

Il turismo, il dibattito

BISOGNA AGGANCIARSI MEGLIO ALL'EUROPA TRAMITE LA REGIONE ANCHE UNIVERSITÀ E CAMERA DI COMMERCIO POSSONO ESSERE D'AIUTO

Ernesto Pappalardo

La parabola che delinea Aldo Bonomi - fondatore e coordinatore del Consorzio Aaster, curatore della rubrica Microcosmi sul Sole 24 Ore e voce autorevole nella "lettura" dei "territori che cambiano, cercando "nuove prospettive per un nuovo futuro" - è molto semplice (e complessa): «Se il Cilento non vuole ripartire, e deve farlo da solo, non ripartirà. Ma oggi si possono scegliere gli interlocutori giusti, adatti, capaci, con i quali fare un discorso, inseguire una prospettiva di crescita solida e duratura, capace di cambiare il futuro. Altrimenti, non si muoverà niente di significativo, socialmente e economicamente radicato, capace di smuovere non tanto il Cilento, ma i Cilenti perché sono tanti e anche molto diversi tra di loro».

Ma che cosa è realmente successo al Cilento, che è rimasto ben fermo dove già era, anche nelle dinamiche turistiche che pure rappresentano una risorsa importante?

«Di Cilento ne ragionammo già oltre trent'anni fa, con De Rita e Scassellati, perché provavamo a stimolare il pragmatismo locale, le dinamiche positive del territorio. Tentavamo di mettere in moto gli attori che già animavano questo magnifico pezzo d'Italia, perché mancava un disegno di sviluppo condiviso, come, pure, si avverte oggi, sebbene non manchino spinte alla costruzione di quello che ancora non c'è».

Cosa fare, come provare a ripartire?

«Agganciarsi meglio e più operativamente all'Ue sulla base dell'interlocuzione della Regione Campania, perché serve una vera e propria mobilitazione della domanda più che dell'offerta. La domanda di sviluppo va resa omogenea, impattante, che guarda al futuro e non sempre al passato. Anche il turismo è un flusso che impatta nei luoghi e trasforma il territorio. Non è solo questione di iconiche città-premium. Non è solo questione di piattaforme digitali, di nodi e reti logistiche, così come non è solo questione di arrivi e presenze, di domanda e offerta di servizi. Indicatori di crescita, ma non necessariamente di sviluppo durevole, tanto meno di sviluppo sostenibile. Molto dipende dal venire avanti di una coscienza di luogo in grado di rapportarsi e governare i flussi».

Esiste una "mappa" degli interlocutori con i quali avviare il dialogo per la crescita dei luoghi, non solo il Cilento?

«Guardi, quelle più operative e adeguate a capire i luoghi, i loro problemi, le loro reali prospettive, si incanalano in un percorso che comprende le cosiddette autonomie funzionali: le Camere di Commercio, le Università (quindi quella di Salerno che, mi pare, molto attenta e funzionale a questo discorso) e nel caso del Cilento, l'Ente Parco. A questa traiettoria si aggiunge la Regione che può dialogare e interloquire con l'Unione Europea. È così difficile rimanere fuori da questo dialogo? O è la solita politica che è rimasta uguale, se non peggiore, di trent'anni fa?».

Bisogna calarsi, quindi, in un'ottica regionale?

«La Campania è un caso emblematico per la sua collocazione nel Sud, per le ottime performance turistiche e per l'evidente frattura tra aree ad altissima concentrazione di flussi, aree che vivono di sgocciolamento e aree del tutto escluse. All'interno dei diversi sottosistemi campani, il Cilento, area storico-naturale, posta ai margini meridionali del cuore della piattaforma turistica partenopea e il prolungamento amalfitano, rappresenta un contesto emergente alla ricerca di un posizionamento più strutturato nel quadro della progressiva articolazione dell'offerta turistica campana in ascesa».

Il Cilento, i Cilenti, ci riusciranno? La scommessa è sempre aperta, ma dura da tantissimo tempo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA