

Il Turismo¹

di Paolo Demi

QUADRO DI RIFERIMENTO

1.a) "amministrare"

Amministrare un Ente Locale è difficoltoso a causa della diversificazione degli interessi: il contatto con i cittadini è diretto e l'erogazione dei servizi quotidiani deve essere garantita, efficiente ed efficace.

Nel nostro caso specifico, la preoccupante situazione economica ci obbliga, a nostro parere, ad impegnarci a **costruire una "visione" della città futura.**

1.b) "futuro"

Preso atto che la situazione economica non ha ancora dato alcun segnale di risveglio, che sperare in una "reindustrializzazione" è quantomeno utopico, sicuramente anacronistico e contrario ad uno sviluppo attento alla salute dell'uomo e dell'ambiente, quale stimolo attivare per favorirne la ripresa?

In attesa che si renda disponibile la futura Darsena Europa per la ripresa di importanti traffici nel Porto, riteniamo che la città possa giocare un ruolo importante nel campo del **turismo**: un volano che può favorire la ripresa commerciale ed artigianale, nonché, con l'adozione di adeguate misure, la nascita di piccole imprese rurali e agrituristiche.

1.c) "non turismo ma turismi"

Non pensiamo ad un turismo di massa, che oltre a non trovare spazi adeguati implica possibili conseguenze negative sulla qualità ambientale e la vivibilità del territorio, ma a molteplici "turismi", qualificati e di specifica caratterizzazione, fortemente motivanti: *esperienziale, enogastronomico, escursionistico, ambientale, sportivo, subacqueo, ecc.*

Il turismo *crocieristico* non apporta consistenti benefici diretti sull'economia cittadina. E' un turismo prettamente "di consumo", "mordi e fuggi", che porta vantaggi ad alcune categorie economiche ma è orientato principalmente alle visite delle città d'arte della Toscana. Questo tipo di turismo può avere una considerevole importanza in termini di comunicazione: il passaparola.

Dobbiamo offrire una buona accoglienza, puntare alla QUALITA' dei servizi offerti, per stimolare il ritorno per una visita.

Per migliorare le aree critiche dell'accoglienza cittadina occorre un forte accordo sinergico tra Porto (Autorità i Sistema – Società Porto Livorno 2000) e Città (Amministrazione Comunale – Enti ed Associazioni economiche) che abbia l'obiettivo di incrementare gli interessi reciproci in un quadro complessivo e coordinato di miglioramento dell'accoglienza offerta al crocierista.

Le proposte sui turismi quindi si devono sempre articolare su queste due assi:

turismo come sviluppo della nostra identità culturale

turismo come qualità dei servizi e loro accessibilità

Lo sviluppo dell'attività turistica è strettamente legato allo sviluppo dell'identità culturale della nostra città. Per "identità culturale" intendiamo, essenzialmente, la capacità di raccontare "chi siamo", come città. E quindi "chi saremo".

La trasformazione e la valorizzazione della nostra identità culturale avrà un impatto decisivo sull'idea di turismo.

¹ Da: Pubblicazione "Livorno 2019. Idee e proposte per la rinascita possibile". Aprile 2019

Livorno futura

Di seguito, alcune proposte divise per aree di interesse turistico. Si tratta di linee guida per un intervento che richiederà tempo e forza politica. Alla fine di questa riflessione sul "futuro" si troveranno delle proposte di intervento sul "presente".

1- il centro: il quartiere Venezia

Un sogno: Una città vivibile, organizzata a dimensione umana (mobilità pedonale, ciclabile, servizi pubblici adeguati) che sappia valorizzare le proprie caratteristiche peculiari: **sistema dei Fossi Medicei, riconversione delle cantine** da depositi e rimessaggi privati in attività di pubblico interesse, **creazione di un sistema di trasporto acqueo** che metta in connessione porto turistico, le due Fortezze, il Mercato Centrale e il Quartiere Venezia.

In merito a quest'ultimo il nostro sogno è rendere il **Quartiere Venezia un'area pedonale**, il vero cuore storico e turistico della città, puntando anche ad un progressivo incremento delle attività commerciali collegabili ad una frequentazione più turistica che locale.

