

I TURISTI INVISIBILI

PROGETTI TEORICI E MODELLI REALI - A chi non è capitato al bar, dal barbiere, in edicola o in fila in un ufficio che il discorso cada sulla situazione economica italiana, siciliana, pattese, e che in questo discorrere, durante il quale tutti diventano economisti e governanti, non si trovi spesso, come soluzione per uscire dalla crisi, una sola risposta: il turismo. Ed è opinione diffusa che il turismo a Patti “porti soldi” in estate: in larga parte con i molti che, emigrati, ritornano al paese natò e spendono, diciamo, come “abitanti aggiuntivi”, ma anche con quelli che “transitano” temporaneamente per Patti, diretti al Santuario del Tindari e/o agli scavi archeologici ed al teatro greco. Ci sono infine alcuni turisti che vengono per alcune settimane sul litorale pattese e vi risiedono occupando case in affitto, campeggi, bed & breakfast ed alberghi.

Anche i programmi elettorali, con cui nel 2011 i quattro candidati a sindaco si erano presentati agli elettori pattesi, erano tutti concordi nell’individuare nel turismo un elemento essenziale dello sviluppo: turismo culturale, archeologico, religioso, paesaggistico, estivo, di ritorno e via distinguendo, ma con la comune caratteristica di attirare visitatori per incrementare i flussi di denaro destinati alle strutture pubbliche ed alle attività private (ricettive, ricreative, della ristorazione, artigianali e commerciali) legate a questo settore dell’economia.

A questo punto, però, è necessario uscire dalla dimensione del discorso generico ed analizzare in maniera più seria il problema e le sue soluzioni, perché il turismo può essere una grossa risorsa per il paese di Patti solo a condizione di una scelta chiara sul tipo di turisti che si vogliono attirare e sul modello che si vuole seguire. Cerchiamo di spiegarci meglio analizzando tre possibili modelli: la Sardegna, la Romagna, la macro area Umbro-Toscana.

Per **modello Sardegna** (nella foto accanto: la Costa Smeralda) intendiamo quello legato ad un turismo d’elite, attirato con porticcioli adeguati e strutture alberghiere di alto livello, oltre ad un corollario di iniziative, intrattenimenti e spettacoli



adeguati alle possibilità di spesa ed alle preferenze di questi “consumatori”, di provenienza spesso internazionale.



Il **modello Romagna** (qui accanto Cattolica) è quasi il suo opposto: spiagge attrezzate, piccoli alberghi da due a tre stelle, insomma il tentativo di coniugare una qualità di medio buon livello con prezzi accessibili ed offerte diversificate, in modo che l’intera costa possa assorbire dalle famiglie ai gruppi di giovani e giovanissimi, svariando all’interno del consumo di massa da discoteche di grido a parchi tematici.

Vi è quindi il **modello Umbro-Toscano**, (nella foto a destra il centro storico di Spoleto) che fotografa un turismo sorto intorno ai piccoli borghi medievali che, sapientemente ristrutturati, sono diventati “musei aperti”, set ideali per riprese televisive e *fiction*, luoghi perfetti per il relax e la quiete. Anche qui l’offerta è molto elastica e va dai B&B, fino ai 4 stelle, passando per gli agriturismo immersi nelle campagne circostanti.



Ognuno di questi modelli comporta delle scelte ed ogni scelta richiede che venga sacrificato, almeno inizialmente, un altro possibile tipo di sviluppo.

QUALE MODELLO PER PATTI? - Il nostro paese ed i suoi amministratori si trovano quindi a dover scegliere: se il turismo e la ricezione vengono individuati come unica risposta per lo sviluppo economico, è chiaro che non si possa pensare di vivere con quello che si ricava (ottimisticamente) nei tre mesi estivi. Sembra dunque chiara la necessità di dotarsi di infrastrutture mirate ad incrementare un'offerta duratura, ospitando ad esempio convegni, festival ed iniziative culturali o sportive anche in altri periodi dell'anno.

