

# Tutti i numeri di “Bel Paese, Buon Turismo”

Il successo del progetto sulla valorizzazione del patrimonio italiano "minore"



Si chiude il progetto “Bel Paese, Buon Turismo”, realizzato da CTS, Centro Turistico Studentesco e giovanile in collaborazione con AITR, Associazione Italiana Turismo Responsabile, e sostenuto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

L'articolato programma di iniziative e attività volte alla valorizzazione del patrimonio culturale, ambientale e paesaggistico "minore" italiano ha riscosso un notevole successo in termini di coinvolgimento di pubblico in tutta Italia, centrando l'obiettivo primario di sensibilizzare i cittadini, e in particolar modo le nuove generazioni, sui "tesori" italiani ancora nascosti al grande flusso turistico nazionale e internazionale.

Bel Paese, Buon Turismo, infatti, è nato dalla messa a sistema di 3 concetti chiave, fortemente condivisi dalle due associazioni:

1) *L'Italia è conosciuta in tutto il mondo per il proprio patrimonio materiale e immateriale, un **vero museo diffuso, con 1,5 musei/istituti simili ogni 100 kmq e uno ogni 13 mila abitanti**. A tale ricchezza non corrisponde però una fruizione allineata con la distribuzione dei beni sul territorio. La maggior parte dei **visitatori (quasi 104 milioni secondo un rapporto ISTAT 2013)** tende a concentrarsi in poche aree del Centro-Nord (**Toscana, Lazio, Lombardia, Veneto**) mentre gran parte del patrimonio si trova nelle aree interne e meno note del Paese, dove la filiera che sviluppa il turismo potrebbe viceversa diventare una delle principali fonti di sostentamento specialmente per i giovani.*

2) *Il **patrimonio ambientale e culturale, in senso lato, svolge un ruolo innegabile, spesso implicito, nella formazione nei cittadini**. Esso può stimolare una coscienza diffusa e condivisa della storia e della cultura, contribuendo alla formazione dell'identità locale e nazionale. Il **patrimonio culturale del nostro Paese è inoltre un “bene comune”,** come l'aria o l'acqua, ed è sempre più evidente che la consapevolezza dei cittadini e la loro partecipazione siano fondamentali per la conservazione e valorizzazione di questa ricchezza.*

3) *A fronte dell'alta concentrazione di beni culturali, il nostro Paese **non spicca per una comunicazione capace di dialogare con le nuove generazioni, sfruttando a pieno le potenzialità dei canali digitali**. Tanto per fare un esempio, secondo stime Eurobarometro (n. 278, European cultural values) l'Italia è ultima in Europa nell'uso delle risorse digitali. Le Istituzioni culturali, nella fattispecie, mostrano un incredibile ritardo: solo il 50% dei musei ha un sito web e appena il 16% dei musei è attivo nelle community virtuali. Alla fine, i giovani con età tra i 18 e i 25 anni, rappresentano appena un quinto dei visitatori.*

**In 12 mesi**, dal luglio 2016 a luglio 2017, sono stati coinvolte Istituzioni locali, associazioni territoriali, InformaGiovani, professionisti del settore e della comunicazione per un progetto che ha mostrato come il turismo, sempre in

un'accezione sostenibile e responsabile, possa diventare occasione di crescita economica e sociale attraverso nuova occupazione e nuove opportunità per l'autoimprenditorialità giovanile.

Sono stati infatti organizzati ben **20 incontri nel territorio in 11 regioni**, dal Trentino alla Calabria, con la partecipazione di oltre **1.100 persone** prevalentemente under 30. La realizzazione di un **sondaggio** sul patrimonio culturale italiano ha quindi fornito poco meno di **5.500 risposte** la cui analisi ha rivelato che i ragazzi italiani ritengono la valorizzazione del territorio un elemento imprescindibile per la crescita economica e sociale del Paese.

L'ottimo riscontro di Bel Paese, Buon Turismo è dimostrato anche dall'attenzione riservata dai media all'iniziativa e dal coinvolgimento degli utenti sui canali web:

- **Oltre 50 uscite su autorevoli media locali e nazionali;**
- **Oltre 100 post su Facebook;**
- **Più di 200 condivisioni;**
- **Diverse minicampagne dedicate sui canali LinkedIN, You Tube e Instagram;**
- **Più di 500000 persone raggiunte sulle reti sociali.**

In parallelo, sono stati realizzati **uno spot e 6 video** che sintetizzano per immagini lo spirito del progetto, in località "simbolo" quali Melfi, Casal di Principe, Via Francigena, Tarquinia, Brescia, Tivoli, molto attente al lato responsabile della valorizzazione turistica.

Bel Paese, Buon Turismo, ancora, ha permesso agli appassionati di fotografia di esprimere la propria creatività con il **contest "Angoli e Atmosfere Nascosti"**, che ha invitato i ragazzi tra i 18 e i 35 anni a raccontare attraverso un'istantanea il loro "tesoro" locale preferito; **oltre 200 i giovani** che hanno partecipato, in rappresentanza di tutte le regioni..

Il progetto appena concluso si inserisce nella missione storica di CTS e del partner AITR i quali certamente ne raccolgono l'eredità, continuando il proprio impegno nella promozione sostenibile del territorio italiano.