

## RESORT *Non ci resta che esportare turismo*



**RESORT ITALIA**  
**di Lorenzo Salvia**  
Marsilio  
149 pagg., 14,45 euro

di Virginia Della Sala

**V**iviamo in un Paese che non esiste più. Non ce ne siamo ancora accorti, non abbiamo ancora elaborato il lutto. È vero, siamo stati la quinta potenza industriale, un modello per il mondo intero. Ma quel Paese è sparito per sempre. È morto. Amen". Nonostante l'apparente catastrofismo con cui Lorenzo Salvia, giornalista del *Corriere della Sera*, apre il suo libro *"Resort Italia. Come diventare il villaggio turistico del mondo e uscire dalla crisi"* (Marsilio), il recupero dell'Italia potrebbe realizzarsi sfruttando l'unico vantaggio competitivo che le è rimasto: il turismo. Salvia però precisa: non quello delle infradito, delle canottiere e delle

asticelle per i selfie. Ma quello di un paese che è capace di vedere l'opportunità e trasformarla in economia.

Non serve tenere aperto il Colosseo a orari improbabili o puntare sul "triangolo Roma - Firenze - Venezia": il turismo deve diventare azienda, ogni componente contribuire alla produttività, imparando anche a "riconoscere che la mano pubblica non potrà mai prendersi cura di tutto il patrimonio" e spiegando a chi parla di svendita che, forse, seppur con l'intervento dei privati, sarebbe meglio tirare fuori i "gioielli di famiglia" dai cassetti prima che vadano perduti.

E non c'è rischio che l'Italia si trasformi in un parco giochi senza identità storica e culturale. Per evitarlo, basta sfruttare le

identità locali, esaltare le tradizioni. In sostanza, far girare i turisti in tutto il grande 'museo - Italia', dallo sperduto oratorio di Bominaco, in Abruzzo, al piccolo borgo di Corciano, in Umbria.

Il turismo, quindi, andrebbe trattato come un prodotto da importare ed esportare. Anche perchè non ci resta molto altro ed è l'unico settore che ancora crea un indotto in parti importanti dell'economia "classica": aeroporti, ferrovie, trasporto urbano. Attività che generano altre attività e sopravvivono puntando sui mercati stranieri: il turismo è il miglior export possibile. Perché vende all'estero, ma con un vantaggio rispetto al resto del made in Italy: tutto il valore resta dove viene prodotto.

