



Touring Club Italiano

Audizione di Giuseppe Roma Vice Presidente del Touring Club Italiano presso la 10^a Commissione del Senato (Industria, Commercio, Turismo)

Martedì 7 dicembre 2021 ore 16

Affare n. 1017 sulle problematiche di accessibilità, vivibilità e riqualificazione dei borghi, in un'ottica territoriale, per quanto attiene allo sviluppo turistico, economico e sociale

Il Touring Club Italiano: un'associazione non profit che dal 1894 si prende cura dell'Italia

Nato per diffondere tra gli italiani l'amore per un Paese ricco di natura, paesaggi e arte, il Touring ha contribuito e contribuisce tuttora a promuovere i valori sociali e umani del viaggio e il patrimonio materiale e immateriale dell'Italia.

I nostri fondatori hanno sempre considerato il turismo allora nascente non solo come business ma come strumento di integrazione nonché di educazione alla bellezza. Da qui, la convinzione che è determinante il modo con cui si affronta la pratica turistica che per sua natura è confronto con le diversità. Il "modo" del Touring fa riferimento a un insieme di codici morali che hanno contraddistinto da sempre l'associazione e che hanno contribuito nel corso degli anni a incentivare forme di turismo con connotazioni largamente condivise a livello europeo: personale, sostenibile, responsabile, accessibile, lento.

Nella sua lunga storia il Touring Club Italiano si è preso cura dell'Italia declinando le sue visioni in interventi puntuali.

Ha infatti introdotto nel Paese una consapevolezza forte del nostro patrimonio ambientale e culturale incidendo anche sulle scelte delle istituzioni promuovendo, ad esempio, già nel 1909 la Commissione di propaganda per il bosco e il pascolo e riconoscendo quindi con grande lungimiranza i rischi del disboscamento e dell'incuria dei territori naturali; più tardi, nel 1913, ha istituito il Comitato nazionale per la difesa del paesaggio e dei monumenti italici che ha sostenuto la prima legge di protezione delle bellezze naturali del 1922.

Il Tci si è fatto promotore, poi, della costituzione dei primi parchi nazionali (1922), consapevole del ruolo che le risorse naturali potevano avere per la crescita del nostro Paese. La sua funzione enzimatica è proseguita negli anni 60 quando con il boom economico l'Italia ha rischiato di "andare a pezzi", per citare una famosa inchiesta a puntate comparsa sul mensile «Le Vie d'Italia» nel 1963 – *L'Italia a pezzi*, appunto – che denunciava la progressiva cementificazione del nostro territorio.

In tempi più recenti, l'impegno del Touring si è evoluto portando all'attenzione del grande pubblico la cosiddetta "Italia minore" negli anni 70 e 80 e successivamente, a partire dalla fine degli anni 90, mettendo a punto un programma territoriale dedicato alle aree interne del Paese con le *Bandiere Arancioni*, primo marchio di qualità turistico-ambientale per i piccoli paesi dell'entroterra che meglio riescono a valorizzare la propria identità (sono attualmente 267).

Negli ultimi anni Touring, inoltre, ha avviato l'iniziativa *Aperti per Voi* per favorire l'apertura di luoghi d'arte e di cultura (musei, aree archeologiche, palazzi storici, chiese ma anche il Quirinale e il palazzo della Farnesina) attraverso la collaborazione dei Volontari con l'intento di promuovere la conoscenza dei beni culturali e la visita di siti solitamente chiusi al pubblico. Ciò ha stimolato dunque l'interesse di tanti turisti ma anche un processo di riappropriazione di molti luoghi da parte dei residenti, permettendo di sviluppare una cittadinanza più consapevole. Ha poi anche digitalizzato dal 2014 il suo straordinario archivio fotografico, documentale ed editoriale con il portale Digitouring.it

Infine, nel 2020 è stata inaugurata una nuova progettualità che, muovendo dall'esperienza di Bandiere Arancioni, permette di certificare cammini e itinerari di turismo lento, in linea con l'idea in cui Touring crede e coerentemente con le iniziative portate avanti dalle istituzioni negli ultimi anni, primo tra tutti il *Piano*

Strategico del Turismo 2017-2022. Oggi quindi abbiamo allargato il nostro universo di riferimento e ci occupiamo dell'Italia anche attraverso il turismo in ragione del fatto che questo è radicalmente mutato a causa dei nuovi bisogni espressi dalla domanda che chiamano in causa nuove filiere (agricoltura, artigianato, sport, moda ecc.) e non soltanto le tradizionali risorse attrattive di carattere culturale e naturale.

