



*È possibile
puntare
allo sviluppo
turistico
delle città
d'arte?
Un confronto
fra i consiglieri
provinciali
e l'assessore
al turismo
della Provincia
di Modena*

Vissi d'arte

Non di solo sci vive (o meglio, deve vivere) il turismo nella nostra provincia. Il Duomo di Modena, perla del Romanico, è uno dei patrimoni dell'umanità, la Galleria Estense custodisce capolavori dei maestri, il Palazzo dei Pio a Carpi si impone come uno scrigno prezioso, il Palazzo Ducale di Sassuolo è 'deliziosa' per noi, oggi, come lo era per gli Estensi, e l'abbazia di Nonantola conserva nelle sue mura il fervore religioso e artistico di uno dei centri del monachesimo europeo. Il patrimonio è ricco: eppure, ancora le città d'arte del Modenese non riescono a "sfondare" pienamente nei circuiti turistici. È solo questio-

ne di investimenti, o c'è bisogno anche di nuove idee?

«Il tema è complesso - esordisce l'assessore alla Cultura **Mario Lugli** -. Sicuramente Modena e la pianura non mancano di richiami artistici, e si sono radicati anche eventi di spicco, come il *Pavarotti & friends*, il *Festival filosofia*, le rassegne enogastronomiche o quelle legate ai motori. Eppure il turismo è prevalentemente di passaggio, e il sistema alberghiero lavora perlopiù col turismo d'affari. L'obiettivo ambizioso è quello di mobilitare un turismo culturale e di indurre i visitatori a fermarsi più giorni. Occorre quindi creare le condizioni perché il consumo di cultura si unisca alla promozione del territorio».

Prima di tutto, facciamo un passo indietro.

«La nostra provincia in 20 o 30 anni ha conosciuto una grande espansione nel settore industriale, ha puntato sulla quantità dei prodotti materiali, ma questa tendenza non può continuare - interviene **Alfredo Silvestri**, capogruppo di Rifondazione comunista -. Quando si parla di sviluppo, oggi bisogna pensare anche a «produzioni immateriali» di qualità, giacimenti culturali e pregi ambientali». Certo, qui a Modena la "materia prima" (culturalmente parlando...) non manca. «Il prodotto esiste. Nel territorio vignolesse, lungo 'Le strade dei vini e dei sapori', abbiamo stimato circa 350mila presenze di turisti- sottolinea **Gino Quartieri** (Ds) -. Ma in generale viene



Mario Lugli
Assessore Cultura e Turismo

“Occorre creare le condizioni perché il consumo di cultura si unisca alla promozione del territorio. Le grandi mostre non possono aver successo se, accanto alle spese di allestimento, non si spende altrettanto in promozione”

da chiedersi perché il percorso delle città d'arte del Modenese abbia ancora poco appeal, poca attrattiva sul grande pubblico. Sono convinto che molto dipenda dai costi degli alberghi, e dal fatto che forse gli hotel non sono la struttura più adatta per alcuni turisti, spesso giovani, che si spostano anche alla ricerca di itinerari enogastronomici. È ancora poco sviluppata la formula del *bed & breakfast*, gli agriturismi spesso offrono esclusivamente ristorazione; gli hotel a basso prezzo esistono negli Stati Uniti, ma da noi non si trovano. E poi, manca la capacità di 'vendere' gli eventi che abbiamo, non c'è ancora una rete di agenzie che possa trainarli. «Certo, al turista di cultura non puoi offrire una stanza nel weekend a 250 euro...», osserva l'assessore **Lugli**.

«Oggi sul mercato turistico sono proposti sempre più spesso pacchetti 'compresi' nella loro durata, spesso 'misti', dove alla vacanza marina si associano escursioni di vario genere, in ambienti disomogenei. Questo è il mercato naturale per l'offerta modenese - tiene a dire il capogruppo della Lega Nord **Giorgio Barbieri** -. Tuttavia, rispetto alla costa, la nostra offerta resta sempre e comunque molto costosa: perché l'agenzia che cerca un diversivo in ambiente storico dovrebbe portare i suoi ospiti all'ombra del castello di Vignola, quando può disporre di un ambiente analogo, e forse più a buon mercato e più professionale, a Gradara o a San Marino?» E poi, aggiunge **Barbieri**, «abbiamo verificato che in occasione di importanti manifestazioni internazionali organizzate a Modena, i costi di soggiorno vengono addirittura aumentati, per cui i visitatori tendono a spostarsi verso Mantova, Reggio, Parma, e zone meno costose».

Oggi si naviga nel web, ci si scrive in un batter d'occhi con un sms, si ricevono sul televisore di casa emittenti lontane ed esotiche. È cambiato anche il modo di viaggiare.

«Si è ampliata l'autonomia del turista che sceglie fra proposte e servizi in grado di rispondere a una forte 'domanda di identità' - dice **Massimo Bertacchi**, capogruppo di Forza Italia -. C'è la tendenza a suddividere le vacanze in più periodi nel corso dell'anno, si cercano mete turistiche che offrano un ambiente sano, un territorio organizzato, strutture e servizi di buon livello».

