

# ALTO ADIGE

Una copia L. 1.500 - Euro 0,77  
Con "La Rivista dei Libri" L. 5.000

**CORRIERE ALPI**  
QUOTIDIANO INDIPENDENTE DEL TRENINO

[www.altoadige.it](http://www.altoadige.it)

ANNO 56 (CXV) N. 53  
SABATO 4 marzo 2000

termo **CASA** S.R.L.  
Ristrutturiamo il bagno  
in soli 6 giorni di lavoro  
a Lire **12.900.000**  
IVA esclusa

INTERVENTI

## “Il turismo è vitale e noi dormiamo”

*Mancina: “E’ urgente ritrovare la capacità di progettare lo sviluppo”*

**TRENTO.** Il turismo, l’economia tutta, evolve, mentre il Trentino resta fermo e non sa come reagire. Questa la diagnosi, severa ma realistica, di Mauro Mancina che propone il suo qualificato contributo al dibattito aperto sulle prospettive del settore e sul peso che esso esercita nello sviluppo del Trentino. Un peso, su questo Mancina non ha dubbi, assolutamente decisivo.

Mancina interviene nella duplice veste di sindaco di Pinzolo e di direttore dell’Apt di Comano. “Due sono gli obiettivi del mio intervento” scrive “anzitutto evidenziare l’incongruenza di chi si permette ancora di vivere il rapporto con uno dei settori principali dell’economia con estemporaneità, alimentando la crescita non pianificata del territorio e la gestione individuale e non programmata dei servizi; in secondo luogo per indirizzare le riflessioni sulle cause che fanno venire meno, nel nostro turismo, il rapporto prezzo-qualità.

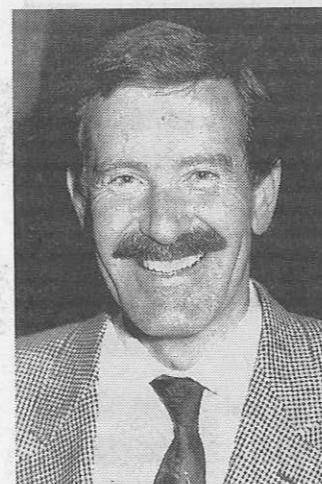
Le conseguenze negative sono sotto gli occhi di tutti: manchiamo di urbanizzazione e di servizi, ancor prima dei metodi e della strategia per raccordarci con il mercato. Se vogliamo che questo nostro Trentino sia un’area turistica di qualità, dobbiamo risolvere i problemi della viabilità, dei parcheggi ed in alcuni casi di reti tecnologiche, oltre che dotarci di quelle strutture specifiche, che, attraverso un’approfondita analisi delle vocazioni, caratterizzano i vari “turismi” che il territorio può offrire.

Possiamo anche condividere l’affermazione di chi, romanticamente, dice che “la

montagna ha perso la sua anima”. Ma ciò è elemento riconducibile più alla cultura, alla sensibilità individuale, elementi che la maggior parte delle volte risultano lontani dalle logiche economiche e di mercato. Possiamo rimpiangere, alla luce del benessere che ci contraddistingue, quella montagna, zaino in spalla e scarponi con le suole Vibram. Ma non possiamo dimenticare che c’era anche la miseria, quella miseria dura, avvilente, mortificante, che spingeva la nostra gente al sacrificio dell’emigrazione.

Fatte queste premesse - prosegue Mancina - è necessario prendere atto del processo di trasformazione sul versante della domanda che ci porta a confrontarci con un potenziale cliente più maturo, attento ai valori ambientali ma anche, sempre più, alla ricerca di un rapporto di qualità dei vari servizi, che caratterizzano l’offerta turistica.

Quindi, seppur con l’impegno di far convivere visioni diverse, se vogliamo vivere di turismo, dobbiamo, in primo luogo, rendere godibile e fruibile il territorio migliorando la viabilità primaria e secondaria, pedonalizzando i centri urbani e togliendo parte di quelle assurde normative che



Mauro Mancina

tendono ad ingabbiare l’ospite che frequenta la nostra zona con non poche mortificazioni a suo carico.

Ma il Trentino sembra ancora incapace di proporsi con un’offerta unitaria. La globalizzazione dei mercati, con la soppressione delle frontiere, congiuntamente a quegli elementi che fungevano da deterrenti quali il prezzo, la distanza, la diffidenza all’uso di determinati mezzi di trasporto, la non conoscenza delle lingue straniere ed il maggior “appeal” della vacanza all’estero, ci obbligano a dover prendere atto che anche l’offerta turistica si confronta in un contesto di “globalizzazione mondiale”: ma mentre tutti gli altri corrono, noi siamo fermi sulle nostre riflessioni,

sulle nostre non scelte, sulle nostre non decisioni.

Condivido le analisi di chi dice che l’evoluzione socio-economica porterà ad un vero e proprio ridimensionamento del nostro abituale rapporto di spesa e trovo altrettanto scontato, in un’economia moderna, il concetto che il turismo debba essere organizzato come una grossa azienda che vende prodotti e servizi tutti strettamente collegati: un’azienda globale, con un management in grado di individuare le evoluzioni del medio e lungo periodo, di orientare gli investimenti, e soprattutto, di metterci nelle condizioni di influenzare il mercato turistico anziché subirlo.

Prendiamo atto che non possiamo sopravvivere senza turismo e dobbiamo quindi trovare un giusto equilibrio ed una nuova impostazione, non solo nel campo delle strategie di mercato, ma soprattutto tra uomo e territorio, dato che l’opzione, per un certo tipo di sviluppo e già stata fatta, quantomeno per alcune zone, ed ora assai difficile riconvertire questa economia.

Dobbiamo tutti - conclude - mirare ad un maggiore vivibilità ed organizzazione del territorio. Dobbiamo uscire dall’empirismo e dall’individualismo per arrivare a strategie operative su cui far convergere tutti i soggetti che in un razionale progetto di sviluppo turistico devono ritrovarsi ed operare con unità di intenti.”