

Umbria, un museo all'aperto ma vivo

di GERMANO MARRI

Presidente della Giunta regionale dell'Umbria

Ormai da qualche anno l'Umbria non è più conosciuta soltanto grazie al nome ed alla fama di qualche sua città, ma come una regione che presenta aspetti diversi, dalla storia alla natura, all'arte, alla cultura, all'economia, che concorrono a formare l'immagine di una terra, di una regione «raccolta», che secoli di storia hanno disegnato e modellato nel profondo dell'uomo e dell'ambiente.

Mutamenti e trasformazioni sociali ed economiche che hanno interessato l'Umbria (così come tutto il paese) non hanno comunque cambiato i ritmi e i contenuti essenziali della vita di una regione che, mentre lavora per costruire il proprio futuro, offre la possibilità per indimenticabili tutti nel passato. Ma le piazze e i monumenti dei centri storici, le chiese e i musei, i paesaggi e i dipinti non rappresentano solo i punti di forza dell'immagine che l'Umbria ha all'estero, ma sono anche i luoghi accanto ai quali si vive e si lavora ogni giorno. Un museo all'aperto (come l'Umbria è stata definita), ma vivo.

Una regione civile e tollerante, terra della non-violenza e della pace, che vive immersa nel passato, ma giovane. Non a caso hanno scelto di viverci e studiarvi migliaia di giovani di ogni parte del mondo. A questa immagine dell'Umbria e al rafforzamento dei suoi caratteri peculiari hanno dato un contributo decisivo la Regione e le amministrazioni locali, insieme alle multiformi espressioni della società civile.

Gli interventi effettuati e le scelte operate, con attenzione e sensibile partecipazione, sono alla base dei risultati raggiunti anche nel settore turistico. Manifestazioni culturali, storico-rievocative, sportive, economiche aggiungono poi ulteriori elementi, «contemporanei», all'interesse dei visitatori.

Nel periodo più acuto della polemica nei confronti dell'Italia, «L'Europeo» del 22 settembre 1984 presentava questa testimonianza di un imprenditore «di puro ceppo sudtirolese»: «intendiamoci: dell'Italia ci vanno a genio un sacco di cose: «la flagellazione» di Piero della Francesca, certi Eden stupendi e negletti tipo l'Umbria... Vero? L'unico modo di accertarlo è quello di conoscere l'Umbria, di visitarla, anche se per pochi giorni, di viverci, anche se per poche ore.

SULLE QUESTIONI del turismo in Umbria abbiamo intervistato l'assessore regionale al Turismo e Industria Alberghiera, Aldo Potenza.

Il turismo per l'Umbria rappresenta senza alcun dubbio uno dei settori portanti dell'economia regionale. Un settore che, anche negli anni più bui dell'afflusso turistico in Italia, è andato avanti, contraddicendo il trend negativo di altre realtà. Quale è il segreto di questo successo?

L'Umbria ha avuto una risposta positiva dalla domanda turistica poiché è stata capace di anticipare, con la sua offerta, le tendenze del «nuovo» turismo, ossia quel turismo che — superato il momento satisfattivo delle esigenze primarie, ossia sole, svago, movimento evasivo — ha saputo indirizzare il turista verso l'attrattiva-ambiente, verso l'attrattiva-cultura, verso l'attrattiva-tradizioni (ossia folklore, gastronomia, artigianato). Ciò significa che, desettorializzando il turismo e collegandolo con tutte le varie sfaccettature della realtà umbra, abbiamo creato una offerta turistica centrata sulla godibilità dei centri storici umbri e sulla vivibilità dei medesimi attraverso la fruizione di tutte le attrattive che posseggono.

Parliamo un po' di cifre. Cosa rappresenta per l'Umbria, in termini di occupazione, reddito e sviluppo, il Turismo?

