Mundi-NextGenerationEU per grandi eventi turistici" prende in esame un aspetto della progettualità attrattiva "speciale" di Roma come una fra le Capitali europee del turismo.

Il Piano inquadra la Città come realtà fatta di parti separate fra centro storico e "periferie", in cui si prevede di agire, da un lato, per la salvaguardia delle eccellenze storiche, artistiche, monumentali, per le oasi del verde urbano, per la difesa antisismica di architetture e patrimoni di pregio. Dall'altro, si propone un "diverso" ordine di interventi per il risanamento e la valorizzazione di un mondo periferico, di cui si promuove l'inclusione sociale e culturale come promozione a un rango di maggiore e più qualificata visibilità.

La realtà romana si manifesta, nei fatti, ben più complessa, perché realmente "separata" al proprio interno, ma secondo processualità non dichiaratamente né facilmente leggibili.

Le logiche territoriali che hanno condizionato la crescita urbana si sono incentrate sulla rendita, marcando la separazione fra diversi territori in forme originali e irrevocabili. La Capitale conferma un radicato problema di governance territoriale, risultante critica di una crescita urbana avvenuta per storie diverse e divise, le une indifferenti alle altre, in territori non conosciuti né condivisi, per interventi ripetutamente interrotti, apparentemente casuali, in realtà programmati e realizzati in deroga ai piani urbanistici istituzionali, attraverso disegni incompiuti, inadempienze, vicende di mancato intervento contro il degrado urbano¹⁴.

Una condizione, questa, che già di per sé ha generato la prassi di una comunicazione della città essenzialmente per parti e percorsi che non si incontrano, con la quasi assoluta prevalenza dell'attenzione a certe destinazioni "monumentali" divenute immagini standard del turismo cittadino, tut-

¹⁴Marcelloni M., *Pensare la città contemporanea. Il nuovo Piano Regolatore di Roma*, Bari, Editori Laterza, 2003.

te situate nel Centro della città, in grado di oscurare ogni altra proposta offerta dalla città.

La mission dell'Investimento in questione, che si propone di guardare essenzialmente al ruolo di Roma *Caput Mundi*, capitale dell'offerta di grandi eventi per un turismo internazionale delle prossime generazioni, sembra appropriata e coerente con l'immagine convenzionale che Roma offre, data la supremazia e il brand fortissimo che la città vanta come polo che accoglie popoli diversi in nome della propria caratterizzazione religiosa di referente del Cattolicesimo, *super partes*, di vocazione ospitale cosmopolita. Così da costituire una destinazione dai contorni chiari, un prodotto turistico studiato e costruito per *target* mondiali, valore aggiunto per una offerta già incomparabile in termini di esclusività delle atmosfere e delle suggestioni che la città è in grado di suscitare.

Parallelamente, le divisioni di senso che Roma evoca sembrano, secondo il progetto del Piano, approfondirsi, fra le tante città percepite e una "Grande Roma" fatta di pendolari, residenti, migranti abitanti, anche inseriti in singolari, privilegiate e sempre più estese condizioni di *gentrification* programmata.

Ci sembra qui importante rilevare come la Capitale continui a scontare una marcata inadeguatezza rispetto a competitors turistici in termini di governance culturale, per la mancanza di reticolarità fra settori privati e pubblici nell'organizzazione e nell'offerta di percorsi di promozione dell'intrattenimento, della cultura, della moda e di altri attrattori eccellenti. E come resti inevasa la domanda di reti che facilitino la comunicazione trasversale di offerte di nicchia, spesso specificamente destinate, almeno nell'intenzione originaria, a giovani e a un pubblico internazionale. E come manchino canali di comunicazione consolidati fra istituzioni culturali di ogni settore di interesse e fra questi e i comparti della ricettività e dell'accoglienza.

Nel caso della Capitale, il tema dell'"Inclusione", posto come specifico obiettivo di interesse dell'investimento per il progetto "Caput Mundi", peraltro espressione di una domanda implicita, prevalentemente inevasa, dovrebbe prendere sostanza dalla consapevolezza dell'effettivo isolamento in cui vivono tanti fra i percorsi sui quali Roma si è strutturata nel tempo. Un protagonista significativo di questa condizione è lo stesso centro storico, implosivo e inaccessibile, che non riesce a gestire servizi, occupazione, offerta per i consumi dei residenti, indifferente ai percorsi di sopravvivenza e crescita di periferie, adiacenti e lontane, non coese, di

diversa storia e difficile sostenibilità. E restano separati dal resto della città, all'interno di queste, alcuni percorsi oggi difficili da inquadrare, in passato vissuti come indistinta "periferia". Sono, invece, contesti "forti" per rappresentatività sociale e culturale e per capacità di produrre e comunicare immagine, che diventano in molti casi i veri luoghi di espressione di domanda di cittadinanza e si qualificano fra i contesti più chiaramente riconoscibili, spesso come attori culturali, creatori di esperienza attrattiva, *vision* rivoluzionaria, prospettiva di un qualche futuro. Storie che funzionano come voci della città vera, viva, ma non in grado di rappresentare, a loro volta, la città "per intero" nelle vicende della comunicazione politica, formalmente e non, dedicata al turismo. E raramente, se non per occasioni il più delle volte casuali, questi *input* arrivano alla gran parte dei visitatori, alla programmazione che li interessa e a cui riescono ad accedere.

