

UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento dei Beni Culturali:

Archeologia, Storia dell'arte, del cinema e della musica

Dipartimento di Scienze Storiche, Geografiche e dell'Antichità

Corso di Laurea Triennale in Progettazione e Gestione del Turismo

Culturale

IL TURISMO DELLE RADICI COME OPPORTUNITÀ: IL CASO STUDIO DI TARANTO

Relatore: Prof.ssa Benedetta Castiglioni

Laureando: Mazzone Marco

Matricola: 2040177

Anno Accademico 2023-2024

INDICE

INTRODUZIONE.....	5
1. IL TURISMO DELLE RADICI	
1.1 DAI FLUSSI MIGRATORI AL TURISMO DELLE RADICI.....	8
1.2 LE VARIE “FACCE” DEL TURISMO DELLE RADICI.....	11
1.3 UN TURISMO DELLE RADICI DOMESTICO.....	13
1.4 IL <i>PLACE ATTACHMENT</i> E LE DIFFERENZE GENERAZIONALI.....	14
1.5 TURISMO DELLE RADICI E SOSTENIBILITÀ SOCIO-CULTURALE....	16
1.6 IL RUOLO DEL PAESAGGIO E LA NOSTALGIA DEI LUOGHI.....	19
1.7 EVOLUZIONE ED INIZIATIVE TURISTICHE.....	22
2. IL TURISMO A TARANTO	
2.1 TARANTO: INQUADRAMENTO STORICO-GEOGRAFICO.....	27
2.2 STORIA E DATI RELATIVI AL TURISMO A TARANTO E PROVINCIA.....	33
2.3 OFFERTA TURISTICA.....	37
2.4 VISIBILITÀ DI TARANTO NEL MERCATO TURISTICO E MEDIATICO.....	47
2.5 EMIGRAZIONE E TURISMO DELLE RADICI A TARANTO.....	50
3. IL TURISMO DELLE RADICI A TARANTO: UN’ANALISI SUL CAMPO	
3.1 METODOLOGIA DI ANALISI E OBIETTIVI.....	53

3.2 RISULTATI QUANTITATIVI.....	54
3.2.1 IL TRASFERIMENTO DA TARANTO.....	56
3.2.2 IL RAPPORTO CON LA CULTURA, LE TRADIZIONI E I CANALI <i>SOCIAL</i> LOCALI.....	58
3.2.3 IL VIAGGIO DELLE RADICI A TARANTO	60
3.2.4 IMMAGINE TURISTICA DI TARANTO	71
3.2.5 IL LEGAME TRA TARANTO E I TURISTI DELLE RADICI.....	75
3.2.6 IL TURISMO DELLE RADICI NEL FUTURO DEMOGRAFICO DI TARANTO.....	78
3.3 DISCUSSIONE DEI RISULTATI.....	79
CONCLUSIONI.....	83
RINGRAZIAMENTI.....	87
BIBLIOGRAFIA.....	89
SITOGRAFIA.....	93

INTRODUZIONE

Il turismo delle radici è un fenomeno relativamente nuovo nel panorama turistico italiano, caratterizzato da una forte connotazione emotiva legata alle proprie origini. Con la seguente tesi si vuole evidenziare la validità di questa tipologia di turismo, capace di riqualificare il volto di borghi e di città ancora poco note nel contesto turistico. Verranno messi in luce i diversi aspetti positivi che il turismo delle radici può offrire in termini di sostenibilità socio-culturale, indagando in particolare le opportunità che tale comparto turistico può apportare ad una città come Taranto, spesso stigmatizzata dalla complicata questione ex Ilva che ne offusca lo straordinario potenziale turistico.

Il motivo della scelta su cui verte la tesi è proprio il mio personale richiamo alla terra natia, quella di Taranto, tanto bella quanto sottovalutata e discriminata. Il seguente lavoro vuole cercare di valorizzare il variegato patrimonio culturale, naturale, materiale e immateriale che rende Taranto una città unica nel suo genere, conferendole al contempo una degna visibilità che trascenda dall'ormai noto impianto siderurgico. Oltre a ciò, si vuole sottolineare l'importanza culturale delle proprie origini, un fattore estremamente personale ed emotivo sempre più avvertito dalle nuove generazioni, ormai inserite in una contemporaneità globalizzata che sembra aver fatto perdere le proprie autentiche radici individuali. È allora giunto il momento opportuno per fare leva sull'«attaccamento ai luoghi identitari», i quali consentirebbero di richiamare numerose persone da tutto il mondo desiderose di riconnettersi ad una dimensione autentica e familiare, impossibile da recuperare altrove. Si auspica pertanto che tale ricerca possa essere utile a far riflettere sull'importanza turistica, oltre che culturale, delle proprie origini.

La suddivisione della tesi vede un primo capitolo legato al contesto teorico del turismo delle radici (o turismo delle origini), con appositi approfondimenti circa il tema della sostenibilità socio-culturale e delle opportunità che esso potrà generare nel seguente anno (in virtù della nomina “2024: Anno delle radici italiane nel mondo”). In seguito a tale panoramica generale sul fenomeno, viene approfondito il tema del turismo delle radici domestico, spesso legato al turismo *visiting friends*

and relatives, ossia quel tipo di turismo effettuato da tutte quelle persone che vivono entro i confini nazionali ma lontani dalla propria terra di origine. Per determinare il sentito richiamo ai luoghi di origine, verrà esplicito inoltre il fenomeno del *place attachment* e dunque il fenomeno dell'«attaccamento ai luoghi», studiato in relazione al tema della nostalgia e del «paesaggio identitario» che un emigrato «si porta dentro». Questi aspetti saranno tutti descritti a seconda della generazione di appartenenza migratoria (e dunque emigrato di prima generazione, figli di emigrati, nipoti di emigrati...).

Il secondo capitolo punta invece a definire il contesto dapprima geografico e poi storico della città di Taranto, dando ampio respiro alla storia e alla valorizzazione dell'offerta turistica in tutte le sue sfaccettature. Saranno infatti inclusi dei dati relativi alla storia del turismo tarantino e all'andamento del flusso turistico in città nel corso degli anni. In relazione a ciò, è stato dedicato un apposito approfondimento sulla sensibilizzazione dell'immagine non solo turistica ma anche collettiva di Taranto, analizzando quindi le possibili ricadute negative dovute alla questione ex Ilva. In vista della specificità del tema principale della tesi (il turismo delle radici), è sembrato inoltre opportuno inserire una considerazione generale circa la storia demografica del capoluogo jonico, trasformatosi negli anni Novanta da meta di migrazione a meta di emigrazione.

Infine, il terzo e ultimo capitolo si concretizza attraverso i dati estrapolati dalle interviste rivolte a diverse persone originarie di Taranto che hanno lasciato la città diventando a tutti gli effetti turisti delle radici di prima o seconda generazione. Attraverso le loro risposte, si è condotta un'indagine relativa alle motivazioni che hanno spinto questa gente a lasciare la città, studiando al tempo stesso il mantenimento della cultura e delle tradizioni locali nel nuovo luogo di residenza e cercando dunque di comprendere se il legame affettivo alla propria terra natia possa persistere nonostante la lontananza. Inoltre, nella ricerca è stato ampiamente discusso il tema del “viaggio di ritorno”, analizzato principalmente a seconda dei bisogni e del comportamento del turista (sia a Taranto che nel nuovo luogo di adozione). Questo è stato importante per comprendere le potenzialità che il turista delle radici (in veste di *brand ambassador*) apporta al turismo e soprattutto all'immagine e alla visibilità di Taranto, attraverso una nuova e positiva narrazione

agevolata dal potenziale enogastronomico, culturale, storico e naturale della zona. Ecco allora che si è studiato l'effetto turistico del "passaparola" e del relativo grado di soddisfazione del viaggio, anche in turisti non originari di Taranto. Ultimo, ma non per importanza, è lo studio nei turisti delle radici del *place attachment*, e dunque dell'importanza emotiva che il paesaggio (materiale e immateriale) assume dentro ognuno di loro. A tal proposito, si è cercato di comprendere se l'attaccamento con il luogo delle origini possa tramutarsi non solo in opportunità turistica ma anche in un ritorno definitivo, ampliando dunque l'area di intervento del turismo delle radici dai piccoli borghi alle città caratterizzate da difficoltà demografiche come Taranto.

Si ribadisce già dal principio che i dati riportati nella seguente tesi riguardano un campione perlopiù di provenienza domestica, appartenente alla prima generazione. Ciò, tuttavia, non toglie importanza ai risultati relativi alla seconda generazione e ai turisti delle radici internazionali, i quali possono essere utili ad intraprendere future e necessarie ricerche focalizzate in contesti intercontinentali e riguardanti generazioni successive alla prima.

CAPITOLO 1

IL TURISMO DELLE RADICI

1.1 Dai flussi migratori al turismo delle radici

Il turismo delle radici è quel tipo di turismo «generato dai migranti che si recano in vacanza nel Paese di origine, spesso dopo esserne stati lontano per lungo tempo, o dai loro discendenti che vogliono visitare e conoscere la terra di origine della loro famiglia» (De Marchi, Mingotto, 2016, p. 589 in Ferrari, Nicotera, 2021).

Insieme al tema del ritorno, dunque, il turismo delle radici si connette anche alla vera e propria ricerca identitaria ancestrale, genealogica, in quanto coinvolge non solo le prime generazioni di emigrati ma anche i relativi discendenti. È per tale motivo che la denominazione di questo comparto turistico non è univoca: se comunemente il turismo delle radici è noto anche come turismo delle origini o di ritorno, è altresì conosciuto come turismo ancestrale o genealogico e, a volte, viene detto turismo della diaspora, della memoria, nostalgico o sentimentale (Ivi, p.22).

L'Italia ha il dovere morale di restituire una storia ai suoi cittadini sparsi per il mondo, interessati a conoscere la cultura, le tradizioni e il territorio di appartenenza dei propri antenati, stringendo una connessione con esso al fine di sentirsi a casa. Connotato da una forte componente emotiva e culturale, il viaggio delle radici si profila come un'esperienza identitaria inclusa nel cosiddetto *heritage tourism*¹ (Gabrieli et al., 2022).

Emerge di per sé che il turismo delle radici sia strettamente legato al fenomeno dei flussi migratori che, soprattutto a partire dal XIX secolo, continua tutt'oggi a coinvolgere le dinamiche demografiche italiane. Nel 2023 i connazionali iscritti all'AIRE (Anagrafe degli Italiani Residenti all'Estero) erano quasi 6 milioni (di questi, quasi la metà di origine meridionale); tuttavia, la FIEI (Federazione Italiana Emigrazione Immigrazione) stima che il numero di oriundi italiani nel mondo sia

¹ Consiste in visite a luoghi che incarnano il passato e/o a luoghi legati alle manifestazioni del patrimonio immateriale.

compreso fra i 60 e gli 80 milioni (Ferrari, Nicotera, 2021). A tali dati va aggiunto poi il milione e mezzo di migranti interni che lasciano il Sud Italia per raggiungere le più attrattive regioni settentrionali (Fondazione Migrantes, 2023). Naturalmente, le emigrazioni dei secoli scorsi differiscono in maniera notevole rispetto alle migrazioni attuali: se prima i flussi derivavano da bisogni esclusivamente economico-sociali di giovani padri di famiglia, oggi la migrazione assume la connotazione di “migrazione intellettuale” (nota anche come “fuga di cervelli”). Essa è infatti dovuta principalmente a motivi di studio, oltre che alla ricerca di una migliore qualità della vita e di un’occupazione lavorativa ottimale. È vero poi che, essendo giovani qualificati, gli emigrati di oggi possiedono un reddito che nella maggior parte dei casi consente loro di viaggiare e quindi di tornare più volte presso la propria terra di origine. A differenza dei precedenti, che ambivano prevalentemente a raggiungere terre oltreoceano, i “nuovi migranti” preferiscono restare nel contesto nazionale (o al massimo europeo), come verrà approfondito successivamente. Inoltre, l’intensità e la velocità dei trasporti, insieme all’utilizzo di *social media* e nuove forme di comunicazione, permettono a chi vive lontano di mantenere legami diretti con familiari e amici, manifestando al contempo un rapporto affettivo per la propria patria².

È proprio grazie a questa serie di trasformazioni nelle dinamiche migratorie che il richiamo alle radici si sta evolvendo sempre più in chiave turistica. Infatti, questo importante livello di mobilità basato sul legame emotivo può rappresentare per l’Italia (e in particolar modo per il Mezzogiorno) un enorme potenziale in termini di domanda turistica, specie se si considera che la pandemia da Covid-19 ha determinato nuovi stili di vita e di turismo, orientando ancor più quest’ultimo a mete differenti e autentiche.

Osservata la vasta mole di persone a cui il turismo delle radici si rivolge, è bene individuare fin da subito le diverse categorie di turisti che caratterizzano tale segmento. Infatti, il luogo di residenza e la differenza generazionale fanno sì che le esigenze e il comportamento dei turisti delle radici siano molto variegati tra loro.

² Fonte: aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/report+turismo+delle+radici.pdf/f0fd140e-9716-2bd8-8555-7d45a23824dd?t=1708336344727

I turisti delle radici internazionali (soprattutto oltreoceano) manifestano una forte propensione al viaggio ma la distanza e le relative difficoltà economiche ne limitano notevolmente l'effettiva realizzazione. Nonostante ciò, il numero di viaggiatori latinoamericani e canadesi risulta essere molto rilevante nel contesto turistico delle radici (Gabrieli et al., 2022). La situazione è già diversa per coloro che vivono entro i confini continentali e che, talvolta, possono sfruttare voli *low cost* per tornare più spesso nella loro terra d'origine. Ancora più particolare è il caso dei turisti delle radici domestici che, in Italia, è costituito prevalentemente da giovani meridionali trasferitosi al Nord Italia: questa tipologia potrebbe essere considerata un «fenomeno più significativo del turismo delle radici internazionale, poiché più frequente e maggiormente radicato nel territorio»³.

Tuttavia, la dimensione territoriale va presa in considerazione all'appartenenza generazionale del turista stesso. Un turista delle radici americano di terza generazione ambirà ad un'esperienza di viaggio sicuramente diversa rispetto ad un turista delle radici domestico di prima generazione. Come verrà approfondito nel corso della tesi, quest'ultimo prediligerà pernottare in una seconda casa o a casa dei parenti (che considera ancora "casa"), effettuando un turismo più marginale; il primo, invece, si soffermerà meno presso i luoghi legati alla memoria familiare e preferirà alloggiare nei principali centri di attrazione turistica, abbinando così un tour dei principali siti storico-culturali italiani all'esperienza identitaria. La maggior parte di essi, tuttavia, «intraprendono il viaggio in cerca delle loro radici con l'intento di riaffermare e rafforzare la loro identità» (Gabrieli et al., 2022, p. 76). È quindi chiaro che, anche se i contatti e l'interesse con la cultura e la comunità italiana sembrano affievolirsi gradualmente dopo la terza generazione, «il viaggio delle radici può rappresentare un antidoto fondamentale alla rottura del legame» (Ivi, p. 74).

³ Fonte: aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/report+turismo+delle+radici.pdf/f0fd140e-9716-2bd8-8555-7d45a23824dd?t=1708336344727

1.2 Le varie “facce” del turismo delle radici

Come precedentemente accennato, il turismo delle radici si profila come un fenomeno complesso e articolato, contraddistinto da una pluralità di motivazioni di viaggio. Non è quindi facilmente identificabile dalle statistiche, anche se molto spesso viene sovrapposto al cosiddetto turismo *visiting friends and relatives* (noto come “turismo VFR”), ossia «una forma di vacanza in cui lo scopo del viaggio o il tipo di alloggio (o entrambi) comportano la visita ad amici e/o parenti» (Backer, 2003, p.4).

Quest'ultimo, tuttavia, è solo uno dei tanti fenomeni sociali e di consumo con il quale il turismo delle radici interagisce. Citiamo per esempio il turismo delle seconde case, costituito da flussi di persone che possiedono un immobile e ne fanno uso per il tempo libero e per finalità di tipo ricreativo (Hall, Müller, 2004). Il possesso di una seconda casa, per quanto riguarda il turismo delle radici, può derivare proprio dall'attaccamento emotivo ai luoghi dell'infanzia o dell'origine familiare, influenzando così l'identità del proprietario (Ferrari, Nicotera, 2021). Può essere considerato un risultato del “culto della nostalgia”, che ricrea legami emotivi e affettivi per chi si è dovuto allontanare dal proprio luogo di origine e consente al tempo stesso un riavvicinamento al proprio patrimonio identitario (Abbasian, Müller, 2019). A sua volta, il turismo delle seconde case effettuato dal turista delle radici assume le caratteristiche della cosiddetta *lifestyle migration*, ossia fenomeni migratori attratti dalle qualità climatiche, dallo stile di vita locale e da eventuali vantaggi fiscali ed economici (Hall, 2002).

Il turismo delle origini coinvolge anche il settore enogastronomico: è rilevante, infatti, la promozione dei prodotti tipici locali attraverso questo target, che cerca sempre più autenticità attraverso l'attestazione di marchi territoriali di origine controllata dei prodotti. I marchi territoriali sono infatti riconoscimenti importanti nella promozione e nella differenziazione dei territori e delle relative destinazioni turistiche (Flack, 1997), riflettendone l'identità culturale attraverso le tecniche di lavorazione locale ma anche correlando ad esse il concetto di autenticità tanto ricercato dai turisti contemporanei (MacCannell, 2008). Attraverso l'export di questi beni, i turisti delle radici diventano *testimonial* e *promoter* della località

d'origine e dei suoi prodotti tipici, poiché, come tutti gli emigrati, sono interessati ai “prodotti nostalgici”, ossia beni tradizionali locali strettamente associati alla propria terra (Holbrook, Schindler, 1991 in Ferrari, Nicotera, 2021). Questi consentono di ricordare il “sapore di casa” anche se si è lontani da essa, ponendo in relazione il turismo delle radici e quello enogastronomico con il *Made in Italy*. La valorizzazione dell'identità e delle tradizioni dei luoghi di origine passa, dunque, anche dal cibo e da quello che esso rappresenta nella cultura di un territorio.

Fra le tendenze turistiche in ascesa che sempre più si congiungono al turismo delle radici vi è il turismo matrimoniale, noto anche come *wedding tourism*, che spesso vede come meta di viaggio una destinazione che ha per i neosposi un profondo significato simbolico, affettivo ed evocativo.

A livello nazionale è inoltre molto sentita l'organizzazione di eventi come attrattivo per i turisti delle radici, che spesso scelgono proprio tali manifestazioni come motivazione principale del viaggio. Questo è ancora più evidente in concomitanza di festività che riflettono tradizioni e cultura del posto (siano esse celebrazioni, riti religiosi, festività tradizionali). Gli eventi possono essere considerati a tutti gli effetti degli utili strumenti di marketing turistico e territoriale, efficaci non solo nella promozione turistica di una destinazione ma anche nella destagionalizzazione dei flussi e nell'allungamento di durata dei soggiorni. «Gli eventi possono anche avere effetti positivi in termini di immagine territoriale e di impatto sul tessuto sociale locale, rafforzando e promuovendo cultura ed identità dei luoghi, oltre a favorire la coesione sociale all'interno della comunità» (Ferrari, Nicotera, 2021, p. 199).

Altro comparto turistico con il quale il turismo delle origini interagisce è il cosiddetto *edu-tourism*, un turismo contraddistinto da attività educative volte alla condivisione, allo scambio di usanze, costumi ed esperienze tra due o più Paesi, in un processo di “*inculturation*” (Castillo et al., 2017).

Questo intreccio turistico ibrido che caratterizza il turismo delle origini, quindi, non può fare altro che amplificare gli effetti positivi sul tessuto socio-economico del Paese, che verranno approfonditi nel corso della tesi.