Come risulta evidente, le **problematiche** da affrontare e le soluzioni da adottare sono importanti, a partire dalla questione dei parcheggi per i residenti. Chiudere completamente al traffico tutto il quartiere, similmente a ciò che avviene durante Effetto Venezia, trasformarne l'aspetto urbanistico realizzando una grande isola pedonale comporta:

1. Individuare aree di parcheggio adeguate alle necessità dei residenti e dei visitatori
2. Avere disponibilità economiche per investire sul riassetto urbano
3. Rivedere il sistema della mobilità e del TPL
4. Favorire l'insediamento di attività commerciali coerenti con lo sviluppo della frequentazione turistica del quartiere
5. Prevedere una mobilità alternativa del turismo crocieristico
6. Programmare lo spostamento dello I.A.T. (presso il museo?)
7. Porsi la questione del recupero e utilizzo del Forte San Pietro
8. Avviare e realizzare lo spostamento del depuratore

Compiere questa **trasformazione** non è né semplice, né, tantomeno, immediata.

All'idea di trasformazione del quartiere si collega la **riqualificazione dei Fossi Medicei**. Lo stato dell'arte vede questi canali utilizzati a fini privati. Sbloccare questa imponente potenzialità turistica per farla diventare un potente attrattore significa:

- Garantire la sicurezza della navigabilità
- Rivedere la regolamentazione degli ormeggi (dimensione imbarcazioni, costo ormeggi, accosti pubblici)
- Proporre alternative alle imbarcazioni che non potranno essere ospitate lungo i fossi
- Adottare normative che favoriscano la destinazione delle cantine ad attività di interesse turistico

Anche questo non è un traguardo immediato: la questione più complicata e difficoltosa è la realizzazione degli ormeggi alternativi alle imbarcazioni "esiliate" (Bellana?).

1.bis - il mare del centro

I punti essenziali di questa area di interesse possono essere:

- **porticciolo della Bellana. Punto a):**

prospettive di sviluppo per il turismo sportivo velico, sia estivo che invernale. La realizzazione del porticciolo potrebbe aprire, qualora venissero realizzate le infrastrutture adeguate, uno squarcio per il turismo sportivo velico, che ad oggi è costretto ad arrangiarsi con strutture provvisorie e precarie, comunque inadeguate. Non solo per la Settimana Velica (ex T.A.N.), ma anche per l'ospitalità di atleti e nazioni che cercano campi di allenamento invernali e l'organizzazione di regate importanti da parte dei Circoli Velici cittadini.

- porticciolo della Bellana. Punto b):

la realizzazione di questo porticciolo potrebbe anche offrire ormeggi alternativi alle imbarcazioni che verrebbero spostate dai Fossi Medicei, nel progetto di riqualificazione.

- settimana velica e organizzazioni regate: con la possibilità di ospitare atleti e nazioni che cercano campi di allenamento invernali.

- sistema delle gare remiere: Palio dell'Antenna; Risi'atori, Palio Marinaro; Coppa Barontini. La nostra idea potrebbe essere quella di aprire un percorso con la finalità di costituire un unico sistema delle gare remiere. Questo sistema aprirebbe alla possibilità di ideare e offrire pacchetti di straordinario interesse folkloristico, in cui gli eventi in mare e nei fossi sarebbero soltanto uno degli appuntamenti. Già in questi ultimi anni l'idea del "Villaggio del Palio" va in quella direzione. Col sistema delle gare remiere si potrebbe avere un coordinamento unico delle gare e degli appuntamenti ad esse corollari.

Sul turismo da crociera abbiamo già fatto riferimento sopra. In questo caso tutto si gioca sulla qualità dei servizi. La criticità principale consiste nell'assenza di una relazione sinergica tra Porto e Città. L'obiettivo in questo caso sarebbe quello di incrementare gli interessi reciproci in un quadro coordinato di miglioramento dell'accoglienza offerta al crocierista.

Ippodromo: indubbiamente sull'ippodromo non è pensabile un progetto che preveda una realizzazione e un servizio di mantenimento e manutenzione a carico della cittadinanza. Per questo, la nostra idea sarebbe quella di operare tramite una manifestazione di interesse a carattere privato che sviluppi un progetto di turismo sostenibile e di intrattenimento intelligente, in linea con l'ambiente morfologico della zona e con l'ambiente culturale della nostra città.

