



QUI SOPRA IL BORGO CALABRESE STILO

GESTIRE L'IMPRESA TURISTICA

È uno dei pochi settori dell'economia italiana a «tirare», stando alle statistiche: il turismo, in tutte le sue declinazioni, dal bed and breakfast al campeggio al resort a cinque stelle. Merito delle attrattive del nostro Paese e del declino di certa concorrenza. Come sfruttare questa congiuntura positiva? Ecco qualche esempio.

Ecco



30
ELENA DAVID
PER VALTUR IN ARRIVO
PROFITTI DA PASSERELLA



34
PALAZZO SENECA
LA SFIDA VINGENTE
DI VINCENZO BIANCONI



36
GOOGLE GRAND TOUR
MARCO GAY: CHE BELLO
SE L'AVESSIMO FATTO NOI!

PICCOLI BORGHİ, GRANDI NUMERİ IL TURISMO 2.0 PARTE DAL BASSO

L'anno scorso l'incoming nei "centri minori" è aumentato e nel 2017, eletto "Anno dei Borghi", il trend prosegue. Ma per spingere il business ci vogliono leggi di riferimento e una promozione in Rete più adeguata

di Riccardo Venturi

Torna a crescere il turismo in Italia, e apre nuove possibilità di business specie per le micro imprese. Qualche numero: secondo le stime Ciset-Ca Foscari, gli arrivi nel 2017 saranno 65 milioni, con una crescita di oltre il 4% rispetto ai 62,2 milioni del 2016, già in aumento del 4,3% sull'anno precedente. Per l'Organizzazione Mondiale del Turismo la bilancia turistica dei pagamenti nel 2016 ha visto un saldo netto positivo di 13.812 milioni di euro, con un aumento del 2% sul 2015, e i viaggiatori stranieri in Italia hanno speso 36.359 milioni, più 2,3%; cifre destinate a salire nell'anno in corso. Buono anche l'andamento del turismo interno, tornato a crescere anche per i timori legati al terrorismo che penalizzano diverse destinazioni estere: secondo Cna, la scelta degli italiani di fare le vacanze in patria farà crescere quest'estate il com-

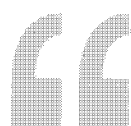
parto turistico del 6,5%. Un paio di zoom su questa ripresa permettono di misurare quanto sono ampi gli spazi per la crescita di una nuova micro imprenditorialità turistica, possibilmente 2.0. Il primo, visto che il 2017 è stato battezzato dal Mibact Anno dei Borghi, è doverosamente sui borghi, anzi: sui 271 che fanno parte del Club Borghi più

QUASI 10 MILIONI DI PERNOTTAMENTI
IN LUOGHI NON FACILI DA RAGGIUNGERE,
RAPPRESENTANO UN FENOMENO POSITIVO
PER L'INTERO COMPARTO NAZIONALE

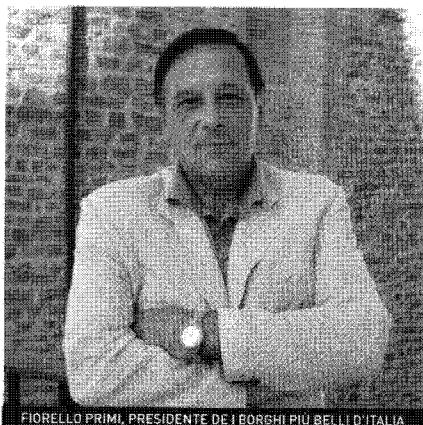
belli d'Italia. Che la crescita del turismo italiano si stia dirigendo anche verso questa proposta, che

qualche tempo fa si sarebbe definita di nicchia, lo dimostrano i numeri, questa volta dell'Istat: 2,9 milioni di arrivi (erano 2,7) pari al 2,6% del totale nazionale, con in media 11mila turisti all'anno per borgo, 10,6 milioni di presenze, pari al 2,7% del totale nazionale e 36mila notti all'anno per borgo. Vale a dire 10,3 presenze ogni abitante dei borghi, contro una media Italia di 6,5.

