

La Giusta Rotta

Il Forum Rotary sulla Rotta dei Fenici del 10 Marzo scorso, che ha visto l'adesione ufficiale dei Comuni di Fermo e Porto San Giorgio all'organizzazione del Consiglio d'Europa, ha segnato un importante passo nella definizione di una visione strategica del nostro sviluppo turistico.

Una strategia comporta delle scelte ed impone coerenza. Noi siamo un territorio piccolo, lontano dall'asse Venezia-Firenze-Roma-Napoli, con infrastrutture d'accesso limitate, scarsa recettività, specialmente hoteliera, e bassa cultura specifica nel settore.

Per competere con le grandi attrazioni già "codificate" nei flussi internazionali dobbiamo giocare la carta del **turismo esperienziale**, fatto di "sentirsi a casa", di piccoli numeri e attenzione personalizzata, di emozioni profonde e ascolto delle persone e del patrimonio. Il nostro turismo deve essere l'assaporare "lento" di una tradizione millenaria che è vita e che ha lasciato tracce feconde fino all'oggi. Il racconto del territorio dovrebbe essere affidato ai suoi abitanti e operatori più che a cataloghi e siti web.

Il primo grande contributo della Rotta dei Fenici, sul piano culturale, è collocare questa tradizione nella cornice mediterranea, nell'incessante scambio che nei secoli ha plasmato la civiltà occidentale: questo può dare grande respiro alla nostra offerta turistica, inserendola in una prospettiva più ampia. La Rotta, inoltre, fornisce ai partner una rete consolidata di relazioni (con musei, enti di ricerca, istituzioni ecc.) e l'accesso a modelli di governance e *best practice* che possono farci guadagnare molto tempo.

Vorrei proporre qui un quadro di sintesi dei nostri "asset" rilevanti per la Rotta e sui "prodotti" turistici da che ne possono scaturire. Infine alcune considerazioni sul sistema di "governance", che non può che essere reticolare e plurale, e ha bisogno di forti "motori" nell'attivazione e manutenzione delle connessioni.

La tabella che segue si sofferma (per accenni) sui due primi aspetti. Per "Fermo" intendo tutto il suo territorio, dal mare alla montagna.

Asset	Prodotti (siti, percorsi, cibo, laboratori, mercati, storie ecc.)
Fermo Arcaica	I miti della Sibilla (fino al Medio Evo); Le Comunanze Montane e le Civiltà Matriarcali (Joyce Lussu); la geologia dei Sibillini (fossili e calanchi)
Fermo Picena	I siti di Belmonte e Torre di Palme (<i>Experience Centers</i> non raccolte incomprensibili di pezzi); il Museo Archeologico Fermano (Fontevicchia). Gli interscambi con il mondo greco antico.
Fermo Romana	L'evoluzione della Città Romana (studi dell'ArcheoClub); le Cisterne; Il Teatro di Falerone; le Centuriazioni e le loro tracce (cammini). Il vino Palmense.
Fermo Medievale	I Borghi e i Castelli (itinerari). Le rievocazioni storiche. La formazione del paesaggio.
La Fermo degli Ordini Religiosi	Le Abazie Farfensi e il loro modello produttivo; i siti ed i cammini Francescani; I Domenicani
Fermo Papalina	Papa Sisto; Il Card. Azzolino e la Regina Cristina di Svezia
Fermo Rurale	Le transumanze (cammini); le tradizioni contadine (rete dei musei); il dialetto; le razze e piante autoctone
Fermo Nobiliare	I Palazzi Patrizi (itinerari)

Fermo Industriale	Il Montani, il MITI e le Officine, la calzatura ed il cappello (gli outlet)
Fermo Città di Mare	I legami con Venezia, le tradizioni marinare, i rapporti con la Croazia, il Porto Turistico, Il Museo del Mare a P.S.Giorgio
Fermo Città della Musica	L'Aquila e la rete dei Teatri Storici; il Conservatorio, Il Premio Postacchini, I Festival Musicali

Su tutti gli Asset occorre investire molto non solo sulla ricerca storico-scientifica ma anche sulla traduzione e disseminazione dei suoi risultati al livello più ampio possibile, in formati accessibili e multimediali. I Fermani dovrebbero essere i primi a poter raccontare il loro territorio, a cominciare dagli operatori turistici da formare opportunamente. Dovremmo anche investire, nel lungo, su materiali didattici per le scuole dell'obbligo che complementino i corsi di storia con riferimenti e agganci alle vicende locali.

L'offerta dei ristoranti andrebbe arricchita e argomentata (anche dalla stessa voce dei ristoratori) con riferimenti alla Dieta Mediterranea (studiata Montegiorgio per la prima volta) e alla genesi ambientale e storica delle tipicità locali. Tipicità ha dimostrato inoltre che è possibile far interagire la tradizione con l'innovazione dei grandi chef.

Il turismo "lento" ha bisogno di percorsi di trekking ben segnalati (le App della Fondazione Merloni sugli Appennini sono un ottimo esempio), ciclovie, ostelli, maggiore disponibilità di alloggi temporanei (nella ricostruzione dei borghi collinari si dovrebbe tener conto di questo) guide o trasporti locali "a chiamata".

La comunicazione deve venire dal basso. Scordiamoci i Tour Operator (per loro siamo numeri insignificanti) o le Borse del Turismo. Facciamo diventare chi ci visita il testimone (online) del nostro territorio, secondo l'esempio e gli strumenti tecnici messi a punto dall'International Student Competition, organizzata Università di Macerata. Ogni esperienza turistica sul territorio, ogni evento culturale dovrebbe diventare un'antenna trasmittente. Ciò non accade spontaneamente.

Un programma così ambizioso necessita di risorse certe e continue negli anni. Prima di tutto di una chiara e condivisa visione a livello politico, specie dei Comuni più grandi. Al Forum abbiamo visto segnali interessanti.

Ma occorre di più: coordinare gli investimenti culturali degli enti locali; spingere insieme per le infrastrutture (ad es. le ciclovie) e rafforzare Marca Fermana ben oltre i miseri 100 mila euro di budget attuali, cambiandone la missione verso un coordinamento reale del sistema degli stakeholders, interni ed esterni al sistema turistico locale. Ci vuole qualcuno che pensa, progetta, forma ma anche che sta lì a creare rapporti, a smuovere le resistenze, a consolare gli afflitti. Le reti infatti funzionano quando la gente si conosce e ha provato e riprovato ed imparato a fidarsi.

Luca Romanelli

11 Marzo 2019