

Il Turismo irpino in una foto

05.11.2016, Articolo di Gaetano Alvino (dal sito www.orticalab.it)



Cari amici di Ortica, ho letto con attenzione **l'analisi di Franco Genzale** (articolo a seguire, ndr) in merito alla gestione, parola importante, del turismo in Irpinia. Consentitemi di esprimere queste mie considerazioni che traggono spunto da una foto scattata da un mio caro amico all'ultima **sagra del tartufo e della castagna di Bagnoli Irpino**.

Tutto il fallimento della gestione dei flussi turistici e dell'ospitalità in provincia si può semplicemente

spiegare osservando quel cartello esposto presso uno dei tanti stand disseminati nello splendido borgo altirpino.

Un grande foglio con il prezzo corretto più volte, valutando la clientela, di un prodotto spacciato per tipico in barba all'intelligenza media di chi ha voluto dare fiducia alle nostre terre onorandoci della visita. Un "pizzillo fritto", in gergo pizza fritta, che veniva offerto prima a 2, poi a 3 ed infine, forse in ragione di una maggiore affluenza, a 4 euro senza nemmeno la malizia di cambiare il cartello ma solo correggendo il prezzo.

In presenza di queste circostanze appare quanto mai pertinente chiedersi fino a quando l'ignaro visitatore si presterà a queste furberie e perché mai dovrebbe ritornare dalle nostre parti.

Il cartellone di Bagnoli Irpino rafforza la splendida analisi di Franco Genzale ed è emblematico rispetto ad una situazione catastrofica che si vuole spesso presentare tutta rose e fiori solo perché per un massimo di otto, dieci fine settimana all'anno i nostri paesi vengono presi d'assalto da gente di passaggio che alimenta il mordi e fuggi e l'usa e getta.

La verità è che, purtroppo, durante il resto dei dodici mesi in Irpinia non viene nessuno e ciò trova conferma nei freddi numeri dell'Istat i quali certificano che nel 2015 solo 1,5% delle circa 16.000 persone che arrivano ogni giorno in Campania, soggiorna o pernotta in provincia di Avellino.

Mancano decisamente gli attrattori, i motivi per i quali un flusso costante di gente decida per brevi o medi periodi di trattenersi in Irpinia dove continuiamo ad accontentarci della "nicchia", ovvero di qualcuno che viene a trovare i parenti, magari per partecipare ad una festa di piazza, o di chi decide di consumare un pranzo a buon mercato la domenica quando le condizioni lo permettono.

Non si eccipisca che abbiamo delle risorse naturali invidiabili. L'aria buona, l'acqua e le montagne chi vuole le può trovare anche altrove perché in tal senso la natura in Italia è stata generosa un poco ovunque. La verità è nel listino prezzi dinamico di Bagnoli e nei **chioschi del Folletto nell'ultimo mercatino di Natale ad Avellino**.

E' dura ammetterlo ma perdurando questo stato dell'arte non avremo altra scelta se non quella di sperare che l'odore del "Caciocavallo impiccato" continui a tirare.

Il pienone di Ognissanti visto da Nusco



Diciamolo subito, prima che il Pierino di turno si inserisca nei commenti, pur sempre graditi, con insopportabili ancorché involontarie scemenze. Napoli e Salerno (in parte Caserta) hanno attrattive turistiche naturali che l'Irpinia e il Sannio oggettivamente non hanno. Se le costiere amalfitana e sorrentina sono famose in tutto il globo, una ragione deve pur esserci. E poi lì c'è una Storia molto più intensa, e con essa l'arte declinata in tutte le sue forme. Nessuna grande scoperta, dunque, se i flussi turistici anche

dell'ultimo ponte di Ognissanti si sono concentrati in quelle aree, fino a far registrare il tutto esaurito negli alberghi del capoluogo campano ed una eccellente performance nel salernitano.

Ciononostante, Napoli e Salerno non se ne stanno con le mani in mano a campare della rendita assai generosa concessa dal Padreterno, che evidentemente era in gran forma – nei giorni della Creazione – quando diede alle nostre due costiere la “pennellata” molto particolare che le rende esclusive nel mondo. Al riguardo va anzi ricordato che sia Napoli che Salerno, a Storia e bellezze naturali invariate, hanno vissuto periodi di stasi profonda del turismo, sia a causa della crisi economica internazionale che di fattori locali, Napoli soprattutto, che ne avevano offuscato l'immagine agli occhi dei tour operator stranieri.