1.3 Un turismo delle radici domestico

Sebbene sia piuttosto recente e relativamente poco approfondito, lo studio del turismo delle radici è stato analizzato perlopiù attraverso una dimensione internazionale dei flussi. Tuttavia, è bene ricordare il dato relativo alle migrazioni interne che caratterizzano l'Italia e che, come accennato inizialmente, è notevole. Secondo il rapporto delle migrazioni interne e internazionali della popolazione residente in Italia, nel 2021 la mobilità interna è cresciuta quasi del 7% rispetto all'anno precedente, con una perdita netta di 525.000 residenti dal Mezzogiorno verso il Settentrione nel decennio 2012-2021. E la situazione non sembra migliorare: i dati provvisori ISTAT relativi al periodo gennaio-ottobre 2022 evidenzerebbero un ulteriore moderato incremento dei flussi migratori interni, a discapito di una forte riduzione dei flussi in uscita dal Paese (-20%). La direzione della mobilità, ancora una volta, mostra uno spostamento consistente dalle regioni meridionali verso quelle settentrionali e da quelle settentrionali verso altre nazioni (perlopiù in un contesto europeo). Questo, oltre a causare un impoverimento di risorse umane qualificate, determina una progressiva redistribuzione della popolazione (112.000 trasferimenti da Sud a Nord). Sempre i dati ISTAT mostrano che nel 2021 la regione dalla quale si parte di più è la Campania (30% delle cancellazioni dal Mezzogiorno), seguita da Sicilia (23%) e Puglia (18%). La provincia che detiene il primato per numero di emigrati è invece Crotone. Questi flussi si dirigono prevalentemente in Lombardia ed Emilia-Romagna e, nonostante Milano sia la provincia centro settentrionale che riceve più meridionali (14.000 arrivi), è l'area metropolitana di Bologna la più attrattiva in termini relativi. Il Nord guadagna oltre 116.000 giovani risorse provenienti dal Sud e dalle Isole, il Centro quasi 13.000; ne deriva che il beneficio complessivo per le regioni settentrionali è pari a circa 77.000 unità. Accade quindi che il Centro-Nord, più coinvolto nelle dinamiche migratorie verso l'estero, "recuperi" giovani laureati con gli arrivi del Mezzogiorno, compensando così buona parte delle uscite oltre confine (ISTAT, 2023).

Si comprende dunque che il turismo delle radici, se osservato attraverso i suoi flussi domestici, sia nel caso italiano quantitativamente più significativo, anche se notevolmente diverso rispetto al turismo internazionale. Il "ritorno a casa" dei

concittadini lontani dal proprio luogo di origine è difficilmente riconoscibile come turismo vero e proprio, in quanto raramente prevede il soggiorno in strutture ricettive, preferendo alloggiare a casa di parenti o amici o in seconde case. Tuttavia, nonostante dedichi la maggior parte del tempo a disposizione alla famiglia, il turista delle radici domestico non esclude attività propriamente turistiche durante la sua permanenza, specie se consideriamo le generazioni successive alla prima. Queste si mostrano infatti interessate ad attività di natura eterogenea, perlopiù incentrate sull'autenticità e sulla tradizione locale. Tale fenomeno assume rilevanza anche in altri Paesi che, come il nostro, mostrano marcate differenze socio-economiche tra territori, in particolare tra le regioni settentrionali e meridionali, e che pertanto hanno determinato nel corso della storia importanti flussi di spostamento interni⁴. È quindi importante approfondire anche l'aspetto di un turismo delle radici domestico, rivolto a tutte quelle persone che vivono all'interno dei confini nazionali ma lontani dal proprio luogo di origine. È per questo motivo che all'interno della seguente tesi verranno analizzati principalmente i casi di persone rimaste nel proprio Paese.

1.4 Il *place attachment* e le differenze generazionali

Parlando dell'aspetto emotivo-affettivo è emerso che, dopo l'esperienza di viaggio, il legame con la patria di origine tende a rafforzarsi (Ferrari, Nicotera, 2021). I turisti delle radici considerano sacro il viaggio verso la loro terra ancestrale; quindi, riferirsi a loro come turisti potrebbe compromettere la sacralità dell'esperienza (Mensah, 2022). Come verrà dimostrato nel corso della tesi, gli emigrati di prima generazione hanno caratteristiche uniche e, in ambito turistico, possono essere considerati una via di mezzo tra visitatori e residenti, in quanto manifestano un elevato grado di *place attachment* e vogliono pertanto essere accolti come membri effettivi della comunità (proprio come lo erano in passato). Diversa è la situazione per le generazioni successive che, cresciute lontane, conoscono il paese di origine

⁴ Fonte: aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/report+rurismo+delle+radici.pdf/f0fd140e-9716-2bd8-8555-7d45a23824dd?t=1708336344727

solo indirettamente, attraverso i racconti di famiglia e la condivisione sui *social media* (Ferrari, Nicotera, 2021).

Il *place attachment* è il legame affettivo fra una persona e un luogo, che sorge a seguito di esperienze positive (Williams et al., 1992). Questo legame può variare in intensità: da un piacere sensoriale immediato, più tipico dei comuni turisti, ad un attaccamento duraturo e profondamente radicato, più evidente nei turisti delle radici (Tuan, 1974 in Williams et al., 1992). Infatti, la motivazione cardine che spinge i turisti delle radici a far ritorno è senza ombra di dubbio l'affetto e l'amore per la terra d'origine, quindi il legame con la comunità, le storie, le feste, le tradizioni.

Il *place attachment* è molto sentito dagli emigrati, i quali cercano di trasmetterlo ai propri discendenti. Tuttavia, è inevitabile che le prime generazioni lo percepiscano in maggior misura rispetto alle successive: queste ultime, infatti, si sono allontanate dalla cultura e dalle relazioni personali nella madrepatria e, pertanto, il loro legame non dipende da esperienze personali, ma da storie tramandate in famiglia. Per questo, durante il viaggio ancestrale, essi cercano prevalentemente di visitare luoghi di interesse turistico piuttosto che interessarsi esclusivamente ad incontrare familiari (come succede invece ai primi emigrati, che hanno un'esperienza personale diretta nei confronti del luogo e delle persone, come osservato da Santamato et al., 2023⁵). Tuttavia, i discendenti delle ultime generazioni sembrano più interessati ad effettuare ricerche genealogiche per via della minore consapevolezza riguardo la propria storia familiare.

Una delle differenze principali che viene manifestata tra la prima e le successive generazioni sta nella propensione al viaggio e nella volontà di sentirsi dei *local*: entrambe diminuiscono con il cambio generazionale, che non sempre avverte la concezione di "casa" sentita dai primi emigrati e che anzi, prova talvolta un senso di estraneità nella cultura locale (in quanto già integrato nel tessuto socio-culturale del nuovo luogo di residenza). Si potrebbe desumere quindi una correlazione tra il grado di *place attachment* e la volontà di sentirsi residenti, che cala con il susseguirsi delle generazioni senza però esaurirsi del tutto (Ferrari, Nicotera, 2021).

⁵ Fonte: aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/report+rurismo+delle+radici.pdf/f0fd140e-9716-2bd8-8555-7d45a23824dd?t=1708336344727

Tra gli strumenti di informazione più utilizzati per restare in contatto con emigrati e discendenti ricordiamo i *social media*, che intervengono anche a favore del legame affettivo fra una persona e un luogo. Si formano delle vere e proprie comunità online, dove viene mostrata non solo l'identità di un territorio ma anche il senso di appartenenza ad esso. In questo modo, gli emigrati di prima generazione potranno continuare a sentirsi parte integrante del tessuto sociale cittadino (seppur virtualmente) e, insieme alle generazioni successive, potranno informarsi riguardo le iniziative e gli eventi organizzati nel territorio. Le località d'origine, a loro volta, possono finalizzare i *social media* e il marketing territoriale come efficace mezzo di promozione turistica. Sono tante infatti le persone che, pur non avendo origine italiana, seguono profili *social* di destinazioni del "Bel Paese" per cercare di attuire quella forte voglia di italianità che è presente nel mondo e che può essere considerata una sorta di *place attachment* "turistico".

1.5 Turismo delle radici e sostenibilità socio-culturale

Il potenziale e notevole indotto di utenza italiana attratta dal turismo delle radici sarebbe capace di apportare importanti vantaggi nel tessuto socio-economico del nostro Paese. Se paragonato al predominante turismo *leisure*, il turismo delle radici parla di sostenibilità nella misura in cui «redistribuisce risorse preziose a realtà ai margini della geografia e del reddito; promuove rapporti autentici tra residenti e ospiti, attraverso la moderna categoria dei "cittadini temporanei"; è responsabile nel riconoscere pari dignità a tutti i soggetti in gioco» (Visentin in Ferrari e Nicotera, 2021, p.13).

Tra questi vantaggi ricordiamo la minore competitività tra i territori; difatti, i turisti sceglieranno la destinazione a seconda della propria origine, così che ogni comune avrà i suoi rispettivi emigrati e discendenti. Di conseguenza emergerà uno spiccato interesse verso i borghi e le destinazioni minori, che verranno valorizzate attraverso il recupero e la ristrutturazione di immobili e infrastrutture, oltre che tramite la formazione turistica mirata ad incentivare l'occupazione giovanile (Ferrari, Nicotera, 2021). Dal turismo delle radici può derivare quindi una proposta turistica destinata a valorizzare anche i piccoli borghi di origine, salvaguardando cultura e

tradizioni e valorizzando i prodotti tipici una volta rientrati nel Paese di adozione. Infatti, ulteriore punto di forza del turismo delle radici sta nell'incentivazione all'acquisto di prodotti italiani relativi all'ambito non solo dell'enogastronomia, ma anche dell'artigianato e della moda, soprattutto per quanto riguarda gli italo-discendenti interessati a visitare le principali attrattività nel resto d'Italia (Confcommercio, 2023).

Importante è l'azione di alcuni turisti delle radici che, una volta tornati nel proprio luogo di residenza, cercano di aiutare la loro terra d'origine attivando un passaparola positivo o addirittura effettuando investimenti finanziari; in questo modo, essi non solo fanno conoscere i prodotti tipici locali altrove ma contribuiscono a promuovere la località ancestrale come destinazione turistica (Ferrari, Nicotera, 2021). Altri ancora si dicono favorevoli alla creazione di imprese miste caratterizzate da una componente italiana ed una straniera, al fine di valorizzare nel Paese di adozione la forza evocativa dell'*Italian Style*, con la sensibilità e le competenze di chi conosce i diversi mercati locali (Confcommercio, 2023). Questo vale anche per tutti i turisti delle radici "domestici", desiderosi di far conoscere le tipicità dei propri luoghi di origine nel nuovo luogo di residenza. Ne sono una testimonianza i numerosi locali di ristorazione meridionale nel Nord Italia, che diventano non solo importanti per la valorizzazione dei prodotti tipici ma anche per la visibilità di ipotetiche destinazioni da visitare in occasione di un viaggio enogastronomico.

Tornare nel luogo delle radici a fare esperienze di italianità (o di tipicità locale) alimenta quindi la scelta di mantenere uno stile di consumo italiano (o locale) anche una volta tornati nel territorio di adozione. Questo aspetto, se ben promosso e organizzato, può rappresentare una forte spinta per l'export (specie straniero) poiché incentiverebbe quella voglia di italianità che è forte all'estero anche tra coloro che non hanno radici italiane (Confcommercio, 2023). I turisti delle radici possono quindi essere considerati come potenziali ambasciatori della destinazione a livello mondiale, in quanto mostrano spesso il desiderio di promuovere la regione, i suoi prodotti tipici, la sua cultura e l'accoglienza della gente locale, contribuendo a migliorarne l'immagine. Inoltre, la soddisfazione dell'esperienza di viaggio il più

delle volte è talmente positiva da incentivare un nuovo ritorno degli stessi turisti presso la terra delle origini familiari.

Parlando di sostenibilità economica, sono stati individuati importanti e potenziali effetti moltiplicativi derivanti dal turismo delle radici, anche di lungo periodo (Ferrari, Nicotera, 2021). Considerando il contesto turistico, come già affermato, il viaggio delle radici consentirebbe non solo di destagionalizzare i flussi turistici ma anche di allungare la permanenza media del soggiorno. Questo vale ancor più per coloro che giungono in Italia da altri continenti: i turisti delle radici internazionali hanno infatti bisogno di almeno due o tre settimane per svolgere la pluralità di attività programmate (Confcommercio, 2023) e, seppur intraprendano il viaggio principalmente nel periodo estivo o durante le festività, negli altri mesi la ripartizione dei flussi e degli introiti appare abbastanza omogenea (ISTAT, 2023).

Secondo il Ministero del Turismo (2024), il turismo delle radici avrebbe generato oltre 4 miliardi di euro sul territorio italiano. Si stima che chi provenga da un Paese europeo spenda circa 1500 euro a persona per il suo viaggio alle origini; chi deve organizzare un viaggio intercontinentale, invece, stima un budget che cresce notevolmente fino a raggiungere i 4900 euro a persona (Confcommercio, 2023). In più, come riferito dalla Ministra del Turismo Daniela Santanché, «valorizzare e sistematizzare il turismo delle radici significa anche creare quelle opportunità lavorative, oggi spesso carenti, che possono porre un argine alla fuga dei giovani verso le grandi città e, di conseguenza, al preoccupante fenomeno dello svuotamento dei piccoli Comuni»⁶.

Nonostante il turismo delle radici apporti i suoi principali vantaggi nel contesto della sostenibilità economica e socio-culturale, non bisogna escludere l'interesse che questa forma di turismo riserva nei confronti della sostenibilità ambientale. Infatti, generalmente i *roots tourists* mirano a preservare l'integrità del territorio naturale senza richiedere strutture ricettive specifiche e invasive ma anzi, si interessano alla vita del borgo e quindi a soggiornare in abitazioni locali. Questo viene confermato dalla scelta di forme di ospitalità sostenibili, come alberghi diffusi

⁶ Fonte: www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2024/03/SANTANCHE.pdf

(in cui si vive nelle case dei borghi, a diretto contatto con i residenti) o *home restaurant*⁷ (dove si può assaporare la vera atmosfera dei pasti tipici).

Il turismo preso in analisi si caratterizza quindi per essere un turismo locale, maggiormente sostenibile e sensibile rispetto ad altre modalità di viaggio: i turisti delle radici aspirano alla cura dei luoghi con una più profonda consapevolezza delle implicazioni dei propri comportamenti per il pianeta, dell'impatto dei cambiamenti climatici ecc. (Ferrari, Nicotera, 2021).

Concludendo, il turismo delle radici può quindi essere considerato come il turismo per eccellenza in termini di ripercussioni socio-culturali positive: i turisti delle radici, infatti, sono fortemente interessati ai valori, alle tradizioni e al luogo nel quale vive la comunità ospitante. Considerando i piccoli borghi italiani e le destinazioni minori come mete primarie di tale forma di turismo, si possono osservare importanti effetti benefici su stile e qualità della vita della comunità residente, come l'aumento di visibilità, la rivitalizzazione culturale, la riduzione dello spopolamento, la crescita del benessere, il rafforzamento della coesione sociale e dell'orgoglio civico, un maggior livello di soddisfazione di turisti e residenti e la minimizzazione della frizione fra loro, oltre al rispetto della capacità di carico sociale della destinazione (Ferrari, Nicotera, 2021). Infine, grazie alla recente possibilità di lavorare in *smart working*, il turismo delle radici può costituire il primo passo verso un possibile e definitivo ritorno presso i luoghi ancestrali, dimostrando che un'inversione di tendenza è realizzabile.

1.6. Il ruolo del paesaggio e la nostalgia dei luoghi

Nel turismo delle radici il paesaggio assume un ruolo importante, soprattutto se considerato secondo la sua lettura connotativa. Il paesaggio è dato infatti dalla relazione tra caratteri naturali e antropici presenti in un territorio ed è composto sia da una componente materiale che da una componente immateriale, caratterizzata da una dimensione soggettiva capace di apportare valore e significato al paesaggio

⁷ Per *home restaurant* si intende un'attività finalizzata all'erogazione del servizio di ristorazione esercitata da persone fisiche all'interno dell'immobile, di proprietà o concesso in locazione, destinato ad abitazione privata delle stesse persone fisiche (Fonte: www.camera.it)

stesso. Il paesaggio, e quindi i luoghi, l'ambiente, lo spazio, influenzano profondamente la formazione dell'identità di un individuo, tanto da creare una vera e propria identità di luogo che risulta «massima in quei luoghi poco raggiungibili e poco comodi per risiedervi, che sono di fatto quelli più colpiti dall'esodo diasporico» (Gabrieli et al., 2022, p. 31). L'emigrazione, in questo modo, intacca profondamente e irreversibilmente la vita dei paesi, ai quali gli emigranti restano sempre legati in quanto portano con sé pezzi di esso ma al contempo lasciano lì la propria anima, rendendo interiormente vicino ciò che geograficamente è lontanissimo (*Ibidem*, 2022).

Dai racconti degli italo-discendenti all'estero, emerge che le seconde e le terze generazioni affermano di ritrovare in Italia il paese ricreato oltreoceano dai propri avi: le storie tramandate dai lontani parenti rendono in questo modo la scoperta dei luoghi originari molto familiari. Si comprende che gli emigrati italiani del secolo scorso hanno cercato di “portarsi dietro” il loro paesaggio, riproducendolo nella nuova terra di adozione (Tirabassi, 2022).

Il paesaggio appare dunque come un elemento fondamentale nell'esperienza migratoria, in quanto porta con sé dei cambiamenti rispetto alla costruzione identitaria in relazione ai nuovi spazi e ai nuovi luoghi. Si assiste così ad una modifica della geografia spaziale e sentimentale: dopo l'iniziale senso di estraneità e spaesamento, «gli emigrati italiani iniziano a darsi nuovi punti di riferimento per potersi orientare spazialmente e per poter attribuire nuovi significati ai luoghi» (Gabrieli et al., 2022, p. 28). Per esempio, al fine di conservare la propria identità, costruiscono case e quartieri secondo architetture tipiche che ricordano i luoghi di partenza, con lo scopo di riprodurvi stili di vita e pratiche tradizionali (si pensi alle tante *Little Italy* diffuse nelle città americane). Nascono i cosiddetti “paesi doppi”, che cercano di preservare le radici degli emigrati, arginando il loro sradicamento e la loro solitudine, continuando al tempo stesso a dialogare con la terra d'origine, cercando di colmare il potente sentimento di nostalgia. I “paesi doppi” hanno quindi una duplice valenza: «da un lato, testimoniano la crepa insanabile che si è creata fra la terra d'origine e gli emigranti; dall'altro, sono la traccia visibile di quanto gli italiani e gli italo-discendenti che vivono all'estero siano legati ai luoghi nati:

premessa necessaria e ineludibile perché si dia corso ai viaggi delle radici» (Sommario, 2020, p. 128).

È la nostalgia quindi, accompagnata dalla memoria, a incentivare la “domesticazione” del luogo in cui si arriva, partendo dalla lingua, dalla religione, dalle feste tradizionali, dalla musica, dai luoghi e soprattutto dal cibo. Proprio il cibo, infatti, risulta essere uno dei tratti fondamentali che connotano in modo radicale l’appartenenza ad una comunità e ad un territorio, anche più della lingua (Gabrieli et al., 2022). Ma nel contesto turistico delle radici, grazie al sentito “attaccamento emotivo-familiare” (Gallino, 2006), anche i luoghi hanno importante rilevanza: secondo la ricerca di Gabrieli et al. (2022), infatti, il 78% degli intervistati ha visitato o vorrebbe visitare i luoghi legati alla storia familiare. Questo dato testimonia l’amore per il luogo di origine, già manifestato da Ulisse nell’Odissea e da Dante nell’incipit del canto XIV dell’Inferno⁸. In entrambi i casi all’amore per il luogo viene associata la nostalgia, il dolore per il mancato ritorno a casa. Il sentimento di nostalgia è tuttavia considerato un sentimento moderno: in particolare, «la nostalgia è stata considerata anche la malattia degli emigranti e del loro mondo privo di baricentro, la malattia dei luoghi. Ma è stata considerata anche la malattia di chi resta, che prova nostalgia per un altrove in cui vorrebbe andare» (Gabrieli et al., 2022, pp. 36-37).

Il ritorno a casa dell’emigrante è quindi un orizzonte iscritto sin dal momento della sua partenza. «Partire fonda la necessità di ritornare: nasce un bisogno imperioso, violento che non abbandona mai chi parte» (Ivi, p. 42). Questo sentimento viene rafforzato ancor più nell’animo degli emigranti attraverso una peculiare «nostalgia degli odori, dei sapori, dei colori che li riportano a casa, ai giorni di festa, al tempo dell’infanzia» (Ivi, p. 38). Al giorno d’oggi, il turismo delle radici cerca di compensare tale istinto nostalgico, agendo da cura alla “malattia dei luoghi”. «Un viaggio delle radici [...] è un esercizio spirituale, un’ascesi, un pellegrinaggio in fondo all’anima che ti cambia testa e cuore, fuori e dentro. Più che muoversi nello spazio ci si muove dentro, è un viaggio dentro sé stessi. Significa rifondare la

⁸ “*Poi che la carità del natìo loco/mi strinse, raunai le fronde sparte,/e rende’le a colui, ch’era già fioco*”

propria identità ed essere sempre pronto a rimetterla in gioco» (Gabrieli et al., 2022).