La situazione del turismo oggi

La pandemia di Covid-19 ha colpito l'economia italiana più di quelle di altri Paesi europei: nel 2020, il Prodotto interno lordo si è ridotto dell'8,9%, a fronte di un calo nell'Unione europea del 6,2%; peraltro, tra il 1999 e il 2019, il Pil in Italia era cresciuto in totale del 7,9% mentre nello stesso periodo in Germania del 30,2%, in Francia del 32,4% e in Spagna del 43,6%.

Il settore turistico, in questo quadro terribile, è tra quelli che hanno risentito, e risentono, maggiormente delle restrizioni alla mobilità. Per rappresentare la gravità di quanto è successo, e sta ancora succedendo, è possibile osservare anche i più recenti dati Istat: nel 2020, rispetto al 2019, il fatturato delle agenzie di viaggi e tour operator è calato del 76%, quello del trasporto aereo del 61%, quello della ricettività del 55% e quello della ristorazione del 37%.

Per quanto riguarda i dati del movimento turistico, il consuntivo 2020 vede un calo complessivo delle presenze del 52% sul 2019, più contenuto per la componente domestica (-34%) rispetto a quella straniera (-70%) dove invece si è registrato un vero e proprio crollo.

Per il 2021, occorre fare due considerazioni distinte: da una parte c'è l'andamento dell'estate che è stato positivo, certamente migliore di quello 2020; dall'altra quello complessivo dell'anno solare che sconta un inizio d'anno "inesistente", con la stagione invernale praticamente mai partita, e l'incognita delle prossime settimane dopo il peggioramento della situazione dei contagi soprattutto nell'arco alpino.

Non va certo meglio a livello europeo e globale, visto che l'economia dei viaggi è fortemente interconnessa: l'Organizzazione mondiale del turismo infatti prevede un ritorno dei flussi ai livelli pre-Covid solo a partire dal 2023-2024.

Borghi e aree interne per la ripartenza del settore

La crisi del settore impone una riflessione importante su come assicurare un futuro diverso – e non un semplice ritorno alla situazione pre-Covid, laddove fosse mai possibile – a un'economia che prima della pandemia non solo incideva (tra contributo diretto e indiretto) per il 13% sul nostro Pil e che occupava il 15% della forza lavoro ma che costituiva anche un volano eccezionale, tra gli altri, per le industrie creative e culturali e per il nostro made in Italy, godendo l'Italia di un'immagine assolutamente positiva e di un'elevata desiderabilità come destinazione di viaggio. Il Governo Draghi pare aver colto, in tutta la sua drammaticità, la situazione del settore tanto che il presidente del Consiglio ha citato proprio il turismo nel suo discorso di insediamento come simbolo delle conseguenze che la pandemia ha avuto sull'economia italiana, prevedendo poi l'istituzione di un Ministero dedicato.

