

CITTÀ STELLARE

Una notte magica a Cherasco

di Pier Luigi Ciolli

Il raduno a Cherasco (Città stellare) ha visto la partecipazione di pochi equipaggi confermando che da giugno i camperisti dirigono la prua verso il mare.

Essere in pochi ha permesso lunghe e fruttuose conversazioni, godere di Cherasco dove il silenzio è l'ingrediente segreto e la voce umana rioccupa lo spazio urbano.

Pochi ma con una concezione del turismo fondamentalmente diversa da quella tradizionale perché ci avvicinavamo al "nuovo turista", colto e curioso, che vive nel suo soggiorno un pezzo di vita completa.

Alcune attività del "nuovo turista" sono specifiche del nostro stato di viaggiatori (ricerca e conoscenza dei beni culturali, enogastronomici, artistici, storici, naturalistici) mentre altre so-

no comuni a quelle della popolazione residente.

Un "nuovo turista" che abbandona la villeggiatura per la vacanza, che ha frazionato il proprio tempo libero scegliendo sempre più di fruire dei fine settimana, che chiede ricchezza di offerte e semplicità nel rappresentarle, magari in moderni itinerari confezionati formato A5.

Già il CENSIS nel 1988 rilevava che il TURISMO ITINERANTE E D'ESCURSIONE era il 34% e negli anni successivi in progressivo aumento.

Quali camperisti per inserirsi nel contesto urbano, fruire del territorio e poi lasciarlo integro ai successivi ospiti, abbiamo acquistato un'autocaravan (ruote + motore + casa).

Nel convegno organizzato dal Sindaco molte le dichiarazioni di principio dei relatori ma solo il

COORDINAMENTO CAMPERISTI ha presentato un progetto, istruzioni tecniche nonché chiesto ai rappresentanti della Regione Piemonte presenti di attivare una strategia tesa a creare i "nuovi turisti" magari partendo subito con un Progetto di Educazione Turistica nelle scuole.

Intervento giudicato interessante con l'unica eccezione di Paolo Monte (Direzione Marketing Alpitour S.p.A.) il quale invitava i camperisti "nei posti ove vi recate a comprare almeno il pane!".

Oltre detto micidiale consiglio il Monte, qualificatosi come scrittore di vini e formaggi, presentava una relazione che concludeva: "costruire strutture alberghiere in grado di ricevere un cliente 'stanziale', cioè che intende soggiornare e non solo venire a... pranzo."!

Utili enunciazioni fatte dai relatori e da "rubare" sono state:

◆ è necessario che produzione e ristorazione stabiliscano maggiori contatti per essere di reciproco stimolo;

◆ promuovere i prodotti di un territorio vuol dire credere al territorio nel suo insieme e conservare le caratteristiche di un paesaggio;

◆ un turismo qualificato ha

**Il camper se ne va...
il cemento resta!**

bisogno di produzione editoriali che valorizzino non solo gli aspetti turistico storico paesaggistici ma anche quelli legati al cibo ed al vino (il bere: né vezzo né vizio

ma deve diventare una cultura);

◆ produzione editoriale privata con una logica di selezione qualitativa per premiare e distinguere i migliori nella ristorazione e ricezione;

◆ nella maggior parte dei casi alle grandi attrattive turistiche corrispondono servizi scadenti perché gli interessi prevalenti sono di altra natura.