1.7. Evoluzione ed iniziative turistiche

Il tema del turismo delle radici è relativamente nuovo nel panorama italiano: il primo Tavolo tecnico a riguardo è stato organizzato nel 2018 dalla Direzione Generale per gli italiani all'Estero e le Politiche migratorie (Ferrari, Nicotera, 2021). Da questo è nato nel 2020 l'Osservatorio permanente sulle Radici Italiane e, in seguito, le iniziative relative al turismo delle radici si sono moltiplicate, anche a livello accademico. Va menzionato il lavoro effettuato dai ricercatori dell'Università della Calabria, «prima in Italia ad aver puntato attraverso iniziative concrete e mirate sull'innovativo settore [...]» (Ivi, p. 12).

Attualmente, parlare di dati concreti riguardo al turismo delle radici è difficile: nei paragrafi precedenti sono state messe in luce le diverse forme che questo turismo può assumere (turismo VFR, turismo delle seconde case...) e ciò rende molto complicato individuare un riferimento statistico attendibile.

Nel 1997 l'ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) inseriva nella categoria «turista delle radici» 5,8 milioni di viaggiatori che visitavano il nostro Paese. Nel 2018, questo numero è sensibilmente aumentato a 10 milioni (+72,5%), generando un flusso economico in entrata pari a circa 4,2 miliardi di euro (+7,5% rispetto all'anno precedente)⁹. Naturalmente, in seguito alla pandemia il numero di turisti è diminuito ma, nonostante tutto, l'ENIT riporta che nel 2021 sono stati 6 milioni gli italiani all'estero tornati nella nostra nazione, effettuando 61 milioni di pernottamenti per una durata media del viaggio di 6,4 notti, con una spesa media di 70 euro al giorno. Inoltre, come riportato frequentemente, a questi numeri va aggiunta la gran mole di italiani emigrati entro i confini nazionali (e relativi discendenti) che, anche per via delle restrizioni sanitarie, hanno prediletto viaggiare proprio in Italia, incentivando il turismo domestico (o, per meglio dire, il turismo delle radici domestico). Nel 2019, il viaggio verso parenti e amici mostra il picco maggiore in agosto ed una

⁹ Fonte: www.esteri.it/it/servizi-consolari-e-visti/italiani-all-estero/turismo-delle-radici/

concentrazione minore a febbraio; negli altri mesi la ripartizione dei flussi e degli introiti è abbastanza omogenea, anche se più incisiva nei mesi di luglio, settembre e dicembre. Il 42% dei viaggiatori che vengono in Italia per visitare (solo) parenti e famiglia proviene principalmente dal continente europeo, in particolare da Francia, Germania e Regno Unito (ENIT, 2022).

Consultando le informazioni sul turismo delle radici relativo ai primi 9 mesi del 2023, si evince che in Italia hanno viaggiato il 15,6% di turisti in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, per il solo motivo di visitare parenti e amici. La spesa sostenuta da tali viaggiatori è aumentata del +6,4%, mentre il numero dei pernottamenti è cresciuto dello +0,3%. Questo incremento viene evidenziato anche rispetto al medesimo periodo del 2019 (pre-pandemia): +6,7% per i viaggiatori, +20,6% per le notti e +45,6% per la spesa. È importante ribadire però che i dati analizzati dal centro studi ENIT riguardano esclusivamente i flussi turistici internazionali. Inoltre, va sottolineato che i dati relativi al turismo VFR non sono del tutto affidabili: nel report relativo al 2023, il primato dei Paesi target giunti in Italia per visitare parenti ed amici spetta alla Romania (18,3%). Tuttavia, questo dato altera la realtà dei fatti, poiché si tratterebbe principalmente di cittadini romeni che visitano altri emigrati romeni nel nostro Paese (e non di oriundi italiani che hanno scelto la Romania come Paese di adozione). Notevole è dunque la difficoltà nel decifrare la quota effettiva di turisti delle radici in Italia che, come si è osservato nei paragrafi precedenti, vedrebbe una quota maggiore di turisti domestici (ENIT, 2024).

Importante è la questione relativa alla scelta dell'alloggio, che appare molto diversificata anche a seconda dell'appartenenza generazionale. Infatti, se gli emigrati di prima generazione prediligono l'appoggio da amici e parenti, le generazioni successive (spesso interessate a viaggi itineranti), optano principalmente per piccole strutture ricettive dalla forte impronta italiana. (Confcommercio, 2023).

Nonostante le incertezze statistiche evidenziate, il Ministero del Turismo ha compreso il potenziale e notevole impatto socio-economico che il turismo delle radici può riservare all'Italia. Volta principalmente alla valorizzazione dei piccoli

borghi e delle zone rurali, l'offerta relativa al turismo delle radici è ispirata all'ecosostenibilità, alla digitalizzazione e al sostegno all'occupazione giovanile. Tuttavia, è necessaria una logica programmatica e sistemica che coinvolga sia le comunità italiane nel mondo che le amministrazioni locali dei luoghi con i più alti tassi storici di emigrazione. Tra questi, ricordiamo che la comunità italiana più numerosa all'estero è quella stanziata in Argentina, con un totale di 869.000 individui (Confcommercio, 2023), mentre in Italia è la Calabria la regione che registra i maggiori tassi di emigrazione, sia in passato che al giorno d'oggi (Ferrari, Nicotera, 2021). È allora importante rafforzare la promozione dell'Italia per il turismo delle radici, coinvolgendo imprese private e agenzie di viaggio, sia a livello nazionale che internazionale. È necessario creare un'offerta turistica specifica, plurale e strutturata che agisca da fondamentale snodo di crescita e di maturazione in grado di consolidare nel tempo i flussi turistici delle radici (Confcommercio, 2023).

Proprio per questo il Ministero degli Affari Esteri ha sviluppato il progetto “Il turismo delle radici – una strategia integrata per la ripresa del settore del turismo nell'Italia post Covid-19”, nell'ambito dell'investimento per l'”Attrattività dei Borghi” del PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, 2022). Il programma prevede una serie di attività e di scontistiche finalizzate a promuovere l'accoglienza degli italo-discendenti in Italia nel 2024, individuato quale «Anno delle radici italiane nel mondo» (Gabrieli et al., 2022). Questo interesse è rivolto soprattutto alla valorizzazione di piccoli borghi e comuni, spesso soggetti a spopolamento, «che possono così colmare il loro divario di crescita economica nel rispetto della propria natura rurale, in maniera ecosostenibile»¹⁰.

Pertanto, il «2024 – Anno delle radici italiane nel mondo» si distinguerà per l'organizzazione di iniziative ed eventi, sia in Italia che all'estero, volti a promuovere il variegato territorio italiano insieme alle sue tradizioni e alle sue eccellenze enogastronomiche, anche mediante lo sviluppo di una rete di professionisti e imprenditori che possa gestire in modo strutturale la crescente

¹⁰ Fonte: www.esteri.it/it/servizi-consolari-e-visti/italiani-all-estero/turismo-delle-radici/

domanda di viaggi delle radici¹¹. Per esempio, in vista del simbolico anno in corso, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Italiana ha sviluppato il progetto “Italea”, una piattaforma dedicata agli italiani all’estero e agli italo-discendenti desiderosi di riconnettersi con le proprie origini. Il progetto «si rivolge sia a coloro che già conoscono le proprie origini italiane e che vogliono organizzare un viaggio per esplorare i luoghi, le tradizioni e la cultura dei propri antenati, sia a chi desidera scoprire la propria discendenza italiana, e che potrà avvalersi di una rete di genealogisti esperti pronti a guidare in questo affascinante percorso di ricerca delle proprie radici»¹².

Oltre al Ministero del Turismo, sono diversi gli attori istituzionali che si stanno occupando già da qualche anno di turismo delle radici. Tra questi ricordiamo il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) che, insieme alla Direzione Generale per gli Italiani all’Estero ha realizzato la “Guida delle radici italiane. Un viaggio sulle tracce dei tuoi antenati”, una collana di carattere regionale che agevola la fase di ricerca genealogica e di programmazione del viaggio in Italia per gli oriundi italiani all’estero. Nella promozione al turismo delle radici collaborano anche l’Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT) e la Confederazione degli Italiani nel Mondo (C.I.M.). Vanno poi menzionati anche gli enti locali regionali, i quali attuano interventi a favore dei propri corregionali all’estero, tramite uffici o associazioni. Tra le associazioni di maggior rilievo nel campo del turismo delle radici va ricordata *Raíz Italiana*, un’associazione di promozione sociale che «aiuta i discendenti italiani residenti all’estero a connettersi con le proprie origini, attraverso la ricerca storico-familiare e l’organizzazione di viaggi alla scoperta dei luoghi da cui provenivano gli antenati» (Gabrieli, Ardito, 2019, p. 13).

Il Governo, a tal proposito, si è messo in azione per stanziare uno specifico progetto del PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, 2022) con cui è stato istituito un passaporto dedicato, il “Passaporto delle Radici Italiane”, ovvero una carta

¹¹ Fonte: www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2024/03/SANTANCHE.pdf

¹² Fonte: www.esteri.it/it/servizi-consolari-e-visti/italiani-all-estero/turismo-delle-radici/

digitale che faciliterà la fruizione dei servizi turistici nel Belpaese agli italiani residenti all'estero, attraverso sconti e agevolazioni da utilizzare nella ricettività turistica, nella ristorazione, nell'enogastronomia, nel Commercio, nei trasporti, nell'artigianato e nei servizi culturali ¹³.

Al fine di completare il quadro del turismo delle radici, si sta pensando di istituire dei "musei dell'emigrazione" dove poter conservare e trasmettere la storia delle migrazioni, creando così maggiore consapevolezza e apprezzamento per la diversità culturale¹⁴. «La speranza è che i discendenti degli italiani residenti all'estero con i loro ritorni possano contribuire alla resistenza, alla rinascita, e compiere allo stesso tempo il sogno dei loro padri [...]: ritornare, sia pure per un tempo transitorio, nel luogo in cui tutto è nato». (Gabrieli et al., 2022, p. 41).

¹³ Fonte: www.ansa.it/molise/notizie/2023/07/28/passaporto-delle-radici-aast-a-supporto-maeci_25412b1b-a5b1-437e-b125-d560fce5ae66.html

¹⁴ Fonte: drintle.com/turismo-delle-radici/

CAPITOLO 2

IL TURISMO A TARANTO

2.1 Taranto: inquadramento storico-geografico

La leggenda vuole che Taranto sia stata fondata nel 706 a.C. da Falanto, eroe greco che guidò i Parteni verso le coste tarantine, sconfiggendo gli Japigi. È questa la convenzionale origine di Taranto, unica città spartana della Magna Grecia italiana (Palmatè, 2011). Tuttavia, altra leggenda mitologica molto più antica conferirebbe la nascita della città grazie alla figura del condottiero Taras (figlio di Nettuno, dio del mare) che, nel 2019 a.C., sarebbe sbarcato con la sua flotta presso la foce di un fiume (attuale fiume Taras) fondando il primo insediamento in località Saturo, esattamente dove approdò Falanto qualche secolo dopo.¹⁵

L'attuale città di Taranto sorge però qualche chilometro più a nord rispetto alle sue origini mitologiche. Incastonata tra due mari ricchi di vita, il Mar Grande e il Mar Piccolo, Taranto si affaccia sul suo omonimo golfo nel Mar Ionio Settentrionale. Ubicata nella porzione pianeggiante più a nord-ovest della penisola salentina, la città pugliese è costituita da due principali settori urbanistici: la "Città Vecchia" e la "Città Nuova", separate l'una l'altra dal Canale Navigabile¹⁶ ma unite al contempo dal ponte girevole San Francesco da Paola¹⁷. A guardare Taranto arginando lo Ionio stanno le Isole Cheradi, un piccolo arcipelago formato dalle isole di San Pietro, San Paolo e San Nicolicchio¹⁸ (quest'ultima, di esigue dimensioni, è oggi inesistente perché inglobata dal porto di Taranto). Le due isole sono protette da anni grazie alla Marina Militare e furono un importante baluardo durante la Seconda Guerra

¹⁵ Fonte: www.tarantomagna.it/storia-taranto/origini-taranto-leggenda-taras/

¹⁶ Oltre a dividere la Città Nuova dalla Città Vecchia, il Canale Navigabile unisce il Mar Grande con il Mar Piccolo grazie al taglio dell'istmo avvenuto nel 1481 per isolare la città dalla minaccia turca (Adda, 1980).

¹⁷ Risalente al 1886 ma ricostruito nel 1958, il ponte girevole di Taranto è un lavoro di ingegneria senza uguali ed è ancora motivo di studio e di visita come capolavoro di meccanica (Adda, 1980).

¹⁸ Qui giaceva un'antica badia di rito greco dedicata a San Nicola di Myra.

Mondiale. Oggi, l'area è un paradiso naturale popolato da animali rari quali martin pescatori, cormorani, aironi cinerino, gheppi, barbagianni, beccacce di mare e ippocampi (AA.VV., 2020).

Anche l'entroterra tarantino vanta un particolare contesto naturalistico, caratterizzato a nord dai rilievi calcarei delle Murge e a sud dalle campagne salentine. Nel territorio collinare, contraddistinto dall'azione del fenomeno carsico, sono presenti dei peculiari e scenografici "canyon carsici" che digradano fino alla piana costiera dell'Arco Jonico Tarantino: queste profonde incisioni erosive vengono chiamate "gravine" e, grazie al loro notevole valore naturalistico e storico, sono tutelate dall'istituzione del Parco Naturale Regionale Terra delle Gravine¹⁹. Più dolci sono invece i bassi pendii che contraddistinguono la porzione settentrionale della penisola salentina, coltivata principalmente a vigneti e uliveti, tra i quali sorgono fastose masserie. È la costa però a caratterizzare principalmente la provincia di Taranto, che spazia dalle spiagge basse e sabbiose dell'ideale prosecuzione della Piana di Metaponto fino alle profumate dune di macchia mediterranea che delimitano la litoranea salentina jonica, caratterizzata da bassi scogli e da acque particolarmente cristalline²⁰.



Figura 1. Le acque cristalline del Mar Grande dalla spiaggia di Capo San Vito (Fonte: Marco Mazzone)



Figura 2. La Gravina di Laterza (Fonte: <https://www.ilviaggiatore-magazine.it/luoghi-viaggi/puglia-terra-di-gravine/>)

¹⁹ Fonte: www.parcogravine.com/il-parco/

²⁰ Fonte: inviaggio.touringclub.it/consigli-di-viaggio/le-spiagge-piu-belle-della-puglia-il-tarantino

“Città dei Due Mari”: questo è l’emblematico epiteto con il quale è nota Taranto, che, vista la sua particolare morfologia contraddistinta da tre penisole naturali, viene bagnata dai già citati Mar Grande e Mar Piccolo. Il Mar Grande bagna la parte esterna della città e viene delimitato idealmente dalle Isole Cheradi; come verrà approfondito in seguito, le sue acque sono popolate da una gran quantità di cetacei. Il Mar Piccolo, invece, è un bacino interno suddiviso in due seni ellittici che comunica con il Mar Grande attraverso il canale navigabile e il canale di Porta Napoli. Proprio nel Mar Piccolo, che funge anche da porto naturale, non solo sfociano brevi corsi d’acqua²¹ ma anche i cosiddetti “citri”, ossia «sorgenti sottomarine di fredda acqua ipogea proveniente dalle Murge» (D’Auria, 2018, p.119). I trentatré “citri” erogano milioni di litri d’acqua dolce al giorno e svolgono un’importante funzione termoregolatrice per il Mar Piccolo, la cui salinità viene così ridotta. Queste peculiari caratteristiche idro-geologiche rendono possibile l’allevamento della prelibata cozza tarantina: unica nel suo genere, essa si contraddistingue grazie alle sue piccole dimensioni e al colore rosaceo (AA.VV., 2020). Ancora oggi, la cozza tarantina è considerata tra i mitili migliori al mondo per consistenza e sapidità²². Ma il Mar Piccolo, grazie alle sue caratteristiche lagunari, è noto anche per l’elevata biodiversità marina e terrestre. Lungo le sue sponde, infatti, trova sede la riserva naturale orientata regionale “Palude La Vela”, importante sito del patrimonio naturalistico di Taranto che ospita aironi cenerini, garzette, cormorani, fenicotteri, cavalieri d’Italia e molte altre specie.

²¹ Come il fiume Galeso, decantato (tra gli altri) da Orazio, Virgilio e Pascoli (D’Auria, 2018).

²² Fonte: www.madeintaranto.org/citri-di-taranto/



Figura 1. Una veduta del Mar Piccolo dal Parco Cimino di Taranto (Fonte: Marco Mazzone)

La “Città Vecchia” è situata su una piccola isola divenuta tale solo nel XV secolo, in seguito al taglio dell’istmo del Canale Navigabile; prima di allora, infatti, il settore insulare altro non era che una penisola tra il Mar Grande e il Mar Piccolo. In epoca greca, “Taranto Vecchia” corrispondeva all’Acropoli della città dove sorgeva il Tempio dorico di Poseidone²³ (il più antico luogo di culto della Magna Grecia, risalente al primo venticinquennio del VI sec. a.C.). Oggi, l’unica testimonianza di tale tempio è data dalla presenza delle Colonne Doriche, ad oggi uno dei più caratteristici emblemi di Taranto. Molti altri dovevano invece essere i monumenti tarantini di età greca come l’agorà²⁴, il *Mouseion*, il ginnasio, il Pritaneo, il teatro e diversi templi oggi andati perduti.

²³ Diversi studiosi ritengono però che il tempio sia stato dedicato ad una divinità femminile, probabilmente Persefone.

²⁴ Su cui si ergeva la statua colossale di Zeus ad opera di Lisippo (D’Auria, 2018).



Figura 4. Il Castello Aragonese, il Canale Navigabile e, sullo sfondo, le acque del Mar Grande (Fonte: Marco Mazzone)



Figura 5. Le Colonne Doriche; alle spalle, il Palazzo di Città (Fonte: Marco Mazzone)

Nonostante lo splendore magno greco, che raggiunse il periodo più florido durante l'età di Archita (367 a.C. – 361 a.C.), Taranto dovette subire la conquista romana nel 272 a.C. (Adda, 1980). In età augustea la città, eletta a *Municipium*, si dotò di un anfiteatro e delle cosiddette terme di Montegranaro, oltre che di palestre, piscine e di un acquedotto. Tuttavia, a partire dal IV secolo d.C., la città iniziò progressivamente a perdere importanza anche per via dell'ascesa dei più frequentati porti di Brindisi e Otranto (D'Auria, 2018). Dopo le frequenti invasioni di Cartaginesi, Ostrogoti e Bizantini (Adda, 1980), Taranto venne completamente distrutta nel 927 ad opera dei Saraceni. Una nuova ricostruzione avvenne nel 967 grazie a Niceforo Foca, che diede alla “Città Vecchia” il volto attuale del borgo antico, con stradine e stretti vicoli (Palmatè, 2011). In età normanno-sveva la città venne valorizzata sia dal punto di vista strategico che commerciale, con l'ubicazione poi di diverse fondazioni religiose. In epoca angioina nacque il Principato di Taranto (1088-1463), il quale cedette però agli Aragonesi che rividero il sistema difensivo cittadino contro la minaccia turca. È a questo periodo che risale l'iconico Castello Aragonese (Castel Sant'Angelo), su precedenti strutture greche, bizantine e normanno-svevo-angioine²⁵. Un risveglio culturale e artistico si notò nel Settecento grazie all'intervento di artisti napoletani negli edifici religiosi, mentre

²⁵ Fonte: www.castelloaragonesetaranto.com/

nell'Ottocento l'arrivo dei francesi determinò la soppressione dei conventi (D'Auria, 2018).

Separata dalla “Città Vecchia”, non solo storicamente ma anche geograficamente, è la “Città Nuova”²⁶. Questa si sviluppò nel corso del XIX secolo laddove inizialmente erano ubicate la necropoli, la *Neapolis* (città nuova magno greca) e il successivo *Municipium* romano²⁷. La crescita del nuovo Borgo Umbertino vide una forte accelerazione a partire dall'unione di Taranto al Regno d'Italia (1860), alla quale seguì la costruzione del nuovo Arsenale militare (1865) e la conseguente rilevanza della città nel contesto militare nazionale. Tuttavia, lo sviluppo del nuovo settore urbanistico della città relegò il borgo antico di Taranto sempre più ai margini, con la distruzione delle mura e delle fortificazioni. La “Città Nuova” si caratterizza da edifici che reinterpretano lo stile rinascimentale, neoclassico e liberty, su progetto dell'architetto tarantino Davide Conversano. La zona che si affaccia sul Mar Grande risente invece del linguaggio architettonico tipico fascista: esempio emblematico è il Palazzo del Governo, con l'adiacente Rotonda Marinali d'Italia. Nonostante il recente sviluppo, bisogna tenere in considerazione che l'intero abitato è a tutti gli effetti un'importante riserva archeologica: Villa Peripato, affacciata sul Mar Piccolo nei pressi dell'ex Convento di Sant'Antonio (XV secolo), conserva ancora reperti e strutture che vanno dalla fine del VI secolo a.C. fino al VI-VII secolo d.C. Numerose sono poi le tombe a camera di età greca disseminate nei quartieri residenziali cittadini. Altre magnifiche testimonianze storiche sono custodite nel Museo Archeologico Nazionale di Taranto, noto anche come MArTA (D'Auria, 2018).