La ragione che meglio spiega la ripresa del turismo nelle due maggiori città (e province) della Campania è di natura squisitamente politico-amministrativa e va ricercata nella dinamicità e creatività dei governi locali, magari anche solo apparentemente dinamici e creativi. In quest'ultimo senso, l'esempio di Napoli è illuminante. Come ha osservato Paolo Macry, qualche giorno fa sul Corriere del Mezzogiorno, de Magistris fu eletto “per una bandana” e “Da anni sta governando la città con poche risorse”, usandole “con indubbio acume politico...”, “...investendo in operazioni modeste ma simbolicamente efficaci come le piste ciclabili”, e poi “...dalla Coppa America alla Fiera Perpetua di via Caracciolo, ha ricostruito una cartolina urbana gravemente danneggiata dalla crisi dei rifiuti, senza curarsi se fosse di alto o di basso profilo, colta o pop, borghese o plebea”. Ma intanto – scrive ancora Macry – de Magistris “ha 'venduto' risorse ambientali e culturali famose nel mondo. A costo zero”. Detta in altri termini, semplicemente facendo “ammulina”, l'ex magistrato è riuscito a recuperare per Napoli l'antica icona della sua straordinaria bellezza, facendola prevalere perfino sulle scene dei morti ammazzati per mano di camorra nel centro città. Altro sarà la prova di governo con la quale de Magistris dovrà misurarsi, senza più alibi, ora che da Roma sono stati aperti i rubinetti dei massicci finanziamenti del Patto per Napoli: intanto la città pullula di turisti (200mila presenze in quest'ultimo ponte festivo) come non si vedeva da tempo.

Diverso il caso Salerno. Undici anni fa, ad esempio, il Governatore De Luca, allora sindaco, s'inventò “Luci d'artista”. Gli apprezzamenti negativi si sprecarono, il primo cittadino fu perfino accusato di sprecare soldi pubblici, che peraltro pubblici erano solo in minima parte, per autocelebrarsi, quasi per “illuminarsi d'immenso”. Le “luci” di Salerno sono diventate negli anni un modello di attrazione turistica. Quest'anno, a partire dal 5 novembre e fino al 22 gennaio, sono previsti (per difetto) ben due milioni di visitatori: pensate in che misura ne godrà l'economia locale. Si dirà, certo, che Salerno è avvantaggiata dall'attrattiva di un centro storico ricchissimo di offerta gastronomica. Ma in quei “vicoli” una volta c'era poco quanto niente. E non a caso furono vitalizzati proprio dal dinamismo e dalla creatività dell'Amministrazione De Luca (1993), che tra

l'altro ebbe l'idea vincente di ingaggiare, per il nuovo Prg, Oriol Bohigas, l'architetto che ha "restituito" il mare alla città di Barcellona.

L'Irpinia e il Sannio non sono Napoli e Salerno. Ma hanno le loro eccellenze ambientali ed enogastronomiche e la Storia non manca. Ciò che manca, qui, è l'iniziativa "dinamica e creativa". Prendete il centro storico di Avellino. E' dal dopoterremoto che si parla di progetti di rivitalizzazione. Il sindaco Di Nunno intuì la necessità di dare "un'anima" alla città, che significava anche riaccenderne la dinamicità partendo proprio dal cuore antico. Non c'è stata iniziativa, una soltanto, in grado di aggregare gli avellinesi e gli irpini in quel luogo, figurarsi quanto velleitario possa essere il pensiero di portarci turisti quanto meno extra-provinciali. Salvo rare eccezioni, la provincia é la fotocopia della staticità del capoluogo. Da noi l'arte creativa prevalente é quella di inventarsi eventi da capannone, o giù di lì, per arraffare soldi pubblici. Altro che turisti.

Qualche giorno fa, Aldo De Francesco, che è intellettuale di spessore e di consolidata esperienza, ha scritto per il giornale di Gianni Festa un corsivo nel quale, con tagliente ironia, dice d'aver appreso soltanto per caso della manifestazione "**Irpinia Madre Contemporanea**" tenuta l'anno scorso come attrazione turistica e costata 240mila euro di soldi pubblici. E si chiede, da cittadino che paga le tasse, quanti turisti l'evento è riuscito a portare in terra d'Irpinia – non da Milano o Bologna o Roma e manco a pensarci, naturalmente, da qualche cittadina della Germania piena zeppa di irpini emigrati e nostalgici della terra madre contemporanea – ma almeno un mezzo turistico, magari travestito da cinese, proveniente, che so, da San Giorgio del Sannio, da Sant'Agata di Puglia, da Fisciano, non si sa mai la voce si fosse sparsa tra gli studenti universitari. Macché: niente! È quest'anno la "Grande Attrazione" si ripete: stesso nome, qualche paese diverso. Solo l'importo del finanziamento regionale, per fortuna, si è quasi dimezzato: 130mila euro, che pure è bella somma se si consideri che mettendo insieme tutti gli indigeni che seguiranno il calendario di incontri (facciamo turismo con gli incontri?) e qualche serata musicale, un migliaio di persone riusciremmo a contarle.

Che dire? Se almeno i nostri Magnifici si sforzassero di chiedere qualche consiglio a De Luca il salernitano, che se ne intende. O a de Magistris: che magari frigge il pesce con l'acqua, ma ha fatto il pienone di turisti a Napoli ad Ognissanti e già si sta preparando a gustare la replica di Natale e avanti così, sempre più su.