

Ateneo di Brescia, 17 gennaio 2020

Convegno: Paesaggi, agricoltura, ambiente tra tutela e valorizzazione

Relazione: Prendersi cura dell'Italia bene comune

1

I punti di riferimento

La partecipazione a questo convegno trova la sua motivazione nell'interesse che ogni operatore del turismo ha di fronte alla possibilità di accostarsi ad una serie di riflessioni attorno alla interrelazione che esiste tra **paesaggio, agricoltura e ambiente**, alla definizione di un loro rapporto virtuoso e non generico che, in termini sistemici, finora, non è stato definito se non auspicato, malgrado la sua valenza strategica. È uno dei costanti temi di ricerca per noi operatori.

I giornali di questa mattina riportano due buone notizie per coloro che operano nell'universo green e un progetto di grande respiro europeo: a) la Germania accelera la riforma ambientalista, b) Banca Intesa mette a disposizione del "patto verde" europeo 50 miliardi di euro, c) l'Unione Europa fa del progetto "Green Economy" la sua vera scommessa per il futuro dell'Europa. Buone e cattive notizie, relativamente all'ambiente, si incrociano continuamente. In un momento cruciale per il futuro del pianeta va denunciato il fallimento delle istituzioni mondiali sulle politiche climatiche: di fronte allo stallo dei governi, come alla recente Cop25 dell'Onu a Madrid, è diventata essenziale la capacità dei corpi intermedi di prendersi cura del tema, organizzando e fornendo una cassa di risonanza al desiderio di cambiamento di tanti soggetti individuali e collettivi, pubblici e privati, che non hanno dubbi ad esprimere un loro impegno, costante e rilevante, rispetto alla tematica. Ci riferiamo, ad esempio, al movimento delle "Sardine", al successo mondiale di "Fridays for future", così come alla presentazione ad Assisi del Manifesto per un'economia a misura d'uomo contro la crisi climatica in programma in questo mese di gennaio. È un insieme di segni evidenti di un sempre più forte impegno di imprese, banche, associazioni attorno ad una tematica ormai ritenuta nodale rispetto allo sviluppo economico, sociale e culturale di ogni paese.

Nel tempo, e specialmente negli ultimi anni, il Touring si è connotato come un significativo e autorevole produttore di conoscenza relativamente alla tematica ambientale. Solo alcune citazioni di pubblicazioni recenti: **Belli di Natura** (L'Italia dei parchi naturali) - 2017, **I paesaggi del cibo** (Luoghi e prodotti della nostra terra) - 2015, **Il paesaggio italiano** (Idee, contributi, immagini) - 2010, **Il pianeta che cambia**. Il futuro è già qui - 2015, **Campagna e città** (Dialogo tra due mondi in cerca di nuovi equilibri) - 2011, **L'Italia diversa** (di Gabriele Salari), **L'ambientalismo nel nostro Paese**: storie risultati e nuove prospettive (Gribaudo Editori), promosso da Fondazione 3M, Fondo Ambiente Italiano, Italia Nostra, Lipu, Touring Club Italiano, WWF - 2011, **Prendersi cura dell'Italia bene comune** - 2019.

Si è ricordato qualche titolo solo per sottolineare che il TCI è stato una delle prime associazioni ambientaliste, anche se tale connotazione è stata spesso ignorata. Negli ultimi anni, con l'affermazione di un approccio pragmatico e non ideologico verso la tematica ambientale, è stata ampiamente riconosciuta la nostra titolarità ad appartenere all'universo ambientalista. La nostra Associazione è al suo 125° compleanno. La sua storia, come qualificato produttore di conoscenza, di grande qualità (non si è occupata solo di grandi carte, ma ha anche prodotto una ricca saggistica su tematiche condizionanti per la pratica turistica e di viaggio) è indiscussa. È riduttivo, anche se condizionante, affidarsi, come stiamo facendo, soltanto alla memoria per costruire ogni giorno le nostre scelte, i nostri progetti, il nostro futuro. Nell'esaminare il susseguirsi cronologico delle attività, potremmo dire che la nostra azione si sia spesso caratterizzata come carsica. Caratteristica propria, in natura, di corsi d'acqua anche importanti che in certe condizioni del terreno scompaiono, si "interrano" per poi tornare in superficie dopo chilometri. Neppure in questa fase, quando la corrente fa più fatica a procedere e a farsi strada, il Touring ha mai smarrito la sua identità: un'Associazione privata senza scopo di lucro sostenuta solo dalla spontanea adesione, alimentata dal consenso e dalla partecipazione volontaria dei suoi membri e simpatizzanti che hanno spesso raccolto l'invito a disinteressate collaborazioni.

Nata per diffondere tra gli italiani le diversità più varie e preziose della storia del nostro Paese, ricco di natura, ambiente, paesaggi, arte e storia, ha esaltato i valori sociali e umani di riferimento, preservandoli anche a vantaggio di chi ne varca i confini per visitare e conoscere i nostri territori, i nostri patrimoni materiali e immateriali, considerandoli beni ed espressioni di valori universali.

