



FENOMENO RUGGIERI: LE AZIENDE SI UNISCONO

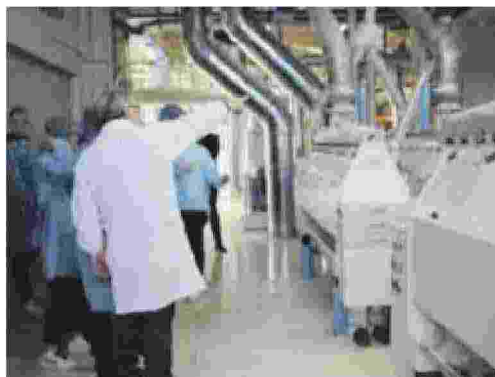
«Pronti a pagare per visitare l'Ilva»

Il prof. Santamato: si risponde alle richieste dei turisti industriali

● «Il turista industriale, sicuramente non è il classico turista in infradito e maglietta, ma una persona che ha una visione colta del fenomeno turistico. È un settore di nicchia forse e non puoi fare i "numeri", ma è una forma di turismo differente e complementare rispetto al classico turismo pugliese che è soprattutto balneare. Questa è una forma derivata del turismo culturale e può fare la differenza». Parola del prof. Vito Roberto Santamato (Economia e gestione delle imprese turistiche e di marketing del turismo presso l'Università degli studi di Bari) che scommette su questo fenomeno che «in Italia è agli albori, ma neanche tanto. Mentre in Puglia c'è pochissimo, quasi niente».

Vista con gli occhi di un turista industriale, anche l'Ilva, con la sua selva di ciminiere che si avvistano da chilometri di distanza, ha un suo fascino o potrebbe averlo. Possiamo immaginare in un domani, turisti paganti per una gita nel siderurgico tarantino? «Paradossalmente sì e non solo all'Ilva - replica il professore - Ci sono turisti che sono talmente immersi in questa cultura che fanno il tour di impianti industriali dismessi o funzionanti, oppure ci sono turisti che arricchiscono la vacanza, la diversificano: il giorno vai al mare, il pomeriggio vai a visitare la fabbrica o qualsiasi altro luogo di produzione». Anche alla ex-Fiat di Melfi? «In teoria sì. C'è gente che ama questo tipo di esperienze. E del resto, se mi dicessero "ti faccio visitare la fabbrica lucana", io ci andrei» afferma Santamato.

Un assoluto entusiasta - oltre che studioso - dell'argomento è il barese Ettore Ruggiero che vi ha dedicato un libro di 457 pagine («Il turismo industriale: Come e perché le imprese del made in Italy possono diventare attrattori turistici»; Franco Angeli editore). «Siti di archeologia industriale, piuttosto che musei d'impresa e imprese vive, che aprono le porte ai turisti, possono diventare un'occasione di scoperta



PUGLIA Visita al Molino Casillo e sotto il prof. Vito Roberto Santamato ed Ettore Ruggiero (a destra)



della cultura del saper fare, della cultura politenica - afferma Ruggiero - Ovviamente, tutto questo va organizzato e strutturato in esperienze di visita interessanti, con anche il racconto delle persone che lavorano in quel luogo e delle tecnologie... molto spesso ci troviamo di fronte in Puglia a industrie che riescono a raccontare le 4 rivoluzioni tecnologiche».

Ma c'è mercato? «Beh - dice - il secondo museo più visitato in Italia è quello della Ferrari, dopo gli Uffici di Firenze. Tanto per dirne una, da un punto di vista museale. In Puglia ci sono solo un paio di musei aziendali, poi ci sono un sacco di altri chiamiamoli "musei", non contestualizzati. Uno, interessante, è quello di Maglie che, però, sono due anni che è fermo. Invece c'è il palazzo dell'Acquedotto pugliese, a Bari, che permette di raccontare bene cosa si fa, permette di entrare nel mondo della gestione delle acque. Il sabato e la domenica è aperto e ha fatto oltre 4mila visite in un anno. Poi consideri che tutto questo è marketing per le aziende. È un modo per farsi conoscere e lavorare sul loro brand e sulla responsabilità di impresa».

Marisa Ingrosso



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600