Se il modello Sardegna sembra impraticabile, perché sarebbe necessaria un'opera di *marketing* e di creazione di infrastrutture, che presuppone investimenti ingenti, difficilmente realizzabili in questo periodo di crisi, ci sembra più proponibile concentrarci su un modello che stia nel mezzo tra gli ultimi due da noi indicati, sfruttando le peculiarità del territorio pattese.

Sarebbe necessario, per quanto riguarda il litorale, fare una scelta precisa, destinando un'area alle **barche di piccolo cabotaggio**, per la quale privilegiare progetti ad impatto minimo, ed attrezzando le spiagge per la ricezione del **turismo familiare**. Per fare ciò chiaramente non bastano i due-tre lidi organizzati su iniziativa privata, ma è necessario attrezzare e pulire le spiagge pubbliche, coordinare chi offre strutture ricettive, educare ad una cultura dell'accoglienza, che tenda a fidelizzare il turista, non a spremere per una sola stagione. Una scelta più decisa va fatta anche per conciliare il turismo giovanile (discoteche, concerti, locali ad apertura prolungata) con un turismo familiare che richiede anche riposo e ritmi più diurni, scegliendo con



oculatezza luoghi e tempi circoscritti e coniugando la tranquillità con il classico divertimento balneare.

A questo turismo occorre anche far conoscere i prodotti del territorio, in particolare l'artigianato e l'enogastronomia, ed i beni archeologico-culturali del paese, partendo naturalmente dalla valorizzazione della Villa romana (nella foto accanto) e degli scavi archeologici di Tindari, attraverso visite guidate e *tour* organizzati a scadenze regolari. Sarebbe necessario inoltre incentivare, almeno per il periodo estivo, il noleggio di motorini e



biciclette per i più giovani ed il trasporto pubblico a pagamento, con navette che almeno ogni quattro ore colleghino il mare al Centro Storico, inserendo una fermata nei pressi della Villa romana: ciò semplificherebbe ai turisti gli spostamenti, invogliando anche coloro che per le vacanze partono senza l'auto. Premessa inevitabile, però, di questa possibilità di spostamento è la creazione (e la manutenzione!) di una rete viaria comunale ed intercomunale efficiente, che renda facilmente raggiungibili anche gli agriturismo e le aziende enogastronomiche dislocati nell'entroterra, oltre a servire in modo finalmente adeguato tutte le frazioni collinari.

Ma questo modello presupporrebbe ancora di poter attirare turismo solo nella bella stagione, mentre abbiamo già detto che ciò non basta per la crescita economica del territorio. Il secondo ramo del nostro discorso riguarda perciò la **rivalutazione del centro storico**, un passo che per tutte le amministrazioni di Patti sembra impossibile da compiere. Eppure a ben vedere non è così complesso. La parte vecchia di Patti, che dalle salite intorno a Piazza Marconi si inerpica fino alla Cattedrale, attraverso tipiche piazzette e stradine, rappresenta una risorsa da non sottovalutare. Si potrebbero usare quelle case per un'accoglienza diffusa o un nuovo modo di abitare, invece di stare sempre a



Ma questo modello presupporrebbe ancora di poter attirare turismo solo nella bella stagione, mentre abbiamo già detto che ciò non basta per la crescita economica del territorio. Il secondo ramo del nostro discorso riguarda perciò la **rivalutazione del centro storico**, un passo che per tutte le amministrazioni di Patti sembra impossibile da compiere. Eppure a ben vedere non è così complesso. La parte vecchia di Patti, che dalle salite intorno a Piazza Marconi si inerpica fino alla Cattedrale, attraverso tipiche piazzette e stradine, rappresenta una risorsa da non sottovalutare. Si potrebbero usare quelle case per un'accoglienza diffusa o un nuovo modo di abitare, invece di stare sempre a

caccia di nuove aree edificabili per grandi condomini, i cui appartamenti restano spesso invenduti, e per centri commerciali che diventano vuoti fantasmi minacciosi, come quello di contrada Rasola.

