

**WEEK-END.** La BIMT, Borsa del Turismo del Mezzogiorno, promossa dalla Regione Sicilia in collaborazione con Alitalia, in programma a Taormina da 23 al 26 ottobre, rappresenta per i patiti della tintarella forse l'ultima occasione per un bagno di mare fuori stagione. Ancora una volta, la Sicilia, isola barocca per eccellenza, si accinge ad offrire ai suoi estimatori e ai molti operatori turistici che confluiranno a Taormina, i propri gioielli architettonici. Sede ineguagliabile della manifestazione, Taormina, con il Teatro Greco (secondo solo a quello di Siracusa), Palazzo Corvaia (sede del primo parlamento siciliano), il magnifico Duomo di S. Nicolò, il cinquecentesco chiostro del convento di S. Domenico (oggi parte integrante dell'omonimo e prestigioso albergo) e lo storico castello sul Monte Tauro, sono solo alcune delle attrattive offerte dalla rinomata stazione



turistica internazionale. La Sicilia, certo, non è tutta qui e consente di che sbizzarrirsi: mite il clima, limpido e pescoso il mare, rigogliosi gli aranci, florido l'intero territorio ricco di risorse naturali, folcloristiche e gastronomiche. Notevole poi il patrimonio alberghiero, negli ultimi anni rinnovato e accresciuto; per non parlare degli appuntamenti culturali come il Convegno Barocco e l'Anno Federiciano: eventi che contribuiscono, se sostenuti da efficaci campagne promozionali, alla piena ripresa turistica siciliana. Il «tutto esaurito» registrato infatti durante la stagione appena conclusa e il successo conseguito in occasione dei Mondiali di Ciclismo, non hanno certo frenato gli entusiasmi degli operatori siciliani intenti a fare sempre di più - battendo il ferro quando è caldo - per il definitivo decollo del turismo siciliano. [Toni Cosenza]

## TURISMO E SPORT. Cresce la domanda di attività che aiutino a «star bene» nel periodo delle ferie

# In vacanza con la racchetta da tennis

■ Europa a due velocità anche nello sport? Si direbbe di sì, a leggere i dati anticipati dal Centro Studi Turistici di Firenze, e contenuti in un dossier sulle potenzialità del turismo sportivo che sarà presentato nel corso della seconda edizione della B.T.S. (Borsa Turismo Sportivo). In Europa (la stima si riferisce a Italia, Spagna, Germania, Francia, Gran Bretagna, Portogallo, Svezia, Danimarca, Svizzera e Finlandia) ci sono almeno 125 milioni di persone che fanno sport a livello agonistico e amatoriale. Di queste, poco più di 50 milioni (il 40,3% dei praticanti) risulta tesserato ad una federazione sportiva nazionale. Ciò significa che un cittadino su tre (il 39%) del gruppo di Paesi considerati dedica parte del proprio tempo libero ad un qualche tipo di attività sportiva, e quasi uno su sei (15,7%) lo fa in un contesto organizzato.

**Due realtà diverse**  
Dietro questi valori medi si nascondono, però, due realtà profondamente diverse fra loro: da un lato i Paesi dell'Europa Centrale e del Nord, dove a praticare sport è almeno il 50% della popolazione ed il tesseramento ad una federazione sportiva è un'abitudine che riguarda la maggior parte dei praticanti (uniche eccezioni Regno Unito e Svezia). Dall'altro, Italia, Spagna e Portogallo, che presentano tassi di pratica inferiori al 35% e percentuali di tesserati che non raggiungono un terzo del totale degli sportivi.

La differenza tra Nord e Sud d'Europa si riflette anche nella diversa facilità di accesso alla pratica sportiva di alcune categorie particolari di popolazione: le donne (in Finlandia i tassi di pratica maschile e femminile sono identici, mentre in Italia, secondo l'ultima rilevazione dell'Istat, fa sport il 31,1% degli uomini e solo il 14,2% delle donne); gli alunni delle scuole; gli anziani.