Data l'importanza militare²⁸, Taranto dovette fare i conti anche con la brutalità della Seconda Guerra Mondiale: il capoluogo jonico subì infatti un grave attacco nella notte tra l'11 e il 12 novembre 1940, passata alla storia come la “Notte di Taranto”.

²⁶ Nota anche come “Borgo Umbertino”.

²⁷ Fonte: www.madeintaranto.org/alla-scoperta-del-borgo-umbertino-taranto-storia-segreti/

²⁸ Oggi, l'Arsenale Militare Marittimo di Taranto è il primo stabilimento di lavoro della Difesa e la seconda realtà industriale della città dopo il grande siderurgico (Fonte: www.difesaonline.it/news-forze-armate/storia/larsenale-militare-marittimo-di-taranto-compie-133-anni).

Ma uno degli eventi che più caratterizza la storia contemporanea di Taranto è sicuramente l'inaugurazione negli anni Sessanta del colossale impianto siderurgico Italsider, che subito si pose al secondo posto delle più importanti industrie nazionali. «Questa nuova realtà conferisce alla città un primato di benessere economico tra i più alti d'Italia» (Peluso, 2008, p. 602): il complesso industriale giunse ad avere 21 mila addetti diretti e 11 mila addetti nel terziario, producendo un benessere superiore a qualsiasi aspettativa. Taranto in quegli anni divenne infatti l'emblema del riscatto meridionale: oltre all'industria, si sviluppò il porto mercantile²⁹ e l'edilizia cittadina³⁰, a fronte dell'esponentiale incremento demografico che nel 1981 raggiunse quasi 245.000 abitanti (Ivi, p. 605). Tuttavia, l'inaspettata crisi dell'acciaio subentrata in quegli stessi anni arrestò bruscamente la crescita e il "sogno" di Taranto, portando inevitabilmente ad una recessione economica-industriale e a drammatici problemi legati all'occupazione (specie nell'indotto) e al quieto vivere cittadino, agitato da tumulti e proteste. Negli anni Duemila emerse in maniera preponderante anche la questione ambientale legata al siderurgico, che pone tutt'oggi Taranto nell'ardua scelta di tutelare o la salute e l'ambiente o le condizioni economiche della città e dei suoi abitanti (Ivi, p. 628). Nonostante ciò, negli ultimissimi anni si sta osservando una graduale e incoraggiante vocazione turistica che fa sperare in una possibile alternativa positiva e sostenibile per il futuro di Taranto e dei tarantini³¹.

2.2 Storia e dati relativi al turismo a Taranto e provincia

La recente svolta turistica di Taranto si inserisce nella più lunga vocazione turistica pugliese, cresciuta con un'accelerazione sostenuta nel corso del terzo millennio. In particolare, a partire dagli anni Duemila «il sistema turistico pugliese ha

²⁹ Negli anni Settanta il porto di Taranto svetta al terzo posto nella graduatoria nazionale, dopo i porti di Genova ed Augusta (Peluso, 2008).

³⁰ Risalgono a quegli anni importanti opere come il centro direzionale e residenziale dei "Benistabili", il Ponte Punta Penna-Pizzone, il quartiere Paolo VI e la Concattedrale realizzata da Giò Ponti.

³¹ Fonte: www.lasestina.unimi.it/main/cultura/taranto-il-passato-per-vincere-le-incertezze-di-oggi/

manifestato una importante accelerazione che, in alcuni casi, è risultata più accentuata di quella registrata nelle altre regioni italiane» (Potito, 2023, p.15). Questo trend positivo si deve in gran parte all’espansione dell’economia mondiale e allo sviluppo del turismo internazionale, incentivato anche dall’ampliamento dell’offerta dei voli low-cost e dalla diffusione degli *short break*. A questi fattori di sviluppo si aggiunge poi la competitività dei prezzi pugliesi rispetto alle altre mete dell’area mediterranea. È stato quindi necessario sviluppare una politica regionale turistica più incisiva dalla quale è nata nel 2011 l’Agenzia Regionale del Turismo (ARET) “Puglia promozione”, madre del *brand* digitale “Puglia” e degli interventi di qualificazione del sistema dell’accoglienza turistica e della valorizzazione dell’offerta pugliese. Grazie a questa, infatti, è stato possibile valorizzare il patrimonio artistico e culturale della regione, promuovendo forme di turismo diverse dal più noto turismo balneare, che detiene il monopolio nel turismo del tacco d’Italia. È in questo ampliamento dell’offerta turistica e delle destinazioni fruibili pugliesi che si inserisce Taranto, città di mare dalla storia millenaria.

Negli ultimi anni Taranto sta sperimentando una graduale crescita del comparto turistico, come segnalano i dati presenti forniti dall’osservatorio DMS regionale³²: se si esclude il 2020, la provincia del capoluogo jonico segna un continuo incremento di arrivi e presenze turistiche internazionali, aumentate rispettivamente del 166% e del 136% in confronto al 2011. Includendo all’interesse internazionale anche i dati domestici, emerge che nel 2023 la provincia di Taranto ha raggiunto 349.032 arrivi e 1.355.357 presenze (in lieve flessione rispetto al turismo pre-pandemia, ma sulla scia di un percorso promettente). Nonostante non sia presente nella top 15 di arrivi e presenze turistiche dei comuni pugliesi, Taranto e la sua provincia sono sempre più note ai visitatori (specie internazionali). A spingere il turismo tarantino, oltre al settore balneare, è soprattutto il “prodotto cultura”: alla domanda “Quali monumenti, città d’arte, palazzi, castelli e borghi di interesse artistico della Puglia conosci, anche solo per sentito nominare?” il 46% risponde

³² Fonte: osservatorio.dms.puglia.it

Taranto e il 13% dichiara di averla inclusa tra le tappe dei propri viaggi³³. La città fa quindi leva sul rinnovato *appeal* della componente turistica straniera, in netto aumento rispetto al turismo domestico (quest'ultimo costituito prevalentemente da pugliesi, campani e lombardi). Francia, Germania, Regno Unito e Paesi Bassi prevalgono invece per quanto riguarda la domanda internazionale, che nell'ultimo anno ha visto anche un considerevole incremento di turisti australiani, americani e spagnoli³⁴.

Nella storia del turismo di Taranto va poi ribadita l'importanza del settore crocieristico, inaugurato nel 2017 ma sviluppato soprattutto a partire dal 2021 con l'arrivo della compagnia Msc. Da allora, Taranto osserva ancora oggi una crescita esponenziale di passeggeri: da 80.309 (2021) a 138.548 (2023)³⁵, con previsioni incoraggianti in vista dell'imminente stagione 2024. Anche i dati relativi alla ricettività parlano di un aumento del 70% delle strutture (specie extra-alberghiere) e del 15% dei posti letto disponibili³⁶. Per quanto riguarda la stagionalità, il turismo è ancora prevalentemente concentrato nei mesi estivi (specie per i turisti italiani, che prediligono soggiornare nel mese di agosto). I turisti internazionali mostrano invece una più incisiva propensione ad effettuare viaggi nei cosiddetti "mesi spalla" (da aprile ad ottobre), combaciando il loro periodo di permanenza con i grandi eventi culturali e folcloristici che si tengono in città. Marzo, ottobre e maggio sono infatti i mesi che presentano il maggior incremento di arrivi e presenze rispetto al 2022³⁷ e questo anche grazie ad una progressiva diversificazione dei prodotti turistici.

³³ Fonte: www.cosmopolis.media/economia/pugliapromozione-i-dati-sul-turismo-a-taranto-nel-2023/marialaura-paletta/

³⁴ Fonte: osservatorio.dms.puglia.it/knowledge-vue/document-composite/Cruscotto_Indicatori_public

³⁵ Fonte: www.quotidianodipuglia.it/taranto/taranto_citta_delle_crociere_634-7898668.html

³⁶ Fonte: www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/editoriali/1416488/presenze-oltre-il-milione-taranto-rinascere-grazie-al-turismo.html

³⁷ Fonte: osservatorio.dms.puglia.it/knowledge-vue/document-composite/Cruscotto_Indicatori_public

Per quanto riguarda gli ultimi dati relativi ai principali attrattori culturali, va detto che nel 2023 il Castello Aragonese di Taranto ha registrato il record di 118.820 visitatori³⁸, posizionandosi subito dopo il Museo Archeologico Nazionale (che nei soli primi quattro mesi dell'anno ha superato le 33.000 presenze)³⁹. Meritano attenzione anche le 12.000 persone all'anno che partecipano alle escursioni organizzate dalla associazione *Jonian Dolphin Conservation*; di queste, il 40% è proveniente dall'estero (AA.VV, 2020).

Nonostante i promettenti dati appena citati, Taranto e provincia presentano ancora carenze in termini di infrastrutture e collegamenti, motivo per il quale il comparto turistico procede a rilento rispetto alle altre virtuose realtà della regione. Questa critica viene evidenziata soprattutto dagli *stakeholder* che gestiscono le attività imprenditoriali nella filiera turistica tarantina: si rende dunque necessario incrementare i collegamenti da e per gli aeroporti di Bari e Brindisi, oltre che garantire servizi di trasporto adeguati per i lidi della Litoranea Salentina Jonica. Altro fattore emerso è che spesso Taranto viene scelta dai turisti come conveniente meta di appoggio tra il Salento e la vicina Matera⁴⁰. Bisogna dunque incentivare la valorizzazione e la comunicazione del patrimonio della città, stimolando la leva della qualità a discapito della leva del prezzo. In tale ottica, Taranto sta cercando di ricostruire un'offerta turistica innovativa «intorno a nicchie dal maggiore valore aggiunto, come il turismo esperienziale e lento, i grandi eventi culturali e sportivi, le eccellenze enogastronomiche, naturalistiche ed artigianali»⁴¹.

³⁸ Fonte: www.quotidianodipuglia.it/taranto/castello_aragonese_taranto_record_visitatori-7863648.html?refresh_ce

³⁹ Fonte: www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/852896/museo-marta-cifre-ok-trentamila-visitatori-c-domenica-si-entra-gratis.html

⁴⁰ Fonte: www.corriereditaranto.it/2024/05/13/turismo-le-criticita-emerse-dagli-operatori-4/

⁴¹ Fonte: www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/editoriali/1416488/presenze-oltre-il-milione-taranto-rinasce-grazie-al-turismo.html

2.3 Offerta turistica

La posizione strategica sul mare cristallino a ridosso della Murgia, la millenaria storia intrisa di contaminazioni culturali, i prelibati prodotti tipici e il sentito fervore culturale e religioso rendono Taranto una destinazione dall'offerta turistica inaspettatamente variegata.



Figura 6. Provincia di Taranto (Fonte: <https://www.rentapulia.it/Puglia/provincia-taranto.html>)

Come è emerso dai dati relativi ai flussi turistici, le persone che visitano la provincia di Taranto si dedicano principalmente ad attività di svago e relax lungo i 144 km di costa che bagnano l'Arco Jonico Tarantino e l'Alto Salento. Il merito di ciò va soprattutto alle limpide acque del Mar Jonio, che nella sola provincia di Taranto si aggiudicano cinque riconoscimenti Bandiera Blu (nei comuni di Maruggio, Leporano, Castellaneta, Ginosa e Manduria)⁴². Ma la grande risorsa blu che circonda la "Città dei Due Mari" viene declinata a turisti e residenti anche in chiave naturalistica e faunistica grazie all'attività svolta dalla *Jonian Dolphin Conservation*, la principale associazione cittadina impegnata nella protezione di delfini, balene e capodogli che popolano il Golfo di Taranto (AA.VV., 2020). L'associazione, attraverso programmi di ricerca scientifica e campagne di sensibilizzazione, stimola la conoscenza dell'intero ecosistema marino di Taranto, coniugando ricerca scientifica, tutela ambientale e attività didattica-turistica nella logica di *Citizen Science*, ossia nella scienza che si realizza con il contributo del

⁴² Fonte: www.bandierablu.org/common/blueflag.asp?anno=2024&tipo=bb

cittadino. In ambito turistico, i collaboratori dell'associazione organizzano delle escursioni didattiche in catamarano nel Mar Ionio settentrionale con l'intento di avvistare delfini e capodogli. Durante l'attività, i ricercatori non solo guidano i turisti alla scoperta delle meraviglie del Golfo di Taranto ma raccolgono anche dati utili al monitoraggio biologico marino, sempre attraverso l'aiuto concreto dei visitatori. I cetacei (in particolar modo i delfini) sono quindi una risorsa caratterizzante e distintiva del panorama naturale-turistico di Taranto, città che d'altronde stringe un forte legame con questi animali sin dalle sue origini mitologiche. La leggenda vorrebbe infatti che l'eroe fondatore Falanto, in seguito ad un naufragio nel golfo di Crisa, sarebbe stato salvato da un delfino, lo stesso animale che indusse anni prima il personaggio mitologico Taras ad edificare il primo nucleo della Taranto magnogreca presso la località Saturo (D'Auria, 2018). I delfini entrano quindi nell'immaginario collettivo come rappresentazione identitaria della "Città dei Due Mari", dalle monete antiche fino al suo attuale stemma civico. E gli stessi delfini tornano oggi ad essere i veri protagonisti di una rinascita identitaria e turistica che vede Taranto riscoprirsi "città di mare" e "città dei delfini" (AA.VV., 2020).



Figura 7. Carta turistica di Taranto (Fonte: <https://www.liceoartisticocalo.edu.it>)

Nonostante la centralità della risorsa marina in una città di mare quale Taranto, la storia e il patrimonio culturale (materiale e immateriale) si profilano sempre più come nuovo modello di sviluppo economico, territoriale e turistico per quella che fu la capitale della Magna Grecia (Grassi, 2021). Oltre ai resti del tempio dorico e al Castello Aragonese, molti altri sono gli attrattori storico-culturali che risiedono in città: dalle tombe magnogreche della necropoli di Rione Italia fino all'eleganza dei reperti conservati al MArTA (Museo Archeologico Nazionale di Taranto), il più importante museo del Meridione e uno tra i più importanti musei d'Italia⁴³. Esso vanta un percorso completo di tutta la storia di Taranto, dai reperti preistorici risalenti al periodo del Paleolitico Superiore (come le "Veneri di Parabita") fino a testimonianze altomedievali, passando per la statuaria romana, gli arredi scultorei

⁴³ Fonte: musei.beniculturali.it/musei?mid=5857&nome=museo-archeologico-nazionale-di-taranto-marta

e i preziosi pavimenti a mosaico imperiali. Tra i capolavori più noti vi sono gli “Ori di Taranto”, gioielli dell’oreficeria magnogreca risalenti al periodo ellenico che, grazie alla loro eleganza e raffinatezza, continuano ad ispirare artisti, gioiellieri e *designer* anche a più di duemila anni di distanza⁴⁴.



Figura 8. Gli "Ori di Taranto" custoditi al MArTA (Fonte: Marco Mazzone)

Figura 9. Un vicolo della Città Vecchia di Taranto (Fonte: Marco Mazzone)

Il nucleo storico di Taranto è racchiuso però principalmente tra le strette vie dell’Isola Madre, meglio nota come “Taranto Vecchia”. L’antica acropoli della colonia spartana conserva ancora oggi imponenti palazzi nobiliari, conventi, musei, numerose chiese e testimonianze magnogreche ipogee (la cosiddetta “Taranto sotterranea”). Gli edifici sacri più importanti del Borgo Antico sono sicuramente la trecentesca chiesa romanico-gotica di San Domenico, con il suo magnifico rosone e l’annesso convento risalente alla metà del XIV secolo; qui sono state rinvenute le poderose fondazioni di un tempio di origine greca (D’Auria, 2018).

Lungo la caratteristica Via Duomo si staglia invece la Cattedrale di San Cataldo, chiesa dedicata al santo patrono cittadino risalente al X secolo (è la più antica cattedrale di Puglia). La facciata settecentesca in elegante stile barocco si distacca dall’austero tono romanico che decora l’interno dell’edificio: qui, oltre a colonne

⁴⁴ Fonte: www.finestresullarte.info/opere-e-artisti/ori-di-taranto

eterogenee realizzate con materiale romano di reimpiego e soffitto ligneo a cassettoni con le statue di San Cataldo e dell'Assunta, si notano anche i resti di un grande mosaico pavimentale bizantino. Dalla navata centrale si accede alla cripta sotterranea decorata con affreschi risalenti al XII e XIV secolo mentre dalla navata laterale destra si raggiunge il capolavoro barocco del Cappellone di San Cataldo⁴⁵, un ambiente rivestito da un raffinato intarsio di marmi policromi con lapislazzuli e madreperla. Nei primi anni del Settecento l'artista Paolo de Matteis affrescò magistralmente la cupola della cappella con un programma iconografico dedicato all'esaltazione di San Cataldo; il resto dell'ambiente venne invece decorato con otto sculture, alcune delle quali realizzate nel 1777 dal napoletano Giuseppe Sanmartino. Nella cappella, all'interno dell'altare, è conservato un sarcofago marmoreo che contiene i resti del Santo.



Figura 10. Il cappellone barocco della Cattedrale di San Cataldo (Fonte: Marco Mazzone)

Figura 11. Uno degli affreschi che decorano la cripta della Cattedrale di San Cataldo (Fonte: Marco Mazzone)

Adiacente al Duomo è il MUDI (Museo Diocesano di arte sacra di Taranto), che occupa un cinquecentesco ex seminario arcivescovile. Qui sono conservate centinaia di opere d'arte che vanno dal VII secolo fino ai giorni nostri,

⁴⁵ Definito dal critico d'arte Vittorio Sgarbi come “la più bella cappella in stile barocco d'Italia”.

principalmente provenienti dal Tesoro di San Cataldo e da varie chiese della diocesi. Tra queste, «uno sportello di tabernacolo dal valore inestimabile in oro e topazio scolpito e l'antica crocetta aurea rinvenuta, secondo le più antiche fonti agiografiche, sul petto del santo nel 1071 al momento del ritrovamento del corpo all'interno del sarcofago marmoreo»⁴⁶.

Tra i numerosi palazzi nobiliari che si ergono tra le strette vie del centro storico vanno menzionati il Palazzo Pantaleo (1770), sede del museo etnografico Majorano e il Palazzo de Beaumont-Bonelli, che al secondo piano ospita l'antica casa settecentesca della Marchesa De Beaumont. Sotto quest'ultimo palazzo è situato il Museo Ipogeo Spartano, nel cosiddetto ipogeo Bellacicco, ambiente sotterraneo che raggiunge i 16 metri sotto il livello stradale e i 4 metri sotto il livello del mare. La peculiarità che rende questa struttura unica in tutto il panorama storico-artistico pugliese è che in essa sono documentate tutte le epoche e i periodi storici a partire dalla fondazione spartana di Taranto fino al XVII secolo. La posizione centrale di tale ambiente lo rende un crocevia ideale con il restante sistema della Taranto Sotterranea, ricca di ipogei adibiti a frantoi, fornaci, cave di estrazione, ipogei funerari..., alcuni dei quali raggiungono le sponde del Mar Grande, prevedendo originariamente l'attracco di piccole barche (D'Auria, 2018).

Il patrimonio storico-culturale di Taranto è ben presente anche al di fuori dell'Isola Madre: numerose sono infatti le tombe arcaiche rinvenute nella antica porzione di necropoli greca (oggi corrispondente alla zona che va da Piazza Immacolata fino alle arterie di Corso Italia, Via Dante e Via Cesare Battisti). La tomba a camera degli atleti, costituita da sette sarcofagi risalenti alla fine del VI secolo a.C., è il maggiore monumento dell'architettura funeraria tarantina. La tomba a camera di piazza Pio XII conserva tutt'oggi decorazioni pittoriche policrome risalenti al III secolo a.C., così come la tomba ipogea a quattro camere di Via Pasubio. L'area archeologica più significativa della necropoli della Taranto magnogreca è però quella di Via Marche, che conserva al suo interno circa 140 sepolture, tra cui otto tombe a camera, espressione dei nuclei sociali più agiati (D'Auria, 2018).