«Sì, ma c'è comunque una questione a monte - è il parere del capogruppo di An **Cesare Falzoni** -. Perché Modena è

“L'evento non deve rimanere fine a se stesso. Bisogna far crescere nelle nostre città persone che sentano che la cultura può essere un'opportunità anche economica e creare una 'complicità fra il turismo d'affari e quello culturale, che spesso non dialogano”



Gino Quartieri
consigliere DS

meno conosciuta di tante altre città vicine? Perché tanta gente invece va a visitare Ferrara? Io credo che sia necessario, prima di tutto, che la provincia di Modena riesca a dare di sé, all'esterno, un'immagine chiara. Occorre far capire che a Modena c'è la Ferrari, ma non solo la Ferrari».

«Manca una sorta di marchio di qualità», gli fa eco **Bertacchi**.

Da parte sua, **Vincenzo Vandelli** consigliere provinciale della Margherita, storico dell'arte, fa leva su alcune esperienze personali: «Modena ha certamente la

“Si è ampliata l'autonomia del turista che sceglie fra proposte e servizi in grado di rispondere a una forte domanda di identità, serve un marchio di qualità”



Massimo Bertacchi
capogruppo Forza Italia

possibilità di richiamare turisti che si fermano per più di una giornata: io stesso ho accompagnato alcuni gruppi, di recente - spiega -. Ma spesso l'effetto della visita, per loro, è deludente. Arrivano alla Galleria Ferrari (che, con almeno 160mila presenze annue, è il museo più visitato del Modenese, ndr), però poi sono costretti a fermarsi lungo una strada, dietro un guard rail, per assistere alle prove delle vetture». Altri due problemi, segnalati da Vandelli, sono la mancanza di coordinamento fra i Comuni («Ognuno tende a lavorare per il proprio orto») e le difficoltà nei collegamenti fra i principali centri: «molti turisti oggi non vogliono viaggiare in auto - fa notare -. E come ci arrivo, al-



Vincenzo Vandelli
consigliere della Margherita

“L’ente pubblico deve produrre cultura, e non solo specchietti per le allodole: c’è il rischio che, inseguendo il nome di richiamo per avere tanti visitatori, non si badi alla qualità della proposta culturale”

lora, a Vignola o a Sassuolo in un giorno festivo?»

Fin qui i ‘nodi’ strutturali. E le idee?

«Io lanciao due proposte - interviene **Bertacchi** -. Una la intitulo “Turista per un giorno”: itinerari di un giorno, da consultare anche via Internet, che abbiano come punto di partenza Modena e i suoi raccordi autostradali. L’altra, “Oltre Modena”, è invece un itinerario storico artistico, culturale e gastronomico nel territorio provinciale, con borghi, castelli, chiese, palazzi storici



Alfredo Silvestri
capogruppo Rifondazione Comunista

“Quando si parla di sviluppo, oggi bisogna pensare anche a “produzioni immateriali” di qualità, giacimenti culturali e pregi ambientali”

e curiosità gastronomico alimentari che invogliano una nuova forma di turismo».

Oggi si sta facendo strada la proposta di realizzare anche a Modena alcuni ‘grandi eventi’ espositivi, come quelli che recentemente hanno lanciato Treviso nel panorama italiano.

L’assessore **Lugli** esprime il suo giudizio: «È una proposta interessante, perché è innegabile che anche i ‘numeri’ continuo, e alcune mostre in Italia hanno registrato centinaia di migliaia di visitatori. Certo, a Treviso si è fatta un’operazione di marketing culturale spinto, si è puntato sull’impressionismo. Un’operazione simile, in collegamento fra pubblico e privato, si può pensare anche per Modena: ma va messo in conto un fortissimo investimento promozionale. Le grandi mostre non possono aver successo se, accanto alle spese di allestimento, non si spende al-

trettanto in promozione».

«Già, ma siamo sicuri che la grande mostra sia grande cultura? - obietta **Vandelli** -. Un celebre critico diceva che, quando esci da una mostra, devi aver imparato qualcosa. L’ente pubblico deve produrre cultura, e non solo specchietti per le allodole: c’è il rischio che, inseguendo il nome di richiamo per avere tanti visitatori, non si badi alla qualità della proposta culturale».

Per **Falzoni**, «gli eventi devono essere legati al territorio, non possono essere di importazione, e soprattutto devono creare un circuito virtuoso nelle varie città, non possono essere iniziative alla ‘mordi e fuggi’».

«Non credo siano le grandi mostre il volano della cultura, se prima non c’è una vera base - dice dubbioso **Silvestri** -. Pensate che i pregi della Galleria Estense sono ignorati dall’80% dei modenesi. Così come i tesori del museo di arte sacra di Nonantola o altre meraviglie. E poi, scontiamo un eccessivo campanilismo: in questi anni sono nati venti o trenta piccoli musei, quando si sarebbe dovuto concentrare l’impegno su centri permanenti di interesse. Prima di investire in grandi mostre, bisogna consolidare e conoscere le nostre peculiarità».

