

The title 'PASSAGGI' is rendered in a large, black, serif font. The letter 'P' is white and set within a solid blue square. The letters 'A', 'S', 'S', 'A', 'G', 'G', 'I' are black. The entire title is overlaid on a grid of thin black lines. A vertical line passes through the center of the 'G's, and a horizontal line passes through the middle of the letters. A small blue starburst or asterisk is positioned at the intersection of these lines over the second 'G'.

L'Umbria nel futuro

Rivista semestrale di società e cultura

II.2018

MORLACCHI EDITORE

PASSAGGI

L'Umbria nel futuro

Rivista semestrale n.2/2018 (dicembre)

Direttore responsabile

MARIA GABRIELLA MECUCCI

Comitato di redazione

ANTONIO ALLEGRA

MARINA BON VALSASSINA

ANDREA CHIOINI

DOMENICO CIALFI

MARCELLO MARCELLINI

RUGGERO RANIERI (Coordinatore)

SERGIO SACCHI

Hanno collaborato alla cura redazionale di questo volume: per la sezione "Attualità. Turisti, pochi e per caso. Cosa non va. Che fare?" Ruggero Ranieri; per la sezione "Capitini oltre il conformismo" Antonio Allegra; per la sezione "Dibattito" Maria Gabriella Mecucci.

Abbonamenti: www.morlacchilibri.com/riviste

Realizzata con il contributo di



Fondazione
Ranieri di Sorbello

BIBLIOTECA, ARCHIVIO, COLLEZIONI D'ARTE

ISSN: 2464-9627

ISBN: 978-88-9392-059-9

Progetto grafico e impaginazione: Jessica Cardaioli e Francesco Montegiove

Assistenza redazionale: Eleonora Antonini

In copertina foto di © Gianluca Mencacci.

Copyright © 2018 by Morlacchi Editore, Perugia. Tutti i diritti riservati. È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la copia fotostatica, non autorizzata. Finito di stampare nel mese di dicembre 2018 presso la tipografia "Digital Print-Service", Segrate (MI).

Mail to: redazione@morlacchilibri.com | www.morlacchilibri.com/universitypress

SOMMARIO

ATTUALITÀ

*Cosa non va e che fare*_7

- L. Prato_TURISTI CULTURALI, CITTADINI TEMPORANEI_I I
I. Borletti Buitoni_DALLA TUTELA DEL PAESAGGIO AL TURISMO:
UN BINOMIO PER IL RILANCIO DELL'UMBRIA_I 7
E. Guarducci_PROMOZIONE: QUALE RUOLO PER ISTITUZIONI E IMPRESE_2 I
L. Fressoia_NON C'È UNA STRATEGIA_29
C. Ricci_IDENTITÀ E TUTELA DEI LUOGHI NELLA PROSPETTIVA DELL'UNESCO_33
S. Sacchi_ECONOMIA DELLE CITTÀ D'ARTE E TURISMO:
PERUGIA VAL BENE UN IMPEGNO_37
A. Trecchiodi_UMBRIA, DALL'ISOLAMENTO AL CENTRO DELLA PENISOLA_5 I
E. Conti_CITTÀ D'ARTE TOSCANE: MOTORE DELL'ECONOMIA_6 I
R. Ranieri_PERUGIA, CITTÀ D'ARTE, NELL'UMBRIA VERDE:
MOLTA STRADA DA FARE_7 I
L. Ferrucci, C. Chirieleison_IL CAPOLUOGO E GLI EVENTI CULTURALI:
"METEORE" O MODELLI DI SVILUPPO URBANO?_9 I
C. Croci_MUSEI NEL PERUGINO: UN GRANDE POTENZIALE POCO SVILUPPATO_I 07
F. Vignaroli_IL TURISMO DI GRUPPO, UN SEGMENTO DA INCREMENTARE_I I 7
L. Palazzetti_PERUGIA EXPERIENCE_I 23

