

Prefazione

DOI: 10.17401/su.s1.fi00

Franco Iseppi - Presidente del Touring Club Italiano

Nel 2019 abbiamo ricordato i primi 125 anni del Touring Club Italiano con lo spirito e l'atteggiamento tipici degli anniversari: in altre parole abbiamo approfittato del valore simbolico dell'evento per ragionare sulla nostra identità, relazionarci con i soci, riflettere attorno alle nostre convinzioni e ai nostri principi fondativi, alcuni dei quali rimangono non negoziabili mentre altri, invece, frutto del contesto storico e culturale nel quale è nata l'Associazione, non hanno più la forza della loro ragion d'essere. Con questo spirito abbiamo partecipato al convegno (ricco di preziose indicazioni, analisi e suggestioni), organizzato a Napoli dall'Università Federico II nel novembre dello stesso anno, dal titolo *L'Italia del Touring, 1894-2019. Promozione, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio*. Nell'incontro, da parte nostra, sono state anticipate, anche se non sviluppate nel dettaglio, alcune riflessioni condivise dall'Associazione sia rispetto ad una sua rigenerazione operativa e concettuale sia relativamente al suo posizionamento, come attore di sistema, nella società italiana. I contributi, le interrelazioni, gli incontri informali con i qualificati partecipanti all'incontro sono stati per noi ricchi di suggerimenti rispetto al nostro progetto di innovazione. Non rinunciamo affatto a essere servitori civili delle istituzioni e dei viaggiatori nonché produttori di conoscenza, ma l'essere considerati come un punto di riferimento etico del turismo ha assunto un peso rilevante nel determinare la gerarchia delle nostre funzioni storiche, tanto per l'alta governance dell'Associazione (il Consiglio Direttivo, composto da volontari) quanto per tutta la struttura operativa. I segni più evidenti ed espliciti della rigenerazione che vogliamo mettere in essere sono ben evidenziati negli ultimi due volumi del nostro Bagaglio di Viaggio destinati ai soci. Il primo è quello pensato per il genetliaco del 2019 dell'Associazione dal titolo *Prendersi cura dell'Italia bene comune*, elaborato, con modalità condivisa, da tutti i membri del Consiglio Direttivo in carica nel 2018 e con il contributo di alcuni autorevoli ex Consiglieri. Il secondo, pubblicato nel 2020, è quello predisposto per la campagna associativa di quest'anno e che sviluppa una tematica fondativa, in parte affrontata anche nel volume precedente, focalizzandosi su un universo molto più specifico e identificabile nel titolo stesso del volume *#territori. Racconti italiani tra persone e luoghi*. Questi prodotti editoriali sono all'origine di due progetti (uno già realizzato e l'altro in corso di elaborazione) che riteniamo "vincolanti" non solo nell'affrontare la naturale innovazione che da sempre accompagna l'Associazione (riconversione tecnologica, adeguamento del modello organizzativo-produttivo, recupero di una

funzione storica come la formazione, formale appartenenza all'universo del non-profit), ma anche nel definire i caratteri della sua rigenerazione. Ci limitiamo, in questa sede, a focalizzare la nostra attenzione su due iniziative che riteniamo considerevoli: ci riferiamo a *Idee*, uno spazio destinato nella rivista «Touring» pensata per i soci, e a Ripartiamo dai territori, un progetto di riorganizzazione strutturale in fase di definitiva elaborazione.