Moltissimo. Potremmo veramente sostenere che il Turismo sia la prima industria dell'economia umbra. Guardando le cifre ci si può facilmente rendere conto: senza contare l'indotto, le cui implicazioni sono assai difficili da quantificare, sono occupate nel comparto del Turismo all'incirca 10.000 unità (rammento che la popolazione dell'Umbria è di 800.000 abitanti); la spesa che i turisti effettuano in un anno in Umbria si aggira sui 500 miliardi, che costituisce quindi il reddito lordo annuo del comparto, nell'ulti-

mo anno. Se guardiamo poi lo «stato di salute» di quest'ultimo anno, dirò solo che: a) le presenze turistiche nell'85 sono state di circa 4 milioni di persone, pari al +2,9% rispetto l'84 e di 0,9% in più rispetto alla media nazionale; b) nel settore alberghiero le presenze sono aumentate rispetto all'84 del 9,6%; c) il traffico turistico italiano è aumentato del 12%. Mi pare che le cifre parlino da sole.

Di recente Lei personalmente ha avuto contatti con molti esponenti di altre nazioni per promuovere a livello internazionale il «Marchio Umbria». Quali argomentazioni ha usato per convincere i suoi interlocutori che trascorrere in questa regione un periodo di vacanza è un buon investimento?

Per il vero debbo premettere di non aver trovato grosse difficoltà per convincere i miei interlocutori: l'Umbria è ovviamente famosa per molti aspetti, e si è trattato di formulare un pacchetto che assieme al noto comprendesse anche il meno noto.

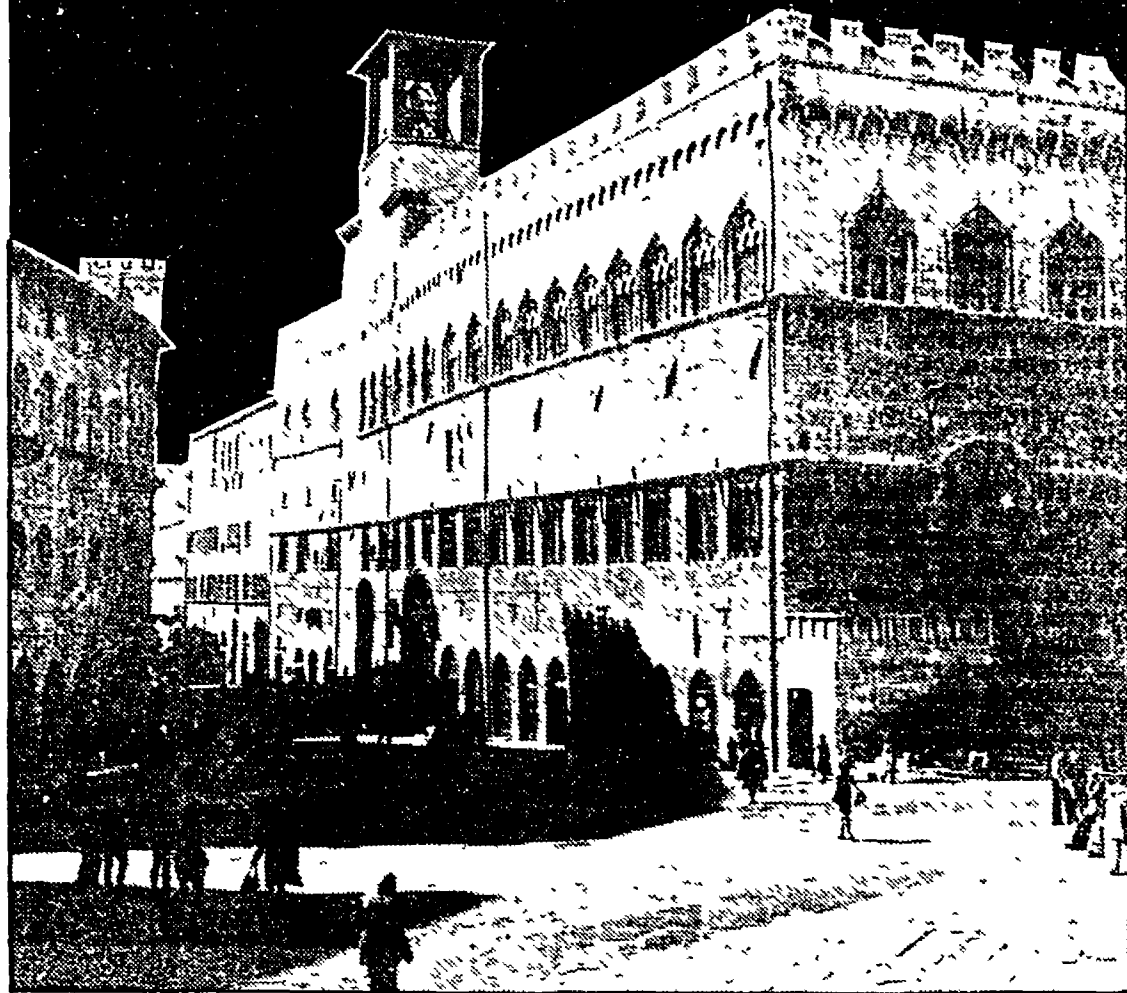
Gli argomenti più convincenti anzitutto stanno nella competitività dei prezzi rispetto a gran parte del resto d'Italia ed in particolare rispetto ai comprensori turistici ad analogia tipologica di offerta turistica.

