

Le ragioni di uno scisma

Turismo Un'analisi della scelta degli enti del turismo di Lugano e Locarno di «divorziare» dall'ETT – L'idea di promuovere singole parti del territorio anziché l'intero Ticino ha un senso in certe occasioni ma comporta dei rischi



L'ETT senza Lugano e Locarno: una barca che affonda?
(Keystone)

Daniele Besomi

Il divorzio, molto poco consensuale, consumatosi in occasione dell'assemblea di luglio dell'Ente Ticinese per il Turismo, quando i due enti locali maggiori (gli enti di riferimento per 9 turisti su 10, per dare un'idea della rilevanza quantitativa della cosa) hanno rinunciato a candidare loro rappresentanti al Consiglio di Amministrazione dell'ente centrale, ha una storia lunga e diverse motivazioni. Il primo atto, peraltro, ha avuto luogo un anno prima, quando Lugano ha istituito un dicastero del turismo e si è assunto, anche finanziariamente, l'onere di pubblicizzare da sé gli eventi cittadini. Si può scommettere che se Locarno avesse avuto le medesime disponibilità finanziarie avrebbe fatto lo stesso. Alcune motivazioni della separazione sono state analizzate da Angelo Rossi su queste colonne qualche settimana fa, e hanno a che vedere con l'evoluzione del turismo lacustre delle Prealpi, e in particolare con i travasi di turisti dal nostro cantone alle regioni italiane confinanti.

Altre sono tanto ovvie quanto inconfessabili, e hanno a che vedere con la spartizione delle cariche. La struttura attuale istituzionale del turismo cantonale data dal 1998 ma è di ispirazione feudale, con enti incaricati singolarmente di gestire territori di pochi chilometri quadrati nella più completa impermeabilità funzionale e informativa rispetto a quanto fatto dagli enti che gestiscono i territori confinanti, in un cantone attraversabile in bicicletta in meno di una giornata; ciascuno degli enti locali è incaricato di costruire dei prodotti che dovrebbero essere commercializzati dall'ente centrale (se non fosse che sfortunatamente il sito web di quest'ultimo può accogliere solo prodotti con un formato specifico preparato dalle ditte partner, così che non abbiamo neppure un sito che raccolga tutte le informazioni su itinerari e offerte naturali del cantone), ma ciascuno dotato di una struttura gestionale elefantica, con consigli di amministrazione la cui competenza specifica in materia turistica è pressoché nulla e il cui scopo è più che altro di ricompensare qualche politico locale per i servizi resi al pro-

prio partito (o per aver abbracciato un nuovo partito abbandonando quello vecchio). La riorganizzazione istituzionale che dovrebbe nascere con la nuova legge sul turismo sconvolgerebbe ovviamente tutte queste logiche, scombinate le carte con esiti imprevedibili, per cui non è azzardato pensare che da una parte come dall'altra si stia preparando il terreno per rafforzare la propria posizione o almeno per minimizzare i danni.

Affossare Ticino Turismo significa abbandonare la promozione e la valorizzazione dell'intero territorio

Una terza ragione riguarda proprio le competenze specifiche: gli enti locali hanno esplicitamente accusato quello centrale di incapacità gestionali e nel marketing (cosa peraltro affermata anche su queste colonne, e recentemente anche dall'Osservatorio del turismo in termini quasi altrettanto espliciti), ma con qualche tinta comica visto che le decisioni prese sono state per anni manifestamente condivise dagli enti locali nei cui CdA, come detto, siedono persone con competenza paragonabile a quella dell'omologo ente cantonale (con l'aggravante della sovrapposizione di cariche). Sta comunque di fatto che la nomina del nuovo direttore dell'ETT (la procedura di nomina, prima ancora della persona) ha lasciato molti operatori insoddisfatti, ha unito i fronti a livello locale e ha gettato nell'impasse l'intera istituzione. La cosa più stupefacente non è che lo scisma sia avvenuto, ma che le massime cariche dell'ETT se ne siano pubblicamente stupite: com'è stato possibile non saper interpretare dei segnali così chiari?

Naturalmente è in tempi di crisi che si scatenano le lotte fratricide, ma è interessante notare come il declino trentennale del turismo ticinese abbia avuto bisogno di tre decenni per essere registrato dagli enti locali mentre quello centra-

le sta ancora faticosamente elaborando l'informazione.

Una quarta ragione, ed è quella che mi preme discutere, è stata invocata dal capodicastero del turismo di Lugano. Lorenzo Quadri afferma che la centralizzazione della promozione non ha potuto e non potrà funzionare in quanto il «marchio» da pubblicizzare non può essere il generico Ticino, ma devono essere le località come Lugano, Ascona e Locarno, le uniche che significano qualche cosa per i nostri clienti. L'affermazione è interessante, e val la pena rifletterci.

Innanzitutto rivela che anche a Lugano si procede con la medesima naïveté che ha caratterizzato per decenni le procedure decisionali dell'ente centrale. Se la motivazione principale invocata per la scissione è quest'ultima, con chiare implicazioni sul marketing e sulla politica turistica, sarebbe stato bene almeno provare a fare una verifica. Gli strumenti ci sono, ma non risulta se ne sia fatto alcun uso.