Si potrebbe favorire la nascita di botteghe tipiche o rivendite di prodotti locali, in zone centrali facilmente accessibili per la cittadinanza e “immerse nella storia” per i turisti. Se, infatti, come recita spesso il *marketing*, ormai in Italia non si vende più un singolo prodotto ma “una storia”, sarebbe molto più facile per Patti vendere i propri prodotti accompagnandoli con la propria, (ricchissima) storia. Basti pensare all’industria delle ceramiche, per la quale siamo sicuri che qualsiasi *show room* avrebbe più *appeal* in un borgo medievale che in una sperduta zona industriale.

Certo bisognerebbe trovare soluzioni pratiche: senza arrivare alle provocazioni di Sgarbi che da sindaco di Salemi ha venduto le case diroccate ad un euro, si potrebbe spingere (con lo sgravio dell’Imu ed un’opera seria di infrastrutturazione, anziché con prestiti bancari poco accessibili) i proprietari a ristrutturare le case del centro storico, mantenendo però le peculiarità che rendono storicamente apprezzabili molte facciate; si potrebbe fare educazione per tutta la cittadinanza al mantenimento del bene comune, creando innanzitutto spazi pubblici attrezzati e reprimendo quindi i comportamenti sbagliati (dal buttare una carta per terra al vero e proprio vandalismo).

Ma bisogna anche dire che era risibile (e non a caso ha fallito il proprio obiettivo) un progetto come quello del Paese Albergo, con le sue circa 400 domande per creare B&B e posti letto: come dire il paradosso di creare l’offerta senza che esista la domanda.

I PICCOLI EVENTI E LA PUBBLICITA’ - Il centro dell’idea, al contrario, dovrebbe essere proprio quella di creare la domanda di alloggi in quell’area: innanzitutto rivitalizzandola, attraverso occasioni giornaliere di incontro, create dall’avvio di piccole attività (mercatini rionali, botteghe dell’artigianato tradizionale, negozi dei prodotti alimentari locali, osterie tipiche, centri sociali di rione, centri musicali o teatrali) ed il recupero delle vecchie abitazioni per l’edilizia popolare, destinata con incentivi a giovani coppie, la cui sola presenza, accanto alle attuali presenze extracomunitarie, eliminerebbe il rischio di creare un ghetto razziale, ricostituendo quella multiculturalità, tipica da sempre della cultura siciliana.



Basterebbe poi che un ufficio stampa ben organizzato si muovesse tutto l’anno per stringere contatti con i giornalisti delle principali riviste turistiche e dei programmi tv, per far conoscere il territorio e la storia di Patti (e non stiamo pensando ad indistinti slogans, buoni per qualsiasi area mediterranea ed infarciti di vaghe reminiscenze mitologiche o falsamente ricostruiti a proprio vantaggio da singole aziende, ma ad una ricostruzione storica ed archeologica scientificamente fondata, degna di una realtà complessa ed interessante come quella pattese. Si potrebbero chiedere inoltre

contributi e sponsorizzazioni a tutti coloro che vogliono promuovere prodotti, strutture alberghiere ed iniziative imprenditoriali, in una logica di collaborazione pubblico e privato che non favorisca i soliti noti, in attesa di finanziamenti pubblici sotto forma di collaborazioni esterne, consulenze, o aiuti di varia forma, ma i meritevoli, in particolare coloro che già hanno avuto il coraggio imprenditoriale di avviare un’impresa.

La ricetta, certo non di comoda eseguibilità, prevede, quindi, un mix di iniziativa privata e di appoggio pubblico, che, puntando chiaramente su due direttrici (rilancio del retaggio storico culturale e razionalizzazione del turismo sul litorale) porti ad uno sviluppo



omogeneo ed uniforme del territorio, superando la logica della lottizzazione e del favore personale, per lasciare il posto ad una vera imprenditorialità: la sola che può far ripartire un territorio depresso.

