

I borghi, luoghi ricchi di storia, cultura e tradizioni, rappresentano il cardine per la crescita di un turismo sostenibile, capace di creare autentiche esperienze per i visitatori e di permettere lo sviluppo armonico delle comunità locali

Le nuove mete 2017

Organi istituzionali, addetti ai lavori e stakeholders, sono tutti concordi: le destinazioni turistiche, anche business, in rampa di lancio per il nuovo anno, saranno i borghi e le location dell'Italia "minore". Ecco perché...

➡ Dario Ducasse



Fuori dalle rotte più battute per riscoprire le destinazioni meno note ma ugualmente affascinanti. E dove se non in Italia innanzitutto, ovvero nel Paese degli infiniti borghi storici. Tanto è vero che è stato proprio il Ministro (da poco riconfermato) del Turismo, **Dario Franceschini** a sottolineare come: «In Italia aumenta tutto il turismo, anche quello colto e di qualità: per questo motivo, dopo il boom di presenze nel 2016, durante l'anno dei "Cammini", abbiamo deciso che il 2017, turisticamente parlando, sarà l'anno dei "Borghi"».

Insomma, se tutte le rilevazioni più recenti dimostrano un settore congressuale e degli eventi in grande rilancio – ad esempio il Convention Bureau Italia ha svelato che a metà novembre del 2016 aveva già registrato un +70% di richieste ricevute rispetto al totale del 2015 – è una piacevole sorpresa sapere che, anche a livello istituzionale, si pensa non solo a confermare i numeri delle mete più note, da Milano a Roma, ma anche a dare una decisa spinta a tante nuove location turistiche, sia business che leisure.

«In continuità con quanto fatto del governo Renzi», ha aggiunto Franceschini, «stiamo proseguendo sulla valorizzazione e promozione di un turismo sempre più a 360 gradi. Per questo abbiamo deciso di sostenere l'anno dei borghi. Sono essi infatti luoghi ricchi di storia, cultura e tradizioni, che rappresentano il cardine per la crescita di un turismo sostenibile, capace di creare autentiche esperienze per i visitatori e di permettere lo sviluppo armonico delle comunità che vi vivono».

BORGHİ AUTENTICI

Borghi Autentici d'Italia (www.borghiautenticiditalia.it) è un'Associazione che riunisce piccoli e medi comuni, enti territoriali ed organismi misti di sviluppo locale, attorno all'obiettivo di un modello di sviluppo locale sostenibile, equo, rispettoso dei luoghi e delle persone e attento alla valorizzazione delle identità locali. Negli anni però questo progetto si è trasformato in un'iniziativa sempre più articolata e competitiva, fino ad assumere la forma odierna di una rete di borghi italiani i cui protagonisti sono le comunità, gli amministratori e gli operatori economici, sociali e culturali dei luoghi. Si è andato così delineando uno strumento di aggregazione e sviluppo, ora a disposizione di tutte quelle realtà che non si lamentano del declino e dei problemi, e che sono consapevoli di avere risorse ed opportunità per individuare nuove strade per uno sviluppo futuro. I Borghi Autentici sono impegnati in un percorso, talvolta complesso, di miglioramento continuo della struttura urbana, dei servizi verso i cittadini, del contesto sociale, ambientale e culturale per portare ad un graduale e costante incremento della qualità di vita della popolazione.

L'Associazione Borghi Autentici considera la comunità locale quale elemento decisivo del proprio disegno di sviluppo. La comunità quale luogo, contesto umano e culturale, che è sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo e di una dimensione sociale dolce; una comunità che si apre all'esterno e diviene "Comunità Ospitale" protagonista della nuova Soft Economy.

Un Atlante dei Borghi d'Italia

Ecco allora che lo stesso Ministro ha firmato una Direttiva che prevede la costituzione del Comitato di Coordinamento per i Borghi turistici italiani (al di sotto dei 5.000 abitanti), favorendo anche l'organizzazione di un Forum Nazionale sui Borghi, al fine di avviare un processo partecipato per individuare buone pratiche e costruire politiche integrate di valorizzazione, e quella di un "Atlante dei Borghi d'Italia"; e infine di lanciare il riconoscimento annuale di "borgo smart" per la comunità locale dimostratasi più attiva nell'ambito dell'innovazione dell'offerta turistica.