GESTIRE L'IMPRESA/TURISMO



**VOGLIAMO CHE
I TURISTI VADANO
IN LUOGHI NON MORTI
MA DOVE C'È GENTE,
MEGLIO I PANNI STESI
ALLE FINESTRE
CHE STRADE
DESERTE E FINTE**



FIORIELLO PRIMI, PRESIDENTE DE I BORCHI PIÙ BELLI D'ITALIA

Quadro sintetico dei flussi turistici incoming/outgoing

	2016		2017	
	VALORI ASSOLUTI IN MIGLIAIA	VAR. %	VALORI ASSOLUTI IN MIGLIAIA	VAR. %
Arrivi mondiali in Italia	69.239	2,3	74.784	2,1
Arrivi in Italia da 24 paesi	45.207	2,2	46.327	2,5
Area mediterranea	6.939	2,0	7.054	1,7
Europa centrale	22.519	2,5	22.987	2,1
Nord Europa	5.895	2,4	5.983	1,5
Extra Europa	9.855	4,1	10.303	4,6
Partenze italiani verso l'estero	22.922	1,3	23.315	2,0
Area mediterranea	13.352	1,9	13.662	2,3
Europa centrale	4.172	1,8	4.234	1,5
Nord Europa	2.425	3,3	2.477	2,2
Extra Europa	2.993	1,2	3.031	1,3

FONTE: INDAGINE PREVISIONALE UNIVERSITÀ CA' FOSCARI-CISET

«La maggior parte dei nostri borghi comincia a essere conosciuta dal turismo solo dopo che è entrata nel Club - racconta a Economy il presidente del club de "I Borghi più belli d'Italia" Fiorello Primi - abbiamo avuto fenomeni anche straordinari, con l'apertura di decine di attività, dal nuovo bar a nuovi ristoranti a 6 o 7 B&B, dal giornalaio al parucchiere e dietro a questo c'è il lavoro degli artigiani che ristrutturano case, appartamenti. Un

paio di esempi: uno al nord, in provincia di Cuneo, Ostana. È un borgo con circa 100 abitanti, 30 anni fa ne aveva 1600, sulle montagne del Monviso. Si era completamente spopolato, erano rimasti 15-20 vecchietti. Siamo andati a inaugurare un albergo, ha riaperto un negozio di alimentari, è nato il primo bambino dopo tanto tempo. Ora

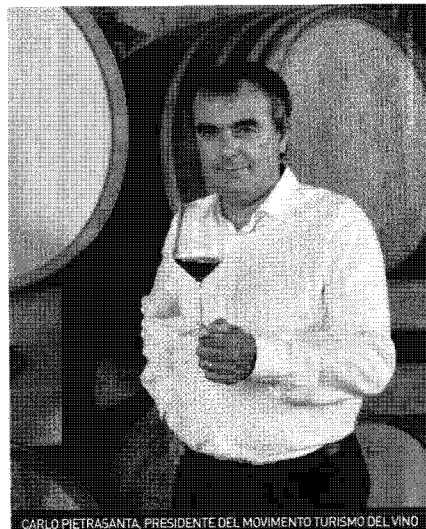
GRAZIE AL CLUB DEI BORCHI PIÙ BELLI D'ITALIA, I PICCOLI CENTRI SONO RINATI. L'ASSOCIAZIONE ISTRUISCE GLI ABITANTI SU COME APRIRE ALBERGHI E BOTTEGHE

ci sono 100 giovani che hanno aperto bed and breakfast, stanno ristrutturando case di montagna. L'altro esempio è al Sud, Stilo, in Calabria, dove il turismo è molto marginale nonostante centinaia di migliaia di persone visitino la cattolica, una delle chiese bizantine più importanti d'Europa, uno dei simboli della Calabria. Ma la gente non si fermava.

Li abbiamo un po' istruiti, abbiamo ristrutturato un albergo, alcuni giovani portano con le Api la gente che prima arrivava in macchina, abbiamo riaperto qualche botteguccia e ricreato la vita nel borgo che stava morendo. Così sono aumentati i valori immobiliari». Primi ammette che è così che ci si diverte: «Noi vogliamo che i turisti vadano in luoghi non morti ma dove c'è gente, è meglio avere stese alla finestra le mutande della

vecchietta o la tuta dell'operaio piuttosto che visitare luoghi finti. Quasi 10 milioni di pernottamenti in luoghi con 1 milione di abitanti, quasi improbabili dal punto di vista dell'ubicazione e del come raggiungerli, rappresentano un fenomeno positivo per la nazione intera». Quel che emerge dai borghi è dunque un effetto volano che parte dal turismo per risollevare, in certi casi resuscitare, luoghi ormai spenti, dando spazio a tante attività, compresi quegli alberghi diffusi che Primi considera la forma di ricettività più adatta alla realtà dei borghi, che infatti si è sviluppata da nord a sud in realtà quali Santo Stefano di Sessanio, Raggiolo, Gangi, Brisighella. Questo stesso tipo di dinamica è in corso nella seconda realtà sulla quale facciamo uno zoom, quella dell'enoturismo. Ripartiamo dai numeri, quelli della venticinquesima edizione di Cantine Aperte: circa 1,1 milioni di enoturisti, il 10% in più rispetto al 2016, in 800 aziende vitivinicole in tutta Italia, con decine di migliaia di calici solidali venduti.