L'affermazione è dunque empiricamente vuota, ma è sensata? Beh, sì e no. Per la clientela russa, araba e orientale probabilmente sì: per loro il concetto di Ticino è completamente astratto, trattandosi di una piccola provincia di un paese relativamente lontano, delle cui specificità culturali e paesaggistiche non si sa nulla e del resto non importa. Questi clienti certamente ricordano Lugano in quanto Lugano, non in quanto parte del Ticino; nelle loro lingue potrebbe anche non esistere il nome «Ticino». Diverso discorso invece per i confederati (che, ricordiamolo, costituiscono pur sempre metà del turismo pernottante), che imparano (a scuola) cosa sia il Ticino, e lo sanno caratterizzare a grandi linee (magari in modo che a noi appare totalmente distorto, ma comunque coerente con l'immaginario del turista) ben prima di imparare cosa ci sia a Locarno e dove si trovi. Naturalmente categorie intermedie di turisti avranno una percezione diversa, che propende da un lato o dall'altro a seconda dei loro interessi: quelli che desiderano vacanze lacustri, passeggiate in montagna o gite in bicicletta avranno una percezione più globale; gli appassionati di cinema o di jazz avranno invece una memoria più specificamente locale.

La prossima domanda è se sia rilevante appurare a chi e a quanti si applichi una percezione oppure l'altra. Credo che la risposta debba essere positiva. Da un lato vi sono ovvie ragioni di marketing. Certamente è inutile cercare di insegnare agli arabi il concetto di «Ticino» quando quello di «Lugano», che già possiedono, serve meglio allo scopo. Per questa tipologia di clienti, la posizione di Quadri è certamente ragionevole: il nostro turista arabo non andrà comunque a visitare la Valle di Muggio, per quanto si provi a convincerlo che è bella e che i formaggi sono buoni. Al contrario, in prospettiva cantonale sarebbe uno sperpero di risorse cercare di strappare clienti all'ente turistico di Tenero per portarli in Gambarogno.

Ma vi è una ragione legata anche alla politica turistica. La posizione di Quadri, che riflette del resto gli scopi della creazione del suo dicastero, vale a dire la promozione degli eventi organizzati a Lugano, ha perfettamente senso proprio in questo ambito. Chi viene a Lugano per Estival, per esempio, deve essere catturato da pubblicità specifica, mirata, che non conviene delegare ad un ente cantonale. Anzi, se anche l'ETT scomparisse, per questi eventi Lugano non se ne accorgerebbe neppure, ed è probabilmente vero che la parte liberata di risorse sarebbe spesa in modo più efficace. Tuttavia ciò non è privo di un prezzo. La politica di Lugano e Locarno è sempre più una politica incentrata sugli eventi. È una politica che attira turisti in modo puntuale: certe tipologie per certe manifestazioni in certe date, altre tipologie per altre manifestazioni. Funziona certamente, ma è una strada che, una volta imboccata, diventa pericolosa: da un lato il successo dipende dalla continua creazione di eventi, con i relativi costi (il lato positivo, naturalmente, è che ne beneficia anche la popolazione locale); dall'altro, più questa politica ha successo, tanto meno si può fare un conto su un turismo attirato, per così dire, dal territorio anziché dagli eventi stessi. I grandi eventi, infatti, tendono ad essere totalizzanti ed incompatibili con altre forme di turismo. Un concerto rock deve essere ben amplificato, viceversa non attira i soliti fruitori di tali occasioni. Ma un concerto rumoroso infa-

stidisce (e dunque scaccia) i turisti che cercano quiete e tranquillità. Un esempio concreto: Londra durante le olimpiadi lamenta una scarsità di visitatori, così come era successo in Svizzera e in Austria quando abbiamo organizzato gli europei di calcio: fu l'unico mese del 2008 in cui i pernottamenti declinarono nell'anno in cui si registrò il massimo storico del turismo nazionale (Ticino a parte: abbiamo sì avuto un declino, ma nel primo degli anni orribili del nostro turismo). Nei siti di e-booking, curando tra i giudizi sugli alberghi di Locarno, si trovano lamentele di chi si è inaspettatamente trovato altoparlanti sotto le finestre – gente che ovviamente non rivedremo più.

Il suggerimento di affossare Ticino Turismo implica dunque l'abbandono di una politica turistica che voglia valorizzare le ricchezze naturalistiche, paesaggistiche, storiche ecc. del territorio nel suo insieme – il territorio, in contrasto con gli eventi che vi si tengono; ovvero, le ragioni per le quali i turisti verrebbero comunque, anche senza eventi. Dubitare che abbia sempre un senso farlo, in un mondo in cui le risorse sono scarse e soprattutto in un cantone che abbiamo massacrato in diversi sensi, è del tutto lecito. Tanto più che il contraltare dell'investimento pubblico nel turismo è una produttività (valore aggiunto per addetto) tra le più miserevoli dell'intero spettro delle attività economiche e che, come sottolineava Angelo Rossi nell'articolo citato, il turismo nelle valli (dove anche una bassa produzione di valore aggiunto avrebbe un senso strategico data la scarsità di altre risorse) sembra essere ancora più in crisi di quanto non lo sia in città. Queste però sono considerazioni da approfondire dopo aver verificato quale sia la dimensione territoriale effettivamente memorizzata e memorizzabile dai turisti (Ticino o località specifiche) e quando avremo i dati per farlo (lo studio sull'impatto economico del turismo dovrebbe partire a breve), non sulla base di colpi di testa (per quanto l'exasperazione sia condivisibile), e tantomeno in base a considerazioni riguardanti i posti nei consigli di amministrazione. Eppure, per quanto triste, saranno probabilmente queste ultime a prevalere.