Inoltre abbiamo offerto l'immagine di una città-regione, ovvero un territorio che nel breve spazio consente diverse opzioni turistiche e cioè: un ambiente sufficientemente incontaminato epperò ecologicamente vivo, adatto alla pratica sportiva e dotato delle risorse termali e delle acque, una serie di interessi culturali centrati sui centri storici e sulle manifestazioni che li animano, le attrattive legate ai centri del richiamo religioso, le tradizioni artigianali, gastronomiche e folkloriche.

C'è in Umbria una antica tradizione di turismo culturale e religioso, legato ai cento centri storici ed al grande patrimonio artistico, ma c'è anche un turismo nuovo, legato in-

Viaggio nel pianeta «verde»

Intervista all'assessore umbro al turismo, Aldo Potenza: «Il turismo è la nostra prima industria»



vece ad un prestigioso cartellone artistico, come il Festival dei Due Mondi, Umbria Jazz, la Sagra Musicale Umbra, ed altre manifestazioni ancora. Perché avete voluto creare questa offerta turistica aggiuntiva?

Mi permette anzitutto di correggere la domanda su di un punto: l'offerta turistica legata alle grandi manifestazioni culturali è tutt'altro che aggiuntiva. Anzi. Abbiamo per esempio la Sagra Musicale Umbra che vanta ormai i suoi 41 anni, e quindi presiede all'istituzione regionale. Non parliamo poi del Festival dei Due Mondi, che ha tutta una serie di aspetti che lo rendono addirittura centro di irraggiamento di ulteriori iniziative. Ed è proprio questo il punto: tali manifestazioni non solo sono connaturate all'Umbria, ai suoi centri storici vivi e pulsanti di cultura e di tradizione, ma ad esse va dato ulteriore spessore mediante l'abbinamento con attività permanenti, legate al contenuto artistico di questo, che permettono di sviluppare le potenzialità espansive della residenzialità: è il caso dei seminari collegati ad Umbria Jazz e al Festival delle Nazioni.

Per non parlare della prevista istituzione del laboratorio permanente per lo spettacolo, collegata al recupero della Rocca albornozziana di Spoleto.

Le presenze turistiche nella regione raggiungono punte incredibili da maggio ad agosto, perché non pensate ad iniziative che sfruttino le così dette «basse stagioni»?

Questo è un problema serio, che coinvolge tutta una serie complessa di tematiche interdisciplinari. Basti pensare ai problemi della viabilità (stradale, ferroviaria e aerea) che dovrebbero accompagnare la risoluzione di tale questione. Per quanto concerne la stretta tematica turistica, dirò che a rettificare la linea sinusoidale del grafico più esaltante è certamente utile il turismo congressuale. Tale tipo di turismo, che può essere opportunamente sviluppato proprio in tali

stagioni «basse» (novembre-febbraio) abbisogna di una rete di servizi su cui occorrerà lavorare, e sulla cui costruzione — nella forma di un Convention Bureau — la Regione è impegnata in prima linea, ma per il quale occorre — soprattutto — un deciso pronunciamento in senso affermativo degli operatori privati. Il Convention Bureau infatti non dovrà essere un «carrozzone» burocratico, bensì un centro per la promozione di congressi e di servizi congressuali, nonché per la loro attuazione secondo la formula del «chiavi in mano». Accanto al turismo congressuale, potrebbe essere sviluppato, con successo, il turismo della terza età, per una natura non legata a periodi dell'anno forzati. Interessante, in quest'ottica, sarebbe un collegamento con le Università della Terza Età.