Il nostro turismo, che negli ultimi mesi pur lentamente e con molte battute d'arresto sta provando a rifiorire, trova certamente oggi nei borghi e nelle aree interne occasioni interessanti di sperimentazione e rigenerazione sostenibile per superare il modello turistico preesistente al quale non ha senso per il Touring tornare in modo acritico. E non parliamo esclusivamente di ciò che si definisce "turismo di prossimità", ovvero una fruizione di breve raggio che coinvolge i nostri connazionali alla scoperta di un'Italia vicina, dimenticata o sottovalutata. Già prima del Covid-19 il turismo costituiva per questi territori un motore importante dell'economia. I dati ufficiali mostrano come nelle aree interne (dati Istat 2018) si concentrasse già **oltre il 44,1% dell'offerta ricettiva italiana** in termini di posti letto alberghieri ed extralberghieri (circa 2,3 mln su 5,1 mln totali). Se tale dato lo si rapporta al numero di abitanti, emerge una realtà alquanto sorprendente: le aree interne offrono in media **175 posti letto ogni 1.000 abitanti**, più del doppio rispetto alla media nazionale che arriva al valore di 86,9. In termini di presenze, nelle strutture ricettive delle aree interne si registrava prima della pandemia il 36,2% dei flussi totali nazionali (155 mln su 429 mln). Anche in questo caso, rapportando le presenze agli abitanti, appare chiaro il forte impatto del turismo: **12mila presenze ogni 1.000 abitanti nelle aree interne**, quasi due volte più elevato del valore medio nazionale (circa 7mila).

Dobbiamo però pensare a un futuro per i borghi e le aree interne che non replichi semplicemente ciò che esisteva prima ma porti a una vera e propria rigenerazione che possa integrare funzioni turistiche, "produttive e di servizio" con i necessari presidi comunitari, residenziali e/o di ripopolamento.

Nelle congiuntura pandemica, in cui le aree interne hanno mostrato maggior attrattività e resilienza e con l'emergere di modelli nuovi di organizzazione del lavoro e della società, i "margin" possono acquisire una nuova centralità: è probabile che un modello di sviluppo che connetta centro e periferia, aree interne con quelle metropolitane possa migliorare la qualità della vita dei cittadini e incentivare un ripopolamento di alcuni territori, fenomeni di cui potrebbe avvantaggiarsi anche il turismo che usufruisce di servizi che condivide con chi abita stabilmente i luoghi.

A questo proposito potremo probabilmente contare su fattori che, spesso considerati limiti del nostro sistema turistico, costituiscono oggi elementi che possono favorire la ripresa. La struttura mediamente ridotta delle imprese, la loro capillare diffusione sul territorio (come hanno messo in luce i dati sopra riportati), un'attrattività estremamente ampia e diffusa – costituita da fattori ambientali, paesaggistici, storico-culturali, legati alla cultura materiale, all'agricoltura e all'artigianato – possono essere carte vincenti in questa situazione di incertezza, ripartendo dalla mobilità dolce, dal turismo lento (che significa valorizzare borghi, cammini, cicloturismo) e da un modo diverso di visitare e frequentare le città d'arte, fino a ieri uno dei prodotti più iconici della nostra offerta e oggi invece in crisi.

Siamo chiaramente consapevoli che questo approccio non potrà essere sufficiente a compensare nel breve quanto abbiamo sinora perso in termini di flussi e di spesa, così come non lo può essere puntare soltanto al turismo domestico: siamo però convinti che ripartire investendo su un modello di offerta diverso, più sostenibile e valorizzando borghi e aree interne, possa strategicamente darci l'opportunità di ripensare anche gli altri prodotti che costituiscono l'offerta primaria del nostro Paese.

Le priorità

Muovendo da quanto sopra introdotto, il Touring è convinto che esista un grande potenziale ancora inespresso nei borghi e nelle aree interne che può trainare la ripartenza del turismo italiano, in particolar modo in questo momento di difficoltà per il Paese. Non si può affermare, però, che i territori siano già pronti e che basti una mera attività di promozione: per rendere borghi e aree interne prodotti turistici contemporanei c'è molto da fare e occorrono investimenti e infrastrutture per raggiungere l'obiettivo di uno sviluppo locale in grado di fare la differenza. Che il turismo sia uno driver di primo piano per queste aree è stato fortunatamente colto, benché con un po' di ritardo, anche dalla SNAI che rappresenta, insieme al PNRR, il principale strumento di azione per le aree interne.