In qualcosa, però, i due gruppi di Paesi si assomigliano. Un'analisi condotta sui da-

ti dei tesserati in Italia, Francia, Spagna e Germania dall'inizio degli anni ottanta a oggi dimostra, infatti, come vi sia un gruppo di sport che ha conosciuto incrementi significativi di pratica in tutti i contesti esaminati. Il titolo di «Sport degli anni ottanta» spetta indubbiamente a golf e pallavolo, che nel periodo 1981-1992 (1985-92 in Francia, 1981-1990 in Italia) hanno guadagnato complessivamente più di 825.000 tesserati, con incrementi del 132% in Italia, del 281% in Spagna, del 254% in Germania e del 170% in Francia per il golf e del 172%, 140%, 86% e 33% per la pallavolo. In tre Paesi su quattro tra le discipline più dinamiche degli anni ottanta troviamo poi la pallacanestro (+ 58% in Italia, + 23% in Spagna e + 70% in Francia) e la ginnastica (+ 60% in Italia, + 41% in Germania e + 24% in Francia), mentre è significativo notare lo stesso trend in Italia e Francia per vela (+ 63% e 60% rispettivamente) e tiro con l'arco (+ 286% e + 61%), e in Francia e Spagna per le attività subacquee (+ 69% e 118%).

E domani? Il Centro di Studi Turistici non ha dubbi: gli anni novanta porteranno alla ribalta gli sport «turistici», che si praticano lontano dalla città, approfittando delle vacanze ma anche, sempre più spesso, del week-end lungo: ancora golf, attività subacquee e vela, ma anche ciclo turismo (la vera sorpresa dei prossimi anni, non solo per il perpetuarsi del già incredibile boom della mountain bike), trekking, orientamento, sci da fondo e alpini (neve permettendo), equitazione, specie sotto forma di turismo equestre.

**Il bello deve venire**  
Non che adesso il turismo sportivo non sia importante: secondo un recente studio del Consiglio d'Europa, nel 1990 in Italia, Germania e Regno Unito sono stati spesi 6.300 milioni di dollari (3.600 miliardi di lire solo in Italia, secon-