I nostri fondatori hanno sempre considerato il viaggio e il turismo allora nascente non solo come business ma come strumenti di integrazione sociale e culturale del Paese nonché di educazione alla bellezza del nostro paesaggio e dell'ambiente.

2

La nostra storia

Il Touring come club

In primo luogo, **agli esordi, TCI è stato un "Club ciclistico"**. Ciò significa innanzitutto un richiamo a un contesto europeo in grande fermento nel quale stavano nascendo movimenti simili al Touring: da qui la tensione verso una visione internazionale che spinge i fondatori a essere tra i primi promotori, nel 1898, della *Ligue internationale des associations touristes* per mettere in rete i diversi Touring Club. Da questo organismo internazionale il TCI è uscito alla fine degli anni Novanta perché è stato assorbito dalla FIA (Federazione Internazionale dell'Automobile).

La bici era considerata, alla nascita della Associazione, come lo strumento ideale per la conoscenza dei territori e cioè del Paese. E ancora, la bicicletta costituisce parte integrante della denominazione del Touring più per il valore che essa rappresentava -

la modernità, uno strumento di conoscenza e indipendenza - che per l'oggetto in sé. Per i fondatori ogni cosa nuova era automaticamente buona.

La "milanesità" è stata un elemento distintivo della Associazione fin dalla sua nascita. È difficile definire cosa significhi milanesità: certamente significa cultura pragmatica e accettazione delle diversità, propensione congenita verso l'innovazione.

In ogni modo, la sua vera intuizione originaria è stata quella di aver anticipato la caratteristica peculiare della pratica turistica e del viaggio: il turismo non è solo un business ma ha anche una funzione sociale e culturale di integrazione del paese. I fondatori erano convinti unitari.

Alla funzione rilevante di produttore di conoscenza (introducendo le guide turistiche pensate per gli italiani e la cartografia) ha aggiunto la formazione professionale in un settore - quello turistico - che non era ancora strutturato come industria. Sin dal 1901 entra in contatto con le istituzioni del mondo accademico sui temi legati alla geografia, che guiderà tanta parte dell'attività successiva dell'associazione.

Il Touring come Istituzione

Il TCI, nato come club, **si è poi progressivamente affermato come soggetto nazionale** non solo per la sua ampia rappresentanza associativa ma soprattutto per il tipo di funzione – collettiva appunto – che ha saputo ricoprire (nel 1921 a fronte di 160mila soci, erano presenti 3.500 Consoli, uno ogni 46 soci, referenti locali e "diffusori" del pensiero Touring). Si tratta di un aspetto assolutamente coerente con le ambizioni dei fondatori e con quanto prevede lo statuto: "Il Touring Club Italiano [...] ha come scopo il corretto sviluppo di attività di viaggio e turismo riconoscendo in esse alto valore sociale, culturale ed economico nonché la conoscenza dei paesi e delle culture del mondo favorendo reciproca comprensione e rispetto fra i popoli". L'essersi sviluppato in un momento storico in cui si stava consolidando lo Stato nazionale ha favorito di fatto la possibilità che un'associazione privata potesse assumere efficacemente una funzione di supplenza, contribuendo al progresso del Paese sotto molteplici punti di vista. Si tratta di un ruolo riconosciuto al Touring sin dal 1899 quando per la prima volta il *Corriere della Sera* salutò l'azione che stava portando avanti il sodalizio come propria di una "istituzione". Del resto non diversamente si può definire il suo ruolo per esempio nella difesa dei boschi (nel 1909 si fece promotore di una Commissione di propaganda per il bosco e il pascolo per portare all'attenzione pubblica il tema del rimboschimento, della conservazione dei pascoli e della tutela delle acque montane), del paesaggio e dei monumenti italici (nel 1913 il Touring istituì il Comitato nazionale per la difesa del paesaggio e dei monumenti italici e fu tra i promotori della prima legge di protezione delle bellezze naturali del 1922), così come nell'istituzione dei primi parchi nazionali (il Gran Paradiso nel 1922 e quello d'Abruzzo nel 1923). L'impegno nel turismo si esplicitò puntualmente con l'"**invenzione**" **delle gite scolastiche** per favorire la crescita culturale e sociale dei giovani (1913), con la creazione della prima scuola alberghiera (1914) e con la promozione di un ente nazionale deputato al settore (Enit, 1919).

L'impegno del Touring a vantaggio dell'ambiente e del paesaggio si esplicitò anche attraverso **alcune campagne ambientaliste** di grande importanza: un articolo del "Bollettino ai Soci" del 1949 (n. 6, La pubblicità, il paesaggio e la legge) mise per la prima volta in evidenza il danno che la pubblicità stradale recava al paesaggio. La campagna di sensibilizzazione contro l'indiscriminato sviluppo di cartelli pubblicitari trovò l'apprezzamento di alcune grandi aziende, Pirelli in testa, che decisero di rinunciare a queste modalità di comunicazione. Il TCI inoltre si batté perché nel nuovo Codice della strada, approvato nel 1959, venisse introdotta una prima disciplina della materia.

