



► 4 gennaio 2017

**L'INTERVISTA EMILIO CASALINI.** Giornalista e scrittore, ha pubblicato il saggio "(Ri)fondata sulla bellezza" sui mali del turismo in Italia

# «VOGLIAMO I TURISTI? DOBBIAMO ESSERE MENO CIALTRONI»

FRANCESCO MANNONI

**L'**Italia dispone di un tesoro artistico e archeologico immenso, ma scialacquiamo il nostro potenziale in una incuria devastante. Perché tanta irresponsabilità? Sulla situazione cerca di fare il punto il giornalista e scrittore Emilio Casalini, che in un saggio di "Viaggi, racconti e visioni alla ricerca dell'identità celata" immagina un'Italia "(Ri)fondata sulla bellezza" (Spino Editore, 208 pp., 12 €) e la confronta con i paesi che ha visitato.

**I mali dell'Italia sono tanti e lei ne mette in luce parecchi: ma qual è quello che, secondo lei, ci identifica immediatamente agli occhi del mondo?**

È difficile riassumere in un solo punto, un insieme di tante cose che non vanno. Se dovessi sceglierne una direi la cialtroneria. E' forse l'aspetto più evidente, quello che balza agli occhi.

Le strade sporche non sono solo colpa di amministrazioni che non puliscono, ma anche di migliaia di cittadini che la sigaretta o la cartina la buttano per terra e non nel vicino cestino. Così come basterebbe poco per migliorare la narrazione dei nostri monumenti, dei nostri musei, dei nostri siti, non solo archeologici. Ma sembra che non ce ne importi molto. La mediocrità, la cialtroneria spesso fanno da padroni. E negli occhi di uno straniero appare lo stupore per tanta potenzialità sprecata

**Perché da prima della classe, l'Italia turistica è precipitata in fondo alla classifica dei paesi più visitati?**

Leggendo le dichiarazioni semestrali sui dati del turismo, sembriamo essere in una condizione di successo. Come fosse merito nostro, mentre il turismo cresce in Italia perché cresce ovunque nel mondo. Peccato

che in Spagna o in Croazia cresca meglio, sia in termini di numeri che di qualità. La Croazia, ad esempio, ha fatto una precisa scelta identitaria come nazione, investendo sul turismo in modo nettissimo. E negli ultimi anni ha guadagnato più turisti di noi. Noi, il Paese "più bello del mondo" come siamo abituati a dire, questa scelta non l'abbiamo mai fatta davvero, fino in fondo.

E le conseguenze si vedono. Non basta un ministero ad attuare una politica di lungo re-

spiro ma serve l'azione collegiale di governo che in quella scelta identitaria si riconosce e ci permette di crescere. Non solo nei numeri, ma proprio nella testa. "Crescere" come "diventare adulti". Sarebbe ora di farlo.

**I suoi paragoni con numerosi paesi che ha visitato, sono come un dito sulle piaghe aperte di un'Italia che ormai anche turisticamente arranca: cosa, secondo lei, si dovrebbe fare subito per risalire un poco la china?**

Partire dalla consapevolezza di quanto valore abbia, anche in termini economici tutto questo. È il 20% del Pil. Ma in realtà influisce molto di più sulla crescita economica e occupazionale del Paese. Allora deve diventare la priorità. Strumenti immediati? Va aperta la strada all'industria culturale gestita da privati ma con fini pubblici. L'obiettivo primario non deve essere il profitto ma la massima valorizzazione del bene e il guadagno economico è funzionale alla sostenibilità del progetto. Deve finire questa eterna dicotomia tra chi minaccia di fare scempi e chi, per paura di questi scempi, blocca tutto. Sono ugualmente portatori di danno: gli immobilisti cronici e i predatori seriali. Ma perché non possiamo finalmente fare le cose bene? Farle e bene.

**Spagna, Croazia e gli altri paesi che ci precedono, che cosa offrono di più dell'Italia? Oppure, sanno offrire le loro potenzialità meglio di noi?**

Hanno scelto da che parte stare con chiarezza e progettualità. Non si può più fare tutto. Come

era inutile competere con gli stati asiatici sulla produzione di calzini, così dobbiamo specializzarci in una declinazione specifica. Che per me è quella della narrazione identitaria, ossia di un tipo di turismo molto specifico, selettivo. Un settore di nicchia che potrebbe benissimo coprire parte del nostro PIL. Quando scegli, ogni dettaglio diventa importante, per cui non puoi permetterti di avere tassisti che truffano all'aeroporto, non te lo puoi permettere come progetto nazionale. Gli togli direttamente la licenza al primo sgarro. E poi la narrazione. Basta pensare alle nostre spiagge. Ad Acirezza e Acireale noi possiamo aggiungervi la narrazione leggendaria dei ciclopi e di Ulisse. Agli ombrelloni di Pietrasanta o forte dei

Marmi noi possiamo connettere la vita di Michelangelo che in quelle cave cercava il marmo per i suoi capolavori; sui laghi, come quello di Como, lo sfarzo architettonico di tante costruzioni pregevolissime. Questo è il valore aggiunto che noi possiamo dare e che ci rende unici. Finché non saremo consapevoli di questo non andremo da nessuna parte.

**Quali i criteri indispensabili per "rifondare" l'Italia, farne ancora fonte assoluta di bellezza?**

Ci sono tantissimi esempi positivi per fortuna. Dal Nord al Sud abbiamo borghi rinati grazie agli alberghi diffusi, abbiamo storie di meravigliosi pazzi visionari che con un po' d'arte hanno fatto risorgere interi paesi. Dove si è scelto di investire nella qualità e nella narrazione le cose stanno funzionando. Ma davvero bene, oltre le aspettative, portando reddito, occupazione e benessere, non solo economico ma anche morale. Riquadrando gli ambienti in cui viviamo, soprattutto nel territorio cosiddetto "minore", non creiamo solo posti di lavoro, ma miglioriamo le condizioni in cui anche noi viviamo generando porzioni di felicità. Creare sviluppo grazie alla valorizzazione della bellezza che abbiamo è un'avventura straordinaria che può cambiare il nostro modo di vivere.

¶ «Nel nostro Paese la mediocrità fa da padrona e questo stupisce gli stranieri»



Un saggio sul turismo in Italia (nella foto, Pisa) mette a nudo molti limiti del nostro Paese