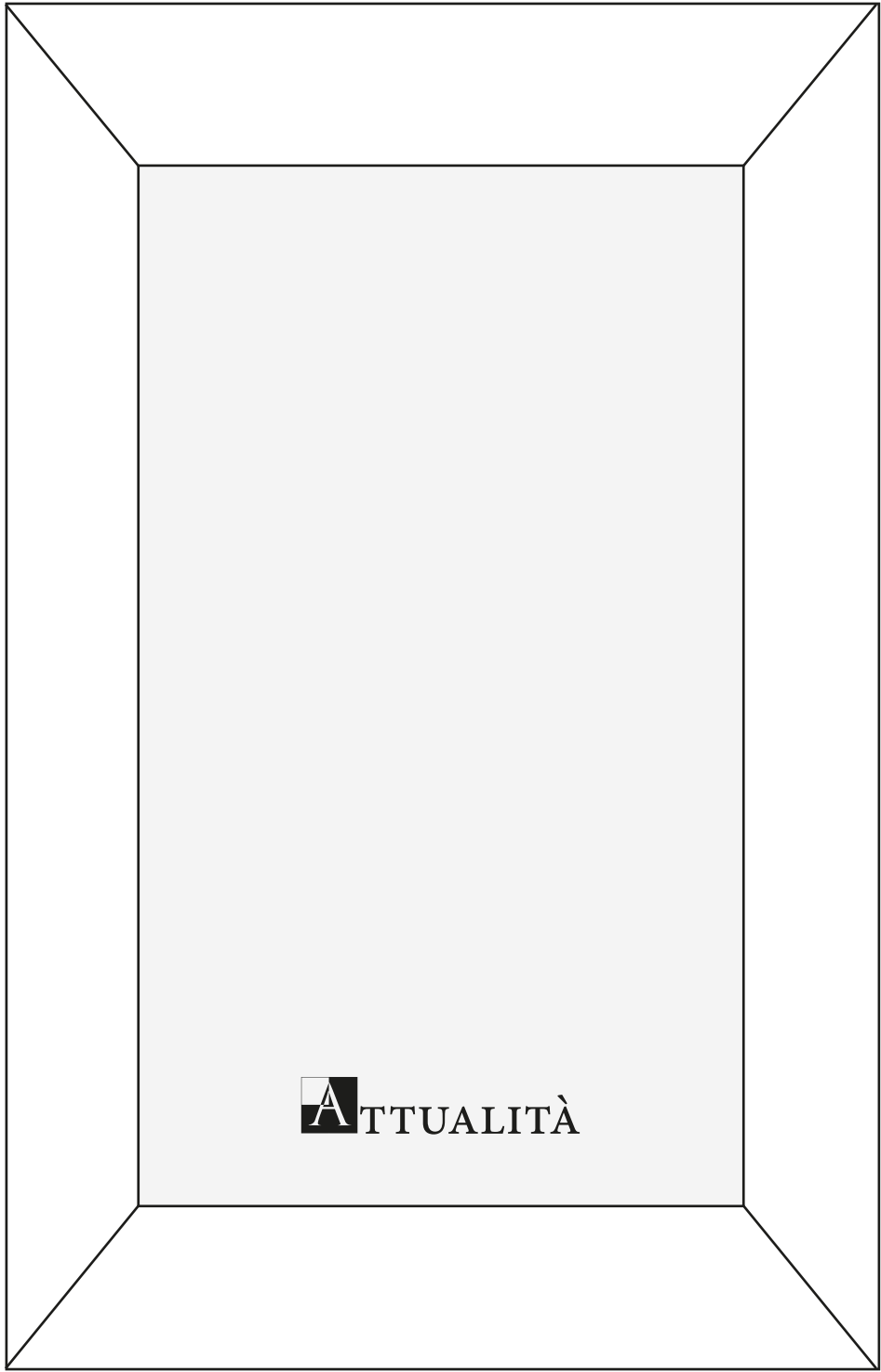
CAPITINI OLTRE IL CONFORMISMO

- A. Allegra_ALDO CAPITINI OLTRE IL MITO_I 29
L. Bitossi, S. Eliodori_IL PENSIERO DI UN "IRREGOLARE"_I 33
G. Moscati_NEL 50° DELLA MORTE RIEMERGONO LE TANTE RISORSE
DEL SUO PENSIERO_I 37

DIBATTITO


*Interventi sul "lungo addio" delle classi dirigenti umbre*_I 53

- G. Pannacci_DAL PCI AL PD: IL DECLINO DELLA SINISTRA IN UNA REGIONE ROSSA_I 55
C. Carnieri_L'UMBRIA, LA CRISI ECONOMICA E LA DECADENZA POLITICO-CULTURALE_I 65
A. Becherucci_DA PERUGIA A BRUXELLES: UN PROFILO DI FABRIZIA BADUEL_I 81