Dall'esperienza maturata dal Touring in oltre vent'anni di attività con il già citato progetto Bandiera Arancione e consapevole che le politiche di sviluppo e supporto al turismo non si esauriscono con quelle di settore – il turismo è per definizione trasversale –, Tci crede che sia prioritario focalizzare l'attenzione dei decisori su alcune questioni aperte alle quali dare risposte nel breve-medio periodo.

Si tratta di temi che incidono, direttamente o indirettamente, nello sviluppo non solo turistico dei borghi e delle aree interne più in generale, che hanno a che fare con accessibilità, vivibilità e riqualificazione, le tre parole-chiave della presente audizione, e che sono coerenti con alcuni goal dell'Agenda 2030 dell'Onu per lo sviluppo sostenibile: 4 > Istruzione di qualità; 8 > Lavoro dignitoso e crescita economica; 9 > Imprese, innovazione e infrastrutture; 10 > Ridurre le disuguaglianze; 11 > Città e comunità sostenibili; 13 > Lotta contro il cambiamento climatico.

Invertire la tendenza allo spopolamento. Tra il 2014 e il 2019 (fonte: Istat), il numero delle persone che vivevano stabilmente nelle aree interne si è ridotto di circa 250mila unità, pari a un calo dell'1,8%, a fronte del -0,7% registrato per l'Italia nel suo complesso. Tale fenomeno è più accentuato nelle Isole (-2,4%) e nel Nord-ovest (-2,1%) mentre è più contenuto nel Centro (-1,3%). Oltre al maggiore spopolamento, le aree interne scontano una fragilità demografica più marcata: nel 2019 l'indice di vecchiaia è superiore alla media nazionale (173) in tutte le ripartizioni, con un picco di 207,2 nel Nord-Ovest.

Consolidare la comunità locale. Rispetto alle tendenze demografiche che caratterizzano le aree interne, è importante favorire un consolidamento delle comunità che significa due cose differenti: da una parte evitare lo sfaldamento del tessuto sociale storico, dall'altra favorire l'integrazione dei nuovi residenti anche attraverso forme di incentivazione fiscale.

Migliorare i servizi di base per residenti e turisti. Nella definizione di aree interne si ricomprendono quei territori che distano dai principali centri di offerta di servizi (ovvero il Comune o i Comuni confinanti in grado di offrire simultaneamente tutta l'offerta scolastica secondaria; almeno un ospedale sede di Dipartimento di Emergenza e Accettazione di I livello; almeno una stazione ferroviaria di categoria Silver) da un minimo di 20 minuti (nel caso delle aree cosiddette "intermedie") agli oltre 75 minuti per quelle cosiddette "ultraperiferiche" nelle quali si concentrano molti borghi. È evidente quindi che per favorire accessibilità e vivibilità di questi territori (e indirettamente una maggiore attrattività turistica) occorra investire nella prospettiva di "avvicinare" quanto più possibile i servizi di base alle aree più marginali: un ruolo fondamentale a questo proposito hanno le infrastrutture digitali in grado di accorciare le distanze, ad esempio nei servizi sanitari, educativi ma anche turistici, per far uscire dall'isolamento i territori.

Contrastare il dissesto idrogeologico e sismico. Il rischio idrogeologico riguarda gran parte del Paese. Le aree a pericolosità da frana elevata e molto elevata coprono l'8,4% del territorio nazionale e il 2,2% della popolazione, essendo interessate perlopiù aree montane. La regione più esposta è la Valle d'Aosta e, oltre alla Liguria, le altre maggiormente colpite in termini di popolazione esposta al rischio si trovano lungo la dorsale appenninica di Abruzzo, Basilicata, Campania e Calabria. Purtroppo si tratta di un rischio che è legato anche all'evoluzione dei cambiamenti climatici e dunque destinata a peggiorare senza interventi mirati. Per quanto riguarda il rischio sismico, a livello nazionale sono quasi 3mila i Comuni che ricadono in una classe di pericolosità alta o medio-alta, concentrati in Friuli Venezia Giulia e lungo la dorsale appenninica dall'Emilia Romagna alla Sicilia (fonte: Istat).

