

Scommettere sulla bassa stagione Siena gioca la sua carta vincente

La città del Palio vince il rischio omologazione, Firenze e Pisa soffrono

■ SIENA

LA GRANDE mostra su Ambrogio Lorenzetti, che sarà inaugurata il 20 ottobre al Santa Maria della Scala con l'intervento del presidente della Repubblica Sergio Mattarella, è quasi un manifesto programmatico del tentativo di spalmare i grandi flussi turistici nel tempo e nello spazio. Siena ha scelto la bassa stagione - parentesi natalizia a parte - per allestire il principale evento culturale degli ultimi anni, che si concluderà a fine gennaio. «Bisogna dilatare nel tempo, negli orari e nei luoghi le presenze di chi sceglie di visitare la nostra città», ripete spesso il sindaco Bruno Valentini, ricordando con orgoglio di aver detto più volte no ai progetti di allestire tour cittadini con bus scoperchiati, trenini, risciò, «perché Siena si visita a piedi». Lo sforzo è di gestire il milione e passa di visitatori che tende naturalmente a concentrarsi da aprile a settembre privilegiando le mete canoniche, piazza del Campo e Duomo in testa. Il tema è fonte di continui confronti politici, il timore di una «Siena da cartolina» figlia dell'omologazione è al centro del dibattito cittadino, ma l'assessore al turismo Sonia Pallai snocciola alcuni provvedimenti indice, a suo dire, di una scelta virtuosa: un calendario invernale di iniziative per i bambini (Siena kids), l'eliminazione della tariffa di attracco per i pullman in bassa stagione in caso di pernottamento della comitiva, l'iniziativa culturale-musicale-enogastronomica a novembre a palazzo pubblico (Sette note in sette notti), la crescita di appuntamento come il trekking urbano e il Mercato nel Campo e altro ancora.

«**ABBIAMO** costruito un metodo di lavoro - ci spiega l'assessore Pallai - realizzando occasioni per attirare turismo in bassa stagione, per realtà come la nostra è una scelta obbligata». Se Siena è riuscita a mantenere pressoché incontaminato il suo centro storico, città come Pisa e Firenze invece hanno avuto maggiori difficoltà a conciliare i flussi turistici e la conseguente globalizzazione con la tutela della propria identità. Un esempio simbolico ma significativo è la querelle sui colossi della ristorazione. Era il 2009 quando l'arrivo di McDonald's al posto di un antico negozio in piazza Manin, accanto a piazza dei Miracoli, a Pisa, scatenò un putiferio. Poi, il fast food progettò un'insegna poco invasiva, scattarono le assunzioni e le polemiche si placarono. Si aprì, anzi, la strada ad altre catene, da Subway a Burger King. A Firenze, la partita è aperta: per ora il Comune si è opposto alla nascita di un McDonald's in piazza Duomo.

«**UNA** battaglia - ha detto ieri l'assessore al turismo Stefano Ciuffo - che come Regione appoggiamo, perché l'amministrazione comunale ha il dovere di governare lo sviluppo della città. Governare i flussi turistici non significa solo cercare di distribuire i visitatori su un territorio più vasto, anche fuori dal centro. Significa, soprattutto, non disperdere la nostra identità e le tipicità, che sono poi proprio le ragioni per cui i turisti ci amano le nostre città».

Orlando Pacchiani



La strategia

Spalmare i flussi

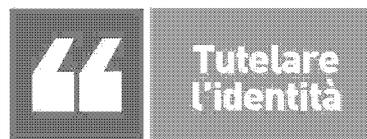
Dilatare le presenze durante tutto l'anno è uno dei principali obiettivi per evitare l'omologazione da cartolina



L'evento

Una super mostra

Con l'intervento di Mattarella, a ottobre parte la mostra su Lorenzetti, principale avvenimento culturale degli ultimi anni



Tutelare l'identità

E' il principale problema dei grandi centri d'arte, che combattono contro la globalizzazione





FASCINO A Siena un milione di visitatori tende a concentrarsi da aprile a settembre