

Articolo per "Il Terzo Giorno "
Francesco Garetto

La Settimana del Romanico 2014

La Settimana del Romanico, svoltasi da sabato 12 aprile a domenica 27 aprile, è giunta quest'anno alla sesta edizione, un buon risultato che testimonia la bontà della iniziativa e la passione delle tante persone che impegnano tempo e risorse alla sua organizzazione.

La Settimana intende promuovere la conoscenza del grande e ricco patrimonio umano, culturale e paesaggistico del territorio del Basso Monferrato, caratterizzato dalle pievi romaniche che fanno da corona alla Canonica di Santa Maria di Vezzolano. In continuità con i programmi realizzati nel corso degli anni recenti, particolare attenzione è stata dedicata alle condizioni e risorse per studiare idee e progetti che imprimano uno sviluppo efficace a questa area di *turismo difficile*.

Il bel volume *Ritorni a Santa Maria di Vezzolano*, che raccoglie gli studi recenti del Professor Aldo M. Settia, presentato con accenti ed emozioni culturali elevate, nella sala del Refettorio, affollata di studiosi ed appassionati, ha approfondito la straordinaria valenza del Monumento, baricentro del Romanico Astigiano.

Vezzolano quest'anno ha anche voluto abbattere le barriere architettoniche, per accogliere tutti i pellegrini, anche quelli che ne erano impediti da disabilità: quest'anno hanno potuto visitare la Canonica, dimostrando doti di eccezionale sensibilità.

E i tantissimi "pellegrini", che hanno percorso i vari Cammini a Vezzolano, nelle diverse tratte, hanno potuto ancora una volta affezionarsi alle tante pievi disseminate sui percorsi: San Lorenzo, Santa Maria dei Morti, Sant'Eusebio, Santa Maria di Cornareto, San Pietro, Santa Fede a Cavagnolo, e altre ancora, riflettendo su quello che ciascuna di quelle pievi rappresenta nella storia, nella tradizione, nella cultura popolare locale.

Atmosfere di meditazione e di silenzio interiore hanno anche indotto le voci dei Canti Gregoriani della Passione di Cristo, del coro della Abbazia della Novalesa, e le voci e i suoni delle musiche medievali dell'Ensemble la Ghironda.

Queste iniziative hanno coinvolto alcune centinaia di persone, e una ventina di Associazioni, organizzazioni che operano sul territorio, in uno sforzo unitario di collaborazione, e che vogliono continuare a credere che un altro turismo è possibile. E' peraltro mancata purtroppo la dimensione europea, che pure è nel DNA di Transromanica, l'Associazione che è il cuore pulsante della *Settimana*: il budget zero annulla ogni sforzo in questa direzione.

Più specificamente, il tema basilico di individuare delle strade di rinascita e di sviluppo di questo territorio, che sembra voler accettare un progressivo degrado non solo paesaggistico ma anche culturale, è stato affrontato in due iniziative.

La prima , il **Convegno Ri-nascere, Ri- naturarsi**, organizzato nell'ambito di una articolata e complessa iniziativa sul tema della rinascita, a Primeglio: rinascita intesa come stimolo, soprattutto per i giovani e le imprese locali, per guardare con fiducia al futuro, ripensando all'esempio che le generazioni del novecento ci hanno lasciato: dopo le distruzioni e i lutti della guerra hanno saputo , con determinazione e tanto lavoro, ricostruire il loro futuro e quello dei figli. La riqualificazione umana e la valorizzazione dell'esistente per investire nell'agricoltura, nell'artigianato specializzato, nel turismo, e per sviluppare una nuova cultura in difesa dell'ambiente.

La seconda, il **Workshop Il Turismo difficile:linguaggi comunicazione accoglienza**: Il turismo culturale nel Castelnuovese, malgrado offra un patrimonio culturale diffuso ed eccellenze degne di ogni attenzione, non ha ancora raggiunto i risultati che meriterebbe la qualità delle sue risorse. Certamente la qualità delle risorse non è sufficiente a fare un prodotto turistico , capace di soddisfare una domanda di turismo sostenibile che ricerca paesaggio e natura, piccoli borghi, specifiche eccellenze locali, architettoniche ed anche enogastronomiche.