⁴⁶ Fonte: www.museodiocesanoetaranto.it/

Lo straordinario patrimonio ambientale della città è purtroppo molto spesso nascosto all'immaginario collettivo per via del noto profilo industriale siderurgico. In realtà, numerose sono le attività all'aria aperta da poter svolgere in città: dal *birdwatching* presso la Riserva Naturale Orientata Regionale "Palude la Vela" fino alle escursioni lungo la panoramica e suggestiva "Circummarpiccolo", antica strada che costeggia il secondo seno del Mar Piccolo a ridosso delle prime alture tarantine. Tra mare e terra, la "Circummarpiccolo" mostra le due anime marine e terrestri di Taranto. Oltre al peculiare ambiente acquatico e faunistico⁴⁷, l'immediato entroterra offre percorsi naturalistici che portano alla luce antichi insediamenti storici come l'ex Convento dei Battandieri presso il fiume Cervaro (risalente al XVI secolo), il cinquecentesco complesso masserizio dei Santi Pietro e Andrea con l'annessa basilica (oggi convertita in struttura ricettiva di lusso), una necropoli di epoca classica, un tracciato secondario dell'antica Via Appia e i resti di un acquedotto romano e di un frantoio ipogeo (Grassi, 2021). È possibile visitare la zona sia grazie alle escursioni proposte dal WWF che dai tour organizzati da "Taranto in calessino", attività che permette ai turisti di scoprire le bellezze della città a bordo di un'ape elettrica⁴⁸. Ulteriore oasi naturalistica da non perdere sono le Isole Cheradi, aperte alla balneazione. Da menzionare nell'offerta turistica di Taranto è anche il pescaturismo, una peculiare battuta di pesca nelle acque del Mar Grande che consente ai turisti di scoprire e vivere da vicino una delle tradizioni più antiche di Taranto (D'Auria, 2018).

Il turismo culturale si declina nel capoluogo jonico anche attraverso i suoi caratteristici eventi religiosi e folcloristici, oltre che per la sua ricca tradizione gastronomica. In particolare, la festa religiosa più sentita a Taranto è indubbiamente quella della Settimana Santa, celebrazione accompagnata dai suggestivi riti che si tengono tra il Giovedì Santo e il Sabato Santo. Questo lento pellegrinaggio che rievoca la Passione di Cristo e il dolore della Vergine risale al Settecento, quando don Diego Calò (nobile di origini spagnole) importò dalla penisola iberica la Via

⁴⁷ L'area è popolata da aironi, fenicotteri, falchi pescatori, cavalieri d'Italia... e le acque ospitano la più grande colonia di cavallucci marini del Mediterraneo (Grassi, 2021).

⁴⁸ Fonte: www.apecalessinotaranto.it/

Crucis penitente con vesti bianche, cappucci, piedi scalzi e statue accompagnate dalle marce funebri (AA.VV, 2020, p.103). I protagonisti delle processioni sono i “perdoni”, confratelli scalzi e incappucciati che simboleggiano i pellegrini diretti a Roma in cerca del perdono di Dio. I “perdoni” sono noti non solo per le particolari vesti indossate ma anche per il loro tipico passo lento a dondolio, detto “nazzicata” (D’Auria, 2018). Altro evento religioso di grande importanza nella Città dei Due Mari è la festa patronale di San Cataldo, caratterizzata da una prima processione in mare della statua del santo (nella serata dell’8 maggio) e da una conclusiva processione per le vie di Taranto a bordo di un grande carro addobbato, nella serata del 10 maggio di ogni anno. Spettacoli pirotecnici, rassegne artistiche e competizioni sportive (come il Palio remiero di Taranto) accompagnano i festeggiamenti per tre giornate consecutive. Tra le tante altre feste religiose che animano la città durante l’anno va sicuramente nominata la processione di Santa Cecilia (22 novembre), con la quale viene dato inizio al Natale tarantino, considerato il Natale più lungo d’Europa⁴⁹. In questa occasione, la statua della santa percorre i vicoli del centro storico tra la notte fonda e l’alba, accompagnata dalle pastorali natalizie intonate dalle bande musicali⁵⁰. La tradizione vuole che al passaggio della processione i tarantini friggano le “pettole”, una pasta lievitata morbida e fritta che è diventata simbolo della festività (AA.VV., 2020).

Restando in ambito culturale, si approfondisce qui di seguito la straordinaria vocazione enogastronomica che potrebbe portare Taranto alla sua definitiva valorizzazione turistica. Infatti, secondo il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2023, il 58% dei viaggiatori italiani hanno compiuto almeno un viaggio con la principale motivazione legata all’enogastronomia, dato in continua crescita rispetto agli anni precedenti⁵¹. Inoltre, va ribadito che la Puglia svetta sul podio

⁴⁹ Fonte: www.madeintaranto.org/festa-di-santa-cecilia-taranto/#:~:text=Festa%20di%20Santa%20Cecilia%3A%20inizia,d'Europa%20%2D%20Made%20in%20Taranto

⁵⁰ «Le bande hanno sostituito in tempi relativamente recenti i gruppi di pastori che una volta arrivavano in città dalle campagne la notte della vigilia a suonare casa per casa le zampogne, inaugurando il Natale» (AA.VV., 2020, p. 111).

⁵¹ Fonte: www.robertagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2023/

delle tre migliori regioni per la qualità del turismo enogastronomico, anche grazie ai percorsi esperienziali offerti⁵². I dati, già positivi in passato, stimolarono infatti la nascita del progetto «Cammino enogastronomico tarantino, una nuova idea di turismo locale che si sviluppa proprio intorno alla riscoperta delle realtà del territorio ionico⁵³». Questo asset andrebbe quindi a coniugare i prodotti di mare e di terra che rendono Taranto e dintorni unici nel loro genere. Parliamo in primis della cozza tarantina, già presidio *Slow Food* che punta ad ottenere la certificazione DOP grazie alle sue peculiari qualità⁵⁴. Ulteriori eccellenze gastronomiche dell'Arco Jonico Tarantino sono gli agrumi del golfo, in particolare le clementine del Golfo di Taranto IGP e l'Arancio dolce del Golfo di Taranto che la Regione Puglia ha inserito fra i Prodotti Tipici Agroalimentari con apposito decreto (AA.VV., 2020, p.89). Naturalmente, i vigneti e gli uliveti che disseminano le campagne dell'entroterra tarantino rendono la zona rinomata per la ricca produzione di vino e di olio. Sempre più cantine e masserie stanno affermando i propri vini sul mercato internazionale con etichette di pregio molto apprezzate, come il Primitivo di Manduria DOC, che rappresenta un'assoluta eccellenza vinicola nazionale. Taranto è stata anche nel 2024, per quattro anni consecutivi, la sede scelta per l'Ego Festival, una rassegna culturale gastronomica internazionale in grado di rappresentare «un interessante veicolo promozionale per la città e per i prodotti del suo mare»⁵⁵. I migliori chef provenienti da tutto il mondo hanno dunque raggiunto Taranto, conoscendone l'identità attraverso una nuova e positiva narrazione enogastronomica che punta a valorizzare i prodotti tipici locali, promuovendo al tempo stesso la creazione di nuove realtà imprenditoriali⁵⁶.

⁵² Fonte: www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/850189/la-puglia-sul-podio-delle-3-migliori-regioni-italiane-per-il-turismo-enogastronomico.html

⁵³ Fonte: www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/04/21/taranto-turismo/

⁵⁴ Fonte: www.fondazioneSlowFood.com/it/presidi-slow-food/cozza-nera-di-taranto/

⁵⁵ Fonte: www.antennasud.com/taranto-ego-festival-turismo-e-gastronomia-nuovo-modello-economico/

⁵⁶ Fonte: www.antennasud.com/taranto-ego-festival-turismo-e-gastronomia-nuovo-modello-economico/

L'offerta turistica di Taranto, specie negli ultimi anni, si sta ampliando sempre più al target del turismo sportivo. Taranto è infatti una città dalla forte vocazione sportiva e questo lo si capisce anche grazie ai tanti tarantini che hanno fatto dello sport la loro carriera d'eccellenza, a partire dall' "Atleta di Taranto"⁵⁷ fino a Benedetta Pilato⁵⁸. La città ha quindi deciso di incentivare una forma di turismo attivo, specie acquatico, considerando lo stretto rapporto che essa intrattiene con il mare. Già negli anni passati, Taranto e il suo golfo hanno fatto da scenario alla SAIL GP, competizione velica di livello internazionale dal fortissimo impatto mediatico a livello mondiale. Il successo del primo evento (tenutosi nel giugno 2021) fu tale da garantire una nuova edizione nel settembre 2023, sempre nel capoluogo jonico. Taranto ha inoltre ospitato la Tappa Italiana della Coppa del Mondo 2023 di Triathlon Paralimpico, grazie al supporto tra gli altri di Regione Puglia e Taranto 2026. Tuttavia, la manifestazione sportiva che Taranto attende con maggior fervore è quella dei Giochi del Mediterraneo 2026⁵⁹, prevista per il periodo compreso tra il 13 e il 22 giugno 2026⁶⁰. Inoltre, sono in fase di sviluppo diverse iniziative volte ad incentivare il cicloturismo in chiave sostenibile⁶¹.

In seguito alla panoramica relativa all'offerta turistica di Taranto è bene tenere presente che numerosi ulteriori attrattivi coinvolgono il tessuto cittadino jonico, come la cultura musicale. Taranto ospita infatti diversi eventi musicali capaci di attrarre numerosi visitatori, come il Medimex (*International Festival & Music*

⁵⁷ L'atleta di Taranto, risalente al 500 a.C. circa, è l'unico atleta del mondo greco di cui sia stata interamente recuperata la sepoltura. Il suo scheletro rappresenta un cimelio dal valore inestimabile ed è oggi visibile presso il Museo MarTa all'interno del sarcofago (Fonte: www.tarantomagna.it/cosa-vedere-taranto/atleta-di-taranto-chi-era-davvero-eroe-millenario/)

⁵⁸ Nuotatrice tarantina primatista italiana sui 50 metri e campionessa europea in carica sui 100 metri (it.wikipedia.org/wiki/Benedetta_Pilato).

⁵⁹ «I Giochi del Mediterraneo sono una manifestazione sportiva multidisciplinare organizzata sulla falsariga dei Giochi olimpici cui partecipano le nazioni che si affacciano sul Mediterraneo (ad esclusione di Israele e Palestina), più alcune nazioni dell'area mediterranea prive di accesso diretto a tale mare» (Fonte: it.wikipedia.org/wiki/Giochi_del_Mediterraneo).

⁶⁰ Fonte: www.taranto-2026.it/storia-dei-giochi-ed-edizioni/

⁶¹ Fonte: www.comune.taranto.it/news-in-evidenza/8190-la-bici-per-uno-sviluppo-sostenibile-del-turismo-anche-taranto-protagonista

Conference), manifestazione musicale dal carattere internazionale, o più semplicemente come il concerto del Primo Maggio (*Uno Maggio Taranto Libero e Pensante*). Taranto fu inoltre la città natale del noto compositore Giovanni Paisiello, considerato uno dei più grandi musicisti del Settecento. In virtù di tale nomina, è in fase di realizzazione il progetto relativo all'inaugurazione della Casa Museo del personaggio, proprio nell'edificio in cui egli nacque.

2.4 Visibilità di Taranto nel mercato turistico e mediatico

Nonostante il patrimonio storico, naturale e culturale sopra descritto, Taranto non gode ancora di un'ampia visibilità turistica a differenza della regione in cui si trova. Nell'immaginario collettivo, però, la città è da diversi anni conosciuta come «sinonimo di siderurgia, polveri sottili e tumori⁶²». Dagli anni Sessanta, infatti, l'insediamento della grande industria ha occupato un'area più estesa della stessa città, plasmandone l'immagine e l'identità. Nonostante garantisse inizialmente alti numeri di occupazione lavorativa e di sviluppo economico, le imponenti dimensioni del complesso divennero da subito una «presenza controversa e scomoda nel paesaggio urbano» (Nistri, Romeo in Benetti, Gamba, 2022, p.121), un insopportabile peso che ha connotato e spesso sfigurato il volto della città. Inevitabilmente, l'ex Ilva diventa l'elemento mediatico centrale di Taranto, la quale immagine è iniziata ad essere ancor più danneggiata in seguito alla crisi dell'acciaio e alla conseguente privatizzazione dello stabilimento, che portò alla luce anche gli aspetti più malsani in termini di inquinamento e di salute, sfociando così nel drammatico dilemma lavoro contro salute. Inizia quindi la travagliata e spinosa questione ambientale tarantina, che rese la città a tutti nota per la diossina⁶³, le sue morti⁶⁴ e per il dilemma salute-lavoro. A peggiorare la reputazione della città ha contribuito poi la diffusione di canzoni e documentari che tralasciavano l'aspetto

⁶² Fonte: www.linkiesta.it/2018/08/taranto-la-citta-da-visitare-dellestate-2018-nonostante-ilva/

⁶³ Sostanza chimica tossica e cancerogena nei confronti di uomo e ambiente.

⁶⁴ Secondo uno studio dell'Organizzazione Mondiale della Sanità commissionato nel 2019 dalla Regione Puglia, nell'area di Taranto a ridosso del siderurgico ci sono state in dieci anni almeno 270 morti premature (Fonte: www.rainews.it/articoli/2022/01/ex-ilva-oms-in-dieci-anni-ci-sono-state-almeno-270-morti-premature-a0ee3a0a-d347-4d08-b3b6-a753b025bd87.html).

culturale e umano-sociale della città, focalizzandosi solo ed esclusivamente sulla pericolosità dell'industria.

Anche oggi l'ex Ilva continua a danneggiare l'immagine di Taranto, nonostante l'inquinamento e la produzione di acciaio sia più contenuta rispetto al passato (Benetti, Gamba, 2022). Questo contribuisce probabilmente ad influenzare negativamente anche la visibilità turistica di Taranto, che vive sì una fase di crescita del comparto ma al tempo stesso registra dati nettamente inferiori rispetto ad altre destinazioni vicine come Bari, Lecce e Matera. Rispetto agli ultimi dieci anni, tuttavia, si sta assistendo sempre più ad una sensibilizzazione mediatica che cerca di promuovere la rigenerazione urbana e la rivitalizzazione turistica della città, dando ampio respiro alle sue risorse naturali e culturali al fine di migliorarne l'attrattività. «Nonostante l'ombra dell'industria sia sempre all'orizzonte e fa fatica ad uscire dall'immaginario collettivo, il discorso televisivo viene rafforzato anche dai *social media* sui quali si moltiplicano i post che ritraggono Taranto come una valida destinazione» (Ivi, p. 124). Questa contro-narrazione «ha contribuito a restituire un po' di dignità estetica al paesaggio disgregato di Taranto» (Benetti, Gamba et.al, 2023, p. 7), valorizzando in particolar modo le acque cristalline del litorale jonico e la nuova vita del centro storico. Ai servizi televisivi che ritraggono Taranto come città di morte e inquinamento, si aggiungono ora documentari storici-naturalistici che stanno facendo emergere sempre più i diversi aspetti positivi del territorio jonico. «Qui, viene sottolineato come la storica emergenza ambientale abbia rafforzato la consapevolezza dell'impegno sociale scientifico volto alla tutela del mare» (Benetti, Gamba, 2022, p.125).

Il turismo viene osservato in questo modo come un'opportunità per la rigenerazione della città, che viene promossa attraverso un *re-branding* che fa leva sulla promozione di nuove attrazioni, di eventi e di azioni per il recupero e la valorizzazione degli immobili, specie del centro storico. Per questo motivo, le amministrazioni locali hanno indetto il bando pubblico per l'acquisto di strutture inutilizzate della Città Vecchia al prezzo simbolico di un euro, con lo scopo di

ripopolare e riqualificare il borgo⁶⁵. Tale iniziativa ha avuto grande notorietà anche in Paesi stranieri, specie grazie alla comunicazione del bando attraverso importanti testate giornalistiche⁶⁶. Inoltre, per valorizzare Taranto all'interno del contesto turistico pugliese, si sta lavorando alla creazione di una card che connetta il polo museale regionale ai musei e agli altri attrattori culturali di Taranto (AA.VV., 2020). Ulteriore opportunità grazie alla quale Taranto compare sempre più sugli schermi televisivi è il cinema: sono in crescita i set cinematografici di film e serie tv che scelgono il centro storico della città come suggestiva ambientazione, così come sono sempre più i turisti che, spinti dal cinema, stanno visitando Taranto sotto una nuova lente. «Visibilità che si trasforma in promozione, seguendo un trend sempre più consolidato che vuole la scelta di una meta turistica orientata anche dalle immagini che scorrono su piccolo e grande schermo»⁶⁷.

Nonostante sia tanta la volontà di diversificare il comparto socio-economico della città dal dominante passato industriale, è comunque fondamentale ribadire che il destino dell'acciaieria resterà un nodo critico nella politica di sviluppo turistico di Taranto, che necessita inoltre di grandi investimenti per sopperire alla carenza di infrastrutture, servizi e trasporti essenziali per il turista. Analizzando le recensioni relative al centro storico di Taranto sul portale turistico TripAdvisor, si evince inoltre che i visitatori riescono a cogliere la potenziale bellezza sottovalutata della città, che al tempo stesso appare però "trascurata" e "decadente". È invece notevolmente apprezzata la proposta enogastronomica tarantina, che può anche essa contribuire ad arricchire la nuova narrazione con la quale la città si sta proponendo. Non solo tour in masserie e attività di pescaturismo, ma anche la semplice esperienza nei mercati locali diventa per il turista un'attrazione dove sperimentare la vivace e colorata quotidianità tarantina.

⁶⁵ Fonte: www.comune.taranto.it/index.php/elenco-news/6366-casc-a-1-euro-recupero-e-valorizzazione-edizione-anno-2023

⁶⁶ Si veda: www.edition.cnn.com/travel/article/italy-one-euro-home-taranto/index.html

⁶⁷ Fonte: www.comune.taranto.it/news-in-evidenza/3476-taranto-set-per-la-fiction-il-commissario-ricciardi-manzulli-il-cinema-leva-per-la-diversificazione

2.5 Emigrazione e turismo delle radici a Taranto

Al fine di comprendere gli obiettivi della tesi, è bene presentare una breve panoramica circa il contesto demografico e migratorio di Taranto.

Prima ancora della nascita ottocentesca della Città Nuova, la popolazione tarantina era racchiusa nell'Isola Madre e raggiungeva quasi i 40.000 abitanti. Con l'Unità d'Italia e la creazione del Borgo Umbertino la popolazione raddoppiò, espandendosi così anche nell'entroterra: nasce in questo periodo, infatti, il quartiere "Tamburi"⁶⁸ (paradossalmente in una delle aree più salubri di Taranto). Ma è solo in seguito al secondo dopoguerra che Taranto fu protagonista di un vero e proprio *boom* demografico, enfatizzato dal sogno industriale del siderurgico che proprio negli anni Sessanta prendeva posto in città. A nord della città, oltre il Mar Piccolo, nasce il "Primo Lotto delle Case Italsider", precursore del quartiere che verrà rinominato "Paolo VI", in onore del celebre Papa Montini che nel 1968 celebrò la Messa di Natale tra gli altiforni dell'ex Ilva⁶⁹. Nel 1981 venne raggiunto il picco di 228.841 abitanti⁷⁰, grazie alle numerose persone che da tutto il Mediterraneo si trasferirono nel capoluogo jonico per lavorare. Tuttavia, tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta, la crisi dell'acciaio ebbe riflesso anche nella forte contrazione demografica comunale. «Il decremento nell'ultimo decennio [del XX secolo] è stato del 5,8%, ma nel periodo intercensuario 1991-2001 era stato addirittura del 10,5%. Tale tendenza negativa è riconducibile al contrarsi della natalità e all'invecchiamento della popolazione locale, ma soprattutto al persistere di flussi migratori legati alla crisi del centro siderurgico»⁷¹. Purtroppo, il declino demografico di Taranto persiste tutt'oggi; sono infatti calati a circa 188.000⁷² gli

⁶⁸ Oggi tristemente noto per la sua posizione incredibilmente vicina al complesso siderurgico ex ILVA, ma in origine creato per offrire alloggio ai dipendenti ferroviari (Fonte: www.tuttosporttaranto.com/news/217547443718/la-storia-dei-quartieri-di-taranto-tamburi-tracarusenidde-e-industria)

⁶⁹Fonte: www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/37454/buon-compleanno-quartiere-paolo-vi.html

⁷⁰ Fonte: www.tuttitalia.it/puglia/64-taranto/statistiche/censimenti-popolazione/

⁷¹ Fonte: www.treccani.it/enciclopedia/taranto/

⁷² Dati relativi al 31 dicembre 2022 (Fonte: www.tuttitalia.it/puglia/64-taranto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/)

abitanti della città e tale crollo di presenze si è avvertito principalmente nel centro storico, passato nel corso degli anni da quasi 40.000 abitanti agli attuali 4.000. Come riportato nel paragrafo precedente, l’iniziativa relativa all’acquisto simbolico di case a un euro in Città Vecchia ha come obiettivo quello di ripopolare e riqualificare il Borgo Antico, che ad oggi è il simbolo più emblematico della rinascita tarantina in chiave turistica. Solo questo non è però sufficiente a colmare la flessione di 3200 unità registrata nel 2022 nella provincia di Taranto (ISTAT, 2024), in particolar modo costituita da giovani: «In Puglia il tasso di emigrazione nella fascia di età compresa tra i 25 e i 34 anni è pari a 14,88 persone ogni 1.000 abitanti⁷³». E le motivazioni alle quali attribuire questo sconcertante dato riguardano soprattutto occupazione, condizione economica e ricerca di migliori servizi e migliori qualità di vita per il proprio futuro.