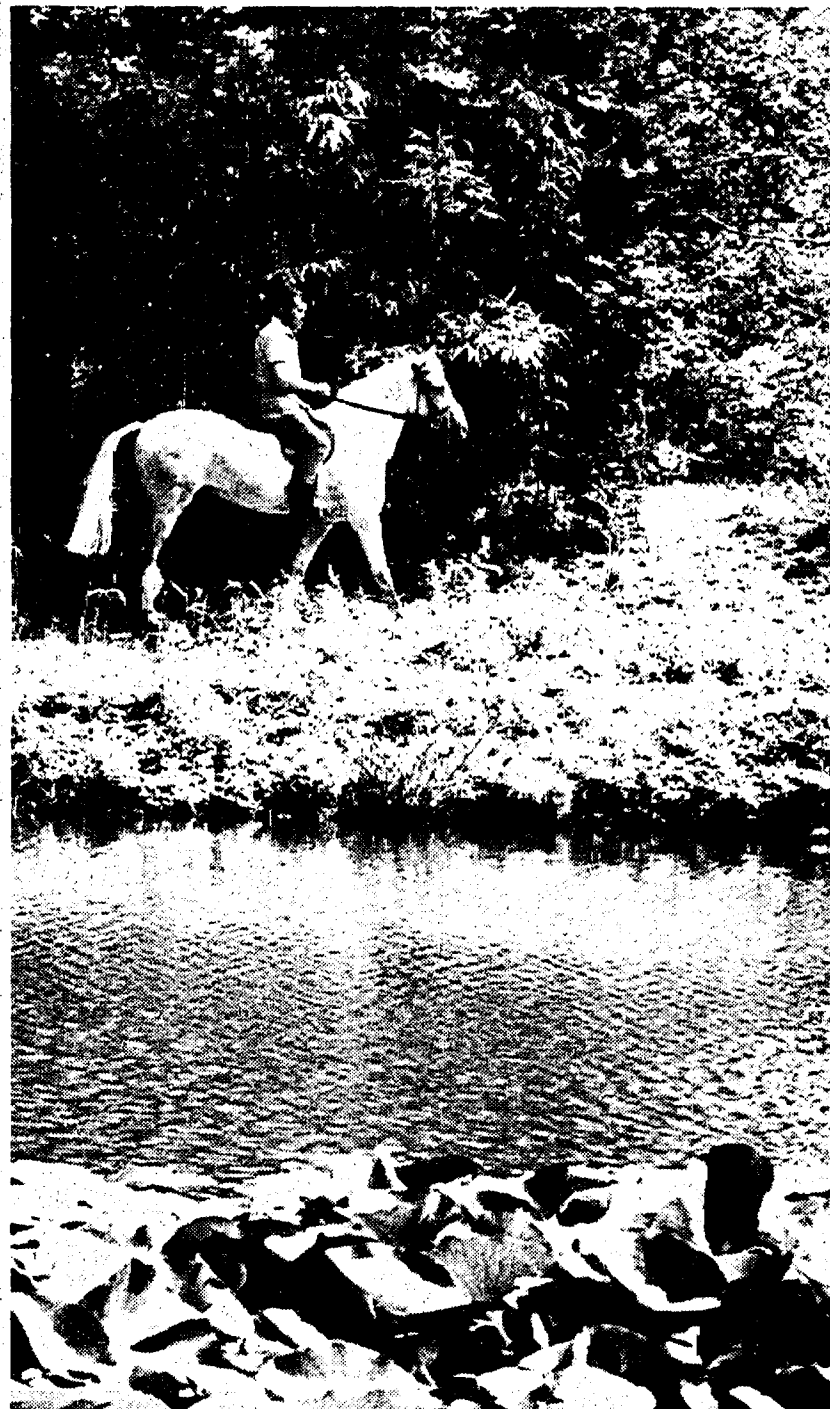
do una stima di Nomisma) per effettuare settimane bianche e vacanze sportive.

Ma il bello deve ancora venire. C'è in giro una crescente domanda di sport come attività che aiuti prima di tutto a «stare bene», a disintossicarsi dai ritmi ossessivi del lavoro e della vita in città.

### Contatto con la natura

Il contatto con la natura e l'aria aperta, il contesto ambientale della pratica, la qualità complessiva del servizio che si riceve diventano allora tutti elementi di primaria importanza nella scelta di quale sport fare, come e dove praticarlo. Non solo: dopo la crisi degli ultimi anni, il consumatore è diventato ancora più selettivo, ma non rinuncia a ciò che ritiene un investimento importante per il mantenimento della propria salute e del proprio equilibrio psicofisico: anche nell'anno più nero per i consumi degli italiani (il 1993), le spese per servizi sportivi e ricreativi sono aumentate, passando dal 3,34% dei consumi totali al 3,45%. Semmai, cercherà di unire più obiettivi: sport e vacanze sono senz'altro complementari in questo senso.

Inoltre, la popolazione sta invecchiando (nel 2000, gli italiani con più di 40 anni sfioreranno il 40% del totale) e sembra destinata ad avere più tempo libero a sua disposizione, soprattutto nei week-end (tra il 1983 e il 1991, il numero medio di ore lavorate settimanalmente in Europa nell'industria e nei servizi è calato del 4%); naturale, quindi, che essa cerchi attività fisiche più adatte a queste sue caratteristiche (minore agonismo, minore impiego di forza fisica, adatte ad essere praticate con la famiglia, ad elevato contenuto salutistico), indipendentemente dal fatto che le stesse costino di più. Viceversa, il week-end lungo può diventare un prezioso alleato per chiunque voglia «fuggire» dalla città per fare sport, anche in maniera estemporanea.



