

Un libro, un caso

a cura di **Monica Mattioli**

# Se il turismo perde smalto meglio il «modello Ikea»

Perché gestiamo male un'industria fondamentale, l'analisi di Lorenzo Salvia

**U**na volta meta del grand tour, oggi l'Italia è un paese che rischia di fare la fine della Mecca: un posto in cui si va una volta nella vita e poi, «obbligo assolto, animo in pace». Tra il 2004 e il 2014 l'Italia è scesa dal primo al diciottesimo posto nel «Country brand index», che misura l'appeal di un paese nella percezione dei viaggiatori internazionali. Il turismo in Italia è, comunque, un'industria nazionale: vale 160 miliardi di euro (un decimo del pil) e copre più dell'11% della forza lavoro. Ma è

«un'industria che funziona male, proprio perché non pensiamo che sia un'industria». Lo sguardo di Lorenzo Salvia è attento alla realtà internazionale e aperto al confronto. Senza pregiudizi, spiega «come diventare il villaggio turistico del mondo e uscire dalla crisi»: l'idea vincente non è la trasformazione del Bel Paese «in una grande Eurodisney», ma la «ri-conversione» dell'economia verso un obiettivo «che non è fatto solo di alberghi e monumenti». La nuova rivoluzione industriale sarà guidata dal tu-

rismo. Le risorse ci sono: è il momento di sfruttarle al meglio. Magari agevolando l'intervento dei privati, capaci di fare «quello che il pubblico spesso non riesce nemmeno a pensare». Riconoscere che «la mano pubblica non potrà mai prendersi cura di tutto il nostro patrimonio» non significa sven- dere (e neanche vendere) pezzi del patrimonio culturale, né sottrarre allo Stato la tutela dei beni culturali, la vigilanza sulla loro conservazione, il controllo sul loro utilizzo. Per scongiurare la «beffa di Starbucks» (le

caffetterie americane che imitano «il grande spettacolo che va in scena in ogni caffè d'Italia»), Salvia consiglia di applicare la «regola di Bernstein» (invece di indignarsi per un applauso in scena al momento sbagliato, gioire per la presenza in sala di uno spettatore nuovo), di non snobbare il «modello Ikea», di consolidare la web reputation, di rendere concreta l'idea di smart city, di riappropriarsi dell'italian sounding. In nome della cultura.

[momatt@iol.it](mailto:momatt@iol.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lorenzo Salvia  
**RESORT ITALIA**  
Marsilio,  
162 pagine,  
17 euro

