

# **Il Turismo delle radici: definizione ed esempi**

Il turismo delle radici o di ritorno è spesso considerato uno “strumento” per il rilancio di una destinazione turistica.

In quest'articolo andremo a comprendere di cosa si tratta e saranno prese in considerazione alcune iniziative in merito portate davanti da alcuni paesi del mondo.

## **Testo consigliato**

### **Turismo delle Radici: definizione**

Siamo di fronte a una forma di turismo che più delle altre ha a che fare quasi esclusivamente con il turista. Infatti, gli permette di conoscere e di scoprire qualcosa che gli appartiene, che fa parte della sua storia e della sua cultura che è la memoria delle sue radici.

Questa forma di turismo è chiamata anche *turismo genealogico*, in quanto si riferisce principalmente ai discendenti di emigrati che durante le ferie tornano a visitare e a vivere i luoghi de loro antenati. Però, c'è da precisare che il turismo di ritorno non si può considerare una forma di turismo a sè stante ma una parte integrante del turismo culturale.

Il turista genealogico o di ritorno non solo è interessato a conoscere la storia dei propri ascendenti visitando i luoghi dove hanno vissuto e lavorato ma anche scoprire nuove

forme di cultura, tradizioni legate all'artigianato e all'enogastronomia di quei luoghi.

## **Tipologie di turismo di ritorno**

Possiamo evidenziare due tipologie di turismo di ritorno:

- **una legata agli emigrati di prima generazione** che vivono nei paesi limitrofi, e che ritornano nel paese di origine ogni anno.

In questo caso si parla di un turista abitudinario, che durante le ferie torna nel proprio paese per far visita ad amici e parenti, e riscoprendo quelle abitudini e stili di vita che ha lasciato quando è emigrato.

- **una seconda riguarda i discendenti di seconda e terza generazione**, quindi figli e nipoti di persone emigrate nei paesi oltreoceano.

Questa tipologia di turisti, a differenza della prima, compiono un vero e proprio viaggio di scoperta delle proprie origini, quindi non tornano ogni anno e con la stessa frequenza dei precedenti. Non conoscono il proprio Paese di origine, se non magari attraverso i racconti di genitori e nonni che hanno stimolato la loro curiosità nel visitare questi paesi.

## **Alcuni casi internazionali di successo**

**The Gathering Ireland (2013)**



L'Irlanda negli ultimi cinque anni prima del 2013 aveva registrato un forte calo turistico nel

Paese, perciò il Ministero dei Trasporti e del Turismo, decise di organizzare il progetto "The gathering Ireland".

Consisteva in una serie di iniziative, attività, itinerari ed eventi di ogni genere per tutto l'arco del 2013, rivolto agli irlandesi che vivevano nel resto del mondo e a tutti i discendenti di seconda e terza generazione.

Questo progetto voleva promuovere la storia e la cultura dell'Irlanda così da attrarre nuovi flussi turistici e che permettesse ai turisti di ritorno di conoscere e riscoprire le proprie origini.

Fu un'iniziativa ebbe un enorme successo e rilanciò il settore turistico del Paese, tanto da essere considerata pioniera del turismo delle radici insieme a quella scozzese "homecoming Scotland".

### **Homecoming Scotland (2009 – 2014)**

Questo progetto addirittura ebbe due edizioni. La prima nel 2009 e la seconda nel 2014.

Anche in questa occasione la Scozia riuscì a rilanciare il settore turistico, inoltre nella

seconda edizione riuscì anche a sviluppare un fitto calendario di eventi andando così a rafforzare l'industria turistica di questo settore. Si riuscì a coinvolgere e mobilitare buona parte della comunità scozzese e anche molte aziende nell'organizzazione di tale edizione.

### **Le roots travels: un caso fallimentare**

Non solo casi di successo come quelli appena citati, ma c'è stato anche un caso di insuccesso.

Nei primi anni 2000 l'UNESCO, insieme ad alcuni tour operator americani, con lo scopo di promuovere il turismo delle radici in Africa rivolto agli afroamericani, realizzarono le "roots travels". Un esempio famoso è stato quello delle *rotte degli schiavi in Benin*.

Un progetto ambizioso che aveva alte aspettative in termini di ricadute turistiche, ma che in realtà poi si è rivelato essere un totale fallimento.

### **Turismo di ritorno in Italia**

Secondo una delle recenti stime dell'ENIT, il turismo di ritorno nel nostro paese è



Ministro Centinaio “celebra” un accordo con L’Argentina per un progetto di Turismo delle Radici (Fitur 2018)

in costante crescita. Basti pensare che gli italiani residenti all’estero e tutti i discendenti corrispondono a circa 80 milioni di persone.

Nel solo continente americano, in particolare dal Brasile, Argentina e Stati Uniti, ogni anno arrivano in Italia circa 670.000 turisti con un fatturato che si avvicina ai 700 milioni di Euro.

Questi dati sottolineano l’importanza che ha questo fenomeno turistico, sia in termini di potenziale crescita, nonostante ancora oggi sia considerato ancora un mercato di nicchia, sia come strumento per superare la stagionalità ed anche per la possibilità di potersi diffondere su tutto il territorio nazionale.

D’altronde la crisi economica del nostro Paese ha fatto sì che ogni anno vi siano notevoli

flussi emigratori verso l'estero, questo potrebbe un domani tradursi in una opportunità di sviluppo del turismo delle radici con ottime ricadute economiche sul territorio.

## **“Lunigiana e Garfagnana nel mondo” una proposta di turismo di ritorno**

Di tutto il territorio nazionale, una particolare attenzione meritano la Lunigiana e la Garfagnana, due zone appartenenti rispettivamente alla province di Massa-Carrara e Lucca, nel nord del Toscana.

Questi due territori nel periodo a cavallo tra la seconda metà dell'Ottocento e la prima metà del Novecento hanno visto un forte flusso emigratorio dovuto alle difficili condizioni economiche. I flussi migratori che si sono concentrati principalmente nel Nord Europa, nel continente americano ( Stati Uniti, Argentina, Brasile e Venezuela) e negli ultimi anni anche in Australia.

Questo fenomeno storico potrebbe essere un'ottima occasione per sviluppare il turismo delle radici così da incrementare i flussi turistici in questi territori dove il turismo ancora è poco sviluppato, in particolar modo in Lunigiana.

Le varie istituzioni locali ed anche le associazioni private del settore potrebbero pensare ad un progetto che prenda esempio da quello irlandese e scozzese, dove si possono realizzare iniziative, eventi, attività, itinerari e efficaci politiche di marketing per far conoscere ai discendenti degli emigrati i

loro territori di origine.