# La rete, la nascita di un consorzio nazionale

III SESSIONE: UN BEL FUTURO DA PROTAGONISTI

FIERA SUL TURISMO RELIGIOSO KOINÈ DI VICENZA
26 OTTOBRE 2021

Elena Stefanelli

## APERTURA

**La domanda cruciale diventa: come si fa?**

Ogni **processo di trasformazione è un viaggio** dentro se stessi, si riflette in quello che Joseph Campbell chiama il **"viaggio dell'eroe".**

Un viaggio in cui si parte dal mondo conosciuto, dopo varie prove, sfide e incontri si varca la soglia di un nuovo mondo, che permette un ritorno ad una vita più significativa.

Qual è il **nostro** viaggio dell'eroe?

Abbiamo lasciato il mondo come lo conoscevamo (la normalità pre-Covid), siamo passati attraverso il viaggio della pandemia (allontanamento sociale, divieti di viaggio, vaccinazioni), e ora abbiamo la prospettiva del ritorno.

Come lo immaginiamo il ritorno? Come ci stiamo preparando?

Le domande sono importanti, spesso più delle risposte.

Papa Francesco ci ricorda nella sua enciclica *Fratelli tutti*

***Nessuno si salva da solo***

Assicuriamoci quindi che l'esperienza pre-covid e della pandemia è davvero **trasformativa** e noi abbiamo la responsabilità di darle la **direzione.**

### Qual è il problema

- La crisi integrale-sistemica (pandemica-personale-collettiva e quindi anche del sistema turistico nazionale)

Specificità:

Dal XXIII Rapporto sul turismo italiano (2020) sono emerse:

1. La **fragilità del sistema turistico nazionale**, paradossale rispetto alle caratteristiche di unicità del patrimonio naturale, culturale ed artistico del Paese
2. La **gestione dei luoghi della cultura e dei contenuti culturali** proposti che, per mancanza di fondi e di formazione-educazione, è spesso affidata ad organizzazioni e operatori poco inclini alla costruzione di contenuti culturali, alla progettazione e programmazione partecipata.
3. Debole presenza di **modelli di governance** strutturati e di una capacità progettuale che diano corpo alle risorse investite, anche attraverso il coinvolgimento di attori diversi
4. Facciamo i conti con una **domanda turistica** che sta cambiando non solo nei numeri e nei flussi, ma nella sua stessa natura.

La **crisi** è **integrale**, riguarda noi in tutti gli ambiti e a tutti i livelli. E' globale.

In un momento di crisi è cambiato il ***dove***, è cambiato il ***come*** e sta cambiando anche il ***perché*** di ogni viaggio.

**Cosa provoca:**

- profondo cambiamento di paradigma
- Ri-orientamento delle scelte

Specificità:

In questo **scenario**, risulta evidente ridefinire il **processo di gestione delle destinazioni:**

- Per interpretare opportunamente le motivazioni e i **comportamenti dei turisti**
- Agire sulla **composizione del prodotto turistico**: sull'operatività e sulla gestione del **network** che contribuisce alla creazione dell'offerta complessiva.

**Qual è il bisogno:**

- Pensare e agire in ottica di sistema (per rimodulare la proposta di valore e attuare un percorso di sviluppo strategico sostenibile ed integrale)
- Aiuto e supporto relazionale ed economico (formativo-educativo)

Specificità:

1. **trasformazione radicale dei processi e dei comportamenti a tutti i livelli**, attuando una significativa **interconnessione** tra **individui, comunità, imprese e istituzioni**. E' il momento di **operare in ottica di sistema** e in modo **sostenibile**
2. Una **visione economica generativa** che offre risposte concrete alla profonda crisi del nostro tempo, ispirando le persone e le imprese a nuovi stili di vita e al **bene comune.**
3. La fase del rilancio dovrà essere gestita da una Rete/Consorzio con una grande **capacità di flessibilità**, per adeguarsi alle evoluzioni della domanda e dell'offerta
4. **Cogliere l'opportunità delle "aree interne"** e svolgere un lavoro di educazione e formazione continui con nuovi modelli di governance basati sulla cooperazione.

**Il caso delle aree interne italiane**, è un'interessante opportunità se ben progettata, pianificata e gestita.

E' parte del **GOAL 11 – Città e Comunità sostenibili dell'Agenda 2030** e in questa direzione si orientano le nuove risorse economiche messe in campo dal Governo Italiano attraverso il **rilancio della Strategia Nazionale per le Aree Interne**

Le aree interne rappresentano il 61% della superficie, il 52% dei comuni e il 22% della popolazione. L'Italia è, infatti, un Paese di paesi. I Comuni sotto i 5.000 abitanti sono il 69,69% del numero totale dei comuni italiani.

