

FOCUS LE PAGELLE DEI TURISTI LE INDAGINI OGGI IN UN CONVEGNO ALL' UNIVERSITÀ BICOCCA SARANNO PRESENTATE DUE INDAGINI REALIZZATE DA 4 ATENEI L' ANALISI I GRANDI EVENTI COME LE COLOMBIADI E LE OLIMPIADI INVERNALI HANNO RIGENERATO IL TESSUTO URBANO. ORA C' È ATTESA PER L' EXPO

L' Italia delle città che piace all' estero - P.Di Stefano - Corriere della Sera - 22-10-09

La proposta I tedeschi: alleanza turistica tra Milano e Verona. I francesi invece vorrebbero un pacchetto Milano-Torino, Genova e Milano viste da Francia, Germania e Gb Moda e shopping più che Madonna. I voti degli abitanti

È possibile migliorare le nostre città? E renderle più competitive sul piano turistico e culturale? Sono domande su cui da anni, con le trasformazioni urbane del postfordismo, si concentrano le forze di sociologi e di esperti del cosiddetto city-marketing. Intanto, anche in Italia, come nel resto del mondo, qualcosa sta cambiando nel segno della riconversione. E i cittadini lo sanno, a giudicare da un' indagine coordinata da Ezio Marra dell' Università Bicocca di Milano con la collaborazione di altri atenei (Calabria, Torino, Piemonte Orientale). La ricerca verrà presentata in un convegno che si terrà oggi alla Bicocca e in cui confluiscono due sondaggi. Il primo, raccolto a Milano, Genova e Torino, si riassume in un' altra domanda: «Le piace vivere nella sua città?». Il secondo indaga sull' immagine dell' Italia da parte dei turisti francesi, tedeschi e britannici. Soffermandosi sull' idea dell' Italia all' estero, non si può dire che resista lo stereotipo del Belpaese tutto sole, spiagge e mare se è vero che tedeschi, francesi e inglesi affermano di essere attratti ormai in gran parte dalle nostre città.

Dunque, secondo gli studiosi è lì che bisogna puntare per un più efficace marketing turistico. Infatti, se si osservano quali sono i simboli associati ai singoli centri urbani non troviamo nulla che si discosti molto dai luoghi sacri tradizionali dell' arte e della cultura. Con qualche segnale incoraggiante che sa di novità: per esempio, a Genova ha fatto molto bene, fino a cambiarne la percezione anche all' estero, l' ideazione dell' Acquario in occasione delle Colombiadi (con un milione e centomila visitatori l' anno). E a Torino giova l' immagine di città del cinema, il cui Museo, all' interno della Mole, è la maggiore attrattiva per gli stranieri insieme con il Museo Egizio, specie dopo l' intervento di illuminazione artistica ad opera Dante Ferretti. Sono bastati pochi interventi mirati per raddoppiare le visite negli ultimi tempi. Non altrettanto, come segnala Ezio Marra, si può dire di Milano, le cui potenzialità culturali si concentrano soprattutto sul Duomo (il 25 per cento dei turisti che sono arrivati nel capoluogo lombardo ricorda la Madonna), ma non sul Cenacolo, i cui visitatori curiosamente non superano la metà di quelli (600 mila) che annualmente a Torino frequentano l' Egizio. Milano, però, a differenza delle altre città italiane, che godono essenzialmente delle attrazioni lasciate dal loro passato, ha una carta ben radicata nella contemporaneità commerciale. E se chiedete a cento stranieri che cosa evoca loro la città di Manzoni, 17 risponderanno lo shopping e 13 la moda. Il che in termini tecnici si definisce «riposizionamento».