L'Umbria non è solo la regione delle grandi manifestazioni o dei grandi centri storici e d'arte, ma anche delle mille sagre o feste di paese. Non ritiene che sia anche questo un patrimonio da utilizzare e valorizzare?

Si tratta di un discorso assai delicato, dal momento che tale patrimonio è talmente ricco che, dal punto di vista turistico, sarebbe necessario una razionalizzazione. Ciò comporterebbe una scelta ed una discriminazione all'interno della miriade di iniziative locali, le quali — oltretutto — sono frutto di comitati cittadini o di pro loco, e quindi rappresentano iniziative autonome che godono di una propria sfera di intangibilità.

E chiaro: la maggior parte non hanno rilievo sotto il profilo turistico, ma solo sotto quello della promozione del tempo libero e della conservazione ideologica del vivere insieme. Pertanto, occorrerà — dal nostro punto di vista — dare un rilievo e fornire un appoggio a quelle legate ad una maggiore tradizione culturale e nel contempo atte ad incanalare ideologicamente i flussi turistici, meglio se di provenienza extraregionale.

FRANCO ARCUTI

IL MAGGIO umbro è tutta una esplosione di grandi feste popolari: ce ne sono tante e per tutti i gusti sino a formare un itinerario in cui si intrecciano sacralità e residui pagani, naturalismo e elementi cavallereschi. L'Umbria per un mese risuona della sua storia e soprattutto dell'anima di un popolo abituato a lunghi silenzi, ma anche capace di slanci, di quella che è stata definita «la mattia» di una intera regione. La festa dei Ceri, che si svolge a Gubbio il 15 maggio, è emblematica di questa esplosione popolare. È una corsa folle fino ad arrivare in cima al monte Ingino. Più di 4 chilometri, quasi tutti in salita. A vedere il percorso sembra impossibile che uomini con in spalla dei giganteschi ceri possano arrivare in cima al colle in pochi minuti. Ma a correre all'impazzata non sono solo loro, tutta la popolazione li segue, li spinge, li incita. E come se si sprigionasse negli eugubini una forza nuova e diversa, in qualche misura intima. E infatti il turista se non si mescola alla gente, se non corre insieme all'immensa folla, resta emarginato. Se si aspetta uno spettacolo «competitivo» che può essere guardato dall'esterno con l'animo di chi va ad una partita di calcio, non riesce a cogliere il clima della festa. I ceri infatti galoppavano, ma non esiste un vincitore. Ad arrivare primo è S. Ubaldo, secondo S. Giorgio e terzo S. Antonio. Il problema è correre bene, superare se stessi, fare esplodere tutta la propria carica di vitalità.

Gli eugubini sono ceraioli dalla nascita, tutta la vita si preparano alla grande galoppata con il cero in spalla. Sono ancora in brac-

cio alla mamma e portano la camicia con i colori dei tre santi.

Nella festa si intrecciano significati storici (la vittoria del 1151 su undici comuni che avevano stretto d'assedio la città), significati religiosi (sono tre santi che campeggiano in cima al cero), ma soprattutto significati pagani, quali il mito della primavera, della vitalità, della fertilità. Una simbologia a sfondo sessuale pervade tutta la corsa: si ritrova nei gesti, nei riti, negli oggetti. Ma più che con le parole queste cose si capiscono con la presenza. Andatela a vedere questa corsa, vivetela con la gente perché non è un prodotto esportabile.

