

Riflessioni

Il turismo attende le storie dell'Irpinia

Annunziata Berrino *

Anche quest'autunno sta accendendo i colori struggenti dell'Irpinia, disegnando un paesaggio che rimanda al primo freddo e al primo fuoco, al sapore delle caldaroste e al profumo del tartufo, al calore del vino e al gusto dei funghi appena raccolti. E la bellezza rara dell'autunno in Irpinia riapre il dibattito sul turismo, riproponendo la domanda sul perché queste montagne, queste campagne e questi paesi non siano visitati, attraversati e vissuti come meriterebbero.

Irpinia e turismo. Nel binomio si sommano due temi importanti: quello delle aree rurali e quello delle aree interne. Ambienti che il turismo ha scoperto e messo in valore solo di recente, a particolari condizioni e con esiti non sempre positivi. Pensiamo alla vicenda di un'area unica al mondo come le Alpi o a certe piccole subregioni interne.

> Segue a pag. 46

Segue dalla prima pagina

La sfida del turismo

Annunziata Berrino *

Come il senese o i castelli romani, che hanno una storia turistica a se, che poco aiuta a comprendere la vicenda dell'Appennino, specie del suo tratto meridionale, e dei centri minori che lo costellano.

Prima di tutto non è possibile parlare di Irpinia senza porla in rapporto con l'area costiera tirrenica. Da più di due secoli il golfo di Napoli funziona da attrattore per il turismo, un attrattore eccezionale, che poco o nulla ha lasciato e lascia alle altre aree meridionali e in particolare a quelle interne. I temi sui quali ragionare sono allora sostanzialmente tre. Il primo: se l'area urbana costiera, che finora ha generato solo flussi escursionistici verso queste aree interne, sia capace di generare anche altri tipi di flussi. Ad esempio di flussi di soggiorno in ambiente rurale, oppure flussi escursionistici di ospiti di fuori regione che facciano tappa in Irpinia lungo un itinerario di visita che vada dal golfo di Napoli ai grandi attrattori Unesco di Puglia e Basilicata. Potrebbe essere un'ipotesi che fa leva sull'immaginario di un'Irpinia intesa come terra di mezzo. Dobbiamo però aggiungere che le aree interne, Irpinia compresa, a loro volta, non hanno mai molto lavorato per comunicare le proprie specificità e per imporre la propria offerta.

Si sono accontentate piuttosto di rispondere alla meglio a una domanda semplice di gite

e pranzi domenicali.

Il secondo tema è se l'alta montagna, e mi riferisco all'area del lago Laceno, riuscirà a superare la sua storia di sviluppo turistico: uno sviluppo indotto, avvenuto negli anni '60 nel quadro di un intervento pubblico straordinario e sull'onda di un'eccezionale e tarda espansione a sud della pratica della frequentazione sportiva della montagna d'inverno. Una consapevolezza importante, perché il turismo in alta montagna richiede investimenti continuamente rinnovati e ingenti, che possono essere coperti solo da flussi intensi e su più stagioni. Non solo, un secolo di storia del turismo insegna che l'alta montagna deve essere capace di condividere investimenti e profitti con i paesi di media montagna e di valle, coi quali deve sempre più e meglio fare sistema.

E qui, infine, ma non ultimo, bisogna chiedersi se le tante piccole comunità irpine, ovvero attori pubblici e attori privati, siano realmente disposti ad aderire a una programmazione serrata modulata su un modello di sviluppo diffuso.

Una programmazione che offra un ampio spazio all'iniziativa dei privati nel contesto delle singole comunità, ma che preveda un'importante lavoro di coordinamento, di servizio cooperativo, di raccordo di comunicazione, di promozione su mercati, di adeguamento qualitativo, e soprattutto, e non ultimo, di elaborazione culturale.

Una sfida. Una sfida per la quale d'Irpinia ha risorse umane, naturali ed economiche, politiche e culturali.

Il turismo attende che l'Irpinia racconti le sue storie: storie di vini, di magia, di pellegrini e di emigranti, di terremoti e di vulcani, di transumanza e di caccia. Un patrimonio materiale e immateriale che ancora

non è stato riversato nella cultura turistica e per il quale non solo c'è spazio, bensì domanda e attesa.

* *Storica del Turismo, Università «Federico II» di Napoli*
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Mattino
Edizione di Avellino

14 novembre 2013