

Il Giornale del **TURISMO** culturale

A cura di **Alessandro Martini**
alessandro.martini@allemandi.com

Adesso sono 270 i borghi Bandiera arancione del Touring

Milano. Il **Touring Club Italiano** assegna la Bandiera arancione a tre nuovi borghi italiani: **Dozza**, in provincia di Bologna, **Manciano**, presso Grosseto, e **Sasso di Castalda** (nella foto), in provincia di Potenza. Sono piccoli e antichi centri che si aggiungono ai **267 sinora premiati dal Touring Club** per la qualità dell'accoglienza turistica, per la tutela delle tradizioni e del patrimonio artistico, per la sensibilità ambientale. Questi 270 borghi italiani (su 3.250 candidature sinora giunte), in prevalenza siti nelle zone interne della Penisola, vogliono essere la nuova avanguardia di un **turismo etico e responsabile**, non unicamente polarizzato dalle grandi città d'arte o di svago, ma mosso dall'interesse per la scoperta di perle ancora poco note. È convinta infatti **Isabella Andrighetti**, responsabile certificazioni e programmi territoriali del Tci, che «una volta superate definitivamente le criticità attuali, il rilancio del nostro Paese potrà ripartire proprio da queste piccole realtà eccellenti». □ **Guglielmo Gigliotti**



Enit e Ministero del Turismo

Spenderemo come la Spagna

Cresce l'interesse per borghi, cammini, enogastronomia e beni culturali (ma anche per sport e outdoor). Indispensabile la promozione del turismo culturale. Avremo gli «ambassador» e un budget «al livello degli spagnoli» (il doppio del nostro)

di **Ada Masoero**

Milano. Dopo la pausa forzata della pandemia, il turismo è ormai ripartito con vigore (**Milano è già tornata ai numeri pre Covid-19, pur mancando i flussi russi e cinesi**) ma nel frattempo è profondamente cambiato. E dunque il 9 maggio scorso il **Ministero del Turismo** ed **Enit** (Agenzia Nazionale del Turismo), in Palazzo Lombardia, hanno presentato i piani predisposti per **cambiare il modo di comunicare il nostro Paese**. Obiettivi: diffondere il messaggio dell'Italia al grande pubblico internazionale ma anche istituire una **più stretta collaborazione con le Regioni**, per distribuire i flussi turistici nello spazio (i «borghi» sono sempre più amati dagli stranieri, che però ne conoscono solo un piccolo numero) e nel tempo (**non nei soli mesi estivi**), e puntare sui **grandi eventi**, dal Giro d'Italia (con il Coni) al recente **Eurovision Song Contest di Torino** (un grande successo, con un incremento degli arrivi in città del 68% rispetto al 2019, di cui il 40% dall'estero e il 30% dalla comunità LGBT, sempre più ambita dal turismo internazionale), ad appuntamenti come **Bergamo Brescia Capitale italiana della Cultura 2023** fino, ovviamente, alle **Olimpiadi 2026**. Il tutto sotto il



Mahmood alla Reggia di Venaria Reale durante il «turquoise carpet» dei concorrenti all'Eurovision Song Contest, lo scorso 8 maggio

segno di «sostenibilità, inclusione, diversità e innovazione». Un'Italia inedita, dunque, quella che si vuole proporre, raggiungibile online attraverso il **portale Italia.it**, che consente di scoprire non solo le mete ma anche le attività per ogni età e tipologia di visitatori, gli eventi e le modalità per organizzare il viaggio. Come ha spiegato l'ad di Enit **Roberta Garibaldi**, anche Enit deve cambiare, in funzione del nuovo turismo che

vede diffondersi sempre più la variante «lenta» (**cammini, enogastronomia, arte e beni culturali**) e quella «attiva» (bike, nautica, nordic walking, attività all'aperto estive e invernali): un aspetto, questo, cui guarda il **progetto «Scopri l'Italia che non sapevi»**.

Maria Elena Rossi, direttore Marketing e Promozione di Enit, che ha coordinato l'intero progetto (cfr. lo scorso numero, p. 20), ha eviden-

ziato come occorre una grande flessibilità per puntare su quei mercati (Stati Uniti, Canada, Regno Unito ed Europa) che sono ripartiti per primi. Tre i pilastri su cui basarsi: «La promozione negli aeroporti internazionali, sulle testate di pregio europee e con affissioni nelle capitali, che generano un effetto moltiplicatore del brand Italia; la tecnologia, al fine di personalizzare l'offerta per il singolo visitatore, e un approccio «industriale» nell'elaborazione dei

contenuti, analizzando il mercato anche attraverso i social e internet».

