

# **Tavolo A Taranto, per un giorno o per restare? Un turismo per l'abitare**

*A cura di Nicla Dattomo<sup>18</sup>*

Il presente testo, a cura di Magda Di Leo, è il risultato del tavolo di lavoro "A Taranto, per un giorno o per restare? Un turismo per l'abitare" del workshop internazionale "There is a Plan B" tenutosi a Taranto il 28 gennaio 2025. I partecipanti: Andrea Conserva, IAAC; Vito Crisanti, Comitato tutela del parco Mar Piccolo; Nicla Dattomo, KCity; Fabio De Matteis, Università di Bari; Pasquale Di Ponzio, ANCE Taranto; Vincenzo Fanelli, Boat Sharing Puglia; Rossella Ferorelli, Comune di Milano; Francesco Lasigna, MAS; Michele Loiacono, Scuola del Terzo Luogo; Francesco Maggiore, Fondazione Dioguardi; Fabio Paolillo, Consigliere della Camera di commercio di Brindisi – Taranto; Paolo Pileri, Politecnico di Milano; Massimo Prontera, MpA+D; Edmondo Ruggiero, Assessore Urbanistica e Mobilità – Comunità di Taranto; Emma Taveri, Destination Makers.

## **A che punto siamo**

Di economie legate al turismo a Taranto si parla da molto tempo, nella convinzione condivisa che la città «abbia tutte le carte». Lo “sviluppo turistico” è un tema stabilmente in agenda, indicato come una traiettoria necessaria e possibile e, per questa ragione, fatto oggetto di iniziative, sia della amministrazione che delle associazioni di categoria: iniziative volte a costruire strumenti o occasioni di promozione e

---

<sup>18</sup> Architetta e PhD in Urbanistica, coordina l'area Valorizzazione e Abitare in KCity Rigenerazione Urbana (Milano).

valorizzazione, a qualificare competenze o a sollecitare investimenti,<sup>19</sup> le quali, però, come emerge nella discussione, hanno il limite di una certa episodicità (discontinuità, mancanza di sinergia) e, secondo alcuni, anche di una debolezza di visione.

A dover dire quale sia lo stato dell'arte e cosa stia accadendo, gli interventi dei partecipanti al tavolo di lavoro (numerosi e competenti: professionisti in diversi ambiti, esperti di innovazione, ricercatori e docenti universitari, imprenditori, rappresentanti di Confindustria, della Camera di Commercio tarantina e di Ance, dell'Ordine degli Architetti, esponenti della amministrazione, nella persona dell'assessore Ruggero) fanno soprattutto emergere segnali di incertezza. Ci sono operatori del settore che rilevano come la città registri presenze stabili del turismo business per 10 mesi all'anno e abbia visto incrementi di presenze, ma si ritiene anche che la recente crescita del comparto, a Taranto, sia un "riflesso" di quella trainante di altri territori prossimi, mentre gli investimenti strutturali nel settore specifico continuano a essere meno significativi che altrove.

L'avvertimento è dunque di una situazione in evoluzione, in cui «qualcosa è già partito ed è in marcia» – soprattutto grazie a iniziative di privati, a volte anche molto coraggiose – ma a fronte di «intoppi» e con una «lentezza» che non accorcia a sufficienza le distanze, nei dati,<sup>20</sup> dalle fulminanti performance delle altre provincie pugliesi.

---

19 Si pensi, ad esempio, all'iniziativa "Taranto capitale del mare", portale di promozione e valorizzazione creato dalla Amministrazione tarantina, anche con l'intento di facilitare la formazione di un circuito delle imprese locali del settore. Confcommercio Taranto ha invece, recentemente, promosso un master gratuito per le imprese del settore sul tema del "Turismo delle radici". Non è chiaro in che modo tali iniziative locali si relazionino al Piano Regionale Puglia3x6x5 (<https://www.puglia365.it/>), strategia per lo sviluppo del turismo a base culturale, concepita come "strumento di pianificazione e sviluppo partecipativo".

20 Si rimanda all'osservatorio regionale. Una sommaria rassegna stampa ha riscontrato come i dati sull'incremento degli arrivi (+12,7%) e delle presenze (+6,4%) relativi al 2024 abbiano sollecitato riflessioni, soprattutto sul disallineamento del dato sulle presenze, inferiore di 3 punti rispetto al dato medio regionale, sui valori assoluti (1.441.660 presenze in provincia di Taranto, contro le 6.968.706 di quella di Lecce, le 4.595.511 di Bari e le 2.672.298 della provincia di Brindisi) e sui trend di incremento, meno marcati. Le valutazioni e proposte presentate da Assoturismo e Confesercenti Casaimpresa Taranto all'assessorato regionale e agli amministratori locali rimarcano la necessità di azioni per colmare i «ritardi storici» della provincia tarantina.

