

Hotel della Cultura
Intervento di Gianfranco Imperatori
25 febbraio 2009 - Roma, Ara Pacis

Quando Civita cominciò a vincere le prime gare per la gestione dei servizi al pubblico nei musei, non immaginava di doversi occupare anche dell'offerta culturale. Con l'andare del tempo, ci siamo accorti, invece, che nel mondo c'era una grande "domanda d'Italia", motivata soprattutto dall'interesse per la nostra cultura, le nostre tradizioni, il nostro modo di vivere.

Spesso, però, questa domanda rimaneva senza risposta, o doveva accontentarsi di una risposta il più delle volte inadeguata, soprattutto in termini di servizi. Una delle principali carenze di cui il nostro Paese soffre riguarda il settore alberghiero e delle infrastrutture.

L'idea di legare l'ospitalità alberghiera con la ricchezza culturale locale è venuta a Civita circa cinque anni fa ed insieme all'ANCE, con il sostegno di Arcus e successivamente anche con la collaborazione di Unicredit e Federalberghi, ha sviluppato il progetto "Hotel della Cultura" (HdC), finalizzato a dare vita ad un nuovo sistema di ricettività alberghiera, fortemente connessa con il territorio e legata al turismo culturale, per rispondere all'incremento qualitativo e quantitativo dei visitatori nelle città d'arte.

Come meglio di me avranno modo di spiegare Pietro Valentino e Levino Petrosecolo nelle fasi successive di questo convegno, gli "Hotel della Cultura" si distinguono da altri modelli, quali i Paradores spagnoli o le Pousadas portoghesi, per promuovere l'integrazione tra offerta turistica e offerta culturale del territorio. In questo senso, il turista sceglie l'albergo non solo per l'accoglienza che è in grado di offrire, ma anche e soprattutto per la sua capacità di proporre i costumi e lo stile di vita delle tante culture locali di cui è ricca l'Italia.

Noi di Civita abbiamo sempre pensato che la nostra identità si esprima e si trasmetta in primo luogo attraverso la vasta e diffusa eredità culturale italiana, fatta di un insieme di materiale e immateriale, paesaggi e opere d'arte, gastronomia e architetture. La valorizzazione di questa eredità è diventata una chiave di volta per entrare in modo vincente nella nuova era che ci si prospetta e in cui tutto riparte dal territorio.

Quello stesso territorio che, nell'economia fordista (con la sua catena di montaggio) aveva perso la sua centralità, ed era stato marginalizzato, nell'economia della conoscenza riacquista il suo ruolo e diventa decisivo nell'impostare leve di sviluppo, recuperando l'identità attraverso una serie di investimenti che riguardano le infrastrutture, l'ambiente, l'economia, la cultura appunto.

La competitività, che non riguarda, però, solo le nostre regioni tra loro, ma sempre più marcatamente si avverte tra nazioni, potrà costituire il vero stimolo ad una valorizzazione mirata e fertile, e sarà utile soprattutto se si comprenderà che, a livello internazionale, la grande ricchezza di cui disponiamo in termini di patrimonio culturale, oggi, da sola non è più sufficiente. Per renderla competitiva dobbiamo fare in modo che la nostra cultura diventi elemento prioritario per la promozione del turismo.

I dati resi noti in questi ultimi giorni dal Touring Club non sono positivi: una diminuzione tra il 2 e il 3% sia per gli arrivi sia per le presenze, e una previsione ugualmente negativa per il 2009, complice la critica congiuntura mondiale.

Eppure, in questo contesto piuttosto fosco, e malgrado la concorrenza sul mercato turistico internazionale si sia fatta, negli anni, particolarmente accanita, l'Italia rimane una delle destinazioni più ambite per la maggior parte dei turisti di tutto il mondo, quarta per attrattività a livello internazionale.

E questo grazie a cultura, gastronomia, paesaggio e made in Italy, cioè quell'insieme di tradizioni materiali e immateriali che, fondendosi perfettamente con il territorio di cui sono espressione, danno

vita ad un'esperienza unica, e non rinnovabile altrove, ogni qual volta ci si sposti da regione a regione, da provincia a provincia e da città a città.

Vorrei concludere condividendo con voi una riflessione che mi è stata stimolata, in questi giorni, da due dati, fortemente dicotomici, letti sui giornali in questi giorni: da una parte, il segno negativo vicino a molte delle nostre attività produttive, in genere legato al destino della crisi economica mondiale; dall'altra l'ottimismo condiviso dalla quasi totalità delle eccellenze produttive espresse dal territorio italiano, 161 realtà individuate e catalogate dal Censis nel suo ultimo Rapporto "L'Italia dei territori".

Ben l'80% di quelle eccellenze è convinto che il territorio uscirà positivamente dalla crisi, grazie alla sua capacità di innovazione e attraverso un maggiore sforzo a fare sistema.

Io personalmente sono convinto di questo: l'economia della conoscenza attribuisce un vantaggio proprio a chi abbia sufficiente coraggio e dinamismo per immaginare uno scenario nuovo, e mettere in campo una forte politica di concertazione.

Per rispondere ai tanti imprenditori che spesso si chiedono quale sia l'alternativa al manifatturiero, e se sia possibile creare ricchezza nell'economia dell'immateriale, risponderò che, se il progetto HdC venisse realizzato, abbiamo stimato una generazione di spesa turistica, al netto dei costi dell'alloggio, pari a circa 765.000 euro al giorno, e a 278.500.000 euro in un anno, e la creazione di occupazione diretta e indiretta di 14.000 posti di lavoro.

Vi prego infine di perdonare la mia assenza. Ho affidato queste brevi note a Giovanna Castelli, Direttore dell'Associazione Civita, perché non volevo che il periodo di convalescenza che sto attraversando mi sottraesse al piacere e all'entusiasmo di trasmettere a tutti Voi un'idea a me molta cara, che mi accompagna da tanti anni e che oggi, con mio estremo orgoglio, è diventata protagonista di questo importante dibattito.

Attraverso il turismo, le nuove tecnologie, il Made in Italy, la cultura può diventare leva per lo sviluppo del nostro Paese. Ma è necessario un disegno codificato e leggibile, un progetto unico, una strategia condivisa a tutti i livelli. Un'idea, che dobbiamo costruire insieme, con il coraggio e la volontà di tutti, perché i cambiamenti, per diventare occasioni, vanno gestiti, se possibile anticipati. Di questo, oggi, ha bisogno il nostro Paese.