La rivista mensile «Touring», dall'inizio del nuovo anno, ha una sezione dedicata alla riflessione e al pensiero. L'abbiamo chiamata *Idee*, nell'accezione di "contributo alla costruzione di una prospettiva" attraverso la quale il Touring Club Italiano vuole guardare al futuro, in un momento, per tutti noi, molto particolare. La prospettiva richiama immediatamente anche il modo con il quale intendiamo operare: costruirla insieme a chi condivide i nostri valori irrinunciabili, quindi non in modo ideologico, ma aperto a raccogliere contributi e a delineare, con pratiche condivise, il futuro che l'Associazione vuole perseguire. Salvatore Veca, Consigliere Touring e Presidente del Comitato scientifico, al quale abbiamo affidato la prima riflessione (che fa riferimento ai 125 anni del Touring), ha espresso una radicata convinzione della Associazione: «il Touring Club Italiano si è assunto il ruolo di un partner civile e sociale nella governance del bene comune Italia. E questa è la migliore ragione per l'adesione e la partecipazione alla comunità associativa che si prende cura dell'Italia, ragione che vale in primo luogo per le ragazze e i ragazzi che sono le parti rappresentative del futuro e del nostro possibile domani». È soprattutto a loro che dedichiamo questo spazio nella convinzione che la sostenibilità (uno dei nostri valori irrinunciabili) e la responsabilità (una pratica che da sempre qualifica le nostre decisioni) sono congeniti presupposti del nostro modo di essere e di agire, in un orizzonte temporale che deve necessariamente includere le generazioni future.

Ripartire dai territori è la modalità con la quale connotiamo il nostro progetto di articolazione territoriale che metteremo in essere una volta usciti dal tunnel della pandemia, ma che era già nei nostri pensieri al tempo del citato convegno (siamo grati a coloro che l'hanno promosso e a coloro che vi hanno preso parte), nel quale sono emersi importanti stimoli per il nostro lavoro. Il Touring è nato territoriale: lo confermano in modo inconfutabile le guide, le carte, la pubblicità e la sua storia di relazione con la società italiana. L'offerta turistica è per sua natura legata al territorio e non delocalizzabile. La nostra Associazione ha fatto della pluralità e distintività territoriali, nonché della ricchezza attrattiva degli stessi (culturalmente, economicamente e socialmente), le componenti pe-

culiari del turismo italiano, ma non ha mai tentato di articolarsi istituzionalmente nel territorio, se non in termini di rappresentanza come è avvenuto con la nomina dei Consoli. I nostri fondatori consideravano i territori come gli spazi e gli immaginari che motivano la pratica turistica e del viaggio e, da convinti unitari, erano più attratti dall'unità plurale del Paese che non dalle sue articolazioni territoriali delle quali, invece, tenevano molto conto nella ineguagliabile produzione editoriale, pensata non solo per i soci ma per il mercato (guide, carte e pubblicistica). Per i fondatori i territori erano considerati prodotti turistici (basta pensare all'attenzione verso i parchi), ma più in generale ambiti di prodotti materiali e immateriali a disposizione del mercato e dei viaggiatori, proprio per la loro attrattività. Questo approccio si è modificato nel tempo: basta vedere quanto le Regioni, ad esempio, abbiano influito nello scardinare un modello centralistico al punto di considerare la loro autonomia come sinonimo di indipendenza. Ripartire dai territori è da considerarsi una strada obbligata, da praticare questa volta in modo strutturale, e cioè con una articolazione organizzativa e non solo con prodotti e servizi. Trattasi di una evoluzione che, partendo dal basso, esige una rinnovata capacità di incrociare domanda e offerta, la creazione di nuove relazioni con le associazioni e le istituzioni, la qualificazione del nostro modo di fare proselitismo, l'impegno a considerare i soci come i protagonisti della nostra attività, la formazione di una nuova classe dirigente ed un modello gestionale dell'Associazione partecipato.

Costruire una prospettiva (idee) e ripartire dai territori (articolazione territoriale dell'Associazione) esprimono la qualificazione del nostro posizionamento come soggetto di sistema, congenitamente motivato a promuovere, tutelare e valorizzare il patrimonio culturale e il paesaggio. Con il "prendersi cura dell'Italia bene comune" si è spostato il baricentro dell'Associazione da quello dei viaggiatori a quello delle destinazioni, e dall'essere un reale punto di riferimento del turismo attraverso l'offerta di prodotti e servizi a diventare Associazione che promuove nei territori la valorizzazione dell'eredità culturale come strumento di crescita e di protagonismo. Nella nostra poliedricità, scegliendo come funzione prevalente la cura dei territori, di fatto essi vengono riconosciuti sia come contesto integratore della domanda turistica sia come spazio nel quale si opera per costruire una territoriale comunità di cura.