

## IL COMMENTO

### Ma è solo una goccia nel deserto

**U**NA WEB-TV turistica? Meglio di niente. Ma ha l'aria di essere una goccia nel deserto e inciderà probabilmente poco sull'amara realtà: una Lombardia che non morde, non seduce, non sa proporsi, tanto meno venderci. Un vero peccato. Manca una politica turistica moderna; la rete di comunicazione (uffici stampa, contatti con i media nazionali ed esteri, documentazioni multilingue...) è ridicola per una terra con il potenziale di una nazione media europea (Piemonte ed Emilia sono avanti anni luce). Ogni zona, fra Ticino e Mincio, lavora per conto proprio privilegiando il campanile. E gli enti locali - Comuni e Province - si affidano spesso a persone (assessori compresi) che confondono la promozione con il patrocinio di sagre o festival locali. Tutto questo in un momento già di per sé grigio per il Turismo nazionale. Lo dicono i numeri presentati da Assolowcost insieme a colossi del settore come AlpitourWorld: nel 2009 il comparto ha perso per strada il 5% del fatturato, con il rischio - nel 2010 - che 3 mila aziende chiudano i battenti e 8 mila persone debbano andarsene a casa. Certo, il low cost via-Internet ha contenuto i danni: oggi il 60% dei viaggiatori si muove on line. Ma, parafrasando le previsioni meteo, c'è maltempo e il futuro non promette nulla di buono. Motivo in più perché la Lombardia e Milano si diano una sveglia e smettano di vivere di rendita solo su moda, design, fiere. Il turismo è molto altro: è capacità di sedurre, di creare percorsi tematici, di accendere i riflettori su luoghi, comunità, culture. Basterà fare zapping e sintonizzarsi su una Web Tv? Vorremmo crederci.

**Paolo Galliani**