 ATTUALITÀ

Cosa non va e che fare

ulle colonne della rivista Passaggi abbiamo, già in passato, affrontato il tema dello sviluppo turistico regionale. Siamo partiti dalla denuncia di una potenzialità non sfruttata: il turismo come motore importante per l'economia, tanto più in una fase in cui i settori che nei decenni passati hanno trainato l'Umbria – la grande impresa, le piccole imprese manifatturiere, l'industria delle costruzioni – si sono notevolmente appannati. Il turismo, se ben indirizzato e organizzato, ha la capacità di porsi come fattore anti-ciclico, in controtendenza cioè con l'andamento declinante di altri settori. Questa non è un'invenzione o una pia aspirazione – in Toscana e in altre regioni italiane è successo proprio questo durante il recente lungo periodo di recessione. Lo documenta molto bene il saggio di Conti, dell'Istituto regionale per la Toscana, che ospitiamo in questo numero.

In realtà l'esempio toscano ci dice qualcosa ancora di più importante. E cioè che il turismo è un potente vettore della globalizzazione che sta investendo il nostro tempo. Che cosa è successo negli ultimi 15 anni in Toscana? Vi è stato un incremento fortissimo delle presenze in primo luogo a Firenze, soprattutto nelle strutture ricettive di più alto livello, ma anche negli agriturismi e nella nuova economia informale degli Airbnb. Il segmento più dinamico è stato quello extra-europeo e in particolare asiatico. Questi flussi sempre più robusti si sono, poi, diretti nelle altre città d'arte toscane, da Siena, Pisa, Lucca, Cortona, con spostamenti spesso brevi ma comunque sostenuti e sempre meno stagionalizzati, portando anche lì grandi benefici economici. All'origine di questo successo, ci sono infrastrutture di trasporto come l'Alta Velocità ferroviaria e un sistema aeroportuale adeguato, oltre a investimenti nell'accoglienza nei centri urbani (vedi il sistema di tranvie e la pedonalizzazione del centro storico di Firenze).

L'Umbria è rimasta quasi totalmente fuori da questo circolo virtuoso. L'unica eccezione è l'incremento dei turisti escursionisti via bus tu-

ristico, che lambiscono le nostre città d'arte, soprattutto Assisi, e in misura molto minore Perugia. Sono flussi difficili da monitorare perché, essendo di passaggio, sfuggono alle statistiche della ricezione sulle quali si basano gran parte delle rilevazioni. Qualche interessante (e inedita) notizia in proposito si può ricavare dal saggio di Vignaroli.

Per il resto siamo un po' al buio. I flussi turistici regionali, rilevati dalle statistiche ufficiali, hanno avuto, dall'inizio del nuovo millennio, un andamento sostanzialmente stagnante (vedi l'analisi di Ranieri), ben al di sotto, non solo della Toscana, ma delle medie nazionali, e questo è ancora più grave se si osserva come il cosiddetto "turismo culturale", che è quello su cui fa più conto l'Umbria con la sua rete di borghi e città d'arte, si è confermato come il segmento più dinamico del turismo nazionale (Prato).

La storia del turismo in Umbria è, insomma, la storia di una regione che non è stata in grado di intercettare i vantaggi dell'economia globale, a causa di serie deficienze infrastrutturali (vedi il saggio di Trecchiodi), di una debolezza economica di fondo, e di modelli di governance inadeguati (Ranieri, Guarducci), perché troppo dirigisti, poco partecipati e incapaci di relazionarsi in modo fecondo con i vari sistemi territoriali della regione, che è sì piccola, ma è anche molto diversificata e non può essere promossa dall'alto come un pacchetto unico.

In questo numero abbiamo cercato di discutere alcuni di questi problemi in modo informato, uscendo dai luoghi comuni, valorizzando in primo luogo studiosi che già avevano svolto approfondimenti importanti. Sacchi, per esempio, declina in modo importante ed esauriente, i termini della relazioni fra turismo e sviluppo territoriale, senza trascurare le difficoltà di analisi da una parte, e le possibili criticità dall'altra. Nessun fattore di sviluppo è privo di contro-indicazioni e di contraddizioni e, per il turismo in particolare si pongono seri effetti di sostenibilità e di consumo di risorse locali. Ferrucci riporta, poi, alcuni risultati di una serie di analisi sugli eventi culturali che si sono tenuti e si tengono in Umbria, chiamando in primo luogo a una valutazione degli effetti indotti, particolarmente importante quando vengono impiegati soldi pubblici. È fuori discussione che gli eventi, sia quelli musicali e culturali (da Umbria Jazz al Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia), sia quelli folkloristici o eno-gastronomici hanno sostenuto il turismo in Umbria, incrementando e destagionalizzandone i flussi.

