

FORUM

INFORMAZIONE E TURISMO, UN INCONTRO DIFFICILE

IL DIRETTORE GENERALE DELL'APT, GIANPIERO PERRI, "INTERVISTA"

PARIDE LEPORACE (IL QUOTIDIANO), MIMMO SAMMARTINO (GAZZETTA) E MARIO ISOLDI (LA NUOVA DEL SUD)

testo di Valentina Colucci - foto di Tony Vece



Da sinistra: Paride Leporace, Mimmo Sammartino, Mario Isoldi e Gianpiero Perri

Reinventarsi non è cosa facile. La Basilicata ci sta provando. Terra di agricoltori prima, prestata al miraggio dell'industrializzazione di diversi siti - in buona parte abbandonati - poi. Ora la nuova sfida del turismo. Da un lato paesaggi di incontaminata bellezza, dall'altro difficoltà infrastrutturali e ritardi culturali che ne rallentano l'evoluzione. Negli ultimi tempi il cambio di passo: l'approvazione delle leggi regionali sul turismo, la stesura della proposta di Piano turistico regionale, e prima ancora la trasformazione dell'Apt da Azienda di promozione turistica ad Agenzia.

A dimostrazione che il turismo non è più considerato componente accessoria di un pacchetto di iniziative, ma l'elemento trainante dello sviluppo e della crescita della regione. In questo processo di sviluppo, la stampa gioca un ruolo importante. Se le istituzioni elaborano strategie, gli organi di informazione possono consentire una più rapida circolazione delle innovazioni e cogliere spunti e riflessioni provenienti dall'opinione pubblica. Nella sede dell'Apt, si riuniscono attorno a un tavolo il direttore, Giampiero Perri, e i direttori dei tre quotidiani locali, Paride Leporace de "Il Quotidiano", Mario Isoldi de "La Nuova del Sud" e Mimmo Sammartino della "Gazzetta del Mezzogiorno". Un'intervista al contrario in cui, per una volta, sono i giornalisti a rispondere alle domande.

Perri

La stampa è spesso capace di intercettare i cambiamenti e le modifiche in atto sul territorio in vari ambiti, ma non per quanto riguarda il turismo. Mi chiedo: si tratta di un atteggiamento frutto di una minore considerazione nei confronti di questo mondo per molti versi ancora tutto da esplorare? E quanto giova all'opinione pubblica e al territorio della Basilicata l'utilizzo di alcuni luoghi comuni come la frase "turismo mordi e fuggi" ripresa con un'accezione palesemente negativa nella titolazione di numerosi articoli? Molte piccole località non sono

dotate di strutture ricettive e si prestano ad un turismo che sarebbe più corretto definire "escursionistico": un fenomeno che viene liquidato come quasi irrilevante sul piano economico, con l'idea che si tratti di una forma di turismo povero e quindi privo di attrattive. Come mai questo luogo comune non riesce ad essere smontato?

Leporace

I titoli dei giornali hanno due caratteristiche principali a cui rispondere: la suggestione che creano e il numero di battute, delimitato dall'estensione della pagina, che certo non è un limite di poco conto. L'espressione "turismo mordi e fuggi" è ormai diventata gergale e di uso comune, e se anche sullo sfondo mantiene un'accezione negativa, viene utilizzata soprattutto per comodità. Non posso negare l'importanza di questo tipo di turismo per la Basilicata. Probabilmente l'espressione più esatta da utilizzare sarebbe quella di "turismo di prossimità", dicitura che però non è ancora entrata a pieno nel gergo giornalistico. Sicuramente deve essere impegno dei giornalisti non solo portare i lettori a riflettere sulle potenzialità di questo turismo, ma anche trovare una formula che meglio rispecchi questo fattore.