Ci si pone dunque il quesito se il turismo delle radici possa effettivamente rappresentare un’alternativa sostenibile per il contesto socio-economico di Taranto (e della Puglia, visto il problema esteso a tutta la regione), sia a livello turistico che demografico. Difatti, è proprio a questo contesto turistico-demografico che si rivolge il turismo delle radici, importante svolta alla quale Taranto si sta affacciando.

Nella prima metà del 2024 il capoluogo jonico ha ospitato diversi eventi relativi al turismo delle radici, quali il primo Meeting Internazionale sul Turismo delle Radici Italiane nel mondo e la seconda tappa del *roadshow* di Confcommercio “Turismo delle radici, new generation. Un’esperienza immersiva di scoperta e di viaggio”⁷⁴. Gli appuntamenti hanno contribuito a definire una chiave di lettura sul tema, improntata non solo ai turisti delle radici nel mondo ma anche agli *stakeholder* locali e alle imprese della filiera turistica intenzionati a proporre un’offerta adeguata e coerente alle richieste di un così particolare e così vasto segmento di domanda. «Per la Puglia parliamo di 373.589 persone ma si contano circa 4 milioni di oriundi

⁷³ Fonte: www.quotidianodipuglia.it/regione/emigrazione_giovani_dati_istat_puglia_cosa_sappiamo-7192807.html?refresh_ce

⁷⁴ Fonte: www.ttgitalia.com/incoming/turismo-delle-radici-le-tappe-del-roadshow-di-confcommercio-AM19626996

e le associazioni iscritte all'albo dei pugliesi nel Mondo sono attualmente 183» (Grassi, 2022); inoltre «il numero degli emigranti di origine pugliese residenti al di fuori della nazione oggi rappresenta il 6,5% degli italiani all'estero⁷⁵». Un fenomeno quindi dalle tante opportunità, che potrebbe generare grandi ricadute positive sul territorio, come evidenziato dalla ricerca condotta da Uniba e Tecnopolis, volta a conoscere se la Puglia può essere considerata una destinazione per il turismo delle radici. A questa domanda, il 57% del totale dei rispondenti ha risposto “Moltissimo”: di questi, il 73,5% proviene al di fuori dall'Europa⁷⁶.

⁷⁵ Fonte: <https://www.corriereditaranto.it/2024/05/13/esiste-anche-il-turismo-delle-radici/>

⁷⁶ Fonte: https://aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/Report_Puglia_Turismo2023_BIT_24_+%281%29.pdf/ce3f13c2-c806-06fb-2b70-5e9f0a2c29b1?t=1707737138689

CAPITOLO 3

IL TURISMO DELLE RADICI A TARANTO: UN'ANALISI SUL CAMPO

3.1 Metodologia di analisi e obiettivi

La finalità principale della seguente tesi è quella di comprendere le potenzialità che il turismo delle radici potrebbe apportare alla città di Taranto, in ambito turistico e non solo. Si cercherà di comprendere se il turismo delle radici possa in qualche modo conferire al capoluogo jonico una nuova e degna visibilità nell'immaginario collettivo, stimolando così un senso di crescente interesse generato grazie all'azione dei turisti delle radici in veste di *destination ambassadors*. L'indagine andrà quindi ad analizzare gusti e comportamenti del turista delle radici, le sue aspettative e gli effettivi livelli di soddisfazione turistica, nonché il rapporto emotivo con la madrepatria. Questi fattori sono stati studiati sia per quanto riguarda il periodo anteriore al viaggio che posteriore ad esso, cercando di definire in linea generale la narrazione, il passaparola e il patrimonio locale che il turista delle radici porta con sé nel nuovo luogo di residenza. Gli aspetti che sono stati maggiormente approfonditi durante le interviste sono il mantenimento delle tradizioni tarantine e la relativa attrattività turistica degli eventi culturali locali, il forte *appeal* dei prodotti enogastronomici pugliesi, il paesaggio del capoluogo jonico e l'immagine turistica di Taranto che il visitatore delle radici diffonde ad amici e conoscenti. Per i rispondenti di seconda generazione, è stata indagata in maniera più incisiva la volontà di visitare i luoghi frequentati dai propri genitori, nonni, o anche da lontani parenti, nonché conoscere persone del posto per cercare di risalire alla propria storia genealogica. In coerenza alla volontà di restituire un'immagine veritiera della destinazione, sono state incluse nella ricerca anche criticità e problematiche segnalate dagli intervistati. Proprio in base a queste, si è cercato di capire se il turismo delle radici possa essere considerato (o meno) un fenomeno momentaneo in vista di un successivo rientro nel proprio luogo di origine. Si è quindi analizzata anche la possibilità di convertire il fenomeno turistico in un eventuale fenomeno di ripopolamento dell'area.

Al fine di sviluppare un quadro globale coerente e completo nell'individuazione degli obiettivi sopracitati, si è fatto ricorso ad una metodologia di analisi qualitativa, attraverso undici interviste strutturate in profondità di 50 domande. Gli intervistati sono stati individuati tramite un campionamento di convenienza, grazie all'utilizzo dei *social media* e conoscenze personali del laureando. Le interviste, caratterizzate dalla durata complessiva di circa un'ora, sono state condotte sia in presenza che *online*, attraverso piattaforme di videoconferenza o di chiamata. Naturalmente, per via delle notevoli distanze che separano i turisti delle radici dal proprio luogo di origine, la maggior parte delle interviste è stata svolta via *web*.

Le interviste in questione sono state suddivise innanzitutto per appartenenza generazionale: si sono individuati 7 intervistati di prima generazione (nati e vissuti a Taranto ma trasferitosi in un nuovo luogo di residenza) e 4 intervistati di seconda generazione (figli di tarantini emigrati). Per quanto riguarda quest'ultimo segmento, sono state individuate solo partecipanti donne e pertanto le informazioni e i dati relativi alla seconda generazione verranno riportati al femminile. Difficile è stato invece rintracciare persone appartenenti alla terza generazione (quindi nipoti di nonni tarantini che vivono in un luogo diverso da Taranto). Prima e seconda generazione sono state poi suddivise per ambito di residenza: in totale sono stati intervistati 7 turisti delle radici domestici (residenti in Italia) e 4 turisti delle radici internazionali. Per la più facile reperibilità e per approfondirne appositamente i caratteri peculiari e più incisivi nel fenomeno turistico delle radici, prevalgono nel campione i turisti delle radici domestici.

3.2 Risultati quantitativi

La ricerca, condotta attraverso interviste, è stata strutturata per diversi temi di analisi riguardanti il trasferimento individuale (o di famiglia) da Taranto, il mantenimento delle tradizioni locali, gli aspetti turistici del "viaggio di ritorno" e le relative considerazioni personali dell'intervistato, nonché riferimenti all'immagine turistica della città e al legame affettivo che si prova con essa.

La prima fase dell'intervista era volta a conoscere i generali tratti anagrafici del campione, composto – come riferito in precedenza – prevalentemente da intervistati di prima generazione e, generalmente, appartenenti alla sfera domestica.

I GENERAZIONE				II GENERAZIONE			
DOMESTICO		INTERNAZ.		DOMESTICO		INTERNAZ.	
M	F	M	F	M	F	M	F
2	1	1	3		4		
3		4		4		/	
7 persone				4 persone			

Tabella 1. Distribuzione degli intervistati per generazione, provenienza e sesso.

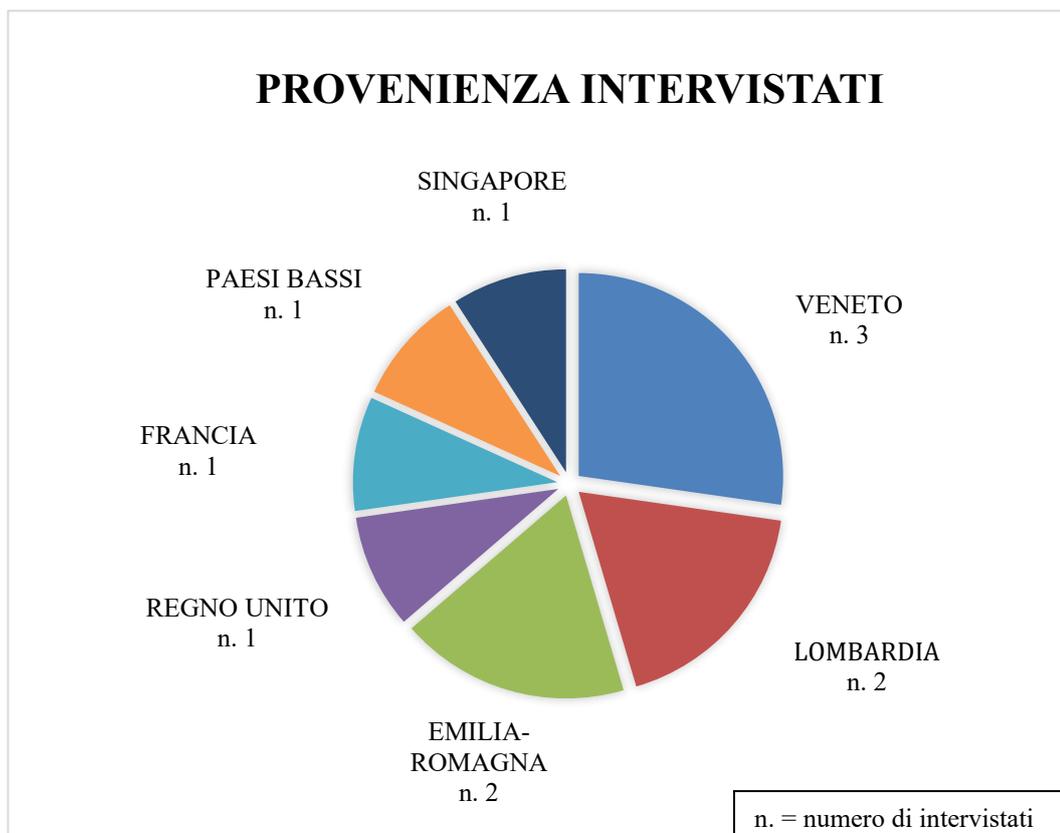


Figura 2. Distribuzione numerica degli intervistati di prima e seconda generazione per attuale regione o Paese di residenza.

3.2.1. Il trasferimento da Taranto

Il primo tema di analisi affrontato durante le interviste in profondità è stato il trasferimento da Taranto: elemento imprescindibile per la ricerca sul turismo delle radici. È stato chiesto agli intervistati di specificare il motivo per il quale si è deciso di lasciare la città e la durata temporale del trasferimento. Per quanto concerne la motivazione di trasferimento non è stato posto alcun limite quantitativo di risposte, in modo tale che potessero emergere anche più aspetti determinanti il flusso emigratorio.

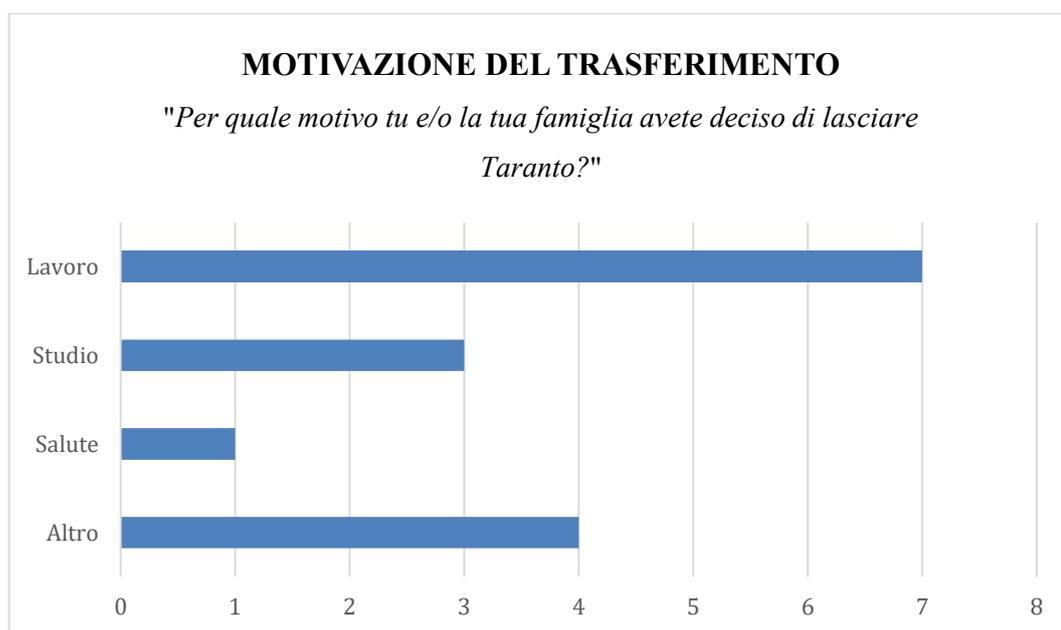


Figura 10. Distribuzione numerica delle motivazioni più citate dagli intervistati relativamente al trasferimento da Taranto.

La motivazione principale che ha spinto gli intervistati e/o le relative famiglie a lasciare la propria città di origine è quella lavorativa, collegata alle difficoltà economiche locali vissute in passato e presenti ancora oggi. Seguono i motivi di studio, legati in particolar modo agli studi universitari ma anche alla volontà personale di conoscere e/o perfezionare una lingua straniera (naturalmente questo dato è emerso solo da intervistati appartenenti al target internazionale). Seppur isolato, è triste constatare che anche motivi di salute hanno costretto un tarantino a lasciare la propria città. Tra gli altri fattori che hanno indotto il flusso emigratorio da Taranto sono stati riscontrati gusti personali per il nuovo luogo di residenza,

questioni familiari, necessità economiche indirette (come quella di seguire un proprio caro in spostamenti lavorativi) e la ricerca di un migliore aspetto culturale/mentale. Quest'ultimo aspetto tornerà presente più volte nelle risposte degli intervistati.

Inoltre, alla domanda “*Da quanti anni tu e/o la tua famiglia vivete fuori Taranto?*” è emerso che, naturalmente, le intervistate di seconda generazione hanno indicato una durata molto più ampia, che supera i trenta e i cinquanta anni da oggi. Ma anche due intervistati di prima generazione confermano di essersi trasferiti da ben più di trent'anni. La maggior parte del campione, tuttavia, ha lasciato Taranto tra i dieci e i trent'anni fa e solo un partecipante all'intervista si è trasferito negli ultimi dieci anni.

Il primo impatto in seguito al trasferimento di coloro di prima generazione non è stato sempre positivo, ma anzi, ha suscitato contesti difficili relativi all'adattamento economico, socio-culturale e anche climatico. Nonostante l'iniziale sconforto e rabbia nel dover lasciare la propria terra, con il tempo questi emigrati hanno iniziato ad apprezzare gli aspetti positivi del nuovo luogo di residenza che, d'altronde, determinarono lo spostamento da Taranto. Anche coloro di seconda generazione non negano ricadute negative dovute alla propria origine familiare: due intervistate rivelano infatti di aver sofferto in adolescenza di discriminazioni sociali per essere di origine meridionale: in una di queste, tale fattore ha influito (seppur solo in parte) ad avvertire un senso di disagio nei confronti del proprio luogo di nascita. Questo, tuttavia, non ha mai determinato un rifiuto delle proprie radici in nessuno degli intervistati; è infatti indissolubile la nostalgia che questi provano per i propri cari e per la città stessa, al netto delle problematiche che la caratterizzano. Quattro intervistati di prima generazione hanno affermato che, inizialmente, non volevano lasciare Taranto per via della nostalgia del luogo e della famiglia. Un intervistato spiega: «Non ho mai lasciato Taranto con l'intento di non tornare. È come se non si fosse mai andati via per sempre». È proprio su tale “culto della nostalgia” e sul senso di *place attachment* che il turismo delle radici trae la sua forza e per questo nella ricerca si è proseguito indagando il rapporto e l'eventuale mantenimento della cultura e delle tradizioni locali tarantine.

3.2.2 Il rapporto con la cultura, le tradizioni e i canali *social* locali

In questo tema di analisi si è cercato di individuare il possibile collante emotivo tra gli emigrati di prima e seconda generazione con gli aspetti linguistici, culinari e folcloristici-religiosi tipici di Taranto.

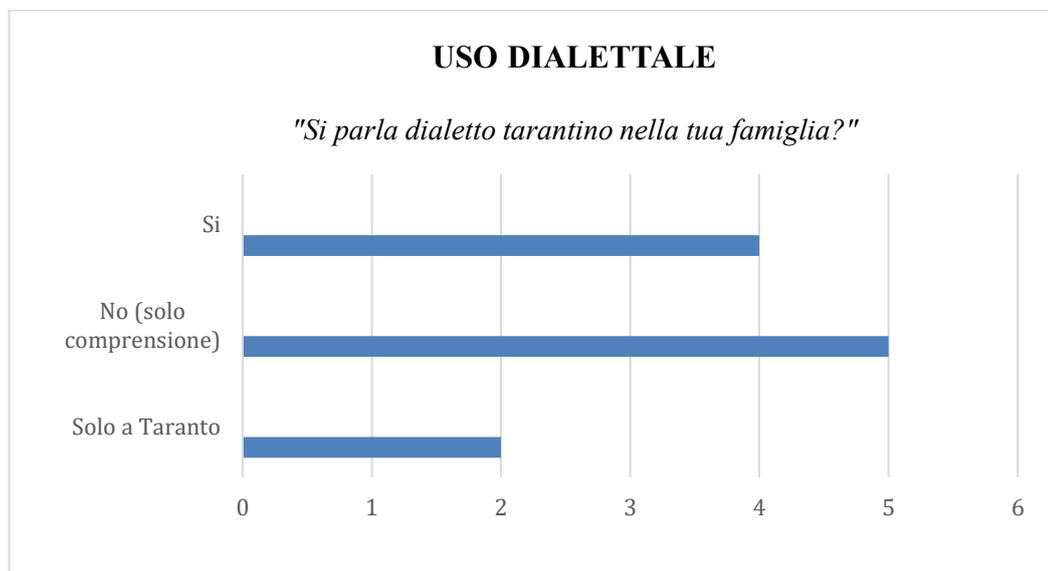


Figura 11. Distribuzione numerica degli intervistati relativa all'uso dialettale.

L'uso del dialetto si è rivelato molto coerente con la sfera di appartenenza generazionale e geografica del turista delle radici: è infatti emerso che i turisti delle radici di prima generazione lo usano maggiormente, specie se domestici. Per quanto riguarda i turisti delle radici internazionali che vivono con persone di origine straniera il tarantino è meno utilizzato in quanto si predilige l'uso generale della lingua italiana (che si cerca di insegnare anche ad eventuali figli nati in un Paese estero). La totalità del campione ha comunque confermato di riuscire almeno a comprendere il dialetto della propria terra d'origine, spesso trasmesso dai nonni. Alla domanda "Ritieni che il dialetto sia un fattore importante per ricalcare le tue radici?" la maggior parte degli intervistati ha risposto positivamente, definendo il dialetto come «un patrimonio culturale importante e affascinante [...] che si cerca di tramandare di generazione in generazione, anche all'estero». Questo aspetto risulta importante anche per alcune rispondenti di seconda generazione, in quanto «è motivo di orgoglio, anche per ricordare e onorare nonni e genitori». Tuttavia,

altri intervistati si sono espressi contrariamente, ribadendo che «una persona può essere attaccata alla propria terra di origine anche senza parlare dialetto».

