

Tra il 1985 e il 1986 quell'area era praticamente abbandonata. Era una zona scoscesa, con gradoni naturali,
Poi, nel tempo, si è iniziato a riflettere su una domanda fondamentale: qual è il nostro patrimonio artistico e culturale? Cosa rappresenta per noi, e soprattutto cosa può diventare?

Per quanto riguarda l'area legata al mare, esistono dei fondi potenzialmente attivabili, ma spesso nell'immaginario collettivo si pensa che il patrimonio sia qualcosa di statico, da conservare e basta. In realtà, se ci fosse la possibilità di realizzare uno spazio museale, un luogo attrezzato con teche dove custodire e valorizzare tutti i reperti ritrovati, si potrebbe avviare un vero e proprio ciclo virtuoso.

Un progetto del genere non sarebbe utile solo per le scuole italiane, ma anche per quelle europee, che potrebbero visitare il sito e inserirlo nei propri percorsi formativi. Questo genererebbe movimento culturale, ma anche ricadute economiche sul territorio.

Dal punto di vista economico, potrei sbagliarmi, ma credo che le opportunità ci siano. Il problema non è tanto l'idea, quanto la capacità di farsi trovare pronti quando esce un bando. Per rispondere nei tempi previsti servono progettazioni già pronte, studi di fattibilità, piani chiari. Al momento, però, non sempre questi strumenti sono disponibili.

Se iniziassimo a lavorare concretamente su questo progetto, potremmo avere già pronta una proposta nel cassetto, in linea con ciò che desideriamo realizzare. Così, nel momento in cui si aprisse un finanziamento, potremmo presentarci preparati. Oggi non abbiamo accantonato l'idea, ma è chiaro che prima sono stati necessari altri interventi per garantire uno sviluppo strutturale del territorio.

Partiamo da un presupposto: trent'anni fa mancavano le basi. Non c'erano infrastrutture adeguate, non c'erano servizi. È stato necessario prima costruire ciò che serviva per poter pensare a uno sviluppo più ambizioso.

Pensiamo a cosa è successo in occasione dei grandi eventi, come le Olimpiadi: in quei casi si individua un punto strategico e, settimana dopo settimana, si riesce ad attrarre migliaia di persone. Immaginiamo cosa significherebbe portare anche solo 5.000 visitatori a settimana in un sito ben organizzato: sarebbe una rivoluzione per il territorio.

Se offri qualcosa di strutturato e di qualità, prima o poi qualcuno arriverà. Oggi il turismo non è più solo "visitare un luogo", ma è turismo esperienziale: andare nei paesi, vivere le tradizioni, assistere a spettacoli serali, partecipare a eventi che possono generare 25-30 mila presenze all'anno. Attraverso i social si può promuovere un pacchetto integrato che susciti interesse e attragga visitatori.

Esistono già realtà dove gli hotel offrono servizi completi: officine per motociclisti, box attrezzati, strumenti a disposizione. I turisti arrivano, soggiornano, vivono un'esperienza organizzata nei minimi dettagli. Noi abbiamo le stesse potenzialità, soprattutto in Calabria, ma spesso non siamo abbastanza incisivi nel promuoverci all'esterno.

Eppure, quando ci muoviamo e ci raccontiamo bene, la percezione cambia. Il problema è che a volte faticiamo a valorizzare ciò che abbiamo, persino all'interno della nostra stessa comunità.

Arriva però un momento in cui bisogna fare delle scelte, individuare una direzione chiara e coinvolgere anche le nuove generazioni. Serve sincerità, visione e capacità amministrativa.

Quando torno a casa e ripenso a tutto questo, mi auguro sempre che si possa lavorare con maggiore consapevolezza e programmazione. Perché le potenzialità ci sono, ma vanno trasformate in progetti concreti.