Isoldi

I giornali si riferiscono a quello che accade, a quanto i giornalisti riescono a percepire e, soprattutto, a quello che viene evidenziato dai dati. E' ancora da verificare la presenza in Basilicata di un turismo mordi e fuggi che nel tempo sia riuscito a discostarsi da un'accezione negativa. Il turismo si legge attraverso le giornate di presenza nelle strutture ricettive: se un turista si reca in località di valore e interesse come Matera, o affronta l'esperienza del Volo dell'angelo a Castelmezzano o, ancora, assiste allo spettacolo sui briganti in scena alla Grancia, e resta in questi posti per non più di mezza giornata, non si può che parlare di turismo mordi e fuggi. Manca l'organizzazione di pacchetti turistici che



Mimmo Sammartino

prevedano itinerari diversificati e, quindi, una sosta più lunga sul territorio. Questo perché nella nostra regione non esiste un sistema turismo: non c'è nulla di pianificato e organizzato, non ci sono numeri che possano far raccontare in modo differente quello che succede sul nostro territorio in questo settore. Altra questione, poi, è la terminologia che utilizziamo e che è legata alle tecniche e alle metodologie tipiche del nostro settore per arrivare ai lettori in modo diretto.

Sammartino

Sono due le questioni da affrontare. Da un lato ci sono alcuni automatismi tipici del modo di fare informazione: la tecnica, la frase a effetto. Dall'altro esiste una sorta di pigrizia mentale a interrogarsi e a capire se questi automatismi prevalgano o meno sul ripensamento critico delle situazioni. A mio modo di vedere c'è stato, ed esiste tutt'ora, un turismo mordi e fuggi che porta con sé elementi negativi evidenti, come l'abbandono di rifiuti, ma c'è anche un'idea di turismo che ormai non fa più capo alle sole località più conosciute come Matera, Metaponto e Maratea. L'elemento di novità è che la Basilicata, forte delle sue varietà - e nonostante alcuni



Mario Isoldi

ritardi infrastrutturali e anche culturali dei centri più piccoli che non sempre hanno chiare le azioni da mettere in campo per promuovere l'accoglienza - sta cominciando a puntare sulla capacità di riorganizzazione del sistema interno e dell'ospitalità, senza trascurare il valore aggiunto che può rappresentare il turista "itinerante" che cerca maggiore autonomia ed economicità, ma anche la possibilità di integrarsi con la comunità in cui si va a inserire. Fattore che sicuramente porta a dar vita ad un circuito di cui beneficiano i vari esercizi presenti su quel territorio, dal bar al ristorante e alla piccola bottega che confeziona prodotti tipici. Uno sguardo più attento e critico all'evoluzione del turismo in Basilicata è il frutto di un processo che riguarda gli organi di informazione ma, soprattutto, la classe politica locale: il superamento dei luoghi comuni presuppone un'inversione di marcia nella visione culturale delle potenzialità del nostro territorio.

Perri

Avete parlato di abitudine e pigrizia. In effetti, la percezione dell'opinione pubblica non trova riscontro nei dati numerici in nostro possesso. Ci troviamo di fronte

a un settore che dal 1999 ad oggi è cresciuto costantemente. E' l'unica attività economica regionale ad avere indicatori positivi. Il livello di pernottamento in Basilicata – dati aggiornati al 2007 alla mano – è nella media nazionale del 4,6%, e il nostro tasso di crescita è più veloce rispetto a quello delle altre regioni, in quanto siamo una novità sul mercato nazionale. Cinque anni fa a Basilicata contava 380 operatori che facevano impresa nel settore del turismo: oggi ne sono 585. I Bed & Breakfast sono passati da 3 a circa 60 e sono nate nuove forme di ospitalità come quella del piccolo borgo – albergo di Pietrapertosa. La Grancia si conferma grande attrattore per molte attività delle zone limitrofe, senza considerare le aziende agrituristiche presenti in piccoli centri come Trivigno, Viggiano e Marsicovetere, che richiamano clientela internazionale per la peculiarità dei loro prodotti. Di fronte all'attuale sentimento di demoralizzazione sociale, proprio nel turismo emergono straordinarie energie territoriali di evidenza rilevante. Nel Metapontino si è avuta una crescita da 5.000 a 12.000 posti letto. Per i numeri della nostra regione, queste oscillazioni determinano cambiamenti impor-

tanti per dei piccoli centri. Eppure, la stampa non ha rappresentato questo dinamismo. C'è un ritardo complessivo della società – che viene poi riflesso dagli organi di informazione locale – nel comprendere che in questi anni il turismo in Basilicata è fortemente cambiato.