Questa sensazione dell'essere "su un crinale" prende corpo nei confronti tra gli interlocutori, articolando alcune domande: questa lentezza è un bene, è qualcosa di cui approfittare? e rispetto a cosa si misura, in ragione di quale distanza da quali obiettivi?

A fare da sfondo a queste domande, alcuni nodi importanti. In primo luogo, le opportunità straordinarie offerte alla "città più finanziata d'Europa", che si traducono però anche in una "visione trasfigurata dagli investimenti" e – a conti fatti – vedono sì molte risorse stanziare, ma ancora relativamente poche risorse spese; il rischio all'orizzonte, secondo i partecipanti al tavolo, è che ci sia solo spesa, senza produrre impatti durevoli, "che arrivino prima i soldi che le idee".

In secondo luogo, la chiarezza di una «una strada tracciata», nella visione urbanistica sulla città vecchia e nell'idea del centro antico come cuore del processo di rinnovamento; visione che però non può ignorare le potenziali discordanze tra le prospettive di sviluppo turistico e le dinamiche di lungo corso che riguardano questo spazio urbano, nella consapevolezza che la portata degli effetti delle trasformazioni va valutata in relazione alla fragilità di fondo dei sostrati. In una città vecchia che oggi ha circa 2.000 abitanti stabili (con i tentativi di ripopolamento che si sono spesi e che ancora sono nell'orizzonte di alcuni progetti), chi sono – e chi saranno, nel futuro – gli "altri" abitanti?

Se, infine, l'Isola Madre induce a sollevare alcune «perplessità» sulle possibili traiettorie di sviluppo, non meno si deve evidenziare come a Taranto esista un «tema quartieri» – nelle significative e crescenti disuguaglianze e nel deficit di infrastrutture e di qualità dello spazio urbano – e come esista, intorno a Taranto, anche un «tema territorio», che è segnato da abbandono, emigrazione (specie delle nuove generazioni), «enormi sacche di emarginazione di tutti i tipi» ed urgenza di «un discorso pubblico sui beni comuni», come si sta provando a fare a Grottaglie e come si potrebbe fare, ad esempio, con riferimento al patrimonio materiale e immateriale rappresentato dalle oltre 100 masserie che punteggiano il paesaggio intorno a Taranto, tra Crispiano e Statte.

## Nessuna ingenuità

I confronti tra i partecipanti lasciano emergere un pensiero tutt'altro che semplice o omologato, su cosa sia (e possa essere) il turismo e su quanto possa rappresentare una risorsa e una prospettiva, per Taranto: al contrario, un pensiero sfaccettato, consapevole, accorto. Più della diffidenza per le proposte di «alternative messianiche», in una città che ha sperimentato e che porta i segni della "monocultura dell'acciaio", che ha conosciuto le promesse e le attese, vale così la capacità di articolare un discorso sulle reali opzioni e sulle relative possibili conseguenze.

Molti degli interventi sottolineano dunque la consapevolezza di come il turismo sia un fenomeno complesso e impattante, potenzialmente molto estrattivo ed espulsivo, non solo delle persone, ma anche di economie più deboli; di come possa esso stesso essere un'economia volatile (come ha dimostrato la pandemia); di come, nei territori fragili, esso sia incline a consumare risorse, specie il paesaggio, e di come – in sintesi – non esista alcun modello di turismo totalmente sostenibile, essendo, al contrario, estremamente difficile conseguire condizioni di “generatività”.

Per generare valore sul territorio e dare impatti durevoli, quello che occorre è pertanto immaginare un modello di sviluppo del turismo che si esprima nel quadro di una *strategia per il territorio*, non solo con l'obiettivo di individuare le risorse locali da valorizzare perché costituiscano premesse concrete all'operatività, ma soprattutto con la tensione a comprendere cosa possa avere più prospettiva di *creare e restituire* valore.

Questo differente approccio – non di marketing ma di sviluppo territoriale – si riflette nella questione dell'identità, che, se si vuole che Taranto sia più che una destinazione, deve essere pensata come l'oggetto di una costruzione condivisa e collettiva e non solo come un prodotto, come esito in divenire di un permanente processo di riflessione e ridefinizione, aggirando il rischio di identità cristallizzate, che non si rinnovano nel tempo.

