

IL TURISMO «Meta di destinazione e desiderio»

segue a pagina 18



MARIANNA DIMONA: «MATERA ROOTS IN: PONTE TRA L'ITALIA COME META DEL DESIDERIO E COME META DI DESTINAZIONE»

All'indomani della prima borsa internazionale del turismo delle origini Roots in, voluta e promossa dall'Agenzia di Promozione territoriale della Basilicata, Enit e Ministero degli Affari esteri, non si può che tracciare un bilancio positivo.

All'alba dell'anno delle radici, previsto nel 2024, la Basilicata ha assunto il ruolo di capofila nella ricerca e nella scoperta di una nicchia rimasta, fin troppo a lungo, nascosta: il turismo delle radici.

Si tratta di un segmento di mercato, composto da ottanta milioni di persone nel Mondo, nell'ambito del quale è possibile costruire un ponte tra l'Italia come meta del desiderio e l'Italia come destinazione di vi-

sita. Il momento è propizio.

Il periodo storico attuale, falciato dalla pandemia, virale e sociale, e dalla guerra, mettendo a dura prova la sensibilità di ciascuno, sospinge una parte sempre più consistente della popolazione verso la ricerca dell'essenziale.

Il viaggio è sempre lo specchio di fenomeni e comportamenti sociali. Anche per questa ragione, infatti, si è registrata, negli ultimi anni, una crescita significativa nel settore del turismo delle origini. Il viaggiatore delle radici è empatico, si muove e si nutre di storia. Non è un turista mordi e fuggi, ma un viaggiatore che cerca di rinsaldare rapporti e relazioni con parenti lontani e farsi ambasciatore di una cultura di origine. Scava in un passato tramandato e immaginato, alla ricerca di odori primigeni e di emozioni autentiche. È noto, peraltro, che la Basilicata, da sempre, è stata terra di esodo da parte di molti, troppi, che,

partiti alla ricerca di un futuro, hanno cercato e creato altrove vita, fortune, reti di relazione.

Oggi, questo rappresenta un'opportunità. Il turismo delle radici, nel muovere flussi continui nel corso dell'anno, sia pure con picchi di occupazione durante il periodo estivo, può rappresentare una buona premessa nella sfida della destagionalizzazione.

È necessario avere una visione industriale del settore turistico, della quale la scoperta di nuovi segmenti di mercato, la possibilità di attrarre investimenti mirati ad intercettare flussi importanti per la nostra destinazione e la necessità di costruire un argine al turismo randagio del selfie o del mordi e fuggi costituiscono indefettibili corollari. La

manifestazione appena svolta, tra l'altro, ha tracciato nuovi scenari nella prospettiva di far assurgere Matera a polo di eventi con un carattere attrattivo anche in periodi di bassa stagione. Il dato dovrebbe smuovere una riflessione pubblica più profonda.

Marianna Dimona
*Esperta di Turismo
Sostenibile e di
Destinazione
già Assessora
al Turismo a Matera*



Peso:1-2%,18-18%