

ITACA FESTIVAL L'INSOLITA GUIDA DI VIAGGIO DI TRE BOLOGNESI

«Non partiamo per una meta ma per fare incontri... umani»

di CAMILLA GHEDINI

«LA META non è un posto ma è quello che proviamo», canta Marco Mengoni in *Ti ho voluto bene veramente*. Ed è un po' questa filosofia, seppure al netto del romanticismo, il filo conduttore di *Destinazione Umana* (Giraldi Editore), da pochi giorni in libreria, che sarà presentato oggi, alle 16.30, a **Dynamo La Velostazione**, nell'ambito del Festival del Turismo Responsabile Itaca. Un testo a sei mani, realizzato da tre Silvie: Salmeri, Bernardi, Santachiara, trentenni di Bologna, ciascuna con un proprio talento messo a disposizione del progetto. Piuttosto ambizioso va detto, perché *Destinazione Umana*, prima di essere carta e inchiostro, è omonimo portale e tour operator nato nel 2012. Ora, i due binari coesistono. Così come la *mission*: ribaltare la concezione del viaggio e del traguardo, che non è tanto il punto d'arrivo quanto l'incontro con persone con cui condividere tempo ed esperienze. Tant'è che la suddivisione non è per paesaggi ma per ispirazioni: cambiamento di vita, ruralità, innovazione e sviluppo imprenditoriale, spiritualità. Con oltre 70 proposte, di-



Le tre autrici Silvia Salmeri, Silvia Santachiara, Silvia Bernardi

stribuite su tutto lo Stivale, e comprensive di mare, montagna, campagna, il testo è a misura di chi vuole mettersi in gioco, valutando un'esistenza 'altra'. Un'intuizione, questa, che la fondatrice e curatrice, **Silvia Salmeri**, ha sperimentato su se stessa. Anziché la descrizione storico naturalistica dei contesti, il libro privilegia la storia di chi ha virato

Salmeri, ci faccia qualche esempio...

«C'è chi ha lasciato la città, un lavoro da manager e uno stipendio fisso per aprire un agriturismo. Chi ha trasformato la casa di famiglia in un casolare».

L'identikit di chi usufruisce del vostro portale ed è dunque destinatario del libro?

«Entrambi sono per chiunque, perché intercettano il bisogno di dare un nuovo significato alla propria esistenza, aprendola a nuovi stimoli e sollecitazioni. Ad oggi, l'utente tipo è donna, ha un'età compresa tra i 30 e i 45 anni, è laureata, professionista, appassionata di temi legati alla sostenibilità ambientale, curiosa, informata».

Non parliamo però di vacanze...

«Non di quelle che vanno sotto la voce turismo. Sono un tempo per sé, in cui si vuole introitare energia. Il luogo è secondario rispetto alla possibilità di relazionarsi con altri. Noi tendiamo a formare gruppi. In ogni luogo, poi, ci sono attività a tema da svolgere».

Perché l'aggettivo 'umano' nel titolo?

«Perché contempla la crescita e la formazione».

BORSA CITTÀ D'ARTE

«Conviene puntare sul turismo culturale»

NON SOLO musei e mostre. Anche cinema e musica possono essere un traino formidabile alla crescita turistica di una città e di un territorio. Lo dimostrano i dati presentati in occasione della Borsa delle cento città d'arte organizzata da Confesercenti e che ieri ha ospi-

tato il convegno *Cinema, musica e arte volani per il turismo*. Per Bologna l'essere location di film e fiction ne aumenta l'appeal, così come ospitare grandi eventi legati alla settima arte come dimostrano i numeri sul cinema in piazza Maggiore. «Nel 2015 - ha spiegato il direttore della Cineteca, Gian Luca Farinelli - le proiezioni estive sul Crescentone hanno generato ricadute economiche per 1,275 milioni di euro (un milione dai soli accreditati), il 10% rispetto al 2014, +30% sul 2013. Moltissimi gli stranieri che arrivano in città per godersi tale spettacolo, quest'anno ne aspettiamo da 47 paesi diversi». Non è

un caso, dunque che la Regione abbia puntato sulla promozione della filiera cinematografica con una legge ad hoc, che ora intende replicare per la valorizzazione delle produzioni musicali, dalla lirica ai grandi concerti. «Con la cultura si mangia, eccome se si mangia», scandisce l'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini. In vent'anni i flussi turistici a Bologna sono cresciuti del 53% (+9% di italiani, +159% di stranieri). Un turista straniero spende in media 100 euro al giorno. E «il 50% di chi arriva, lo fa appunto dall'estero», ricorda il direttore regionale di Confesercenti, Stefano Bollettinari.

ZANICHELLI



Mal d'amore: i consigli d'uso di Susanna Casciani



«**TROPPO SPESSO** le persone sono sole. O ci si sentono. Quando amano e quando soffrono, a qualsiasi età, c'è sempre qualcuno che dice loro che stanno sbagliando. E invece ci sta. Ci sta, perdersi per qualcuno. Può succedere di annullarsi per un sentimento che non lascia spazio ad altro». Così **Susanna Casciani**, autrice del bestseller *Meglio Soffrire che mettere in un ripostiglio il cuore* (Mondadori), che sarà presentato oggi, alle 18, alla Zanichelli di Piazza Galvani, nell'ambito del **Garp Festival**. Fiorentina, classe 1985, l'autrice ama scrivere su Internet utilizzando vari pseudonimi. Nel 2010 ha aperto la pagina Facebook che ha dato il titolo al libro. Poco meno di 200 pagine per raccontare la storia di Anna e Tommaso, di un amore che inizia e finisce, col valzer di tormenti e insicurezze che ne conseguono. Insomma, della vita, o di quella parte di vita, con cui chiunque, anche il più disincantato, prima o poi fa i conti.

Parlando di se stessi, in rapporto all'amore, una delle paure prevalenti è essere percepiti, e percepirsi, ridicoli. Perché allora, gira e rigira, siamo tutti vittima delle medesime aspettative e delusioni?

«Anche se siamo ridicoli, anche se dovremmo vergognarci, siamo esseri umani. Non abbiamo abbastanza forza di volontà per combattere l'amore, a volte».

Che valore ha nella sua generazione il romanticismo?

«Più che di generazioni parlerei di persone. Io, per esempio, non sono romantica, anzi, estremamente cinica. Mi fregano tuttavia certe sensazioni e credo sia così per tutti, ventenni, quarantenni, settantenni».

La vita su Internet, quanto la influenza?

«E' una magia, un di più, non toglie niente alla mia realtà, l'arricchisce».

c.g.

Il mercato di Forte Dei Marmi direttamente sotto casa tua!

Dalle 8:00 alle 20:00

Riale di Zola Predosa 29 MAGGIO



Mercato della Versilia

FORTE DEI MARMI



Per maggiori informazioni consultate il nostro sito web all'indirizzo www.consorzioversiliafortedeimarmi.it, la pagina Facebook Consorzio Versilia Forte dei Marmi oppure scrivete a info@consorzioversiliafortedeimarmi.it

