



## Il paradosso del turismo italiano: un petrolio che non sappiamo estrarre

### Descrizione

Il lago di Bracciano â?? Intervista ad Alberto Guidi

Il lago di Bracciano Ã¨ uno dei luoghi piÃ¹ belli del Centro Italia: clima mite dodici mesi lâ??anno, acque pulite, natura rigogliosa, borghi ricchi di storia, gastronomia eccellente. Eppure, come accade in molte altre zone splendide del nostro Paese, il suo potenziale turistico rimane largamente inespresso. Il problema non Ã¨ la mancanza di risorse, ma la mancanza di visione.

Il turismo italiano Ã¨ â??il petrolio del nostro Paeseâ??. Una metafora potente: come gli arabi hanno costruito la loro ricchezza sul petrolio, cosÃ¬ lâ??Italia potrebbe costruirla sul turismo. Con una differenza fondamentale: il petrolio finirÃ , il turismo. Non a caso molti Paesi arabi stanno giÃ investendo massicciamente in cultura, musei, servizi, ospitalitÃ , preparandosi al futuro. Lâ??Italia, che possiede il piÃ¹ grande patrimonio culturale del mondo, un clima unico e una varietÃ paesaggistica irripetibile, continua invece a trattare il turismo come un fenomeno spontaneo, invece che come un settore strategico.

Il lago di Bracciano Ã¨ un esempio perfetto di questo paradosso.

Il movimento turistico del lago Ã¨ quasi interamente legato al fine settimana. Durante la settimana, circoli veloci, camping, ristoranti e stabilimenti sono scarsamente frequentati. Poi arriva la domenica e tutto esplode: traffico, affollamento, servizi sotto pressione. In alcuni casi, per mantenere un livello di qualitÃ accettabile, gli operatori sono costretti persino a mandare via i turisti.

Il turismo straniero, un tempo presente, oggi Ã¨ quasi scomparso: solo passaggi veloci, nessuna permanenza significativa.

Questa dinamica non permette crescita, non crea ricchezza stabile, non sostiene lâ??occupazione. Ã? un turismo â??mordi e fuggiâ?\*, incapace di generare valore.

Il lago di Bracciano Ã¨ diviso tra piÃ¹ comuni, ognuno con le proprie prioritÃ , i propri interessi, le proprie logiche elettorali. Il risultato Ã¨ che non esiste una strategia comune, non esiste un piano turistico integrato, non esiste una promozione internazionale coordinata.

Si organizzano sagre, eventi, manifestazioni: iniziative certamente utili e interessanti, ma concentrate nei weekend, incapaci di distribuire il turismo nel tempo e nello spazio. Il comprensorio non ragiona come unâunica destinazione, ma come un mosaico di piccoli orticelli.

Eppure basterebbe poco: una cabina di regia sovracomunale, una programmazione condivisa, una promozione unitaria allâestero, una rete di servizi coordinata.

Ad esempio il lago soffre di un grave deficit infrastrutturale di trasporto pubblico. La stazione ferroviaria non Ã¨ vicina al lungolago, i collegamenti Cotral sono irregolari, il trasporto privato della ditta Schiaffino non copre le carenze della linea pubblica, le attese sono lunghe, le corse saltano. Per raggiungere Roma o Viterbo, un turista che non viva al centro di Bracciano o vicino la stazione di Anguillara Sabazia, deve spesso aspettare ore. Chi soggiorna in strutture a Trevignano Romano Ã¨ spesso costretto a servirsi del taxi, ovviamente non economico.

Ã evidente che, con questi presupposti, molti visitatori preferiscano altre destinazioni piÃ¹ comode e meglio servite.

Una ciclabile intorno al lago, di cui si parla da oltre trentâanni, e che recentemente sembrava essere ad un passo dalla realizzazione, sarebbe unâattrazione turistica straordinaria: sport, natura, sostenibilitÃ , turismo lento. Invece ne Ã¨ stata realizzata solo una piccola porzione per pochi chilometri, esclusivamente nel comune di Trevignano, e poi abbandonata. La strada carrabile, che dovrebbe essere un percorso panoramico sicuro, tranquillo per turisti che vogliano apprezzare il lago e magari fermarsi per foto ricordo, Ã¨ percorsa da auto che sfrecciano ad alta velocitÃ , senza controlli adeguati.