Una cavalcata nei boschi è una delle possibilità offerte dal turismo sportivo

## Facciamo un salto di qualità

Il TURISMO italiano vive una singolare contraddizione sulla quale è importante riflettere poiché dal suo superamento dipendono in gran parte le sue prospettive di sviluppo. Da una parte vi è un riconoscimento formale della fondamentale importanza del turismo nel contesto socio-economico del nostro Paese: il fatturato (oltre centomila miliardi annui), l'occupazione (1.500.000 dipendenti), l'apporto di valuta pregiata (11.690 miliardi di attivo nel '93) il contributo alla formazione del Pil, il ruolo di volano per altri importanti comparti produttivi, sono fatti che difficilmente possono essere ignorati.

Al tempo stesso, però, di turismo, delle sue problematiche economiche e finanziarie se ne parla poco e male. I quotidiani, così come i settimanali e mensili, sono ricchi di cronache sulle vacanze e sui vacanzieri illustri. La televisione e la radio, seguono, più o meno brillantemente, la stessa strada. Nelle pagine economiche dei quotidiani, nelle rubriche dei settimanali, della radio, della televisione, di turismo se ne parla raramente, in forma sporadica.

Vi è, poi, il settore della formazione. Gli istituti medi e superiori, salvo alcune lodevoli eccezioni, sono inadeguati e insufficienti. La formazione professionale è da rivedere, rifondare. Per le università, fino ad oggi, il turismo è stato un illustre sconosciuto. In questi ultimi tempi si stanno istituendo alcune facoltà ad orientamento turistico ma, guarda caso, esse portano alla laurea breve, sono, come qualcuno maliziosamente ha fatto rilevare, di serie B.

Infine, tutto il vasto campo dei centri di ricerca. Sono rari quelli che si interessano di turismo, pochi gli economisti che si dedicano con continuità e sistematicità allo studio di questo settore.

E un panorama non esaltante, preoccupante: se non verrà modificato, difficilmente il turismo italiano potrà contare, per la sua evoluzione e per il suo sviluppo, su solide basi. Difficilmente uscirà da quella marginalità in cui da sempre è confinato rispetto alle politiche economiche del Paese.

**D**I QUI LA NECESSITÀ per il turismo e le sue problematiche economiche e finanziarie di trovare spazi e attenzione sui media (giornali e tv), di avere una università sensibile ai suoi problemi, di poter contare su un sistema formativo adeguato nei programmi e nella organizzazione alle esigenze attuali del settore, di avere a disposizione alcuni centri di ricerca ad alta specializzazione.

Come realizzare tutto ciò? Che fare per concretizzare questi obiettivi?

Si tratta, in primo luogo, di superare una mentalità sbagliata che pervade gran parte dei nostri governanti, secondo la quale l'Italia è un Paese che per la sua eccezionale offerta - mare, monti, laghi, terme, beni culturali - «costringerà» sempre e ad ogni condizione i turisti a sceglierlo per le loro vacanze. In secondo luogo è necessario comprendere e far comprendere che l'epoca del pionierismo, del fai da te è superata.

È necessario mettere in campo strategie, politiche, programmi, progetti che abbiano una forte componente culturale e scientifica. Necessità assicurare al turismo una consistente dotazione di risorse immateriali che gli permettano di fare il necessario salto di qualità. Sembra facile, elementare. Ma così non è per cui necessita, da subito, sviluppare una battaglia politica, ma soprattutto culturale per abbattere quelle barriere che impediscono al turismo italiano di affrontare adeguatamente attrezzato e con prospettive di successo la competizione mondiale in atto in questo settore. [Z.Z.]



Foto di gruppo dei dipendenti Alinari (1890 circa) Arch. Alinari

## Dal «matrimonio» Alinari-Touring Club Italiano un archivio di oltre 2 milioni di foto

# L'Italia, scatto dopo scatto

■ Il matrimonio fra i due nomi più importanti della storia italiana dell'immagine che si è celebrato lo scorso 14 settembre a Firenze è stato senz'altro un grande evento.

