

IL PROGETTO

Il turismo delle radici vale 8 miliardi

Ma per attirare gli italiani all'estero servono marketing e investimenti

Rosaria Amato

Il Pnrr ha destinato ai progetti 20 milioni di euro, ma il turismo delle radici potrebbe valere molto di più, almeno 8 miliardi di entrate aggiuntive l'anno, calcola Confcommercio. Perché questa categoria di turisti, spiega Sonia Ferrari, docente di marketing del turismo all'Università della Calabria e autrice, con la collega Tiziana Nicotera, del saggio "Turismo delle radici. Strategie e politiche di marketing", «arrivano anche fuori stagione, vanno a visitare borghi che sono fuori dai circuiti turistici, sono estremamente fedeli, possono anche decidere di passare in Italia periodi molto lunghi, se sono pensionati o smart workers».

Non ci sono ancora dati precisi, il fenomeno è studiato da pochissimi anni. Quel che è certo è che gli italiani all'estero sono un bacino imponente: un po' più di 6 milioni gli iscritti all'Aire, 80 milioni i discendenti degli immigrati, 260 milioni gli "affini", cioè coloro che si sentono legati all'Italia per ragioni di parentela anche lontana, o acquisita, e per ragioni culturali. Un mondo molto eterogeneo, ma che guarda all'Italia con interesse e, in molti casi, con affetto. E di cui le istituzioni italiane non hanno ancora colto il pieno potenziale, anche se qualche progetto Pnrr va già oltre la mera promozione turistica: «Cleto, in Calabria - dice Ferrari - ha promosso un progetto diretto ai discendenti di italiani in Argentina e altri Paesi dell'America Latina. È stata coinvolta buona parte della comunità per l'offerta di case in affitto e altri servizi e per la promozione dei prodotti locali, dall'olio a quelli caseari». I soggiorni si sono prolungati e in molti casi si sono formati legami affettivi duraturi.

Ma si può fare di meglio, ragiona

Fabio Porta, deputato del Pd eletto nella circoscrizione Estero (ripartizione America meridionale): «Ho presentato una proposta di legge per il rilascio di un visto speciale della durata di cinque anni per i discendenti di italiani all'estero, per favorire in particolare il rientro dei giovani. È un modo di venire in aiuto ai nostri connazionali che, in particolare in Venezuela, sono stati costretti a lasciare il Paese per non subire gli effetti della dittatura. Ma anche una misura per controbilanciare, almeno in parte, il calo demografico».

Un progetto a lungo termine, che verrà preso in carico da una Commissione speciale a Montecitorio, e che si avvarrà della collaborazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero. Che stanno a loro volta prendendo in considerazione il fenomeno anche da un altro punto di vista, quello dei potenziali investimenti, come spiega Domenico Mauriello, segretario generale di Assocamerestero, l'associazione che raggruppa le 86 Camere di Commercio italiane che operano nel mondo: «Una buona parte dei soci delle Camere sono italiani di seconda o terza generazione, che non dimenticano il loro Paese. Si calcola che i turisti della memoria siano circa dieci milioni, e che la quota di export agroalimentare che fa capo a loro sia del 4%, ma è ancora da costruire una strategia precisa di attrazione di questa tipologia di turisti, e soprattutto di loro possibili investimenti in Italia, che potrebbero interessare in particolare settori come l'immobiliare e la ricettività alberghiera. Al momento come Assocamerestero abbiamo avviato una strategia di promozione dei prodotti agroalimentari e della ristorazione italiani, anche per distinguerli dall'italian sounding».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



① Il centro storico di Piazza Armerina, uno dei Comuni dell'entroterra siciliano