Sopra, Vieste, una delle mete magiche che fa parte dell'Associazione dei Borghi Autentici d'Italia. In basso, Dario Franceschini





Il panorama di Castro: il borgo salentino è uno dei 5.585 "Piccoli Comuni" che una nuova legge in via di approvazione vuole aiutare nello sviluppo, anche turistico

«I borghi che costellano il territorio delle nostre regioni», ha concluso Franceschini, «sono un punto di forza del nostro turismo come abbiamo sottolineato anche nel recente Piano Strategico per il Turismo, strumento che fa dell'innovazione, della sostenibilità, dell'accessibilità e della competitività, i cardini su cui rilanciare la leadership dell'Italia nel mercato turistico internazionale.

Il riconosciuto connubio territorio-patrimonio, materiale ed immateriale, fa sì che tra le destinazioni emergenti vi siano i borghi quali luoghi dei cammini, del turismo lento, dell'autenticità, della qualità di vita. Ecco perché innovazione, specializzazione e integrazione sono parole chiave anche per il turismo delle mete meno note».

Un Piano per andare forte

Già presentato al Consiglio dei Ministri, il Piano Strategico del Turismo 2017-2022 delinea lo sviluppo del settore nei prossimi sei anni ed è, secondo il Ministro «Un documento di svolta che rafforza l'idea di Italia come museo diffuso e, proponendo anche nuove destinazioni, individua nel turismo, sostenibile e di qualità, uno strumento di policy per il benessere economi-

co e sociale di tutti. Senza contare che si parte col piede giusto, perché i dati del 2016 sono molto positivi: gli arrivi internazionali sono cresciuti del 4,3% e anche per il 2017 si conferma un trend di crescita superiore al 4%.

Per i principali centri di ricerca, la previsione a fine anno degli arrivi internazionali nel 2016 è abbondantemente superiore ai 60 milioni. Inoltre, i dati degli arrivi complessivi, italiani e stranieri, sul territorio nazionale sono saliti del 50% tra il 2001 e il 2015. Il 52% degli arrivi totali è di provenienza italiana, il 70% degli arrivi internazionali è di provenienza europea (dati Confturismo-CISET, Cernobbio 2016, NDR). Riguardo agli investimenti poi, il flusso dovrebbe crescere con una media annua dell'1,8% nei prossimi dieci anni, per attestarsi su un valore di 10,9 miliardi nel 2026, il 3,4% del totale».

E tra i quattro macro obiettivi del Piano c'è quindi proprio quello di «Innovare, specializzare e integrare l'offerta nazionale: la realizzazione, in collaborazione con le Regioni, del primo Catalogo dei prodotti e delle destinazioni italiane. Progetti innovativi di formazione delle guide del patrimonio storico e culturale con gli attrattori enogastronomici. Creazione di forme

di percorrenza alternative (vie e cammini). Potenziamento dell'attrattività del sistema dei Siti Unesco e delle città della cultura. Incentivi alla fruizione responsabile di contesti paesaggistici diffusi anche attraverso il recupero a fini di ricettività di qualità del patrimonio demaniale dismesso quali fari, case cantoniere e stazioni. Trasformazione dei grandi "landmark" italiani del turismo balneare e delle grandi città d'arte in "porte di accesso" ad altri territori emergenti, dalla grande capacità attrattiva ancora non espressa". Insomma si penserà molto alle classiche mete del turismo nazionale ma moltissimo anche a quelle nuove.

Uniti per crescere

A condividere le idee di sviluppo del turismo italiano verso nuove e sempre più diverse mete non poteva non esserci il rinnovato ENIT: è per questo motivo infatti che la prima settimana del Piano Editoriale comune tra i social media team di ENIT e delle Regioni Italiane aderenti all'iniziativa è stato dedicato proprio all'Anno dei Borghi in Italia. È stato così creato l'hashtag #ItalianVillages attraverso il quale è iniziato sui social il racconto collettivo della bellezza di quell'Italia meno conosciuta ma autentica ed affascinante. L'iniziativa è la prima di una serie di azioni frutto della progettualità di quel Laboratorio Social delle Regioni fortemente voluto da ENIT per dare continuità ed efficacia a iniziative di comunicazione partecipate. Compito dell'ente sarà allora quello di stimolare nuovi flussi turistici, anche internazionali, alla scoperta di esperienze di vita reale e di interazione diretta con i luoghi in un contesto umano, sociale e culturale sinonimo del buon vivere, di un saper fare creativo che si apre all'esterno e diviene comunità ospitale.