Per quanto concerne il rispetto della tradizione culinaria, la totalità del campione ha riferito di continuare ancora oggi a prediligere la preparazione di pietanze tipiche della propria terra d'origine, spesso tramandate in famiglia. I turisti delle radici internazionali hanno altresì affermato che, vista la difficoltà nel reperire specifici ingredienti locali pugliesi, optano alternativamente alla cucina italiana generale. Inoltre, tutti gli intervistati hanno risposto positivamente anche alla domanda “*Pensi che il cibo tipico possa aiutare a compensare il legame affettivo nei confronti della tua terra d'origine?*”; molti di questi ribadiscono con piacere l'abitudine di ricevere il cosiddetto “pacco da giù”, una spedizione di viveri tipici locali da parte dei parenti (o amici) che vivono a Taranto. Anche coloro di seconda generazione apprezzano notevolmente questo aspetto: una delle intervistate ha affermato che «il pacco da giù contiene profumi e sapori che rimandano all'infanzia», riferendosi al tempo in cucina che passava con la propria nonna. Ancora, un'altra intervistata di seconda generazione afferma che «il cibo è anche un atto più condiviso, sociale, familiare... che rievoca molto i ricordi domestici legati ai genitori, ai nonni...». In coloro residenti all'estero è emerso anche il rispetto del “sedersi a tavola”, un rituale abitudinario non sempre presente al di fuori dei confini italiani.

Ulteriore aspetto culturale-tradizionale analizzato negli intervistati è il rapporto con gli eventi religiosi e folcloristici che, come riportato nel capitolo precedente, è molto forte a Taranto e provincia (si veda capitolo 2.3, p.36). Quasi tutti i partecipanti alla ricerca hanno infatti confermato di mantenere, almeno in parte, ancora un legame con determinate feste tradizionali. Una sola intervistata di seconda generazione ha negato un attaccamento ad essi, in quanto mai frequentati nemmeno dalla famiglia residente a Taranto. Per alcuni, certe ricorrenze sono più sentite rispetto ad altre (e questo probabilmente a seconda dei ricordi legati alla propria infanzia); generalmente, Settimana Santa e Santa Cecilia sono state le più riportate tra gli intervistati. Vi sono però differenze personali abbastanza accentuate nella “pratica rituale” che queste feste determinerebbero: per esempio, se molti continuano a rispettare l'usanza di preparare i tipici e caratteristici taralli pasquali della Settimana Santa o le pettole di Santa Cecilia, altri si limitano a seguire online

le processioni religiose. Non è stata riscontrata particolare differenza tra prima e seconda generazione, né a livello domestico che a livello internazionale. Alla domanda “*Pensi che la lontananza da Taranto possa aver sminuito o accentuato i tuoi sentimenti verso le tradizioni locali?*”, due intervistati hanno affermato che con il tempo questo rapporto si sta via via affievolendo, mentre altri quattro componenti hanno invece espresso la propria neutralità a riguardo (la lontananza non avrebbe quindi né accentuato né sminuito il sentimento). Il resto del campione, invece, ritiene che la lontananza abbia accentuato i loro sentimenti verso tali ricorrenze, dal momento che «riesci ad apprezzare maggiormente le cose stando lontano».

Infine, la quasi totalità del campione ha dichiarato di essere iscritto a diverse pagine, gruppi e canali *social* dedicati a Taranto. Molto spesso è grazie a questi che viene consentito loro di seguire determinati eventi, novità e aggiornamenti sulla vita locale tarantina, sia in campo socio-culturale che di cronaca. Solo due intervistate di seconda generazione hanno affermato di essere iscritte principalmente a portali regionali piuttosto che locali (e quindi a canali e pagine dedicate perlopiù alla Puglia o al Sud Italia in generale). Nonostante ciò, la globalità degli intervistati ritiene che i *social media* (in questo caso relativi a Taranto) siano uno strumento valido per riallacciarsi alle origini, riducendo le distanze e «consentendo, seppur virtualmente, di continuare a vivere nella propria città». Per un'intervistata di seconda generazione è invece importante che nei *social* non vengano alterate le reali aspettative di Taranto, mettendo in luce i suoi aspetti positivi tanto quanto quelli critici.

3.2.3 Il viaggio delle radici a Taranto

La parte intermedia, nonché principale, dell'indagine è stata inquadrata sugli aspetti turistici del viaggio delle radici a Taranto.

Tuttavia, prima di focalizzarsi sulla specificità del caso studio di Taranto, è stato chiesto agli intervistati se avessero mai sentito parlare prima d'ora del turismo delle radici. Come si evince dal grafico mostrato di seguito, la maggior parte degli

intervistati non era a conoscenza di tale fenomeno turistico, nonostante la proclamazione del 2024 quale “Anno delle radici italiane nel mondo”.

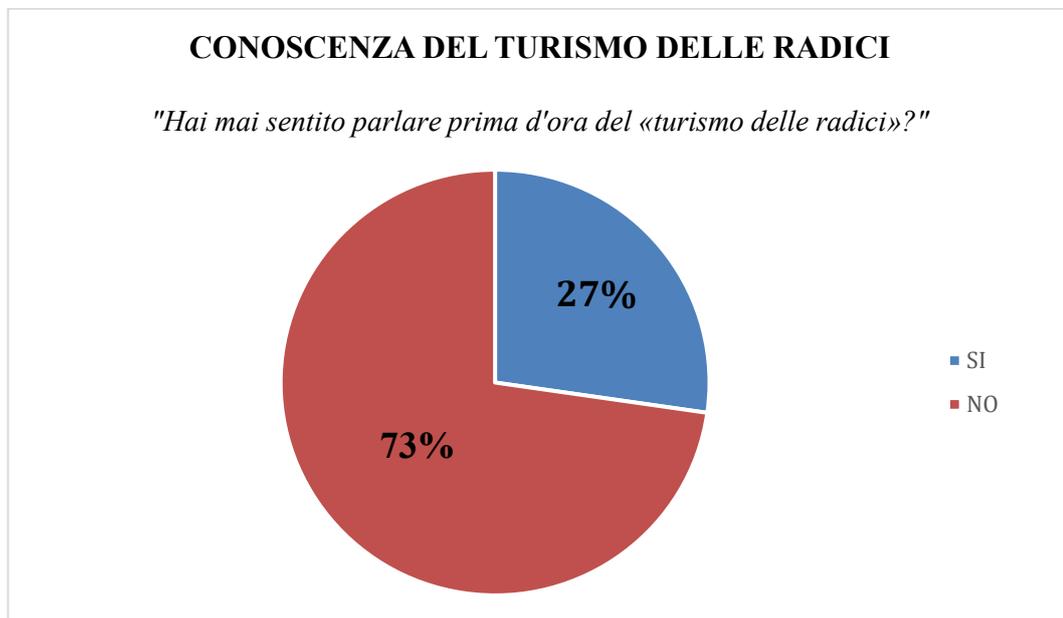


Figura 3 Distribuzione percentuale dei partecipanti secondo la domanda "Hai mai sentito parlare prima d'ora del turismo delle radici?".

Tuttavia, in riferimento al caso studio in questione, tutti gli intervistati hanno effettuato almeno un viaggio a Taranto nella propria vita, spinti da diverse motivazioni che vengono di seguito riportate in un *word cloud*.



Figura 4. *Word cloud* relativo alle principali motivazioni che hanno spinto gli intervistati ad effettuare almeno un "viaggio delle radici". (Generato grazie a <https://worditout.com/word-cloud/create>).

Risulta evidente il forte impatto che la famiglia detiene nella generazione del viaggio delle radici, ma risultano altresì importanti i fattori nostalgici e turistici come il mare, il cibo e, naturalmente, le ferie.

Si è poi chiesto agli intervistati quanto frequentemente viaggiassero verso Taranto e, per via delle differenti situazioni lavorative e distanze geografiche, ne è emerso un panorama variegato. In linea di massima, la maggioranza degli intervistati opta per tornare due volte all'anno (spesso in concomitanza delle ferie estive e natalizie). Anche coloro di seconda generazione non si discostano da tale media, nonostante siano presenti delle partecipanti che affermano di viaggiare verso la propria terra d'origine una volta ogni tre anni. Il viaggio di ritorno viene solitamente effettuato individualmente o con l'intera famiglia del nuovo luogo di residenza. Per quanto concerne la durata del viaggio, anche questa varia notevolmente a seconda delle distanze geografiche e delle situazioni lavorative degli intervistati. Si nota, infatti, che i turisti delle radici domestici tendono ad effettuare viaggi più brevi ma più frequenti rispetto a coloro che risiedono oltre i confini nazionali. Anche questa volta, gli intervistati di seconda generazione hanno dimostrato risultati del tutto confrontabili con quelli di prima generazione.

Successivamente, alla domanda *“Se avessi avuto la possibilità, avresti allungato la tua permanenza a Taranto?”*, la maggior parte degli intervistati ha risposto prontamente in maniera positiva per godere a pieno del clima favorevole, della famiglia e delle bellezze del territorio circostante. Tuttavia, un paio di intervistati non hanno esitato a rispondere negativamente, in quanto percepirebbero il prolungamento del viaggio di ritorno come *“pesante”* e *“insofferente”*. Questo viene giustificato citando problemi relativi alla carenza di servizi, talvolta familiari, ma anche ribadendo la propria diversità mentale-culturale rispetto a quella del luogo d'origine.

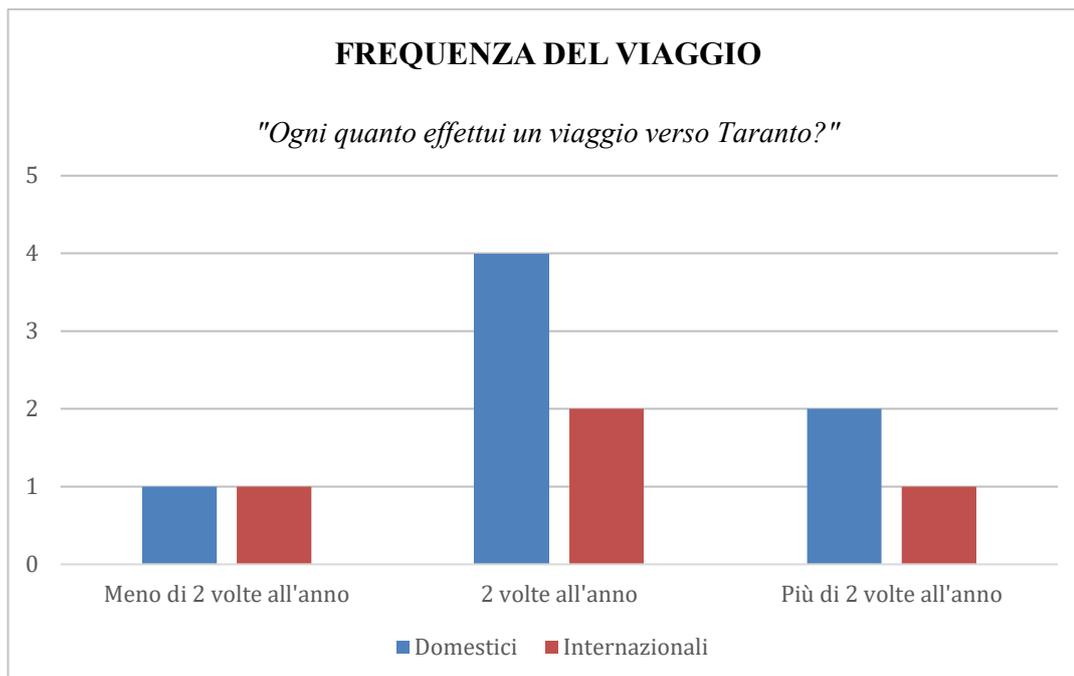


Figura 5. Distribuzione numerica degli intervistati a seconda della frequenza del viaggio di ritorno.

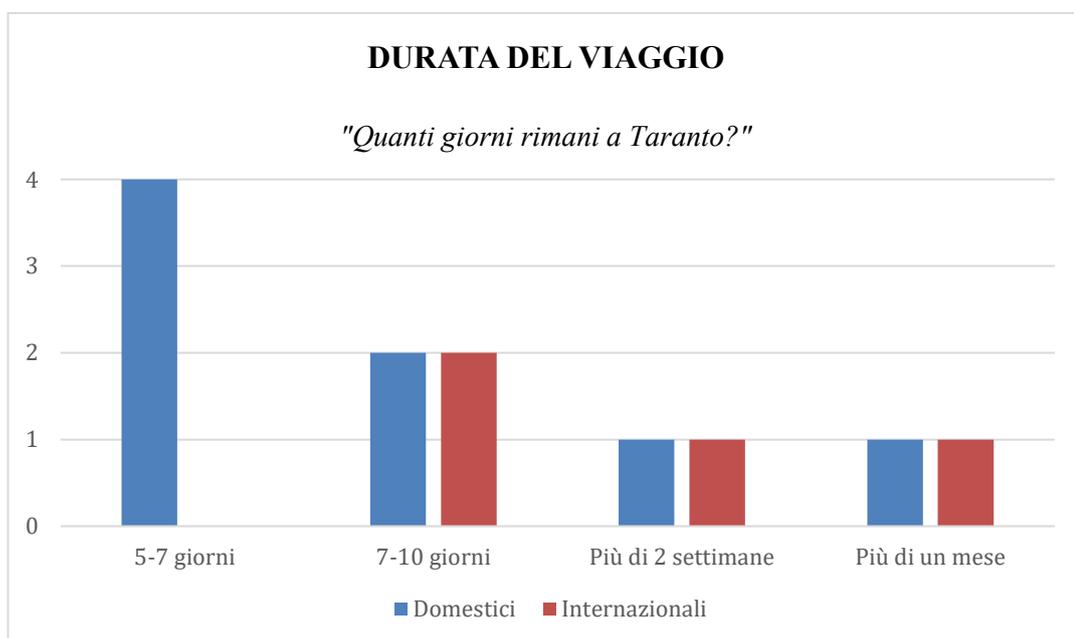


Figura 6. Distribuzione numerica degli intervistati a seconda della durata del viaggio di ritorno.

Anche il periodo di viaggio appare assai eterogeneo nel campione intervistato: se la maggior parte dei partecipanti dichiara di viaggiare nel periodo estivo e/o

natalizio, è anche vero che diversi di questi prediligono appositamente i periodi di bassa stagione per non incorrere in luoghi troppo affollati e prezzi esageratamente elevati, godendosi al contempo la vera autenticità del luogo. Naturalmente, il periodo prescelto per il ritorno varia ulteriormente a seconda delle ferie, delle passioni personali e di particolari esigenze di famiglia quali matrimoni, battesimi, compleanni e, purtroppo, anche situazioni di salute urgenti.

È stato tuttavia chiesto al campione se avesse mai effettuato (o considerato di effettuare) prima di allora un viaggio in concomitanza delle tradizionali feste locali o in occasione di particolari eventi tradizionali. Solo quattro persone hanno risposto negativamente, anche se una di queste (appartenente alla seconda generazione) sarebbe intenzionata a farlo. La restante parte del campione ha invece risposto positivamente, indicando perlopiù il periodo pasquale legato alla Settimana Santa come periodo prediletto. Per la maggior parte di questi, rivivere le tradizioni locali tipiche consentirebbe in qualche modo di rafforzare il proprio legame con la terra d'origine in quanto «accomuna tutte le persone di Taranto, anche quelle che non ci vivono più» e consente di «suscitare particolari emozioni capaci di riportare indietro nel tempo a quando si era piccoli». Un intervistato di prima generazione ribadisce: «È come se durante la Settimana Santa arrivasse dalla madrepatria un segnale per ricongiungere i tarantini fuori Taranto. Ti dà molto il senso di appartenenza alla città perché è qualcosa di unico, è un legame viscerale unico».

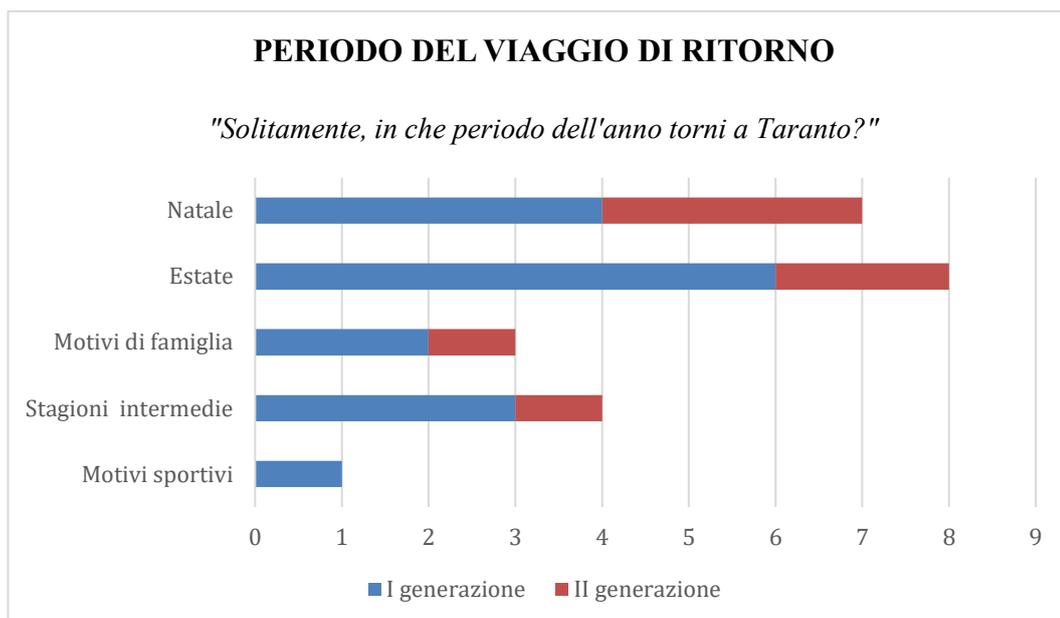


Figura 7. Distribuzione numerica dei principali periodi di viaggio scelti dagli intervistati.

Per quanto concerne il mezzo di trasporto utilizzato per il viaggio, l'aereo risulta essere il preferito, nonostante vengano segnalate al contempo delle critiche in materia di collegamenti da e per gli aeroporti di Bari e Brindisi. Ulteriore lamentela riguarda i prezzi troppo onerosi per i viaggi in concomitanza dei periodi feriali o festivi che prevedono il ricongiungimento familiare. Per questo, anche il treno e l'auto (talvolta a noleggio) sono stati utilizzati dagli intervistati per raggiungere Taranto. Particolare è il motivo che fornisce un'intervistata di seconda generazione riguardo al mezzo di trasporto: afferma infatti di prediligere il treno anche perché rimanda al viaggio che effettuava da bambina per raggiungere la nonna.

Parlando invece del luogo di pernottamento, questo è apparso coerente agli studi teorici presentati nel primo capitolo e conferma quindi che la maggior parte dei turisti delle radici pernotta a casa di amici o parenti, senza escludere però la possibilità di pranzare e cenare fuori casa. Ancora una volta, questo dato rende il turista delle radici spesso "invisibile" nelle statistiche ufficiali e sovrapposto perlopiù alla categoria di turista "Visiting Friends and Relatives". Nonostante ciò, alcuni degli intervistati (specie di seconda generazione) hanno dichiarato di aver pernottato in strutture ricettive extra-alberghiere come locazioni turistiche, agriturismi, B&b e campeggi. Un'intervistata di seconda generazione ha tuttavia scelto una struttura ricettiva nel leccese, in quanto ha coniugato il viaggio di ritorno

a Taranto con la classica e più nota vacanza balneare salentina. Due rispondenti di prima generazione hanno invece affermato di pernottare nella propria seconda casa (il quale confonderebbe ancor più tali turisti all'interno della categoria "turismo delle seconde case").

