



CLAUDIO RICCI

"PIANIFICAZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO"



Il sottotitolo "Paesaggio, viaggio, accoglienza" sottolinea l'evoluzione della formazione nel turismo italiano dalle conoscenze di settore al sistema territorio. Claudio Ricci è uno dei massimi esperti italiani nel Marketing turistico con una solida esperienza politica (è stato Sindaco di Assisi per due mandati e consigliere regionale in Umbria)

Claudio Ricci

Le chiamiamo "risorse" umane (o "capitale" umano). Basterebbe percepire la parola "risorse" che ci ricorda, cito il vocabolario, l'idea di "sostegno in situazioni di necessità" per intuire l'importanza, in generale e nelle attività turistiche, della formazione. Soprattutto nel tempo del Coronavirus, dove dovremo "gestire l'instabilità" per i prossimi cinque anni, conteranno: flessibilità dell'offerta turistica (con modelli gestionali "adattabili" per creare prodotti "su misura" per gli ospiti); unicità con qualità autentica ed emozionale valorizzando l'essenza, direi "l'anima", dei luoghi; riscoprire il valore del particolare, del "piccolo" ma esclusivo, dove anche il lusso dovrà essere "sobrio" e non ostentato (inducendo armonia, cura della sostenibilità e "sicurezza percepita"). Investire in formazione, e scegliere sempre le migliori competenze, determina un "difetto": i suoi effetti, positivi o negativi, emergono evidenti solo nel medio periodo, dopo almeno cinque anni. Troppi per chi non concede giusta priorità alla "visione strategica" e valuta, invece, i risultati nel "brevissimo" tempo con l'idea del "tutto e subito".

Si arriva ad una prima conclusione: gli investimenti in formazione, ricerca e più competenze, dovranno essere, dal 2021 nel tempo del Coronavirus, aumentati di almeno il 50% altrimenti la "nave" non avrà le "risorse" umane per superare la tempesta. Dobbiamo prendere atto di questa realtà, che per alcuni apparirà come problematica, sia nel sistema pubblico che privato. Ormai mi considero un "reduce" che ha vissuto, in diversi ruoli, gli ultimi trenta anni della formazione sul turismo in Italia. Negli anni Novanta, con

l'esperienza di alcuni mirabili centri studi (e citando l'importanza degli istituti alberghieri e tecnici sul turismo), nascevano i primi corsi di laurea sui temi dell'economia del turismo (ora ampliati in numerosi ambiti). Allora eravamo molto "settoriali": alcuni si occupavano di gestione ricettiva e ristorativa, altri di trasporti, servizi generali e agenzie di viaggio (erano "lontani" i tempi dei Social Network e della vendita dei prodotti turistici con Internet), taluni cominciavano ad interessarsi di valorizzazione di beni culturali, musei, organizzazione di eventi, comunicazione e tematiche paesaggistico ambientali (oggi definite "sostenibilità"). Nei prossimi dieci anni dovremo passare, pur mantenendo un opportuno ambito di specializzazione, da una formazione "settoriale" ("puntuale") ad una cultura dell'ospitalità, più diffusa, per valorizzare il "sistema territorio".

In sintesi, per creare un'efficiente "industria" del turismo italiano, dovremo darci un'organizzazione, con i requisiti di continuità ad ogni livello, che metta insieme ("combinando i fattori") i singoli aspetti, nell'ambito pubblico, privato e associativo, del territorio.

Su questa tematica, la "Pianificazione Turistica del Territorio", ho scritto un libro, rielaborando le mie esperienze trentennali e nella prospettiva del 2030, che si può acquisire liberamente (per dare un piccolo contributo di idee operative) nel sito Internet www.claudioricci.info.

Il lavoro, che si sviluppa lungo 177 pagine, è incardinato su 50 immagini multimediali (diapositive illustrate) e delinea 18 capitoli tematici. Ho cercato una sintesi nella chiarezza e l'elaborato si rivolge, in modo "aper-

to", a studenti, operatori nel turismo e amministratori pubblici. Lo definirei generalista e popolare; utile, mi auguro, per ampliare la cultura diffusa dell'accoglienza che dipende da "tutti" i residenti, in una località turistica, e non soltanto da chi opera nel turismo. Ricordiamoci sempre che una vera città turistica è una città ben organizzata, "prima", per i residenti ove la qualità e autenticità, dei servizi, dell'atmosfera percepita e dell'empatia che i cittadini sapranno trasmettere agli ospiti, è la "vera attrattiva" per i viaggiatori. Un ospite turista che arriva, in un luogo, dev'essere accolto con qualità ma, e soprattutto, "atteso" sapendo che, il suo arrivo, è un vero "dono" (per il dialogo creativo fra identità, persone e per un'economia armonica e umanistica).