L'Italia dei Borghi rientra fra le priorità del Piano Strategico Triennale di Enit che già lo scorso anno aveva firmato una Convenzione con l'Associazione "I Borghi Più Belli d'Italia" (www.borghipiubellitalia.it) per sottolinearne il ruolo e l'importanza come chiave di crescita e sviluppo delle aree interne. E a conferma che il 2017 potrà essere davvero l'anno del rilancio delle nuove mete turistiche italiane arrivano anche le parole di **Ermete Realacci**, presidente della "Com-



missione Ambiente della Camera" che, in un post sulla sua pagina Facebook ha spiegato: «Sarebbe un bel risultato se in questo 2017 da poco iniziato si arrivasse all'approvazione definitiva della legge per la valorizzazione dei "Piccoli Comuni" di cui sono primo firmatario. Verrebbe a coincidere con l'Anno nazionale dei Borghi indetto dal Ministero e del Turismo e non solo. Si tratta infatti di un testo approvato all'unanimità alla Camera lo scorso 28 settembre e ora all'esame del Senato, nato a partire da una proposta di legge che aiuterà l'Italia ad essere più forte e coesa. Proprio per questo mi auguro che Palazzo Madama lo approvi il prima possibile, sarebbe un bel segnale. Non dimentichiamo che i nostri 5.585 "Piccoli Comuni" amministrano più della metà del territorio nazionale e che in essi vivono oltre 10 milioni di italiani. Non parliamo, quindi, solo di un'eredità del passato, ma anche di una straordinaria occasione per difendere le nostre qualità e proiettarle nel futuro. La legge sui Piccoli Comuni propone misure per favorire la diffusione della banda larga, una dotazione dei servizi più razionale ed efficiente, itinerari di mobilità e turismo».

Un asset strategico per il futuro

E se la parola d'ordine del 2017 turistico sarà "borghi", non stupisce affatto che sia stato denominata proprio "Borghi - Viaggio Italiano" anche la nuova azione interregionale, coordinata dall'Emilia-Romagna, che ha lo scopo di mettere in rete eccellenze architettoniche, paesaggistiche, urbanistiche e che punta alla tutela del patrimonio storico-ambientale diffuso in 800 borghi sul territorio nazionale, oltre che soprattutto a promuoverne le attività

Peculiarità delle destinazioni "minori", come il borgo di Montesagale, è quella di essere scenari di vita quotidiana e insieme parte di quel museo diffuso che è l'Italia

Ermete Realacci, presidente della "Commissione Ambiente della Camera"



Repubblica Dominicana, "vecchia" ma sempre nuova

Storica meta per il mercato turistico italiano, sia business che leisure, la Repubblica Dominicana è un ottimo esempio internazionale di Paese che continua con costanza gli investimenti nell'industria alberghiera per diversificare l'offerta di ospitalità, migliorare le infrastrutture e i servizi nel paese e dare uno slancio all'economia facendo crescere il PIL. Tutto grazie a un mix di capitali stranieri in arrivo nel paese e della strategia del Governo che crea le condizioni favorevoli per appoggiare e incentivare gli investimenti privati. Tanto è vero che la società di rating Standard & Poor's, nell'ultimo rapporto del 2016, ha espresso una buona valutazione sull'economia dominicana nel breve e lungo termine e prevede che nei prossimi anni la crescita economica sia più alta rispetto agli altri paesi d'America Latina e dei Caraibi. Tante le strutture alberghiere inaugurate di recente che aggiungono novità di prodotto oltre che di destinazione al grande Paese caraibico: tra queste ad esempio c'è l'Intercontinental Real Santo Domingo, un hotel a 5 stelle con 227 camere sulla Avenida Winston Churchill, nella parte moderna della capitale con la più alta concentrazione di centri commerciali, banche e luoghi di intrattenimento. Ecco poi il Nickelodeon Hotels & Resorts che ha aperto in località Uvero Alto, nella zona turistica di Punta Cana. È il primo stabilimento del marchio di intrattenimento per bambini Nickelodeon fuori degli Stati Uniti. E ancora il Sunscape, della catena AM Resorts ha appena debuttato a Puerto Plata sulla Costa Nord nel complesso turistico di Playa Dorada. Infine, proprio nel 2017, sono previste numerose nuove aper-

ture tra le quali quella dell'Hotel Hampton by Hilton Las Americas, con un investimento di oltre 7 milioni di dollari. Gli Hampton sono hotel pensati principalmente per il mercato del turismo d'affari e, nel caso particolare della Repubblica Dominicana, il progetto ha lo scopo di soddisfare la domanda di chi viaggia all'estero o ritorna nel paese e cerca alloggio in un hotel vicino all'aeroporto.