In genere non sfiorisce la leggenda dell' Italia eden del cibo e del vino (da cui il 90 per cento dei forestieri sembra ampiamente appagato). Ma a questo proposito la domanda chiave, per lo straniero che già conosce le nostre città, è: ritornerebbe? E qui a volte sono dolori. Se 8 su dieci rispondono affermativamente per Venezia, Roma e Firenze, 7 per Milano e per Verona (le cui iniziative in ambito lirico o, ultimamente, lirico-pop sono fondamentali), per gli altri centri si scende tra le 5 e le 6 risposte positive. Ciò significa in tutta evidenza che gli altri non hanno gradito troppo. C' è poi una complicata tabella con ascisse e ordinate, definita tecnicamente «Matrice di similarità», che, adeguatamente interpretata (dallo stesso Marra), offre elementi interessanti: segnala, per esempio, che i tedeschi vorrebbero un' alleanza turistica Milano-Verona, mentre i francesi sarebbero più contenti se venisse loro offerto un pacchetto Milano-Torino. E veniamo ai questionari rivolti agli autoctoni. Stando alle interviste realizzate dal gruppo di studio, emerge subito una consapevolezza impensabile solo una decina d' anni fa. Se prima i capoluoghi del Nord venivano definiti dai loro abitanti come centri esclusivamente industriali, oggi avanza la coscienza di vivere in città dalle forti potenzialità tecnologiche, artistiche e culturali. Lo spiega Chito Guala, professore di Sociologia a Torino: «I mega-eventi hanno rigenerato le città: le Colombiadi del ' 92 e poi Genova Capitale europea della cultura nel 2004, ma soprattutto le Olimpiadi invernali a Torino nel 2006 hanno avuto un effetto determinante sull' immagine urbana.

A Torino l' effetto è stato indubbiamente più duraturo, si pensi che in tre anni i biglietti venduti per l' accesso ai musei della zona centrale sono raddoppiati». Non siamo al livello di Barcellona, su cui i Giochi Olimpici del ' 92 hanno avuto risultati catartici. Ma qualcosa è successo se oggi oltre l' 80 per cento dei torinesi e dei genovesi considera la propria città votata alla cultura e all' arte più che all' industria. «Succederà probabilmente anche a Milano con Expo 2015», auspica Guala. Ma su questo bisogna ancora lavorare: pochi all' estero sanno che Milano è destinata ad ospitare l' Expo, si va dal 3 per cento dei francesi al 10 per cento degli inglesi. Vivibilità e attrattività future si giocheranno, sempre secondo i

cittadini, su alcune iniziative-simbolo come la riqualificazione dell' acqua, un elemento su cui si investono molte speranze: basta vedere alla voce Navigli (Milano), sponde del Po (Torino), vecchio porto (Genova), che nove intervistati su dieci considerano luoghi-chiave di rilancio. E su percentuali di quasi unanime consenso si assestano le voci: musei, cultura locale, eventi e spettacoli. Insomma, se i cittadini dovessero scegliere su cosa puntare, si concentrerebbero a occhi chiusi sull' ambiente e sull' arte. Se Milano è percepita da 6 abitanti su 10 come la città dei grandi eventi internazionali, è pochissimo apprezzata per la qualità della vita. Ma sette milanesi su dieci sono contenti di viverci, mentre solo due genovesi su dieci cambierebbero volentieri città, e quasi esclusivamente per motivi di lavoro. A smentire i cliché sulla sicurezza, arriva poi un' altra tabella, da cui si desume che solo il 20 per cento è preoccupato dalla criminalità: a Milano i problemi urbanistici più gravi sembrano essere, piuttosto, il traffico e l' inquinamento, più o meno come a Torino e a Genova. Ma la percezione della propria città viene riassunta molto adeguatamente dalle coppie aggettivali che sono state sottoposte agli abitanti. Vediamo un po' . Milano per i milanesi e Torino per i torinesi sono città moderne. Vecchia è invece Genova per i genovesi. Nove milanesi su dieci ritengono di abitare nel caos e però in un luogo di ricchezza. A differenza dei torinesi che si considerano essenzialmente poveri. Milano è abbastanza organizzata, internazionale, soprattutto dinamica, poco solidale e un po' triste oltre che pericolosa. I genovesi si percepiscono più allegri e solidali dei torinesi, ma quasi immobili. In compenso, l' allegria supera sempre la tristezza e la vivacità il grigiore. Chissà se all' estero sono d' accordo.