Lei, la signora Alinari, 153 anni, lui, il signor Touring che proprio quest'anno compie il secolo, 253 anni in due, 2 milioni e mezzo di figli propri o adottati, cioè altrettante foto che documentano le vicende d'Italia e del mondo. Alla cerimonia, che come si conviene si è svolta a Firenze, città della sposa, nel salone dei Cinquecento a Palazzo Vecchio ovviamente erano invitati tutti, giornalisti italiani e stranieri appassionati di fotografia, arte, cultura, storia e comunicazione. Per l'occasione nel Palazzo di Parte Guelfa è stata allestita una mostra (aperta al pubblico fino al 14 ottobre) dal titolo «Il Belpaese», nella quale sono esposte 100 immagini d'Italia, le più belle, provenienti in ugual numero (50 e 50) dagli archivi dell'Alinari e dal Touring Club Italiano.

Il matrimonio, che è a tempo (5 anni con eventuale proroga), si regge su patti ben chiari: divisione di compiti e divisione dei beni per l'intera durata del rapporto. L'attività sarà condotta a Milano, dove Alinari non pensa minimamente di trasferirsi da Firenze, ma dove disporrà di un ufficio presso il Centro di Documentazione del Tci, sede dell'archivio fotografico del Touring.

Alinari è stata così accolta a Milano, nella città delle case editrici e delle agenzie di pubblicità, per costituire con il Touring il più importante centro di ricerca iconografica in Italia e uno dei maggiori nel mondo. Oltre ad assicurare a proprie spese l'archivio fotografico del Tci, Alinari si occuperà di riprodurre su microfilm tutto il materiale Tci per facilitarne la consultazione e la commercializzazione.

Alle 750.000 immagini del Tci si vanno così ad aggiungere quelle già riprodotte in mi-

crofiches degli archivi Alinari, Brogi, Anderson, Wulz e Trombetta, che insieme agli archivi tedeschi Marburg e francese Giraudon saranno visibili nella sede milanese (per un totale di oltre 2 milioni e mezzo di immagini).

La mostra a Palazzo di Parte Guelfa, sede del Calcio Storico fiorentino (promossa dal Comune di Firenze, assessorato alla Cultura e realizzata da Alinari e Tci) «Il Belpaese». Le cento più belle immagini degli Archivi Alinari e del Touring Club Italiano», ospita cento foto provenienti in egual misura dai due archivi, per la prima volta insieme, queste immagini, sembra vogliamo restituire un'immagine della memoria di un'Italia oggi dimenticata, in cui si avverte l'armonia fra città e campagna, il desiderio di vivere il momento di svago con semplicità e serenità. Accanto alle fotografie più «anziane», presentate dagli Alinari, insieme a Robert Rive, Giorgio Sommer e Carlo Naya, le im-

magini dei primi anni Novecento di Mario Gabino, Vincenzo Balocchi e quelle più vicine ai giorni nostri di Italo Zannier, George Tatge e Cesare Colombo.

Firenze, Roma, Napoli, Trieste, le grandi città e non solo con i loro monumenti, ma anche personaggi, sfilano accanto alle fotografie del Touring Club Italiano. Agli scatti del Tci, meno conosciuti perché fino ad ora nascosti nell'archivio, dopo essere stati commissionati per qualche pubblicazione, si affiancano le foto ricordo di gite, regalate dai soci. Per questo accanto a nomi come Luigi Vittorio Bertarelli, Giacomo Bersani, Mario Crespi ed altri, appaiono anche autori non identificati. La raccolta della frutta e i preparativi e i preparativi di una cena all'aperto in Emilia, documentano la campagna di fine ottocento-inizi del secolo, i giardini e i paesaggi assolati o perturbati da temporali, mentre lungo la costa si assiste alla mareggiata.