«L'enoturismo può certamente portare nuovi posti di lavoro e occasioni d'impresa ma c'è un "piccolo" problema che speriamo venga risolto presto: non esiste una legge che ci permetta di fare enoturismo - puntualizza il presidente del Movimento turismo del vino Carlo Pietrasanta - non possiamo vendere la visita della cantina con degustazione, non possiamo fare una fattura con 50 visite guidate con degustazione 30 euro a testa uguale 1500 euro. È già capitato che venissero a fare dei controlli, sono state date delle multe. Non posso nemmeno farmi un'assicurazione che se un visitatore inciampa e cade mi copra l'eventuale danno fisico. In questi anni ci siamo inventati dei modi sul filo del rasoio per fare comunque enoturismo, le aziende che ne hanno avuto possibilità di farsi un agriturismo lo usano per fare degustazioni, le più grandi hanno comprato una licenza per aprire una parte commerciale».



CARLO PIETRASANTA, PRESIDENTE DEL MOVIMENTO TURISMO DEL VINO

Il Ddl enoturismo è in itinere al Senato, si spera che entro l'autunno possa essere approvato anche dalla Camera. «Per noi è la chiave di volta - aggiunge Pietrasanta - fosse approvato potremmo fare enoturismo con la e maiuscola, organizzarci, assumere personale. Abbiamo stimato 4mila cantine che fanno enoturismo di qualità, se solo quelle assumessero 2 persone sarebbe già qualcosa di importante. Le aziende che producono vino sono 80mila, quindi i numeri potrebbero essere ben più grandi».

L'ENOTURISMO È UN ALTRO DRIVER DI CRESCITA, MA PER IL PRESIDENTE DEL MOVIMENTO BISOGNA VARARE IN FRETTA LA LEGGE CHE LO DEVE REGOLAMENTARE

Secondo quanto spiega il presidente del movimento Turismo del Vino «quello di cui c'è bisogno è la figura dell'addetto alla visita enoturistica, che abbia competenze da sommelier e da comunicatore web 2.0, e anche la capacità di indicare al visitatore quel che c'è da visitare sul territorio». «E poi c'è tutto l'indotto - continua - la nostra associazione spinge perché si facciano cellule aggregative, un paio di cantine vicine si uniscono a 4 ristoranti e 2 posti dove dormire, coinvolgono un palazzo storico, un museo, una villa, una chiesa: ogni luogo in Italia ha qualcosa di bello, interessante, curioso da vedere».

“

**CIRCA 1,1 MILIONI
DI ENOTURISTI,
IL 10% IN PIU'
SUL 2016, ALLA
25ESIMA EDIZIONE
DI CANTINE APERTE**

Torna, dunque, il concetto del volano e della rete, in grado di dare lavoro e di far nascere tante nuove micro imprese. Manca però un elemento fondamentale, il carburante: il web. Un web partecipato, però, che permetta a tutti di partecipare al racconto.

«Il viaggiatore oggi è diventato un "viaggiatore", che condivide in tempo reale non solo recensioni ma anche foto, emozioni, informazioni, trasformando consapevolmente o meno, i suoi viaggi in storie» è l'analisi dell'esperta Enit di web marketing Roberta Milano, «le testimonianze spontanee sono ancora più efficaci della promozione classica, percepita spesso come autoreferenziale. La sfida, anche per noi di Enit, sta nel proiettarsi all'ascolto, nell'individuare queste storie e nel renderle visibili o consultabili al maggior numero di persone. Con l'hashtag #Italianvillages, da noi lanciato a gennaio insieme alle Regioni in occasione dell'Anno dei Borghi voluto dal ministro Franceschini, abbiamo aggregato il racconto di tutti sul tema Borghi italiani. Abbiamo superato 66 milioni di impression tra Instagram, Twitter e Facebook e 25mila utenti che stanno raccontando le meraviglie dell'Italia meno nota in ogni istante. È solo un esempio dei diversi e creativi approcci di comunicazione che devono essere messi in atto per una promozione davvero efficace».