2 – il mare "fuori": area Antignano – Quercianella

Altra componente importante per lo sviluppo turistico di Livorno è l'area costiera da Antignano a Quercianella con la retrostante zona collinare. Può diventare un sistema di interesse naturalistico che attrae un turismo sportivo marino – subacqueo e di superficie (surf, windsurf, sup, canoa, ecc.) – e terrestre (walking, trekking, bike, ecc.). Da rilevare che i fondali della zona registrano la presenza di corallo rosso anche a basse profondità, caratteristica che favorisce lo sviluppo della subacquea per principianti.

Il macro obiettivo sarebbe, quindi, quello di creare un sistema di interesse naturalistico che possa attrarre un turismo sia marino che terrestre.

In questo senso abbiamo individuato le seguenti fasi indispensabili da affrontare:

- percorso ciclabile
- valutazione di soluzioni alternative ai parcheggi (le cave?)
- sentieristica pedonale – vecchia Aurelia
- ex Parco delle Colline Livornesi (Regione Toscana – Rosignano – Collesalveti), come strumento di gestione e regolamentazione delle aree (norme di tutela ambientale, ma tese a favorire insediamenti agrituristici ed il recupero di fabbricati esistenti), manutenzione e segnaletica dei percorsi collinari in collaborazione con le Associazioni Ambientaliste
- piano della costa e normativa per favorire i servizi turistici stagionali
- Quercianella
- Realizzazione del collegamento Maroccone - Chioma

Livorno adesso

A fronte di questi obbiettivi, il cui raggiungimento implica un grande lavoro di relazione politica per trovare le convergenze con le altre istituzioni dalle quali dipendono alcuni importanti passaggi, fondamentali per la realizzazione, non pensiamo una fase di "attesa laboriosa".

Lo sviluppo in senso turistico dell'economia cittadina può partire sin da subito. In attesa che si concretizzi la trasformazione della città (Torino, Napoli, Barcellona ...) possiamo vendere ciò che già abbiamo e che ci qualifica e distingue dalle altre mete turistiche:

- 1) **La nostra identità:** Livorno è ancora una città che mantiene un suo personale forte carattere identitario. Questo è l'attrattore del *turismo esperienziale*: un turista che è alla ricerca della vita vissuta di una comunità. L'area mercatale, il Mercato Centrale, il Lungomare sono luoghi nei quali questa "anima forte" livornese più si percepisce. Su queste aree si possono pensare degli interventi immediati di sviluppo, trasporto e promozione.
- 2) **I Fossi Medicei** sono, già adesso, un percorso straordinario che testimonia, con presenze fisiche, la storia di Livorno dagli albori (Fortezza Vecchia) ad oggi e che offre una visione prospettica suggestiva della città
- 3) **Il sistema museale** (Fattori, della Città, di Storia Naturale, Acquario, Casa Modigliani) offre la possibilità di visite originali e motivanti. Su questo sistema museale si possono pensare interventi per favorire l'accessibilità (per esempio adottare le app "NearIt" per ipovedenti; la app Alzhalarte per il coinvolgimento degli anziani con decadimento cognitivo e i loro caregivers nelle pratiche delle arti contemporanee, ecc)
- 4) **I servizi turistici privati** (subacquei, sportivo marini, pesca turismo, escursionistici, di trasporto turistico, ecc.) sono attivi e sufficientemente strutturati
- 5) **Le manifestazioni** che si sviluppano durante l'anno sono numerose, le più di interesse prevalentemente cittadino, ma alcune con prospettive di ulteriore crescita oltre gli alti livelli già raggiunti.

Ciò che occorre per "mettere a sistema", come si usa dire, ma meglio sarebbe dire "mettere a frutto", i vari tasselli è una **comunicazione integrata della città e dei suoi servizi e attività e la loro commercializzazione on-line.**

Per fare ciò è sufficiente dare corpo ad una organizzazione, all'inizio di minima consistenza, che si faccia carico della promozione quotidiana della città attraverso sistemi, già testati ed adottati da altre realtà, di comunicazione web e social. Un passo che, tempo un anno, può iniziare a lavorare ed a produrre effetti.