Meno esclusivo, più calmo, tutto legato all'idea dell'armonia è il Calendimaggio assisate. La città di frate Francesco entra in scena con tutta la sua leggerezza. I quartieri si sfidano, ma la tenzone è soprattutto fra chi canta meglio (sono in genere canti scherzosi), chi esibisce i costumi d'epoca più belli, chi sfilava in modo più armonioso. Assisi saluta con un inno alla gioia e alla bellezza l'arrivo della primavera. Il tutto avendo per palcoscenico le vie e le piazze di una delle cittadine più belle e più famose del mondo. Un Cantamaggio si svolge anche a Terni e, poi, ci sono, sempre nello stesso periodo, la corsa dell'Anello e il corteo storico notturno di Narni che attraversano le vie di questa cittadina medioevale, uno dei gioielli artistici più belli dell'Umbria.

La corsa dell'Anello non è dissimile ad un'altra grande festa popolare, la Giostra della Quintana che si svolge a Foligno. Una tenzone questa con origini così antiche che la prima sembra essere avvenuta nel

Sagre e tradizioni popolari della regione



Che la festa cominci

1158. Negli ultimi dieci anni l'appuntamento è ritornato in auge e, anche qui, come a Gubbio, per tutto l'anno i quartieri lavorano alla sua organizzazione.

La Quintana era, nell'accampamento romano, la via secondaria nella quale si addestravano i cavalieri armati di spada che si lanciavano contro un fantoccio cercando di centrare un anello che esso teneva in mano. Si tratta di una competizione vera e propria, con vinti e vincitori, che si svolge in settembre. Ma anche questa che, al contrario dei ceri, ha le caratteristiche di una gara, conserva soprattutto un fondo di gioco: la bellezza dei costumi e delle dame, le taverne dove sino a notte fonda si mangia e si beve, l'assenza totale di qualsiasi violenza, ma la pura esibizione individuale del coraggio e della forza sono le cose più importanti. Alla fine conta più chi ha passato la notte più bella, chi ha strappato il sorriso della dama più contenta, di chi ha vinto la Giostra.

Tutta l'estate umbra è piena di queste gare: dal Palio dei Terzieri a Città della Pieve a quello della palestra di Gubbio. E, poi, tanto per restare nell'ambito delle feste rievocative, questa volta però di natura religiosa, non può essere dimenticato il corteo storico di Orvieto che si svolge il giorno del Corpus domini. Colori e rumori attraversano la città per ricordare il miracolo di Bolsena, ma soprattutto le ragioni della costruzione di quel gioiello del gotico italiano che è il Duomo di Orvieto. Narra la leggenda che un sacerdote boemo stesse celebrando la messa a Santa Cristina in Bolsena, tormentato da molti dubbi sulla presenza

di Cristo nel sacramento dell'eucarestia. Mentre spezzava un'ostia per accadde un miracolo: questa si trasformò in carne e sangue. Per ricordare l'episodio Urbano IV decise di far costruire un Duomo degno di contenere la reliquia. Dispose che tutti gli anni, inoltre, il corporale venisse portato in processione. Da lì nasce il corteo storico: una festa che si ripropone di ricordare la storia e la leggenda nel modo più fedele possibile.

Le manifestazioni religiose in Umbria sono tante: da quella della Palombella, sempre ad Orvieto, alle numerose processioni dei venerdì santo. E poi ci sono le tante «sinfonate», la più nota delle quali è quella di Spello. Con i petali si allestisce un grande tappeto disegnato che ricopre le strade di questo piccolo centro tutto raccolto dentro le mura medioevali. Anche qui vince il colore, testimonianza di una reliquia solare, tutta legata alla bellezza della natura. E una identica esaltazione si ritrova anche nella festa del tulipano a Castiglion del Lago.

Il rapporto con la terra, con la sua fertilità, con ciò che produce pervade i piccoli e grandi appuntamenti della primavera-estate in Umbria. E forse uno dei momenti più belli lo regala la natura da sola, senza bisogno dell'intervento dell'uomo, senza che venga organizzato niente. È «il miracolo» della fiorita del Pian Grande, quando la grande pianura sotto Castelluccio di Norcia, incassata fra gli Appennini, in giugno si copre di fiori di tutti i colori. Una terra aspra e disgraziata, abbandonata e sola, fa tutto da sé per regalare lo spettacolo più straordinario.

GABRIELLA MECUCCI