In Repubblica Dominicana infine non manca nemmeno la valorizzazione di mete poco note sul mercato internazionale. Come Montecristi, nell'estremo nordovest del Paese dove, oltre alla barriera corallina, si trovano il bellissimo parco nazionale di El Morro, tra mangrovie, pellicani e distese di gigari, e le Cayos Los Siete Hermanos, isolette vergini che delimitano un'area corallina di 30 km con un'incantevole fauna marina. E ancora negli ultimi anni l'offerta turistica di Puerto Plata si è ampliata con una vasta gamma di strutture alberghiere di grande pregio, quali Casa Colonial, Blu Jack Tar, Grand Paradise e Gran Ventana. Costanza infine è la più bella valle dei Caraibi, con temperature fresche, una forte cultura e luoghi di una bellezza mozzafiato, come l'ecolodge Villa Pajón, nel Parco Nazionale Valle Nuevo, che ha bei sentieri che attraversano foreste di pini e torrenti d'acqua o la Riserva Scientifica Ebano Verde che offre passeggiate nella foresta. La zona presenta una varietà di ranchos immersi nella natura che organizzano anche numerose escursioni legate all'avventura e all'ecoturismo, tra le quali rafting, zip line, passeggiate a cavallo. È una destinazione must per chi ama stare all'aria aperta.



La Isla de los Pajaros, posta nell'estremo nordovest, è una delle mete meno note che la Repubblica Dominicana si sta impegnando a far conoscere all'industria del travel

turistico-ricettive, in modo da arrivare a creare un indotto in grado di dare sostegno allo sviluppo economico del Paese. Secondo molti esperti di turismo internazionale, spiegano i promotori dell'iniziativa, nella riscoperta dei centri storici italiani oggi meno conosciuti rispetto alle grandi città d'arte, ma con un patrimonio

artistico e culturale italiano consistente, si cela un asset strategico per il futuro del nostro turismo. Stiamo infatti parlando di un vero e proprio tesoro nascosto che può essere fortemente competitivo a livello globale, rivolgendosi a un target di pubblico raffinato e colto, soprattutto business e bleisure. Questo progetto prevede la creazione di un sistema di promozione coordinata tra 14 Regioni italiane per meglio competere sul mercato turistico nazionale e internazionale avanzando proposte che vadano oltre il classico soggiorno: un viaggio esperienziale che oggi viene fortemente richiesto dai turisti e dagli organizzatori di eventi, alla ricerca di sensazioni autentiche in luoghi meno conosciuti, anche in periodi destagionalizzati, attraverso la riscoperta di prodotti tipici e tradizioni. E durante la presentazione del progetto, avvenuta durante l'ultima edizione della fiera TTG Incontri di Rimini, è stato mostrato come esso punti a far conoscere e proporre a livello nazionale, oltre che internazionale, circa 800 tra bor-



ghi e località italiane legate a illustri personaggi della cultura nazionale: i Borghi d'Italia, i Borghi Storici Marinari, i Borghi delle terre Malatestiane e del Montefeltro, le Località dei Paesaggi d'Autore.

Favorire l'incoming turistico

“Borghi - Viaggio Italiano” è una iniziativa realizzata nell’ambito dei progetti interregionali di sviluppo turistico Dpr 158/07, che vede la Regione Emilia-Romagna come capofila, ma è condivisa con altre 13 Regioni: Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Molise, Basilicata, Puglia, Calabria, Sardegna, Sicilia. La presentazione a Rimini ha rivelato il logo del progetto, un’immagine originale che fonde diverse valenze dei quattro settori che vanno a comporlo, rese immediatamente riconoscibili, e ha avuto anche la funzione di suscitare curiosità verso i prossimi passi dell’iniziativa che prevedono l’introduzione di strumenti moderni e innovativi per la conoscenza di questi 800 gioielli del patrimonio nazionale, e dalla prossima primavera una attività diretta sul territorio, per favorire l’incoming turistico. A tal proposito l’assessore al Turismo e Commercio dell’Emilia-Romagna **Andrea Corsini** e la dirigente responsabile dei progetti interregionali **Laura Schiff** hanno spiegato: «La Regione Emilia-Romagna è profonda-