È altrettanto vero che per continuare proficuamente su questa strada, occorre moltiplicare gli sforzi, rilanciando l'innovazione, senza sprecare risorse, avvalendosi di efficaci e rapidi strumenti di valutazione.

I problemi della sostenibilità del turismo sono sotto gli occhi di tutti, basti citare il caso di Venezia, ma in Umbria, tranne forse che nel caso di Assisi, non assistiamo a fenomeni invasivi importanti e ci sarebbe ampio spazio per incrementare gli arrivi e le presenze. Gli interventi di Fressoia di Italia Nostra, di Borletti Buitoni sul nesso paesaggio-turismo e la sua centralità per l'Umbria e di Ledo Prato, introduce il concetto molto fecondo di turisti come 'cittadini temporanei' delle città d'arte, forniscono spunti importanti di riflessione e indicano dei percorsi fecondi per il rilancio del turismo in Umbria. Claudio Ricci punta l'attenzione sull'importanza, per la creazione di un brand vincente, dei siti protetti dall'UNESCO: in Umbria ne esistono due, quello francescano della Basilica di S. Francesco di Assisi e quello longobardo di Spoleto; dovrebbero, quindi, moltiplicarsi gli sforzi per aggiungerne altri, a partire dal percorso monumentale della cinta muraria etrusca di Perugia.


Abbiamo in questo numero dedicato particolare attenzione alla situazione di Perugia, perché ci sembra che sia qui che si concentrano le criticità del turismo in Umbria: sul piano dei numeri, sul piano della qualità dell'accoglienza, sul piano dell'incisività delle politiche territoriali, di un'adeguata valorizzazione del suo importantissimo patrimonio culturale. Un rilancio del turismo in Umbria non può prescindere dalla valorizzazione di Perugia come grande città d'arte italiana e non come tappa di passaggio, magari verso Assisi o verso Siena. Già oggi, come dimostra lo studio di Croci, Perugia è dotata di una serie di numerosi musei, alcuni dei quali molto importanti, e con buone presenze, e altri non meno originali e potenzialmente attrattivi; molto di più si potrebbe e si dovrebbe fare per promuoverli, metterli a sistema, organizzare itinerari tematici, collegare meglio il patrimonio con eventi di richiamo. I numeri del turismo a Perugia e nel comprensorio perugino sono desolatamente insufficienti, soprattutto quelli degli stranieri e le permanenze sono troppo brevi. Su questi temi si soffermano molti saggi (Palazzetti, Croci, Ranieri)

Non pensiamo che la rassegna che presentiamo sia minimamente esaustiva. Mancano contributi importanti su specifiche zone della regione, come per esempio l'Umbria meridionale (Terni, il rapporto fra

Reatino e Ternano, Orvieto), come anche per il Trasimeno e per Assisi, dei cui problemi si accenna senza approfondirne la storia (che è quella dell'affermarsi di un brand internazionale) e le difficoltà. Sono tutti argomenti su cui ci piacerà tornare, consapevoli del fatto che il turismo non è una fra le tante questioni che interessano l'Umbria ma uno dei capitoli centrali per produrne un importante rilancio, forse per garantirne la stessa sopravvivenza.

Ruggero Ranieri

URISTI CULTURALI CITTADINI TEMPORANEI

i sono pochi temi che tornano ripetutamente tutte le volte che si affronta la questione relativa allo sviluppo possibile del nostro Paese. Uno di questi è sicuramente il turismo. Si è arrivati persino a sostenere che “l’Italia potrebbe vivere di solo turismo”. Non manca una lunga e complessa letteratura sul tema e ciò che appare una convinzione diffusa è, allo stesso tempo, al centro di un dibattito molto sostenuto. Per semplificare potremmo dire che gli schieramenti sono divisi sostanzialmente in due: da una parte coloro che immaginano un Paese dove ogni politica è orientata a sostenere, incoraggiare l’afflusso di viaggiatori, a prescindere; dall’altra coloro che temono “invasioni”, soprattutto rispetto a quelle città e a quei luoghi che presentano fragilità determinate dal patrimonio culturale e ambientale particolarmente a rischio per eccesso di pressioni antropiche (“sovraturismo”).