Al proposito, Giorgio **Barbieri** snocciola alcune regolette: «Quello che già altri fanno, non va fatto. Quello che non ha la nostra radice esclusiva, vuoi per immagine, vuoi per habitat, non va sposato. Gli eventi devono essere programmati molto prima, e devono verificarsi in luoghi certi, con date che non mutano. Infine, gli eventi che non servono, non si fanno, perché costano e tolgono risorse a quelli che servono».

«L’evento non deve rimanere fine a se stesso - continua Gino **Quartieri** -. Occorre costruire nel visitatore l’abitudine a tornare in un posto, con una continuità di proposte e avvenimenti. Il turista deve sapere che qui, in questa città, ci sarà sempre qualche iniziativa importante. E poi, bisogna favorire l’ambiente, far crescere nelle nostre città persone che sentano veramente che la cultura possa essere un’opportunità anche economica. È necessario poi creare una ‘complicità’ fra il turismo d’affari e quello culturale, che spesso non dialogano».

I grandi eventi, comunque, richiedono anche importanti sedi espositive.

«E a Modena scarseggiano i contenitori

adeguati, le mostre vengono spesso polverizzate nel tessuto urbano cittadino o provinciale. Non è un bene, quando l'evento richiede un unico appuntamento», osserva **Bertacchi**.

Qualcuno avrebbe visto con favore che l'ospedale S. Agostino (che fra qualche mese verrà liberato) potesse diventare una grande galleria, ma la Provincia ha deciso di acquistarlo per collocarvi i propri uffici. È stato un errore? «A mio parere, è giusto che la Provincia abbia deciso di rimanere all'interno della città storica, riunendo i suoi servizi. È un fatto di cultura urbana - dice **Vandelli** -. La grande scommessa, per il S. Agostino, sarà la qualità del progetto che si riuscirà ad attuare. Il complesso dell'ex ospedale non dovrà essere solo un contenitore direzionale, ma un luogo permeabile, in grado di dialogare con i luoghi di cultura che lo circondano, gli istituti universitari, i musei... La piazza S. Agostino deve diventare il centro della città».

«Già oggi noi siamo come una 'galleria', con la nostra collezione d'arte, e dovremo mantenere questa vocazione anche nella nuova sede», aggiunge l'assessore **Lugli**.

«Non concordo con questa scelta - replica invece **Silvestri** -. La Provincia poteva provvedere alle sue esigenze nell'attuale sede di viale Martiri, magari espandendosi negli spazi attualmente occupati dalla Prefettura, che poteva spostarsi in un altro edificio di proprietà dello Stato, fra i tanti non utilizzati. Chi ha bisogno di spazi è la Galleria Estense, sono i musei, che oggi sono ospitati in un luogo inadeguato. Una situazione intollerabile».

Enogastronomia? Arte contemporanea? Capolavori del passato? Sono tante le 'sfide' da mettere in campo, ma forse la grande chance turistica la stiamo cullando già in casa. Si chiama 'mito dei motori'.

«In effetti, quello dei motori è forse l'unico prodotto turistico con cui il nostro territorio può avere chance di attrarre anche visitatori giapponesi. È una scommessa per le amministrazioni pubbliche», dice **Lugli**.

«Il turista di Maranello ha quasi un atteggiamento religioso, appartiene a un gruppo che ha una fede, dei simboli, dei totem», sottolinea **Barbieri**.

«Ma allora - sollecita **Quartieri** - bisogna pensare a un vero, grande museo dell'auto, con tutti i marchi modenesi, e aree

“Gli eventi devono essere legati al territorio, non possono essere di importazione, e soprattutto devono creare un circuito virtuoso nelle varie città, non possono essere iniziative alla ‘mordi e fuggi’”



Cesare Falzoni
capogruppo A.N.

multimediali che lo trasformino in una sorta di parco tematico, di grande curiosità per visitatori di tutte le età. Senza dimenticare, poi, che l'enogastronomia è il 'filo' che unifica tutte le proposte, arte, cultura, motori. Sarebbe bello ideare una rete di "laboratori del gusto", dove i visitatori potessero venire, osservare la nascita dei prodotti

“Oggi sul mercato turistico sono proposti sempre più spesso pacchetti ‘compressi’ nella loro durata; questo è il mercato naturale per l’offerta modenese. Tuttavia la nostra offerta resta sempre e comunque molto costosa”



Giorgio Barbieri
capogruppo Lega Nord

tipici, e provare a farli da sè. Per esempio, mettersi il grembiule e preparare i tortellini, poi cuocerseli».

Belle prospettive, anche se Cesare **Falzoni** non sembra sicuro che i vari ambiti possano sempre dialogare: «Trovo difficile legare il turismo d'arte con quello dei motori. Sono visitatori molto diversi per gusti e passioni».

E **Silvestri** chiude con un ammonimento: «Sì, siamo la terra dei motori. E adesso si vuole creare anche una pista prove a Marzaglia, ma non vorrei fosse solo un pretesto per scavare migliaia di metri cubi di ghiaia. Personalmente, poi, non credo sia giusto esaltare troppo questo culto della velocità: rischiamo di dimenticare i tanti, troppi incidenti stradali che si verificano nella nostra provincia. Per alimentare il turismo, non dobbiamo alimentare falsi miti». ❖