Si vende adeguatamente una came-

PER I PROSSIMI CINQUE ANNI NELL'OFFERTA TURISTICA CONTERANNO: FLESSIBILITÀ, UNICITÀ CHE VALORIZZA L'ANIMA DEI LUOGHI, RISCOPERTA DEL "PICCOLO" MA ESCLUSIVO



La competenza dello staff sarà sempre più strategica negli hotel che vogliono essere competitivi



LA CULTURA DIFFUSA DELL'ACCOGLIENZA DIPENDE DA "TUTTI" I RESIDENTI DI UNA LOCALITÀ, NON SOLTANTO DA CHI OPERA NEL TURISMO

ra di una struttura ricettiva solo se, prima, abbiamo promosso il territorio "collegando" gli elementi del sistema per creare "prodotti allargati". Tradotto: nel prezzo della camera dovremmo includere (o "prevedere" come servizi) il biglietto per un museo o partecipare ad un evento, la possibilità di sconti nei servizi generali e di trasporto o le proposte di esperienze "autentiche" da vivere anche nell'enogastronomia (solo come esempi).

Il libro, che sto diffondendo in omaggio come "piccolo contributo" allo sviluppo del turismo italiano, tratta tali aspetti in correlazione con il paesaggio, la sostenibilità, le nuove tecnologie, i "paesaggi ecologici" che utilizzano le energie rinnovabili, l'attuale "quadro" geopolitico internazionale e anche delineando metodi e valori per operatori e cit-

tadini. Ciò nella consapevolezza che il turismo è anche un "passaporto di dialogo" e, con la cultura diffusa, una forma concreta di diplomazia dei popoli, dal "basso", fra persone, comunità e città.

LIBRO E VIDEO CORSO

Pianificazione Turistica del Territorio è diventato anche un "video corso" (con durata di 4 ore, coordinato con il libro, e configurato da 50 "brevi" brani video, uno per diapositiva multimediale), così come la formazione a distanza ora, nel tempo del Coronavirus, sembra delineare. Certamente, in questo ambito, il tema sono i "nuovi" contenuti e non tanto le tecnologie multimediali oggi più diffuse.

A mio parere per realizzare un adeguato video corso non bisogna "soltanto" riprendere, con video camere, una lezione "frontale" (con presenza di docenti e studenti) anche utilizzando libri già pubblicati. Gli elaborati andrebbero "riscritti totalmente", trasformandoli in veri e propri copioni e adattandoli alle forme di comunicazione televisivo multimedia-

le, gestendo con più telecamere le varie riprese video, elaborando apposite diapositive multimediali o filmati e curando, molto di più, fotografia, montaggio e regia.

Nella sostanza i video corsi sono "prodotti multimediali" specifici e ben diversi, dalla normale lezione ripresa o trasmessa in diretta, per i quali, nei prossimi cinque anni, e ben oltre le cogenti necessità indotte dal Coronavirus, bisognerà investire molto di più negli ambiti didattici, universitari e correlati a formazione e aggiornamento professionale.

Ritengo, delineando le conclusioni, che cambierà anche il "metodo pedagogico" della formazione assumendo una "forma mista".

Rimarrà "fondante" il valore dell'incontro umanistico, fra docenti e studenti (ed anzi il senso d'imparare, come in una "antica bottega", con lo scambio di esperienze si eleverà come essenziale), ma sarà più integrato da strumenti didattici, come i video corsi, con i quali lo studente acquisirà le "chiavi", direi soprattutto il metodo, per aprire da solo i "cassetti" della conoscenza "sottile" (più elevata, senza "pesi eccessivi", per una formazione realmente "utile").

Per attivare un dialogo fra le esperienze, e i "modelli" d'ospitalità, il tema della "Pianificazione Turistica del Territorio" diventerà, attraverso il sito Internet www.claudioricci.info, un Laboratorio.

Laboratorio (Lab) "Pianificazione Turistica del Territorio" sarà il mio contributo, nella formazione, per lo sviluppo del turismo in Italia consapevole, come gli "antichi pellegrini", che nel proprio cammino occorre saper ricevere e donare, anche l'esperienza coltivata.

www.claudioricci.info