Al centro del progetto ci sono **gli ambassador**, scelti tra le nostre figure più note nel mondo, da **Federica Pellegrini a Bebe Vio, da Roberto Bolle a Stefano Boeri** e molti altri, i cui compensi e diritti d'immagine saranno devoluti a sostegno di un progetto triennale di **sostegno alle startup del turismo**. Il ministro del Turismo **Massimo Garavaglia** (in arrivo dall'Assemblea generale dell'Onu, dove è stata dedicata una sessione speciale proprio al turismo) ha evidenziato come il gap che in questo settore vede **oggi l'Italia dietro a Spagna e Francia** dovrebbe essere presto colmato: «Il budget dell'Enit era la metà di quello dell'Ufficio del turismo spagnolo, ma da quest'anno sale al 75 per cento e dall'anno prossimo sarà uguale». La sfida è impegnativa ma all'Italia non mancano le carte da giocare, né i partner su cui contare (come, in questo caso, Accenture, Dilemma, RaiCom). Intanto, dati di Confturismo-Conffcommercio parlano di una rinnovata voglia di viaggiare: sarebbero **23 milioni gli italiani pronti a partire per le vacanze estive**. L'85% intende rimanere in Italia, con preferenza per mare, montagna e città d'arte.

© Riproduzione riservata

A 125 metri il mirador su Barcellona di Tomás Saraceno



Barcellona (Spagna). Dal 20 maggio, la **Torre Glòries** dell'architetto francese **Jean Nouvel**, vero e proprio landmark ricoperto di pannelli di alluminio e vetro con i colori del paesaggio, che nel 2005 ha cambiato lo skyline barcellonese diventandone uno dei simboli, ha aperto al pubblico per la prima volta il suo «mirador» grazie a «**Cloud Cities Barcelona**» (nella foto), una spettacolare opera di **Tomás Saraceno**. Si tratta della prima installazione permanente che l'artista argentino inaugura nel Sud d'Europa. Collocata **al 30mo piano**, a 125 metri di altezza, nell'ambiente che offre una vista a 360° della città, è un'opera multisensoriale transitabile, sospesa sotto la cupola, che offre una personalissima

interpretazione dell'interconnessione che esiste tra gli elementi dell'ecosistema urbano. Il progetto è stato prodotto da Mediapro, gruppo leader nel settore audiovisivo europeo con una divisione specializzata in progetti espositivi singolari e innovativi, fondato da **Tatxo Benet**, noto per la sua collezione di opere d'arte censurate. La Torre Glòries sarebbe dovuta diventare un hotel, ma il progetto è stato bloccato quando **Ada Colau** è diventata sindaco nel 2015. Riconvertita a centro culturale di ultima generazione grazie a 34 milioni di euro di investimenti (miradortorreglories.com), oltre a «Cloud Cities» accoglierà diverse iniziative che permetteranno al pubblico di scoprire Barcellona e il suo ecosistema da prospettive insolite. La prima, «**Hipermirador Barcelona**», mostra la città come un organismo vivente in continua trasformazione, attraverso l'unione di arte, tecnologia, big data e divulgazione scientifica, il tutto all'insegna dell'impegno per la salvaguardia dell'ambiente. □ **Roberta Bosco**

Alla scoperta dell'Italia lungo l'autostrada



Roma. Sono milioni i viaggiatori che ogni giorno percorrono la rete di **Autostrade per l'Italia**. Per accompagnarli alla scoperta, o riscoperta, degli infiniti itinerari culturali, naturalistici ed enogastronomici del nostro Paese, Autostrade per l'Italia ha lanciato l'iniziativa «**Wonders. Scopri l'Italia delle meraviglie**», piattaforma multicanale, fisica e digitale, in grado di raccogliere i contributi di partner quali Touring Club Italiano, Slow Food Italia, Wwf, Unesco ed enti territoriali. Attraverso il sito www.wonders.it e

tramite un'app, è possibile pianificare e personalizzare il percorso, scegliendo fra oltre 400 diverse attività, tra arte e cultura, ambiente ed enogastronomia. **Un calendario costantemente integrato**, grazie al contributo di enti, associazioni territoriali e utenti stessi, fornirà indicazioni su esperienze di viaggio sostenibili, feste, sagre e festival, mentre più di **300 podcast**, con la voce degli attori **Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu**, accompagneranno i viaggiatori attraverso i Comuni e le Regioni italiane. Fra i tanti punti di interesse, ci sono anche itinerari o monumenti meno noti da valorizzare, come la **Villa dei Volusii a Fiano Romano** (Rm, nella foto), complesso residenziale extraurbano del I secolo a.C. rinvenuto nel 1961 durante i lavori di costruzione dell'**Autostrada del Sole**. Attraverso la piattaforma «Wonders» sarà possibile avere notizie, con audioguide e totem in situ, su architettura e decori dell'area archeologica, che è in gestione ad Autostrade per l'Italia. □ **Arianna Antoniutti**