La costiera romagnola Ã¨ la dimostrazione che non serve avere il paesaggio piÃ¹ bello del mondo per attrarre turismo. Con organizzazione, gentilezza, servizi e visione dâinsieme, la Romagna ha trasformato la costa piÃ¹ anonima dâItalia in un polo turistico internazionale.

Ora immaginiamo cosa potrebbe diventare il lago di Bracciano, o lâintera costiera tirrenica, o quella ionica, o lâArgentario, o la costiera amalfitana, se avessero la stessa capacitÃ di programmazione. Viene la pelle dâoca.

Chi, come gli imprenditori che hanno rilanciato il *Camping Smeraldo*, avendo una pluriennale esperienza in gestione turistica nel sud Italia e nelle maggiori isole. conosce bene il valore del territorio e soffre nel vedere potenzialitÃ enormi sprecate. Il campeggio era una struttura comatosa, riportata alla vita con lavoro, investimenti e visione. Eppure, senza un sistema territoriale forte, anche le realtÃ virtuose rischiano di essere penalizzate.

Quando le cose sono organizzate, quando chi lavora ha competenza ed empatia, tutti ne traggono beneficio: non solo gli operatori turistici, ma ristoranti, musei, negozi, artigiani, servizi. Forse è proprio questo il problema: c'è una miopia gestionale. Il turismo è una ricchezza diffusa, non un privilegio di pochi e purtroppo nessuno se ne prende carico. Ma il turismo è il petrolio dell'Italia. Gli arabi stanno già preparando il futuro, investendo in cultura e servizi perché sanno che il petrolio finirà. L'Italia, invece, possiede un patrimonio enorme e che non finirà nel tempo se curato. Clima, storia, arte, paesaggi attireranno sempre turisti, ma tutto è gestito senza una visione politica lungimirante.

Le attività turistiche attuali che vengono offerte dalle cittadine del lago sono belle, ma rivolte quasi esclusivamente ai residenti. Luoghi cinematografici non sono segnalati né pubblicizzati. Reperti storici dimenticati anche dai residenti, Il turismo straniero, quello che porta ricchezza vera, è quasi assente. Pochi gestori conoscono l'inglese e molti pensano allo straniero come qualcuno da spennare al volo, mai come qualcuno che potrebbe pubblicizzare gratuitamente il territorio, se trattato bene, e magari ritornare.

La speranza è nelle nuove generazioni di amministratori: i sindaci del lago e dintorni sono tutti giovani, hanno energia, hanno potenzialità. Se riusciranno a fare sistema avviano iniziative promozionali nel territorio nazionale e soprattutto quello internazionale, centro e nord Europa sarebbero il target migliore, il lago di Bracciano potrà diventare una delle mete più appetibili del turismo italiano e forse mondiale, con chiaro vantaggio per tutti.

Con il pensiero alto si raggiungono obiettivi elevati. Con il pensiero basso si resta piccoli e dimenticati.

Molti sognano un mondo migliore. Ma il mondo migliore esiste già: è davanti ai nostri occhi, nei luoghi che abitiamo, nelle bellezze che non sappiamo valorizzare, nella gentilezza di chi accoglie con un sorriso nel proprio negozio.

Il lago di Bracciano è uno di questi luoghi. Un patrimonio naturale e culturale che potrebbe generare ricchezza, lavoro, benessere. Un petrolio che non sappiamo estrarre.

La sfida è tutta qui: passare dalla bellezza alla visione, dalla potenzialità alla realtà, dall'orticello al comprensorio.

Solo così il lago potrà diventare ciò che merita di essere. Un luogo da vivere 12 mesi l'anno.

**Riccardo Agresti**