Restano al di fuori del progetto del Piano, pur rivolto in via primaria al potenziamento della digitalizzazione del sistema Paese, le criticità della Capitale come territorio sociale e inclusivo, un territorio "fermo" in realtà in una pericolosa condizione di deriva progressiva verso l'isolamento comunicativo, urbano e di scala internazionale, per la tradizionale scarsa dimestichezza del settore pubblico con la formazione e la pratica nell'uso del web e per la carenza di azioni di marketing di sistema e di idonee campagne di comunicazione.

Problemi aperti. – I problemi che il Piano lascia aperti riguardano, crediamo, una esigenza di risposta alla domanda di programmaticità dello scambio fra turismi e territori.

Un certo turismo può nascere come prodotto dei luoghi, di ogni luogo, artistico, manifatturiero, rurale, da contesti capaci di generare conoscenza generativa, che funzionano come "pezzi" di metropoli, pur singolarmente posti in entroterra diventati significativi, dove esistono indizi di metropolizzazione che possono manifestarsi anche fuori città, o in quelle emergenze speciali create in funzione di singolari operazioni di *gentrification*¹⁵.

È anche questo un turismo, un movimento spinto da un desiderio che viene dai vissuti, dal "non replicabile", che può essere capito, interpretato e raccontato correttamente se di quei luoghi si arriva a conoscere la storia

¹⁵ Rullani E., "La città al tempo delle reti. Lo spazio fluido del capitalismo globale della conoscenza", in *Le frontiere della geografia*, UTET, 2009, pp. 145-172.

e il significato, ovvero i processi di produzione di senso che danno loro sostanza.

Gli approcci al tema delle relazioni fra turismo e territori rimandano a categorie di diversa origine. Crediamo di poter ritenere che il turismo, per poter essere letto, “compreso” e dunque opportunamente programmato, vada re-immaginato e ri-definito come una conquista cognitiva complessa che metta insieme curiosità intorno ai luoghi, domanda di qualità del proprio vissuto quotidiano, desiderio di vivere in un territorio che in quel vissuto non c’è, che tuttavia si è capaci di conoscere, perché non per questo necessariamente “diverso” e distante da noi.

In questi termini, la ricerca interpretativa dovrebbe estendersi ai temi che confluiscono nella “grande” geografia che ha affrontato gli ambiti del vissuto e dello “sviluppo locale”. Questo, in virtù di un “Progetto locale” capace di percepire, interpretare e mettere insieme quanto viene espresso dalle diverse intonazioni della domanda, a volte coerente e coesa, a volte frammentata e disarticolata su separatezze e dissonanze, espressa dai testimoni dei territori in vista di una sorta di territorialità costruttiva¹⁶.

E il nostro punto di vista riguardo alla lettura del turismo portata avanti nel PNRR può trovare ancoraggio, auspicabilmente, in queste dimensioni di ragionamento, secondo cui i comportamenti della domanda, da un lato, e le metodologie di intervento operativo dal lato dell’offerta, siano da ripensare e rileggere sulla base dell’osservazione dei territori e delle società che li abitano. Come il PNRR si rivolge a fare, pur settorialmente, mediante l’offerta di misure mirate a favorire lo sviluppo di imprese e settori di produzione.

Se è «il luogo a educare la comunità che lo abita» e «a fornire alle persone che» vi «vivono la direzione da percorrere per la crescita e per il proprio arricchimento continuo nel tempo»¹⁷ crediamo che sia una circolarità virtuosa fra i due termini a generare le più opportune regole di coesistenza per ogni territorialità responsabile. È importante lavorare per facilitare le relazioni che legano le società alla costruzione consapevole dei propri territori generando creazione di cultura e progetti di vita e rinsal-

¹⁶ Magnaghi A. (2010); Dematteis G., Magnaghi A., “Patrimonio territoriale e coralità produttiva: nuove frontiere per i sistemi economici locali”, *Scienze del Territorio*, 2018, 6, pp. 12-25.

¹⁷ Becattini G., *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*, Roma, Donzelli, 2015.

dando vocazioni attrattive ed educazione a una accoglienza inclusiva, affinché il turismo non rischi di rimanere un progetto “complementare” nelle *policy* dei territori.

Tourism and territory in NRRP

Università degli Studi di Roma Tor Vergata
marina.faccioli@uniroma2.it