

IL LIBRO**Resort Italia, come uscire dalla crisi trasformando il Paese in villaggio turistico**

Un saggio del giornalista pescarese Lorenzo Salvia propone la cura anti-recessione «Siamo stati la quinta potenza industriale, ma quel Paese è sparito per sempre...»

«Mentre Abu Dhabi costruisce il più grande museo del mondo noi d'inverno **chiudiamo il Colosseo** alle 4 e mezza del pomeriggio»

Uscire dalla crisi economica puntando sul turismo. La ricetta non è nuova, ma spesso chi la propone non va al di là della sua mera enunciazione. Non è il caso di Lorenzo Salvia, 44 anni, pescarese, giornalista del Corriere della Sera che a questo tema ha dedicato un libro appena pubblicato da Marsilio (162 pagine, 17 euro) intitolato «Resort Italia. Come diventare il villaggio turistico del mondo e uscire dalla crisi». Il turismo è il migliore degli export possibili, è la tesi di Salvia: l'unico comparto del Made in Italy che lascia da noi non solo il marchio ma anche la produzione, i lavoratori e gli stipendi. Da sola, però, la nostra "gran-

de bellezza" non è sufficiente a garantirci il successo. È arrivato, secondo Salvia, il momento di passare dal "museo deposito" al "modello Ikea", per coltivare quella dimensione industriale del turismo e della cultura che finora abbiamo ignorato. Pubblichiamo due passi del capitolo iniziale del libro, «L'Italia che non c'è più». (g.d.t.)

Viviamo in un Paese che non esiste più. Non ce ne siamo ancora accorti, non abbiamo ancora elaborato il lutto: come quando perdi una persona cara e non ti vuoi arrendere, quando continui a sentire il suo odore in casa e pensi che prima o poi tornerà. E' vero, siamo stati la quinta potenza industriale, siamo stati un modello per il mondo intero. Ma quel Paese è sparito per sempre. Inutile aspettarlo la sera a casa, inutile far finta che tutto tornerà come prima. Quel Paese, purtroppo, è morto. Amen. Sono passati già dieci anni da quando il sociologo Luciano Gallino parlò di Scomparsa dell'Italia industriale, raccontando come abbiamo lasciato fuggire via interi settori produttivi. Era solo l'inizio, quello, doveva ancora arrivare la grande crisi che tuttora ci accompagna e non se ne vuole andare. Dal 2001 le nostre fabbriche hanno perso ol-



Lorenzo Salvia



tre un milione di posti di lavoro. Stanno evaporando anno dopo anno, mese dopo mese, giorno dopo giorno. La politica ha il dovere di frenare questo processo. Ma le sue ragioni sono strutturali e fare un'inversione a U lungo il corso della storia sarebbe un'illusione. Il declino è cominciato con la grande industria che ha chiuso per fine assistenzialismo di Stato, riducendo ai minimi termini settori come la chimica e l'auto. Poi è rotolato giù verso le piccole e medie imprese, che hanno delocalizzato o chiuso bottega per il costo del lavoro troppo al-

to e una burocrazia tenacemente borbonica. Il costo del lavoro si può ridurre, certo. Ma non bisogna arrivare fino in Cina per misurare la distanza che ci separa dal resto del mondo. In Turchia, appena 1000 chilometri da noi, un operaio costa otto volte meno che in Italia. (...) Dalla meccanica alla farmaceutica, dalla mecatronica alle bioingegneria, le aziende italiane restano le prime al mondo. Ma spesso sono costrette ad andare all'estero per trovare quelle commesse che da noi non arrivano più. Colpa dei tagli a tutte le spese possibili, colpa dell'austerità che ha sostituito la politica industriale. Ma soprattutto colpa del vento dell'economia mondiale, che soffia da tempo in direzione ostinata e contraria. La globalizzazione, cioè la caduta di quei muri che dividevano il mondo in compartimenti più o meno stagni,

 **Diventare il villaggio turistico del mondo significa riconvertire l'economia verso un obiettivo che non è fatto solo di alberghi e monumenti ma di molto altro ancora**

ha esasperato la divisione internazionale del lavoro. Dalla regola del tutti fanno tutto siamo passati alla regola dell'ognuno fa una cosa. Possibilmente quella che gli riesce meglio. La Germania vende ovunque le sue Mercedes, la Svezia ha invaso le case di mezzo mondo con le librerie Billy e il suo design democratico. La Cina esporta

di tutto perché ha un costo del lavoro così basso da essere di per sé un'eccellenza. La nostra eccellenza, invece, sta nell'Italia stessa: i nostri monumenti, i nostri paesaggi, la nostra cultura e la nostra tavola. La nostra storia. Ma per anni il Paese del turismo si è voltato dall'altra parte. E mentre Abu Dhabi si prepara alla fine del petrolio co-

struendo il più grande museo del mondo, noi d'inverno chiudiamo il Colosseo alle 4 e mezza del pomeriggio. Sempre che non ci sia sciopero.

«Perché diventare il villaggio turistico del mondo».

Diventare il villaggio turistico del mondo non vuol dire trasformare l'Italia in una grande Eurodisney dove tutti girano in infradito, canottiera e bastoncino per il selfie. Anzi, è l'esatto contrario. Significa riconvertire la nostra economia verso un obiettivo che non è fatto solo di alberghi e monumenti ma di molto altro ancora. Turismo non è solo tenere aperto il Colosseo con orari diversi rispetto a uno sportello della Motorizzazione. E' anche riconoscere che la mano pubblica non potrà mai prendersi cura di tutto il nostro patrimonio. Spiegare a chi parla di "svendita dei gioielli di famiglia" che è meglio tirar-

 **Bisogna far girare le persone in quel grande museo diffuso che è il nostro Paese dallo sperduto oratorio di Bominaco in Abruzzo al piccolo borgo**

di PICCOLO DOGGO di Corciano in Umbria

li fuori dai cassetti del salotto, prima che vadano in malora. Turismo è portare le persone oltre il solito triangolo Roma-Firenze- Venezia, farle girare in quel grande museo diffuso che è il nostro Paese, dallo sperduto oratorio di Bominaco, in Abruzzo, al piccolo borgo di Corciano, in Umbria. E anche pensare a una dimensione non solo monumentale. Se nel Regno Unito vanno di moda i tour per assaggiare le birre prodotte nelle diverse zone del Paese, cosa potremmo fare noi con i nostri vini, con la pasta, con la moda o il design? Dentro il turismo, poi, ci sono pezzi importanti dell'economia "classica", come gli aeroporti o le ferrovie, come il trasporto urbano e la qualità della vita nelle città. Non si tratta tanto di chiudere le fabbriche, ma di tenere in attività quelle che servono davvero e aprirne di nuove. In questi anni di crisi le uniche aziende rimaste in piedi sono quelle che hanno puntato sui mercati stranieri, sull'export. E il turismo è il miglior export possibile. Perché vende all'estero, ma ha un grande vantaggio rispetto al resto del made in Italy. Da noi lascia non solo il marchio ma anche la produzione, anche i lavoratori, persino gli stipendi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un particolare degli affreschi dell'oratorio di San Pellegrino a Bominaco in provincia dell'Aquila