- **destinazioni esterne alle traiettorie turistiche consolidate** quindi possono offrire un turismo più "sicuro" e agevole
- **territori potenzialmente attrattivi ma non ancora attraenti** su cui le istituzioni nazionali e locali hanno messo in campo politiche a sostegno della valorizzazione turistica
- **aree turisticamente marginali pur presentando risorse** ambientali, culturali e paesaggistiche notevoli hanno scarsa infrastrutturazione, accessibilità e potenziale ricettività e, soprattutto, l'assenza di una domanda già matura.

La definizione delle basi strategiche per uno sviluppo turistico deve partire da una conoscenza del patrimonio territoriale e dalla sua trasformazione **in buone pratiche** per la realizzazione di **un'offerta integrata e per una partecipazione attiva della popolazione locale.**

--- **La mia esperienza**

**Il mio viaggio** parte da Taranto, nel 2010 ho avuto e colto la possibilità di avvicinarmi ai principi dell'Economia Civile: reciprocità, gratuità e fraternità ascoltando le parole illuminanti del prof. Zamagni, del prof. Luigino Bruni, del prof. Becchetti e le testimonianze di tanti imprenditori e imprenditrici civili che hanno arricchito i miei studi economici e l'attività d'impresa che è arrivata da lì a poco nella forma di una cooperativa. Un piccolo tour operator di Turismo Responsabile che nel 2021, in un momento di crisi globale, è approdato al Turismo Conviviale ed è stato pronto a cogliere l'opportunità di gestire il booking e le relazioni con i tour operator per la Fondazione PCE De Finibus Terrae

**Un vero viaggio trasformativo, che ha profondamente segnato il mio cammino.**

**Come rispondiamo:**

- con un Ecosistema, nella forma di una Rete-Consorzio, che crei le condizioni culturali, strategiche e organizzative favorevoli allo sviluppo turistico della destinazione "Paese" in vista del Giubileo 2025, secondo il paradigma dell'Economia Civile e la prospettiva dell'Ecologia Integrale

*Qualche considerazione.*

- L'efficace gestione di una destinazione turistica è un processo che richiede visione strategica, pianificazione e management **integrato e coordinato** delle componenti del **prodotto turistico destinazione**.
- Il sistema d'offerta dovrà essere **rassicurante e generare fiducia** nei viaggiatori.
- Le destinazioni dovranno rimodulare le proprie proposte e rivedere le loro strategie orientandole verso **nuove forme di collaborazione all'interno delle destinazioni e tra le destinazioni**

Pianificare una Rete/Consorzio che possa agire come **leader strategico per lo sviluppo turistico**. La rete deve diventare il **nucleo di un network** con il compito di connettere

i partner, creare opportunità, formare, condividere informazioni, ecc. Il ruolo non è ridotto a mera "rappresentazione" verso l'esterno, ma è nella sua capacità di promuovere e alimentare l'**ecosistema destinazione** in cui tutte le risorse devono essere mobilitate, potenziate e coordinate in modo efficace.

Papa Francesco ci ricorda anche che

***Nessuno si salva da solo, ci si può salvare unicamente insieme***

## Fonti

### *Sitografia*

**Comitato Nazionale Aree Interne Rapporto di Istruttoria per la Selezione delle Aree Interne Regione Puglia,** http://old2018.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/Puglia/Istruttoria_Puglia_1_04_2015.pdf

**Rapporto ASviS2021,** https://asvis.it/public/asvis2/files/Rapporto_ASviS/Rapporto_2021/Rapporto_ASviS_2021.pdf

**Benecomune.net,** https://www.benecomune.net/rivista/rubriche/parole/economia-civile-sociale-solidale/

**Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, CNR,** https://www.cnr.it/sites/default/files/public/media/Supplemento_XXIII_Rapporto_Turismo.pdf

**Vita.it,**

- http://www.vita.it/it/article/2021/05/21/il-nuovo-turista-non-visita-trasforma/159426/
- http://www.vita.it/it/article/2021/05/05/il-turismo-riparte-dalle-comunita-storie-idee-esperienze-nel-nuovo-num/159251/

**Giornate di Bertinoro 2021, concept note**, https://www.legiornatedibertinoro.it/wp-content/uploads/2021/09/GDB2021_ConceptNote.pdf

**Ftourism.it**, https://www.ftourism.it/le-dmo-aggregative-un-modello-per-le-destinazioni-italiane/