E' premessa ormai, a parole, condivisa da tutti che il patrimonio culturale diffuso va salvaguardato: tutti , amministratori, sindaci, urbanisti, funzionari affermano che la conservazione e la salvaguardia riguardano in modo inseparabile i beni di patrimonio, i luoghi dove essi si collocano, i percorsi che li uniscono. Ma è anche vero che ancora in questi tempi, di crisi edilizia e di decrescita, continuano a nascere, qua e là nel territorio, muraglioni, villoni, capannoni che deturpano e degradano il territorio stesso. Ed è altrettanto vero che patrimoni ambientali eccezionali, presenti nel territorio, sono trascurati e abbandonati: il lago di Arignano, risorsa lacustre unica, vicina a Torino, porta di accesso da Torino alle colline del Monferrato, condannato a un progressivo irreversibile impaludamento melmoso, ne è un esempio significativo.

Il Workshop ha voluto essere una occasione per riflettere, tra soggetti locali, su come e cosa comunicare e proporre a residenti e visitatori per una più efficace promozione turistica dell'area, liberandosi dall'alibi ,sempre presente,delle lamentele, forse giustificate ma certamente sterili, circa le carenze, le inadempienze, gli sprechi delle istituzioni locali e nazionali..

Gli operatori sono stati invitati a proporre attività permanenti e di continuità, che consentano ai visitatori di accedere e riaccedere al territorio in uno spirito di consuetudine fedele , che le grandi manifestazioni di rilevanza mondiale (bicentenario, expo, ...) possono solo esaltare e sfruttare.

Gli interventi e i contributi portati dagli operatori (Cantina sociale, Ass. Cavalcavalli, ...) hanno sottolineato che la domanda di un turismo lento è fortissima, e in graduale aumento, in relazione al mutamento degli stili di vita. Una domanda di turismo a piedi, in mountain bike, a cavallo che paesi più avveduti del nostro, e in Italia Regioni e territori più attenti, da tempo hanno intercettato, e di cui hanno pianificato nel tempo lo sviluppo.

Numerose le proposte di strumenti tecnici che rispondano alla esigenza di comunicare e far conoscere le eccellenze del territorio: da quelli più tradizionali (punti informativi, filmati , siti web, materiale cartaceo informativo distribuito in ogni struttura di accoglienza del territorio, ...) a forme più avanzate che facilitino l'accesso al territorio(La Ruropolitana, sintesi di una rete di cammini di prossimità), che integrino le diverse eccellenze diffuse (In Media Loci, un portale di accesso multimediale alle piattaforme informatiche), che garantiscano la qualità del prodotto turistico (la creazione di un marchio di qualità per un turismo responsabile).

Fino a che punto gli abitanti di questo territorio hanno coscienza del valore economico del turismo culturale, sostenibile? fino a che punto hanno consapevolezza del valore del patrimonio diffuso sul territorio? fino a che punto sono disposti a modificare nel quotidiano il loro modello di vita individualistico, e aprirsi a nuovi orizzonti di collaborazione con altri soggetti?

Questa è la questione di base che il workshop pone a tutti, agli operatori in primo luogo, ma non solo: senza una risposta positiva a questa questione non sarà possibile alcuna iniziativa di marketing territoriale, orientato a una dimensione anche internazionale, che promuova la conoscenza della tradizione, della storia della comunità, delle coltivazioni e delle produzioni, che promuova la tutela del territorio e della cultura materiale(bellezza del paesaggio, patrimonio artistico e di beni culturali e dei beni architettonici rurali minori,...); e non sarà possibile la individuazione di prodotti, che non sia il vino freisa, capaci di rispondere alla modifica degli stili di vita.

Il superamento dell'attuale modello individualistico potrà portare, nel tempo a forme aggregate di offerta turistica, a pacchetti vendibili agli operatori turistici, a programmazione di manifestazioni ed eventi di rilevanza nazionale e internazionale, e forse alla costituzione di una agenzia di incoming e di servizi turistici, con presenza auspicabile di lavoro giovanile e finanziamenti di start up.