Offrire nuove opportunità di lavoro. Le unità locali di produzione ricadono per il 38% nelle città, per il 41% nei centri minori e nelle cinture urbane e per il 21% nelle aree rurali. L'analisi dei livelli di produttività inoltre evidenzia, come prevedibile, una correlazione positiva con le unità localizzate nelle aree ad elevata urbanizzazione, mentre è negativa per quelle presenti nelle aree rurali.

Oggi le aree interne che presentano trend positivi di sviluppo economico e incremento demografico fanno leva prevalentemente sulle industrie creative e culturali, sulle attività turistiche, sulla valorizzazione delle risorse ambientali, del sapere locale e sulla commercializzazione di prodotti tradizionali (fonte: Istat).

Innovare le competenze. Si osservano importanti differenze nell'incidenza di popolazione con titolo di studio terziario a seconda del grado di urbanizzazione dell'area territoriale (fonte: Istat). In Italia, tra i 25-64enni residenti nelle grandi città uno su quattro è laureato, dato che scende a uno su sei nelle cittadine e sobborghi e si riduce a meno di uno su sette nelle aree rurali. Tra i 30-34enni aumentano i dati percentuali ma il divario tra grandi città (34,5%), città più piccole (24,5%) e aree rurali (22,5%) permane: nell'ultimo decennio, infatti, l'aumento dei laureati è stato maggiore nelle grandi città e minimo nei centri rurali.

Valorizzare e mantenere il patrimonio culturale. L'esperienza del Touring, legata all'editoria e al progetto Bandiera Arancione, permette di sottolineare come il patrimonio culturale custodito nei borghi e, più in generale nelle aree interne, costituisca un volano importante per l'attrattività e lo sviluppo territoriale ma necessiti di investimento per la sua valorizzazione e manutenzione (basti pensare alla situazione in cui versano ancora oggi molte aree del Centro Italia colpite dagli eventi sismici del 2016).

Ripensare l'accoglienza. L'esperienza maturata dal Touring sui territori conferma che sono intervenuti in questi anni cambiamenti profondi nella domanda, strutturali ma anche congiunturali collegati alla pandemia. Ciò implica di conseguenza un nuovo concetto di accoglienza: qualità dell'offerta, elevati livelli di digitalizzazione dei servizi, anche per venire incontro alle esigenze di connessione dei visitatori, possibilità di interazione con la comunità locale, opportunità di fare esperienze per conoscere meglio le specificità del territorio e le vocazioni produttive richiedono al sistema turistico locale conoscenze tali da rendere ineludibile la formazione professionale e l'aggiornamento continuo delle competenze. Senza dimenticare la capacità strategica e di pianificazione dello sviluppo turistico locale.

Definire task force per lo sviluppo locale (anche turistico). Le risorse a disposizione del PNRR consentiranno di mettere in campo azioni utili e in grado di incidere sulle aree interne solo se saranno collegate a progetti

di sviluppo “seri”, ovvero che siano parte di una visione più ampia di quella meramente locale in cui sono applicati e che possano contare su competenze specifiche che ne garantiscano la realizzazione. Per questo motivo è auspicabile la definizione di task force di assistenza tecnica attraverso cui far crescere i territori nei quali si riconoscono potenzialità importanti in grado di mettere al centro le comunità residenti e il loro futuro.

Il Touring Club Italiano, potendo contare su una lunga esperienza nello sviluppo di progetti territoriali, su riconosciute competenze di analisi delle tendenze turistiche grazie all’attività del suo Centro Studi e sul fatto di essere un’associazione nazionale con oltre 200mila soci, si rende disponibile a partecipare, e a contribuire attivamente nel rispetto delle prerogative degli enti pubblici centrali e territoriali, a tavoli di confronto e gruppi di lavoro istituzionali per dare il proprio contributo su temi decisivi per il futuro del Paese quali ad esempio governance del settore, politiche dell’accoglienza e progetti nazionali per aumentare la competitività dell’offerta.

(a cura dell’Ufficio Studi del TCI)