

Ieri, venerdì 8 novembre, nell'Auditorium di Banca Mps a Siena, si è tenuta la seconda iniziativa del ciclo promosso dall'Ordine dei Dottori commercialisti

Tema il turismo come leva positiva per guidare il riscatto del territorio



Tutti i prodotti hanno un ciclo di vita, anche una destinazione turistica di pregio artistico, naturalistico, paesaggistico e culturale come le Terre di Siena. La scommessa è allora quella di gestire il successo puntando sull'autenticità di ciò che abbiamo, evitando che gli stereotipi condizionino le attese e spingano l'offerta ad adeguarsi alla domanda, snaturando i luoghi. E' questa una delle tante interessanti suggestioni emerse ieri, venerdì 8 novembre, nel corso dell'appuntamento dedicato al turismo promosso dall'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Siena.

Ne ha parlato Donatella Cinelli Colombini, presidente del Consorzio del vino Orcia e vicepresidente di Enoteca Italiana, portando un'analisi sui territori del Chianti Classico, tra opportunità e rischi del turismo del vino maturo. "Il turismo - ha detto - cambia i territori quando la forbice fra la capacità di spesa dei residenti e quella dei turisti si fa troppo ampia, ma anche quando tutta la rete commerciale si adatta al turismo". Esempi, anche nei nostri borghi, ce ne

sono, basti pensare a un gioiello come Pienza e alle sue decine di botteghe di pecorino.

Come si fa, allora, per arrivare a un'economia turistica forte e duratura? “La mancanza di una normativa nazionale sul turismo - ha detto l'assessore alle Politiche per il turismo del Comune di Siena, Sonia Pallai - la stiamo scontando tutti: istituzioni, categorie, imprese. La strategia non può farla una città, ma il sistema Paese e il fatto che non ci sia è drammatico in un contesto di concorrenza globale. Il nostro territorio non può competere né sulla raggiungibilità, né sulla novità, né sul prezzo”. Ecco allora che torna l'esigenza di mettere a sistema ciò che abbiamo, valorizzare il nostro patrimonio materiale e immateriale. “A Siena stiamo lavorando per riavvicinare i cittadini alla città, per non disperdere identità e vissuto, perché vogliamo offrire esperienze autentiche. Se costruiamo qualcosa che va bene per i cittadini - ha chiosato Pallai - sarà apprezzato anche dai nostri ospiti”.

Autenticità è un termine che è ritornato spesso anche nell'intervento di Paolo Caucci Von Saucken, professore ordinario di Letteratura spagnola all'Università di Perugia, che ha raccontato la genesi storica del Cammino di Santiago, a confronto con la Via Francigena. “Attenzione a non farla diventare un cammino senz'anima, il rischio di snaturamento e banalizzazione della Francigena è elevato. Prima va rafforzato il percorso come via di pellegrinaggio, poi costruito il prodotto turistico”.

Un esempio isolato di accelerazione dei tempi, accanto ad esperienze e investimenti frenati dalle maglie delle norme e dai vincoli della burocrazia. Uno su tutti, quello raccontato ieri da Roberto Naldi, presidente e amministratore delegato Clovis International, società con azionisti internazionali, che ha acquistato 820 ettari di proprietà tra il comune di Siena e Asciano per farne borghi, casali, vigneti, oliveti, ma anche il centro di eccellenza del Polo più grande d'Europa. Per farlo hanno chiamato Adolfo Cambiaso, il Maradona del Polo, e scommesso sull'obiettivo di portare nel borgo di Presciano, i campionati europei di Polo 2014, con lo skyline di Siena sullo sfondo. Tutto sfumato, perché il progetto di recupero del patrimonio immobiliare, 25 mila metri quadri di casali, è ancora fermo, impantanato tra moltissime difficoltà di carattere burocratico e amministrativo.