A questo dualismo se ne aggiunge un altro, speculare al primo. Secondo i primi, solo una gestione delle politiche turistiche affidata allo Stato può garantire una organizzazione unitaria della promozione,

dell'offerta, degli investimenti necessari. I secondi invece, da una parte reclamano l'autogoverno delle città in modo da garantire il governo dei flussi, dall'altra però temono che gli interessi locali e le pressioni degli operatori finiscano per generare politiche di segno opposto. Ci sono poi posizioni, per dir così, trasversali, nel senso che auspicano di mantenere in capo allo Stato centrale alcune funzioni (le strategie generali, la promozione ecc) ed altre affidate alle Regioni e ai Comuni.

Che il tema sia controverso lo dimostra anche l'attenzione dedicata dal legislatore che ne ha fatto materia, fra le altre, di riforme costituzionali. Quelle più recenti non sono passate al vaglio del voto popolare e quindi è rimasta in vigore la norma dell'art. 117 della Carta Costituzionale che assegna alle Regioni potestà esclusiva in materia di turismo. Il travaglio sul tema è evidenziato anche dalle scelte ondivaghe che i vari Governi hanno adottato nel tempo. Ci sono stati governi che hanno istituito il Ministero del Turismo, altri che hanno affidato le competenze ad un Dipartimento presso la Presidenza del Consiglio, sino agli ultimi due Governi che hanno proceduto ad accorpamenti con altri Ministeri. Ognuna di queste scelte rispondeva a una idea del turismo e in alcuni casi ne immaginava un possibile sviluppo in relazione con altri settori economici. Ad esempio con i Governi Renzi e Gentiloni, si è scommesso su una politica integrata fra valorizzazione del patrimonio culturale e turismo mentre l'attuale Governo (che in un primo tempo aveva ventilato l'ipotesi di ripristinare il Ministero del Turismo) prevede che la promozione turistica debba viaggiare in parallelo con quella dell'enogastronomia, dei prodotti tipici dell'agricoltura.

Nell'uno come nell'altro caso, non sono mancate critiche e perplessità evidenziate in modo trasversale da soggetti pubblici e privati in ragione di una tesi di fondo: le forme di turismo sono molteplici (da quello culturale a quello balneare, da quello di montagna a quello enogastronomico, da quello congressuale a quello religioso, da quello naturalistico a quello lacustre e così via) e hanno quindi bisogno di una politica unitaria. Il turismo è un settore molto importante dell'economia italiana: secondo le stime del World Travel and Tourism Council rappresenta il 9,4% del PIL (Prodotto Interno Lordo) e occupa circa 2,5 milioni di persone. Nel 2017 circa 60 milioni di turisti internazionali hanno visitato il nostro Paese e il dato è in continua crescita. L'Italia è il 5° paese più visitato al mondo. In questo contesto le attrattive

storico-culturali risultano essere il primo fattore del flusso turistico proveniente dall'estero. Non solo nelle città, ma anche nei piccoli centri urbani sparsi in tutto il territorio nazionale.

L'Organizzazione mondiale del turismo (WTO) dà due definizioni del turismo culturale. Una più ristretta, che indica gli spostamenti per motivazioni essenzialmente culturali: come viaggi di studio, o per partecipare a manifestazioni artistiche ed eventi culturali, per visite a siti e monumenti. L'altra, più ampia, include tutti i viaggi che "soddisfino il bisogno umano di diversità, tendente ad innalzare il livello culturale degli individui ed aumentare la conoscenza, l'esperienza e gli incontri". Ad attirare il popolo dei turisti culturali non c'è solo quindi un interesse specifico per la visita di monumenti, chiese, musei e siti storici e archeologici, ma anche una motivazione più ampia che spinge a cercare di vivere il fascino della città e dei luoghi d'arte. Dunque non solo opere d'arte e complessi architettonici, ma anche tradizioni, enogastronomia, artigianato e quell'insieme di elementi socio-culturali che caratterizzano uno specifico luogo. Per questo molti sostengono che il turista motivato da interessi culturali cerca di fare del proprio viaggio una esperienza (turismo esperienziale).

Gli studi più recenti hanno cercato di individuare i "comportamenti" di questo importante segmento turistico. Le principali caratteristiche sono: maggior reddito disponibile e maggiore capacità di spesa; maggiore livello d'istruzione; interesse per eventi e iniziative legate ai temi del territorio; particolare propensione allo shopping. Secondo i dati 2017 del Centro studi turistici, le città d'arte hanno registrato 44 milioni di visitatori con 115 milioni di presenze. E le previsioni danno il dato in crescita per i prossimi anni.