Altra grande battaglia storica a difesa dell'ambiente fu avviata nel 1963 su "Le Vie d'Italia" con un'inchiesta a puntate, L'Italia a pezzi, il cui scopo fu quello di arginare, denunciandola, "l'indiscriminata speculazione edilizia" che ha sfigurato "il volto costiero italiano" trasformandolo "in una specie di bastione di cemento armato" a scapito di un "pubblico patrimonio paesistico tra i più belli del mondo". Vi scrissero architetti, urbanisti, ambientalisti e storici dell'arte.

La campagna di sensibilizzazione non si esaurì con l'impegno sulla rivista: nel 1967 si organizzò, in collaborazione con Italia Nostra, la mostra Italia da salvare, destinata a diventare una pietra miliare nella storia dell'ambientalismo italiano.

Dal punto di vista editoriale, nel 1977 venne pubblicato il primo volume della collana "Capire l'Italia", dedicato a I paesaggi umani. La serie introdusse il concetto di bene culturale anche per il paesaggio, i segni del lavoro e l'organizzazione urbana. Ancora oggi i saggi contenuti nei cinque volumi sono scientificamente validi e per questo utilizzati anche nella didattica universitaria. Al primo seguirono negli anni immediatamente successivi Le città (1978), Il patrimonio storico-artistico (due volumi, 1979 e 1980), I musei (1980), Campagna e industria (1981).

C'è poi la progettazione e la realizzazione dell'Atlante Tematico d'Italia. Il Consiglio nazionale delle ricerche affidò al Touring Club Italiano il progetto di realizzare un Atlante che fornisse una sintesi di diverse aree di studio: geografia fisica, popolazione e insediamenti; risorse e attività economiche; patrimonio culturale e ambientale.

Il Touring (di oggi) come Associazione

- Va spiegato cosa significa Touring Club Italiano come Associazione. Il ragionamento si può sviluppare attorno ai seguenti caratteri: a) privata, senza fini di lucro, b) ibrida e cioè fatta di Soci, di Volontari e di dipendenti, c) opera per i Soci -che vengono privilegiati- e non Soci, d) da mutual si sta progressivamente connotando come social, e) ci si sta unicamente per senso di appartenenza, f) il modello di governance è basato sulla condivisione tra tutti i protagonisti del micro-sistema Touring.
- Negli ultimi dieci anni ha trovato un nuovo posizionamento nella società italiana:
 - a) non vogliamo limitarci ad essere un soggetto del turismo ma un attore del sistema Italia che, attraverso il turismo, vuol far sì che questo Paese sia più conosciuto, accogliente e competitivo. Non abbiamo rinunciato ai nostri asset storici: a) continuiamo ad essere un **servitore civile** delle Istituzioni e dei cittadini, ma vogliamo anche costruire comunità di cura, costruire appartenenza e inclusione sociale, b) siamo sempre un **punto di riferimento morale** del

turismo, ma non vogliamo esserlo in modo neutrale, c) continueremo a **produrre conoscenza** ma vogliamo anche essere un soggetto di formazione per le giovani generazioni.

- b) Come potete vedere, pur non rinunciando ai suoi asset, ha modificato la gerarchia storica: essere produttore di conoscenza, essere servitore civile delle Istituzioni e dei viaggiatori, essere punto di riferimento morale del turismo. La priorità assunta dall'essere servitore civile delle Istituzioni e dei viaggiatori è manifestata esplicitamente dall'esperienza che stiamo facendo al Quirinale, "accogliendo" 2.000 visitatori alla settimana. Questa è stata anche la motivazione per la quale abbiamo presentato, in occasione del nostro 125° anno di vita, il volume predisposto per questa ricorrenza, che manifesta, a partire dal titolo, la nostra mission, finora mai espressa in modo esplicito: **Prendersi cura dell'Italia bene comune**. Una mission che viene esplicitata in 10 parole chiave: costruire una visione, ripensare il viaggio, valorizzare la memoria, prendersi cura, tutelare l'eredità, praticare la sostenibilità, originare l'innovazione, qualificare i territori, investire in conoscenza, sviluppare la partecipazione.

5

3

Il futuro del Touring

La **sua rigenerazione** si esprime in un disegno "interno" (e non è questa l'occasione per parlarne), ma si manifesta attraverso il suo modello di relazione e funzione verso l'"esterno". Solo tre accenni al proposito:

- a) intende configurarsi con una sua specifica articolazione territoriale;
- b) non ha nessuna intenzione di operare da solo sia perché sarebbe contraddittorio con la sua collocazione nell'universo del non profit, sia perché vuole recuperare un rapporto virtuoso con l'associazionismo ambientalista (mettere in sicurezza il nostro Paese);
- c) crede che ci sia un grosso spazio per la creazione di **comunità di cura** (proprio perché il TCI è una Associazione di persone), alla ricerca di relazioni virtuose (tra paesaggio, agricoltura, ambiente), non volendosi limitare a mettere in essere un piccolo manuale di resistenza contemporanea, ma sperimentando molte piste di azione (individuali, collettive, politiche) e considerando ogni iniziativa come il germe di una nuova storia vitale.

Franco Iseppi
Presidente Touring Club Italiano
Brescia, 17 gennaio 2020