Leporace

Credo che la sua riflessione nei confronti della nostra categoria sia ingenerosa. Non ho esitato ad aprire il mio giornale con la notizia che tra i siti turistici di tutto il mondo, quello di Castelmezzano è risultato essere tra i più apprezzati e conosciuti. Come scelta editoriale, "Il Quotidiano" ha in allegato, nel periodo estivo, un inserto completamente dedicato agli eventi organizzati su tutto il territorio per attrarre e informare il turista del posto come quello di prossimità. Un servizio su cui puntiamo ogni settimana con un inserto dedicato agli appuntamenti del week-end. Non credo quindi di essere avulso dal tema turismo, con tutti i limiti propri dell'informazione locale qui in Basilicata: giornali giovani e corrispondenti che spesso hanno poche possibilità di crescita e di formazione. Al di là di questo, i rapporti



Gianpiero Perri



Paride Leporace

commerciali con i lettori e con l'imprenditoria locale sono ottimi. Sicuramente si tratta di un lavoro di crescita e di interazione che deve essere reciproco.

Isoldi

Più volte ho pubblicato lettere di turisti che hanno raccontato con entusiasmo il proprio soggiorno in Basilicata. Nelle pagine de "La Nuova del Sud" ho sempre cercato – quando ho potuto – di valorizzare quanto di buono ha offerto il turismo sul nostro territorio. Ma le notizie non sono sempre positive. Inoltre, la stampa è un mezzo di nicchia e la nostra capacità di incidere sulle scelte dei cittadini è minima. Sono altri i mezzi di informazione e le strutture che possono contribuire a evidenziare l'evoluzione positiva del turismo: Apt, uffici stampa, televisioni. Ai giornali mancano le possibilità economiche per mantenere degli esperti nei vari settori: sono le strutture esterne che devono venirci incontro. Inoltre, se è vero che il turismo sta attraversando un'evoluzione positiva, si tratta comunque di un fenomeno talmente recente e partito da livelli pari allo zero che ha bisogno di tempo per consolidarsi. C'è poi un'altra questione ben più importante: la Basilicata su cosa si sta specializzando? Qual'è il modello di sviluppo su cui punta? La valorizzazione del territorio può rappresentare una chiave di svolta? Sono tutte risposte che deve dare la politica locale.

Sammartino

Ho capito che il turismo rappresenta un fattore di sviluppo rilevante per la Basilicata e che la tutela e la valorizzazione del territorio sono valori imprescindibili. In questo mi ha aiutato Mons. Agostino Superbo che in un'intervista parlò di rispetto delle vocazioni del territorio nei processi di sviluppo. In passato, sono state diverse le strade intraprese pensando di far crescere il nostro territorio. La crisi del settore industriale e lo smantellamento in Basilicata di stabilimenti sani – preferendo

altri luoghi in cui il costo del lavoro è inferiore – sono un esempio della scarsa lungimiranza nella concessione di finanziamenti ad aziende che non si sono per nulla radicate al territorio. Chiarezza delle strategie e scelte responsabili sono oggi più che mai diventati fattori indispensabili per la nostra regione. Per quanto riguarda i numeri del turismo e le statistiche, spesso queste ricerche sono effettuate con automatismo e pigrizia mentale. Esiste un limite interpretativo che riguarda molti aspetti e figure, da chi interpreta e legge i fatti a chi traduce i fenomeni in cifre, per arrivare poi a quelli che diffondono i numeri. Credo ci sia stata una presa di coscienza graduale del ruolo di cerniera che un quotidiano come la "Gazzetta del Mezzogiorno" ha svolto tra due regioni vicine come Puglia e Basilicata, per la quale il turismo di prossimità ha valore fondamentale. Negli anni è andata crescendo una nuova sensibilità da parte dei responsabili del nostro giornale che ha portato a dare maggiore spazio a notizie e informazioni sui vari eventi relativi al pacchetto Basilicata. Credo, quindi, che anche il nostro giornale possa contribuire allo sviluppo del turismo nella nostra regione.

