

# Anci Calabria, turismo lento: la Calabria non perda la sua occasione



Enogastronomia, parchi, laghi, terme, borghi, itinerari naturalistici, patrimonio montano. Rappresentano, questi, i segmenti turistici che insieme ai corrispondenti flussi di visitatori, interni ed internazionali, hanno fatto registrare in Italia negli ultimi anni i maggiori incrementi percentuali.

Dopo il 2016 anno dei Cammini, il 2017 anno dei Borghi ed il 2018 anno del Cibo, il 2019 è stato dichiarato dal **MiBACT ANNO NAZIONALE DEL TURISMO LENTO**. E se c'è una regione che, nonostante i ritardi ormai accumulati, non poteva e non può permettersi di perdere questa straordinaria occasione è la Calabria. – È quanto ha dichiarato il **Presidente di ANCI Calabria Gianluca CALLIPO** intervenendo all'evento dal titolo **LA DIMENSIONE GLOCAL DEL TURISMO**, ospitata stamani (giovedì 6 giugno) nel Santuario di San Francesco di Paola nell'ambito del quale è stata presentata ufficialmente la nuova edizione della rivista settoriale di **TERRADAMARE**, il consorzio di specialisti del turismo che da anni lavora alla promozione del territorio.

**CALLIPO** ha sottolineato la necessità non più dilazionabile di **porre al centro dell'agenda politica regionale la questione strategica dei turismi e della reale competitività dei territori calabresi** rispetto alle mutate esigenze, alle caratteristiche ed ai documentati trend internazionali del

nuovo viaggiatore contemporaneo. La cui motivazione – ha scandito – non è più dettata dalla ricerca di una destinazione turistica, tanto meno esclusivamente balneare, ma di una esperienza unica ed irripetibile, locale, eco-sostenibile e responsabile. Questa terra – ha proseguito – aveva ed ha tutte le carte in regola per concorrere da protagonista nel mercato nazionale e globale dei turismi, soprattutto quello slow, quello lento. A patto che, come è scritto nel **Piano Strategico nazionale del Turismo 2017-2022**, tutti gli attori della governance regionale, pubblico e privato dimostrino di essere all'altezza delle proprie eccellenze. E consapevoli della capacità attrattiva del diffuso patrimonio identitario distintivo custodito in tutte e cinque le province calabresi.

Più di altre regioni, infatti, per il substrato di dominazioni storiche succedutesi e per la sua particolare conformazione geomorfologica, la Calabria può disporre e vantare oggi di un scrigno notevole di cosiddetti marcatori identitari distintivi: dalla biodiversità agroalimentare alla diversità e fruibilità quasi contestuale di differenti paesaggi; dall'eredità architettonica, urbanistica ed archeologica agli eventi della tradizione che, comune per comune, la rendono potenzialmente attrattiva 365 giorni l'anno e rispetto a target di viaggiatori con elevato potere di spesa media quotidiano (150 euro al giorno il turista enogastronomico!). È tutta qui la vera sfida della dimensione globale dei turismi: nel mondo globalizzato il valore della geografia e delle identità locali è leva strategica insuperabile.

Serve però – ha aggiunto il **Presidente ANCI** – un **diverso piano strategico di marketing territoriale** e diffuso dell'intera regione, territorio per territorio, finalizzato a riposizionare, all'interno ed all'esterno della Calabria, la percezione stessa della nostra capacità di attrazione e ricettività turistica che non può più continuare ad essere vista e venduta, anzi svenuta, solo ed esclusivamente come balneare. Sia perché non è così. Sia perché il segmento del

turismo balneare in tutte le rilevazioni e indagini viene misurato ormai come quello che cresce di meno e che lascia sempre meno reddito sui territori ospitanti. Sia, soprattutto, perché sulla sola offerta balneare la Calabria e la stessa Italia subiscono la concorrenza di altre regioni in Europa e nel mondo. Cioè non siamo più competitivi.

Anche con la collaborazione di **ANCI**, nel 2017 il **Mibact** ha realizzato la prima mappatura ufficiale dei cammini d'Italia (<https://www.turismo.politicheagricole.it/home-cammini-ditalia/>), un contenitore di percorsi e itinerari pensato come una rete di mobilità slow. Mutuando lo stesso metodo e con la stessa mission – ha concluso **CALLIPO** – tra gli obiettivi di rilancio strategico dei turismi regionali dovrebbe esserci, sotto impulso ed egida della Regione Calabria, l'avvio di una mappatura straordinaria, territorio per territorio, di tutto ciò che distingue e può potenzialmente attrarre segmenti diversi di potenziali viaggiatori, italiani ed internazionali.

Per iniziare ad acquisire la necessaria consapevolezza interna di cosa si può realmente offrire rispetto all'attuale domanda turistica globale e, sull'esempio di quanto già avviene in altre regioni, pianificare precise azioni di comunicazione turistica regionale all'interno delle quali guidare e supportare progetti ed interventi dei singoli comuni.