

EXPO 2015: con i Borghi o con la Camera di Commercio?

Vorrei tornare sulla polemica relativa alla partecipazione del nostro Paese all'EXPO 2015, forse da me sollevata senza volerlo alcuni giorni fa, per chiarire perché sia meglio, a mio modesto avviso, parteciparvi con I Borghi più Belli d'Italia anziché con la Camera di Commercio de L'Aquila.

Il marketing territoriale non è sicuramente una scienza esatta ma, pur tuttavia, si basa su approfonditi studi di economia, geografia, storia, sociologia, antropologia, statistica, psicologia, management etc. E', come suol dirsi, una materia multidisciplinare che offre ben precisi paradigmi per l'analisi del territorio e la susseguente definizione e messa in atto di progetti e strategie per il suo sviluppo sostenibile.

Uno dei concetti fondamentali in questo ambito è quello di Identità del Luogo. Molto in breve, un luogo (paese, borgo, località etc.) non è particolarmente "turistico" perché offre delle cose interessanti o belle o uniche (ce ne sono milioni!), ma perché offre una sua Identità che lo contraddistingue e lo rende appetibile perché percepito come "unico e irripetibile", il cosiddetto "Genius Loci", lo spirito di un luogo. Ad esempio Gettysburg (Pennsylvania USA), dove si svolse la cruentissima e forse decisiva battaglia per le sorti della guerra di Secessione Americana, è uno dei luoghi più spogli del mondo, con un monumento, qualche cannone antico e quasi null'altro. Vedere sotto.



Ebbene, incredibilmente, questo è uno dei luoghi di maggiore attrattiva turistica per i nativi USA (statistiche alla mano, cfr. Prof. Niccolò Costa). Ciò che attrae, ovviamente, è la sua identità di Luogo che rappresenta la ritrovata unità nazionale ed il nuovo spirito della nazione, il ricordo della morte dei soldati, di sicuro non la bellezza dei luoghi. Senza Identità sarebbe un "non-luogo", come dice Marc Augè, assolutamente privo di un così forte richiamo.

Direte: ma che c'entra Gettysburg con Scanno e l'EXPO? Presto detto.

Ebbene andare ad EXPO con i Borghi più Belli d'Italia ci identifica con una categoria ristretta e ben definita. Essere presenti insieme ad altri luoghi omologhi fa di Scanno un tutt'uno, una singola e definita località, un preciso Borgo che racchiude tutte le sue peculiarità enogastronomiche, tradizionali, naturalistiche, paesaggistiche etc. L'offerta turistica verrà identificata con il Borgo e non percepita come un insieme di caratteristiche e/o prodotti. Si va nel Luogo Scanno, dove si può sciare, andare in riva al lago, mangiar bene, apprezzare le

tradizioni culturali, ammirare il paesaggio, la natura, il silenzio etc. Non si va a sciare o a mangiare o a Scanno.

Andare con la Camera di Commercio, spero siate d'accordo, non porta alla stessa visione. La CdC è una importante e nobile unione di "imprenditori e commercianti dell'Abruzzo", presente, tra l'altro, su tutto il territorio nazionale, che non identifica un luogo, non lo definisce come contenitore ma, semmai, questo diventa un contenuto dell'associazione, ne fa un "non-luogo", un attributo dei prodotti.

Ad esempio, un centro commerciale che si trovi a Roma, a Milano, a Scanno, a Canicatti (scegliete voi il posto) è un non luogo, è un posto che si presenta nella stessa maniera in qualsiasi parte del mondo, perchè senza alcuna specificità, senza anima, senza unicità, cioè omologato, cioè uguale, cioè "globale" (cfr. Marc Augè, Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité, 1996). Quando si entra in un posto come questo, che sensazione abbiamo? Ci si domanda subito: ma dove sto? Gli stessi negozi, le stesse vetrine, gli stessi ristoranti, lo stesso odore, la stessa musica, tutto è "lo stesso". In cosa differiscono centri commerciali che si trovino a Roma, a Parigi o a New-York? Assolutamente in nulla; e questo è il problema. Sono "globalizzati", cioè l'esatto opposto di "Identitari". Così sarebbe percepito Scanno se presente all'EXPO come parte di una associazione di imprenditori che arrivano da tutto l'Abruzzo o, anche peggio, da tutta Italia. E' soltanto così che chi crede veramente nel suo paese e lo vuol veder rinascere e rifiorire come un tempo lo vorrebbe percepito? E' su queste basi che si vuole ripartire verso un turismo identitario ed eco-sostenibile?

Con la CdC, ad esempio, il formaggio che viene offerto non appartiene al Luogo Scanno ma viene prodotto da qualcuno a Scanno. Con I Borghi, la stessa offerta è altrimenti percepita come: questo formaggio di Scanno è prodotto lì da qualcuno.

Quindi ben venga la partecipazione con la CdC per gli imprenditori Scannesi. Per loro sarà una importantissima vetrina e un modo per far conoscere le loro indubbe capacità e, spesso, straordinarie unicità.

Ma se vogliamo che il Luogo Paese Scanno venga percepito come meta turistica d'eccellenza, con una sua peculiare ed irripetibile Identità e con un suo forte Genius Loci, declinati nelle loro specificità,

si vada con i Borghi.

Domanda: qualcosa impedisce di partecipare con i due "facilitators" contemporaneamente? Ricordiamoci che EXPO 2015 è la più importante vetrina mondiale dell'anno e che due è meglio di uno, che, a sua volta, è meglio di zero (come direbbe Jacques de La Palice).

Gianfredi Pietrantoni