Il turismo culturale rappresenta ormai da tempo un aspetto consolidato del turismo in Italia: basti pensare che il 36,6% della spesa complessiva sostenuta dai turisti stranieri in Italia riguarda vacanze culturali (12,5 mln di €) e che i turisti stranieri che viaggiano per motivi culturali spendono mediamente ogni giorno il 25% in più degli altri. L'interesse per il patrimonio culturale è testimoniato dalla costante crescita del flusso di visitatori nei musei e nelle aree archeologiche. La riforma del sistema museale, con l'autonomia assegnata a 40 musei e aree archeologiche più importanti, ha dato un notevole contributo allo sviluppo della domanda. Nel 2017 sono stati superati i 50 milioni. Ma il dato più

interessante è che la crescita non riguarda più solo le tradizionali mete rappresentate da città d'arte come Roma, Venezia, Firenze, Napoli, Milano ma anche Verona, Padova e Bologna che fra il 2010 e il 2017 sono cresciute con una media superiore al 50%. Il fenomeno si è esteso agli oltre 5.500 borghi italiani che, sempre nel 2017, hanno registrato 22 milioni di arrivi e 95 milioni di presenze con una spesa turistica di circa 8,2 miliardi, di cui più del 50% dovuta a turisti stranieri. Fra il 2010 e il 2017 le presenze turistiche straniere nei borghi sono cresciute del 30,3%. Solo qualche anno fa questi dati erano impensabili. Testimoniano un cambiamento negli orientamenti dei viaggiatori alla ricerca di luoghi meno affollati, poco conosciuti, con un livello della qualità della vita e dell'accoglienza che garantisce quel turismo esperienziale che si va diffondendo soprattutto fra i viaggiatori stranieri. La performance di una città come Matera, che in 7 anni vede le presenze crescere del 176%, è una conferma di una linea di tendenza sempre più diffusa.

Proprio la Capitale Europea della Cultura 2019 ha coniato per il turista una nuova definizione: quella di "cittadino temporaneo", non un semplice visitatore ma un partecipante attivo alla vita cittadina nei giorni in cui è ospite della città. E con questo approccio che va ripensata la politica dell'accoglienza nelle nostre città. Chi arriva deve trovare una comunità viva, che vive bene. In una città dove gli abitanti hanno un'offerta culturale armonica, innovativa, di qualità, anche i "cittadini temporanei" troveranno il modo per vivere una esperienza unica. Non c'è quindi una politica per gli abitanti e una per i visitatori. Ed è con questa impronta che sono cresciute città come Mantova, Padova, Verona e persino centri minori. Sono quindi le comunità locali i principali protagonisti di una nuova politica per il turismo. Ma le Amministrazioni locali non possono essere lasciate sole. Il ruolo delle Regioni, in questo senso, è particolarmente importante. Il metodo è la concertazione, la co-progettazione, con obiettivi condivisi e risorse finalizzate. È il solo modo per accompagnare i territori a crescere, valorizzandone le specificità, senza mortificare l'autonomia e la capacità di autogoverno. La straordinaria unicità del nostro Paese si riflette infatti in ambito regionale. Anche a questa scala è possibile ritrovare i "turismi" che si declinano in territori ben individuati.

Le città dotate di un patrimonio culturale particolarmente significativo possono essere traino di territori più vasti, integrando l'offerta

e moltiplicando le opportunità. Per questo l'Associazione delle Città d'Arte e Cultura da tempo sostiene la necessità di articolare il sistema dell'offerta ad una scala territoriale, costruendo piattaforme di sviluppo con il concorso degli imprenditori, delle associazioni, degli operatori culturali. Serve tornare a costruire "sistemi turistici locali", con una pianificazione strategica da collocare all'interno del Piano Strategico del Turismo 2017-2022. I "turismi", infatti, sono sistemi complessi che attraversano molti settori (dall'ambito produttivo ai servizi) e richiedono politiche convergenti. In un tempo in cui si prevedono incrementi sempre più consistenti di viaggiatori in tutto il mondo, la competizione si fa più difficile ed ardua. Per questo servono politiche di lungo respiro, capaci di farsi guidare da visioni lungimiranti. Non è più tempo di improvvisazioni. Le Città d'Arte ne sono consapevoli.