I DATI E GLI INTERESSI DIVERSI - In base alle rilevazioni effettuate dalla Camera di Commercio di Messina dal 2004 al 2008 le strutture ricettive a Patti sono aumentate (in rapporto alla popolazione media residente) del 15,4 ed il numero di letti messo a disposizione del 3,9. Nello stesso periodo, però, la presenza nel nostro paese dei turisti italiani è calata di un buon -7,8 e non è stata compensata dal leggero aumento delle presenze straniere (+1,9), attratte soprattutto dalle strutture non alberghiere. In termini assoluti, nel 2010 le imprese attive nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione erano a Patti 85, inferiori alle 318 di Taormina (a cui vanno aggiunte le 165 di Giardini Naxos) ed alle 247 di Lipari, i due centri più attrattivi per il turismo della nostra provincia, e al di sotto delle 195 di Milazzo ed alle 131 di Barcellona, i due centri più popolosi della stessa area, ma vicine alle 93 di Capo d'Orlando e superiori alle 61 di Gioiosa Marea. Non mancano di certo, dunque, a Patti né le strutture alberghiere né le altre forme alternative di accoglienza. Mancano invece i turisti che le utilizzino e che si fermino per un certo tempo.

A fronte di questi dati parlavamo della necessità di incrementare la domanda, prima di finanziare ancora un ampliamento dell'offerta. In un paese, però, in cui gran parte delle imprese sopravvissute sono quelle edili ed in cui buona parte della ricchezza è ancora quella terriera ed immobiliare, gli interessi economici privati di questi gruppi prevalenti finiscono spesso con l'indirizzare gli investimenti turistici verso la costruzione di villaggi o di case-vacanza, la progettazione di porticcioli, la riconversione di vecchie ville e di casali in *bed and breakfast* ed agriturismo, la ristrutturazione degli antichi palazzi del centro storico a fini di ricettività alberghiera o l'edificabilità di nuove aree, finora sottratte dal Piano Regolatore Generale all'inarrestabile tendenza alla proliferazione immobiliare fine a se stessa.



Tutti questi investimenti sono senza dubbio pertinenti con il tema, ma affrontano il problema dalla fine, dalla sistemazione dei visitatori, slegandolo da una seria analisi dei flussi turistici ed esponendolo al rischio di puntare su progetti non realizzabili, a causa della particolare fase economica, o non remunerativi sul mercato, diventando (se e quando vengono realizzati), semplice accumulo di rendita immobiliare. Non bisogna dimenticare, infatti, che quanto più si cementifica, tanto più si degrada il patrimonio paesaggistico e storico, allontanando sempre di più i turisti (nella foto accanto, Porto Rosa).

Accanto a questi grandi interessi c'è poi la pletera di quelli minori (ma non meno egoistici) di chi parla di bene pubblico e pensa al vantaggio privato, alla piccola furbizia di accaparrare anche i più modesti finanziamenti, al di fuori di qualsiasi serio discorso di imprenditoria e di programmazione.

Per chiudere il nostro discorso con un tema per noi essenziale, cerchiamo di spiegare quali vantaggi, invece, potrebbero trarre da un turismo inteso come lo abbiamo proposto prima quegli invisibili, che non possiedono grandi patrimoni immobiliari, ma aspirano a lavorare con regolarità, ad ottenere una migliore qualità dei servizi pubblici ed una maggiore vivibilità dei loro quartieri.

Se il turismo lo si intende, infatti, non come una mercificazione del proprio territorio, ad opera di imprese che mirano a massimizzare i loro profitti, spostandosi poi in altre aree o incassando una pura rendita immobiliare, ma lo si concepisce come scambio di conoscenza e di modi di vita tra persone lontane, o allontanatesi ormai da molto tempo, è evidente che solo il recupero della propria identità storica può consentire di offrire qualcosa al visitatore esterno. Ed ancora solo la quotidiana riqualificazione degli spazi urbani, la cura dei beni e dei servizi pubblici, la creazione di un abitato a misura d'uomo e delle sue esigenze di socializzazione può costituire una realtà piacevole ed attraente anche per chi viene a conoscerla da altri paesi.