Perri

Recentemente ho aperto un blog e ho avviato una serie di incontri con esperti della comunicazione on - line per individuare le strategie più adatte alla diffusione sul web l'immagine della Basilicata, utilizzando la banca dati di immagini e di informazioni dell'Apt. Si sta consolidando la consapevolezza di quanto il turismo sia un catalizzatore delle dinamiche del cambiamento: non più un settore di attività economica ma l'esito di un sistema che si organizza. Una riflessione che è stata fatta anche in ambito istituzionale e che ha portato all'approvazione delle tre leggi regionali sul turismo e all'evoluzione dell'Apt da "Azienda" ad "Agenzia" con un proprio statuto, che studia azioni di intervento sul territorio su richiesta dagli amministratori locali. Siamo

Intervenuti sulla disciplina del sistema turistico regionale, sulla revisione del rapporto tra gli operatori e i consorzi, abbiamo destinato dei fondi a sportello per la commercializzazione. Una serie importante di attività di riforma che non è stata colta a pieno, forse anche per nostri limiti. Cosa si può fare di più per far emergere questi elementi positivi? La pubblica amministrazione non è solo fonte di sprechi. Quali sono le vostre sollecitazioni per fare di più, e meglio, anche nell'ambito della comunicazione pubblica?

Leporace

Sono convinto che un giornalismo di denuncia che evidenzia anche i problemi e le criticità riscontrate sul territorio, non possa che fare bene al turismo, agli imprenditori e agli operatori che lavorano con passione e dedizione in questo settore. Ritengo che la Basilicata abbia ben intercettato il filone del nuovo turismo contemporaneo che si basa sulla scoperta di sensazioni, mondi perduti, sapori, odori, visioni, che possono essere vissuti in questa terra molto meglio che in altre. C'è il turismo di élite di Maratea e la realtà economica dei villaggi sul litorale jonico. L'immagine della Basilicata è sicuramente decollata, anche a livello internazionale, ma questa deve diventare una consapevolezza innanzitutto per chi vive in questa regione. Sicuramente la stampa ha il suo ruolo, e per questo contano molto i rapporti personali leali e franchi, meno patinati e formali rispetto al linguaggio dei comunicati stampa, per creare confronto e dialogo più vivace tra noi e i rappresentanti delle istituzioni. Concludo dando due suggerimenti: diffondere la distribuzione gratuita dei giornali locali all'interno delle strutture ricettive, così come avviene in buona parte dei complessi turistici del Paese, e coinvolgere la stampa locale in vetrine importanti per il turismo come la Bit e altre fiere nazionali e internazionali attraverso, ad esempio, la stesura di articoli relativi alla Basilicata da tradurre poi in più lingue.

Isoldi

Io ritengo invece che le istituzioni debbano intrattenere con i media rapporti rigorosi e senza indiscrezioni. Sono tanti i modi per incrementare la diffusione di informazioni certe e utili per la stampa: comunicati, newsletter, incontri periodici informativi. Le leggi di riforma varate dalla Regione sono fondamentali, ma denotano il ritardo decennale della classe dirigente lucana che in questi anni ha lavorato male, non in linea con i tempi delle altre regioni. Le iniziative sporadiche non bastano più, ci vogliono leggi di sistema: solo così questa inversione di tendenza potrà dare nel tempo dei risultati.

Sammartino

Credo che il processo di cambiamento, cominciato da qualche anno, vada di pari passo con due aspetti: una nuova consapevolezza da parte delle classi dirigenti, e, di conseguenza, la scelta di figure esperte che siano in grado di trainare le strategie di sviluppo del sistema turistico. Il vero elemento di novità è che il nostro turismo si sta cibando anche dell'idea della riscoperta di un mondo che offre possibilità che altrove sono inesistenti. La Basilicata non potrà mai competere con Roma, Venezia o la Sardegna, ma deve puntare su quello che altrove non si può trovare: genuinità, cultura, racconti, sapori e saperi. Questa deve essere la base su cui costruire il progetto del turismo in Basilicata. Importante, poi, è raccogliere e raccontare le esperienze dei villeggianti: avere la possibilità di conoscere le esperienze del turista sarebbe utile non solo al giornale, ma garantirebbe un ritorno positivo in termini economici e di immagine al territorio. Se la stampa locale può costituire un elemento forte come orientamento e suggerimento per chi vuole conoscere il territorio in cui si trova in vacanza, sarebbe utile pensare di investire sulla diffusione più capillare dei quotidiani locali.