

ECONOMIA La ricerca del successo passa anche attraverso la presentazione del prodotto su un piatto d'argento

Francia e Spagna curano il look e il turismo esce dalla crisi

Per vincere la forte concorrenza dei cugini d'Oltralpe e Iberici, serve un nuovo e più accattivante biglietto da visita



Marcello Nan



Tossa de Mar, una delle bellezze spagnole della Costa Brava, frequentata da un turismo qualificato

Qualche anno fa mi recai in Francia a Nizza per un viaggio di istruzione (vecchie gite scolastiche) e, oltre alle mete che ci eravamo prefissati, ci fu offerto di visitare una sorta di giardino botanico... Così ci mostrarono la "flore méditerranéenne": "Et voilà... Nous avons le Corbezzolo, le Mirtò, le Gineprò, le Rosmarinò, la Ginestrà, l'Oleandrò, le Pungitopò, l'Olivastrò, l'Allorò et caetera... C'est magnifique, superbe, très intéressant..."

Così mentre i bambini osservavano con partecipazione quelle meraviglie, io e le colleghe ci chiedevamo perché non avremmo potuto tranquillamente osservare "da casa" tutte quelle piante che erano una vegetazione spontanea anche delle nostre colline... Oggi leggo sui giornali che, nonostante il nostro paese sia "la prima destinazione dove i turisti vorrebbero andare" («Destination Italy» Silvia Angeloni), stiamo perdendo posti nelle classifiche dei paesi più visitati. Secondo gli ultimi dati ufficiali dell'agenzia specializzata nel turismo mondiale UNWTO (United Nations World Tourism Organization) dell'anno 2011, l'Italia occupa il quinto posto nella "Top ten". Al primo posto c'è la Francia

con 79,5 milioni di visite, poi gli Stati Uniti (62,3 milioni di turisti), la Cina (57,6 milioni), e anche la Spagna che con 56,7 milioni presenze straniere surclassa i nostri 46 milioni di turisti e ci relega al quinto posto.

Negli anni '50 i turisti stranieri che venivano in Italia erano circa 4 milioni e mezzo oggi si sono moltiplicati per 10 volte; ma le percentuali dei viaggiatori aumentati dall'impulso dei moderni mezzi di trasporto e dall'immenso serbatoio asiatico non rispettano questo apparente successo: siamo passati dal 19% al 4,4% del turismo mondiale. Dell'espansione delle attività turistiche hanno saputo approfittare di più e meglio di noi la Francia e la Spagna... Le cause? Sicuramente anche una questione di immagine... Secondo una ricerca dell'IEA (Europe Asia Institute) del 2014 tra i paesi del mondo

che suscitano maggior interesse e hanno capacità di far immagine l'Italia si colloca al 34° posto. La ricerca aveva come obiettivo "la percezione dell'interesse a conoscere un Paese o una realtà geopolitica per la sua cultura, la sua storia, la sua lingua, la sua influenza, in rapporto alla sua offerta turistica". Evidentemente l'etichetta di Belpaese non basta più a garantirci l'interesse storico e artistico dei viaggiatori, né tantomeno quello paesaggistico per le nostre splendide località balneari e montane... Si dovrebbero muovere le istituzioni con una politica che presenti finalmente delle strategie vincenti e un coordinamento fino ad oggi latente, ma occorre anche lo sviluppo di una maggior professionalità degli operatori turistici: bidoi, disservizi, e scortesie verso chi viene in visita da noi, non sono un buon biglietto da visita, anzi...

Infine, come dicevo all'inizio, dovremmo saper cogliere anche le qualità e i valori delle cose che abbiamo sotto gli occhi tutti i giorni, e forse proprio per questo non sappiamo apprezzarli nel modo giusto, anche nel piccolo... L'altro giorno camminando su uno dei moli che proteggono il litorale di Cervo ho fatto questa scoperta: alcuni dei massi collocati sul mare sono in realtà dei depositi di fossili... orme di conchiglie, di organismi preistorici, posso presumere di qualche centinaio di milioni di anni; sono stati collocati lì quali materiali di risulta delle gallerie del raddoppio ferroviario. Ma se questo ritrovamento fosse venuto fuori in Francia, pensate davvero che sarebbe rimasto così, come uno scoglio qualunque da calpestare o su cui stendere il proprio telo da spiaggia per prendere il sole?

vivisto

Politica, attualità, cultura, sport e spettacolo Riviera Ligure, Côte d'Azur e Basso Piemonte

Direttore Responsabile
Daniele La Corte

Editore
TotalPrint Srl
Art Director
Barbara Falcicchio Petrillo

Direzione/Redazione/Tipografia

TotalPrint Srl
VIA ROMAIRONE 42 E ROSSO
16163 GENOVA
TEL. 010 715259

rivisto@totalprint.it
Reg. Trib. di Genova N°11/2010
Decr. del 11/06/2010
Chiuso in Tipografia il 30/04/2014
in 8.600 copie

Hanno collaborato a questo numero:

- Silvio Fasano
- Aldo Gandolfo
- Ino Gazo
- Francesco Guido "Gibba"
- Federica La Corte
- Federico Mereta
- Marcello Nan
- Gino Rapa
- François Rosso
- Riccardo Ruggeri
- Enrico Sanna

Per il blog
Anche Noi
per Alassio
e Rivisto
**Melissa
Briozzo**



Se davvero sogniamo un turismo migliore forse dovremmo ripensare a quello che scriveva Paul Valery: "La meilleure façon de réaliser ses rêves est de se réveiller - Il modo migliore per realizzare i propri sogni è svegliarsi".