mente orgogliosa di guidare questo progetto che centra pienamente quell’obiettivo, il fare rete, che viene spesso indicato come prioritario per la valorizzazione del territorio. In questa occasione ci sono 14 Regioni che hanno scelto di perseguire un traguardo comune, la piena rivalutazione di un patrimonio enorme che presenta ancora grandi spazi di sviluppo. Peculiarità dei borghi è quella di essere scenari di vita quotidiana, e insieme parte di quel museo diffuso che è l’Italia. In questi centri, di cui la nostra regione e l’Italia sono ricche, piccole comunità vivono a contatto con gioielli artistici, urbanistici e

Una veduta di Gallipoli, in Puglia: la regione partecipa al progetto “Borghi - Viaggio Italiano” insieme ad altri 13 territori italiani, guidati dall’Emilia Romagna. Sotto, uno scorcio di Corinaldo, antico borgo toscano, con la scalinata e il Pozzo Polenta



Palazzo degli Anziani di Pistoia, meta minore, eletta capitale della Cultura 2017. Innovazione, specializzazione e integrazione sono parole chiave anche per il turismo delle mete meno note



architettonici. Questo patrimonio inoltre rappresenta la testimonianza di una dimensione umana da ritrovare e allo stesso tempo è una grande risorsa da sviluppare per il nostro turismo». Al loro fianco Francesco Tapinassi, rappresentante del Ministero del Turismo, che ha espresso la massima soddisfazione per quanto presentato, sottolineandone la piena coerenza col Piano strategico di sviluppo del turismo italiano e con l'idea ministeriale dell'«Anno dei Borghi» per questo 2017.

Aprire le porte verso le mete nuove

Sostenitrice del Piano Strategico del Turismo e della creazione di nuove formule di turismo e dell'allargamento del ventaglio delle mete turistiche italiane ai piccoli borghi, e non solo, è anche il Sottosegretario al Turismo, **Dorina Bianchi** (foto), che aveva diretto il tavolo tra ministero, Regioni e operatori del settore dal quale è uscita la bozza definitiva del piano. «Dobbiamo far rimanere i turisti più a lungo», ha spiegato la Bianchi, anch'essa riconfermata nel governo Gentiloni, «farli



spendere di più e aumentare la destagionalizzazione degli arrivi. Bisogna uscire soprattutto dalla vecchia logica del sovraffuttamento di grandi mete e prodotti maturi, quali ad esempio le grandi località balneari. Queste «solite» mete invece dovranno diventare vere e proprie «porte d'accesso» verso le «destinazioni emergenti» e quelle «nuove», che proprio grazie al lavoro previsto dal Piano riusciremo a mappare. Una cartina che dovranno essere le Regioni a disegnare, ma su cui alcune bandierine si possono già collocare: si tratta delle 21 città candidate a capitale europea della cultura, da Ravenna alla vincitrice Matera e i cui progetti potranno essere comunque finanziati; della cinquantina di siti Unesco italiani, dei parchi naturali e dei cammini storici. Qualche progetto è già stato avviato, come i bandi con i quali Anas e Demanio hanno dato in concessione case cantoniere e fari per trasformarli in hotel e ristoranti. Come ministero assicuriamo poi che le risorse non mancano, tra budget dei vari ministeri, fondi regionali e europei, incentivi per le startup».

Con una sicurezza in più rispetto al passato, insiste la Bianchi: «non ci sarà la prevedibile lotta per spartirsi la torta economica, tra settori e tra territori. Grazie al Piano abbiamo cambiato metodo, la vera novità è che questo progetto nasce dal basso e i rapporti con gli enti locali sono ottimi. Finora i singoli territori erano andati «alla guerra» in ordine sparso, per esempio nel marketing, ed anche per questo l'Italia stava perdendo posizioni. La sfida oggi è anche preservare la loro autonomia, coordinandoli però sotto un unico brand Italia».