Del resto, in questa costruzione della identità di Taranto, gli stessi “abitanti temporanei” possono avere un ruolo: negli ultimi anni, quello di studenti e smart worker è stato accolto e osservato come «un interessante via vai», portatore anche di stimoli e di incontri fecondi; serve però mantenere una attenzione agli effetti, evitando un eccesso di effimerità e invece coltivando l’ambizione di favorire permanenze “a più lungo termine” (di ricercatori, ad esempio), che possano rappresentare per la comunità locale più che una semplice fonte di rendimenti.

### **Per non morire di strategia**

A chi tocca la costruzione di questa visione? Alla politica, certo, ma non da sola. Più in dettaglio, quello che emerge dalla discussione è la sensazione che a Taranto i segnali di crescita del settore turistico rappresentino «una novità non del tutto governata»: così, mentre la pianificazione e la programmazione dell’azione di governo non si occupano in maniera strutturata di turismo (come appare evidente nel Piano della costa, che continua a rappresentare grandi vincoli e molti vuoti), quello che rischia di mancare è una guida.

Alla politica compete poi anche un altro mandato, che è di facilitazione, di abilitazione del ruolo di tutti gli attori, ritenendo che sia “indispensabile una cultura della collaborazione, che non sia solo formale”, e che non possa esserci “nessuna cultura dell’investimento senza una cultura della condivisione”. Nell’immediato, anche lo sviluppo collaborativo di azioni di monitoraggio e osservazione può rappresentare un punto di attacco per fare rete e partecipare, non solo perché serve «diventare più vigili su ciò che accade», ma per aprire spazi di confronto sugli impatti.

Rispetto alla partecipazione, serve però rinforzare e qualificare i processi, senza retorica e con realismo, riconoscendo anche limiti e fatiche: alcuni partecipanti al tavolo, ad esempio, sottolineano come i percorsi avviati non raccolgano abbastanza. L’invito che emerge dal tavolo è quindi di pensare una forma di governo per questo processo:

ogni luogo e occasione di confronto vanno presidiati, ma serve anche un impegno perché ci siano esiti, riscontri e responsabilità chiare.

In definitiva, un turismo che possa diventare "un pezzo del piano B", chiede un modello complesso e visione, non negli approcci tecnici della pianificazione, ma nella co-costruzione di orizzonti comuni, orientati a una vera idea di crescita.

Coordinamento, condivisione, culture identitarie, maggiore associazionismo sono indicati come chiavi decisive, richiamando costantemente la necessità di riflessione e approccio strategico. Qualcuno, tuttavia, sottolinea anche che "troppo tempo per ragionare rischia di mortificare le opportunità" e afferma che «di strategia si muore, anch'»: a Taranto si sono avuti più di 10 piani strategici in 20 anni, ma "sembrano lontani risultati concreti e condivisi", mentre le emergenze restano e «sono tutte fortemente divisive».

Serve, dunque, «fare accadere le cose». Più ancora, in una Taranto che "non ha mai deciso nulla, dove qualcuno poi decide per noi", serve "sapere dove stiamo andando e dove vogliamo andare", serve "decidere", in una prospettiva di riconciliazione che si basi sull'esplosione e sul superamento dei tanti conflitti che la lunga crisi ha lasciato sul tappeto.

## **Taranto è molte città**

Taranto è «un arcipelago, fisico ma anche nei temi»; è «la sommatoria di una straordinaria quantità di eccezionalità»; è anche l'espressione di molte diverse risorse, inclusa in qualche modo la stessa Ilva. Per questo, serve guardare a Taranto da più punti di vista: non solo con una visione dall'alto, in una prospettiva a volo d'uccello, ma a un'altra scala e nella esperienza di vita delle persone, investendo soprattutto sulla qualità del costruito e dello spazio urbano.

Nella lunga discussione sul possibile "piano B" per Taranto, si afferma che il turismo che potrà contribuire a tracciare queste linee di futuro non è, dunque, quello "mordi e fuggi", non quello della omologazione, non quello della riconversione indiscriminata del patrimonio

alla ricettività diffusa, che è mera espressione della rendita. Piuttosto, è «una sorta di esternalità positiva, di obiettivo secondario e di sponda rispetto a quello della qualità della città in sé», dentro una cornice di “rigenerazione urbana” che vuol dire alta qualità della vita, gestione dello spazio pubblico, tutela del diritto di tutti dell’accesso ad esso; è un turismo che si traduce in forme di investimento sullo sviluppo territoriale, che fa impresa (tarantina e per Taranto), che è parte di un più vasto processo di coltivazione delle energie della città.