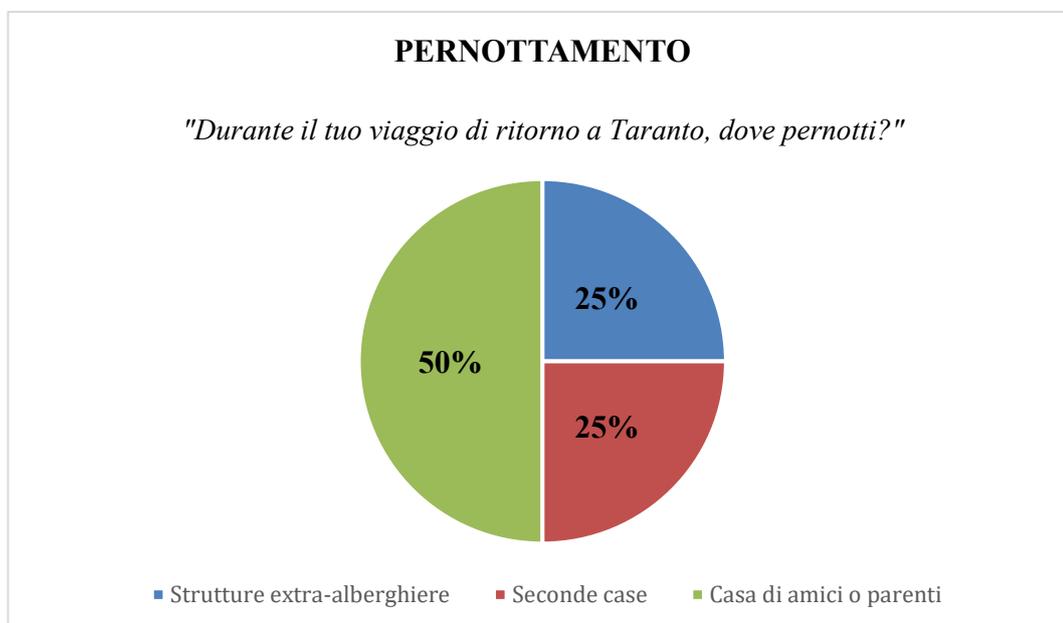


Figura 8. Distribuzione percentuale del luogo di pernottamento scelto dagli intervistati.

Diverso spazio è stato poi rivolto alla domanda *"Quali attività hai svolto principalmente durante il tuo soggiorno a Taranto?"*; le risposte più citate vengono riportate nel grafico sottostante. Agli intervistati è stata data la possibilità di indicare svariate attività.

Naturalmente, l'attività principale del viaggio è risultata essere quella di passare del tempo prezioso con la propria famiglia, accompagnata da attività tipicamente turistiche o di svago quali il mare, la visita alla città di Taranto e alle sue attrazioni nonché ai principali centri turistici dei dintorni quali Matera, Lecce e la Valle d'Itria. Dati interessanti emergono riguardo l'acquisto di prodotti tipici ai mercati locali rionali: questi vengono infatti frequentati con piacere dalla maggioranza del campione, indistintamente dall'appartenenza generazionale, in quanto vengono considerati come il luogo perfetto dove vivere l'autenticità dei quartieri cittadini. La vivace e talvolta caotica vita dei mercati tarantini viene particolarmente apprezzata per la sua unicità (sono infatti mercati molto diversi da quelli presenti

nel Nord-Italia o nel resto del mondo), per i colori, i profumi e per la qualità dei prodotti che vi si incontrano. Ulteriore particolarità emersa durante le interviste condotte è stata la volontà, soprattutto delle intervistate di seconda generazione, di visitare i luoghi legati alla propria infanzia e alla propria storia familiare, per cercare in qualche modo di riconnettersi alla propria memoria ancestrale. Tra le altre attività citate vi sono attività sportive, partite di calcio, feste patronali paesane, tour enogastronomici in cantine e masserie e, infine, la semplice attività del riposo e dell'ozio.

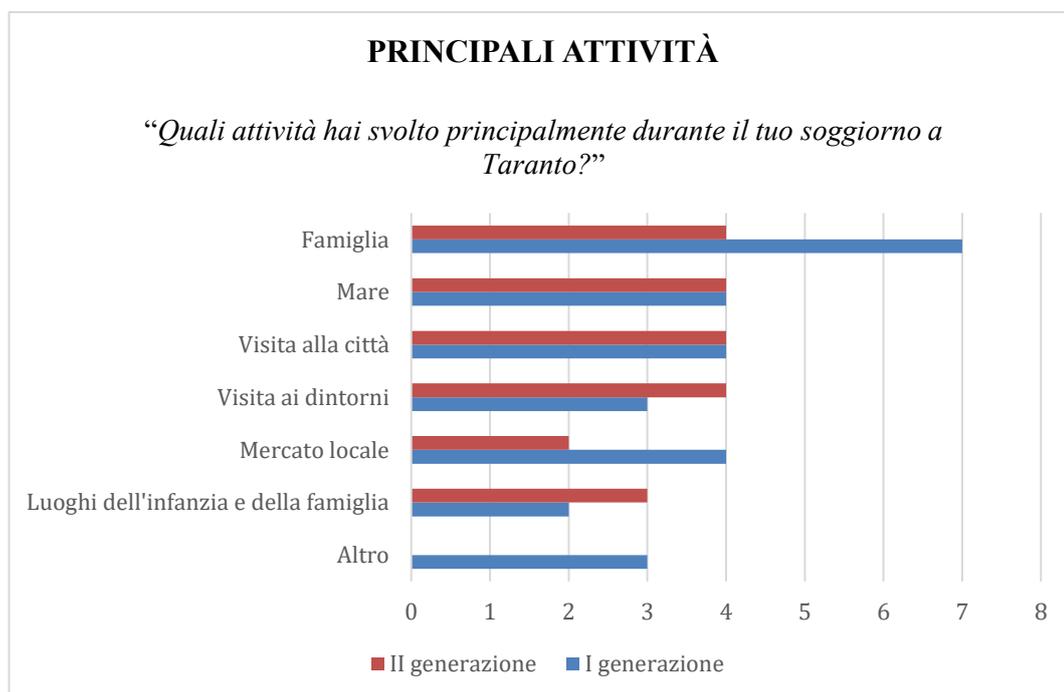


Figura 9. Distribuzione numerica delle attività svolte durante il viaggio di ritorno più citate dagli intervistati.

Con riferimento ai costi intrapresi per il viaggio di ritorno, la totalità del campione dichiara di non aver dovuto incorrere in costi troppo onerosi, soprattutto grazie alla possibilità di alloggiare in casa di amici o parenti o in una seconda casa. Gli unici aspetti onerosi citati nell'intervista sono naturalmente quelli relativi al trasporto, in particolar modo al trasporto aereo e al noleggio auto. Tuttavia, anche coloro che hanno soggiornato presso strutture ricettive, sono rimasti piacevolmente soddisfatti dal rapporto qualità-prezzo e, generalmente, trovano Taranto e provincia molto più economiche e convenienti rispetto ad altre mete più note e ricercate della Puglia. Relativamente ai prodotti e alle attività in cui gli intervistati hanno speso più denaro

durante il viaggio di ritorno, escludendo le spese di trasporto, troviamo soprattutto prodotti enogastronomici e attività di ristorazione. Molto apprezzato anche lo shopping, specie per gli intervistati che vivono all'estero, in quanto attratti dal *made in Italy* e dai prezzi convenienti. Oltre alla consuetudinaria spesa, rientrano nelle attività e nei prodotti anche stabilimenti balneari, escursioni, libri e per coloro che hanno pernottato in una struttura ricettiva i costi di soggiorno.

Dai dati precedenti si comprende dunque come i prodotti locali siano importanti per i turisti delle radici: questi, infatti, hanno anche dichiarato di incentivare l'export di tipici prodotti enogastronomici come taralli, pasta fresca, pane, friselle, vino, olio ma anche frutta e verdura del posto. I prodotti freschi come i formaggi tipici sono invece limitati a seconda della durata del viaggio e del mezzo di trasporto utilizzato nel rientro a casa: per questo, due intervistati ricorrono alla spedizione. Interessante notare che metà del campione dichiara spontaneamente di utilizzare i prodotti enogastronomici appena citati come mezzo di promozione turistica della città di Taranto: molti di questi vengono infatti regalati ad amici che non conoscono la città e che scoprono in questo modo il territorio attraverso una prelibata prospettiva enogastronomica. Due intervistati, attualmente residenti oltre i confini nazionali, affermano di prediligere e quindi di portare con sé prodotti generici italiani (e non esclusivamente del posto). Inoltre, quattro partecipanti hanno riferito di non limitare l'acquisto ai soli prodotti enogastronomici ma di includere anche prodotti tipici di artigianato, in particolar modo le caratteristiche ceramiche di Grottaglie che, anche in questo caso, vengono utilizzate come autentico souvenir da portare ad amici del nuovo luogo di residenza, facendo conoscere il territorio di origine.

È stata poi indagata la soddisfazione dell'intervistato relativamente all'offerta turistica di Taranto e alla propria generale esperienza di viaggio delle radici. Un solo rispondente ha dichiarato di essere «assolutamente soddisfatto» mentre la restante parte del campione ha avuto almeno una nota da ribadire. In particolare, due rispondenti hanno definito Taranto «una città industriale, che difficilmente riuscirà a convertirsi in città turistica». E questo viene motivato anche dall'ulteriore parte del campione intervistato, che segnala carenze fondamentali nell'organizzazione dell'offerta turistica di Taranto. Ciò che torna più frequentemente sono le critiche relative ai servizi, specie di trasporto, inefficienti

(o talvolta addirittura inesistenti) nel collegare la città alle spiagge della litoranea jonica o semplicemente ai paesi dell'entroterra. È risultato inoltre necessario potenziare la linea di mezzi di trasporto da e per gli aeroporti di Bari e Brindisi, nonché per le vicine città di Matera e Lecce. Critiche sono state fatte anche per quanto riguarda le infrastrutture e la disparità di pulizia tra centro e periferia. In ambito prettamente turistico, viene notevolmente apprezzata la riqualificazione urbana e sociale di Taranto Vecchia, anche grazie all'istituzione dell'Università; tuttavia, viene al tempo stesso ribadito che «l'offerta turistica è basata sulle aspettative del tarantino e non del turista. Le attrazioni sono presenti ma risultano difficili da trovare [...]; devi conoscere qualcuno che ti consigli dove andare». A tal proposito, un intervistato afferma che «un turista a Taranto ha bisogno di essere accompagnato da un mediatore culturale, che interagisca tra ospite e residente»; dalle interviste è infatti emersa anche la difficoltà nel reperire personale adeguatamente preparato dal punto di vista linguistico. Problemi anche per quanto riguarda la pubblicizzazione del patrimonio cittadino che, rispetto ad altre località turistiche di mare, appare come «banale e scontato». Nella narrazione turistica della Puglia, infatti, Taranto viene spesso lasciata ai margini e non viene inclusa per esempio in *brand* attraenti quali quello del Salento che, di fatto, inizia geograficamente proprio nel capoluogo jonico. In più casi, però, vengono menzionati il MArTA e il Castello Aragonese di Taranto come «punti di eccellenza preparati ad una svolta turistica, a differenza del restante potenziale storico-culturale non ancora sfruttato».

Sei intervistati su undici hanno comunque affermato di ritenere la propria esperienza di ritorno emozionante e soddisfacente, specie per coloro di seconda generazione i quali, comunque, sono consapevoli che «Taranto ha ancora molto da fare per superare le sue criticità». Un punto a favore è rappresentato dall'accoglienza che, nonostante appaia poco abituata al turista, viene definita «solare e genuina» e sempre pronta ad aiutare e ad includere l'ospite. Altro fattore di forza è rappresentato dalla ristorazione, considerata eccellente da nove intervistati su undici. Apprezzate in particolar modo sono le macellerie che consentono di cenare direttamente sul posto. Sempre nove intervistati su undici ritengono che Taranto, se solo sfruttasse e valorizzasse il suo potenziale naturale-

ambientale, potrebbe diventare un'ambita meta all'interno del circuito turistico naturalistico mediterraneo. Una valorizzazione naturalistica della città distoglierebbe così l'attenzione dalle ciminiere industriali dell'ex Ilva, consentendo al turista di scoprire una città più *green*.

Si è cercato infine di comprendere le possibili potenzialità di un'apposita proposta turistica dedicata ai turisti delle radici originari di Taranto. Alla domanda "Da turista delle radici quale sei, ti piacerebbe ricevere un'apposita proposta turistica dedicata a tutti i tarantini «fuorisede»?" la maggior parte del campione ha risposto positivamente; tuttavia, alcuni intervistati non la ritengono una proposta allettante ma ribadiscono al contempo che potrebbe essere apprezzata e rivolta soprattutto a coloro che provengono da oltreoceano o a coloro di seconda o terza generazione.

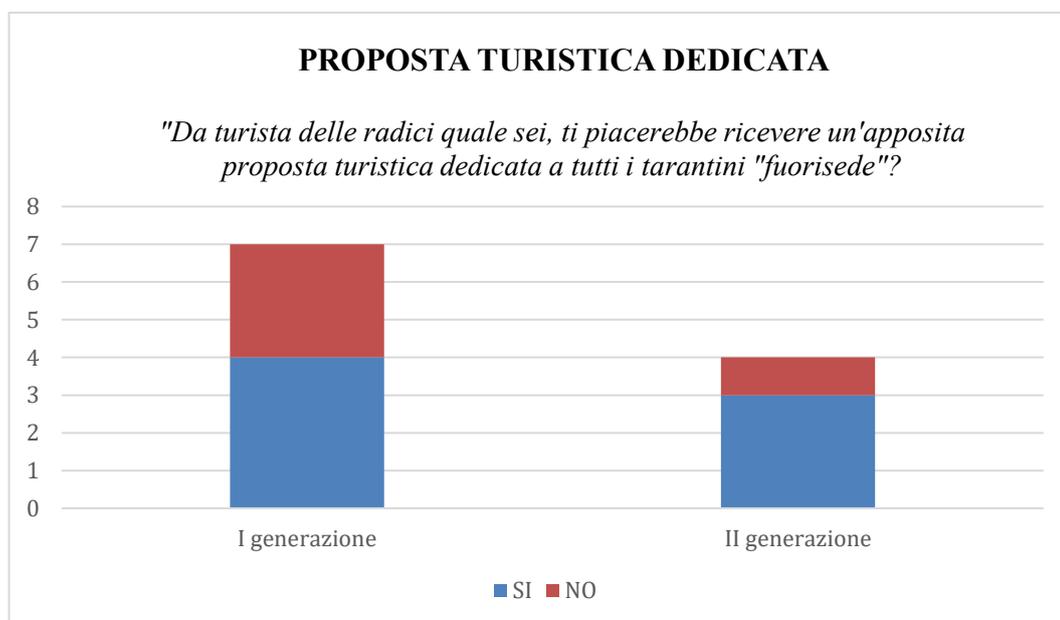


Figura 10. Distribuzione numerica per generazione relativa all'apprezzamento di un'eventuale apposita proposta turistica per i turisti delle radici

Per comprendere i gusti e il comportamento del target in questione è stato chiesto agli intervistati "Secondo te, in cosa dovrebbe consistere tale proposta turistica?". Nonostante non venisse dato alcun suggerimento per la risposta, quasi tutti i rispondenti hanno focalizzato il contenuto sulle origini e sull'autenticità della città stessa. I turisti delle radici apprezzerebbero dunque l'organizzazione di attività ed eventi che riconnettano i tarantini alla tipicità del posto stesso: storia, cibo, musica e dialetto sono elementi spesso citati nelle risposte. «Raccontare o ricordare ad un

tarantino quanto è stata importante la città nel passato è motivo di orgoglio e riconoscenza». Nelle risposte fornite rientra anche il tema della famiglia: un intervistato suggerisce, per esempio, l'organizzazione di particolari visite guidate all'interno delle abitazioni di Taranto Vecchia, per far capire come vivevano i propri avi. Due intervistati, inoltre, esprimono la volontà di «immedesimarsi nei locali, partecipando ad incontri con i residenti in cui discutere riguardo la percezione della città». Viene quindi richiesto anche un contatto personale, un dialogo con la gente del posto, al fine di comprendere i sentimenti che i residenti provano della città stessa. Il turista delle radici cerca dunque di apportare un aiuto esterno alla popolazione residente attraverso il semplice ed efficace mezzo della comunicazione interpersonale. Infine, vengono proposte anche attività nel nuovo luogo di residenza o online, per sopperire all'inevitabile distanza fisica che separa i turisti delle radici da Taranto. Per esempio, due intervistati propongono l'istituzione di associazioni e circoli dove poter anche realizzare incontri di lettura focalizzati su Taranto o, in particolar modo, sulla storia degli emigrati dalla città.

3.2.4 Immagine turistica di Taranto

Nell'intervista è stato inoltre incluso un importante approfondimento dedicato all'immagine di Taranto che i turisti delle radici percepiscono e trasmettono nel nuovo luogo di residenza. Si è cercato dunque di analizzare le potenzialità dell'effetto "passaparola turistico" svolto dai turisti delle radici, in veste di *destination ambassador*.

Innanzitutto, è stato chiesto loro se avessero mai parlato di Taranto nel nuovo luogo di residenza e quale immagine e/o aspetti particolari avessero messo in evidenza. La totalità del campione ha risposto positivamente alla domanda: nove intervistati su undici hanno messo in luce elementi di pregio del tarantino mentre un solo rispondente ha divulgato un'immagine negativa industriale della città. Una rispondente di seconda generazione afferma di divulgare «un'immagine reale, e quindi contraddittoria di Taranto». Agli intervistati non è stato dato limite di risposta e pertanto sono emersi diversi tratti associati all'immagine turistica riferita di Taranto. Si sintetizzano tali aspetti nella figura che segue.



Figura 11. *Word cloud* relativo agli aspetti di Taranto riferiti dai turisti delle radici ad altre persone (generato con <https://worditout.com/word-cloud/create>).

Tra gli aspetti di Taranto che più vengono promossi dai turisti delle radici troviamo sicuramente il mare, abitato dalla straordinaria presenza di delfini in stato di non cattività. Seguono i prodotti enogastronomici, che pareggiano tuttavia con l'incombente presenza industriale del grande siderurgico (quest'ultimo, naturalmente, non viene promosso ma viene ribadito per restituire la realtà del luogo). Nonostante ciò, un intervistato afferma di parlare dello stabilimento ex Ilva in una lente diversa, risolutiva, cercando quindi di far comprendere la speranza di un futuro alternativo e diverso per i tarantini. Non mancano riferimenti alla storia culturale di Taranto, che viene enfatizzata attraverso la sua origine spartana, il suo splendore magno-greco ma soprattutto attraverso il prezioso contenuto del MARArTA, il Museo Archeologico Nazionale della città. Altre caratteristiche che vengono promosse sono l'integrità naturale del Mar Piccolo, lo stile di vita, il clima, l'accoglienza e la solarità dei locali. In diverse risposte, si è osservato il frequente binomio tra gli aspetti di Taranto e il *brand* Puglia che, grazie alla sua notorietà, andrebbe a conferire valore aggiunto al capoluogo jonico.

Successivamente, si è indagato l'effetto del passaparola turistico da parte dei turisti delle radici e pertanto è stato chiesto loro se avessero mai consigliato ad altre persone di visitare la città. Due soli componenti del campione hanno risposto negativamente; uno di questi, spiega che non ritiene Taranto una città turistica per la quale valga la pena di andare. Un altro intervistato, invece, ha consigliato di visitare Taranto a suoi conoscenti ma se ne è vergognato. I restanti otto intervistati

hanno invece risposto positivamente, dichiarando di effettuare passaparola anche grazie alle condivisioni di foto e video del posto sui *social* e alla distribuzione di brochure e volantini turistici. Un rispondente, inoltre, grazie alla sua carriera lavorativa in ambito turistico, ha appositamente organizzato per alcuni suoi amici un viaggio nel territorio tarantino. Sorprendentemente, tutti coloro a cui è stato consigliato di visitare Taranto, hanno rispettato il suggerimento e, in generale, sono rimasti incredibilmente sorpresi dal potenziale patrimonio dell'area. In particolare, le località dell'Alta Litoranea Salentina Jonica sono state apprezzate per la bellezza del mare, per l'integrità naturale, il minor caos e per la convenienza economica rispetto alle mete più apprezzate quali Porto Cesareo e Gallipoli. Un intervistato afferma: «E' come se Taranto fosse esclusa dal Salento, nonostante il mare sia lo stesso»; e sempre il mare torna come elemento distintivo nella recensione di un altro visitatore: «se prima Taranto era conosciuta solo per l'Ilva, ora colpisce soprattutto per il suo mare». Nonostante tali lodi, sono naturalmente emerse anche delle note relative alla mancata valorizzazione di tale potenziale ed alla carenza di organizzazione turistica. I nuovi turisti che scoprono Taranto hanno ribadito di ritenersi «entusiasti della città, anche se caratterizzata da forti contrasti». Nonostante ciò, in linea di massima, si può ribadire che le aspettative su Taranto sono state in gran parte ribaltate positivamente.

Prima di allora, infatti, la città era conosciuta principalmente per i suoi aspetti problematici. Alla domanda *“Inizialmente, Taranto era già conosciuta dalle persone nel nuovo luogo di residenza? Se sì, per cosa principalmente?”* è stata data una differente risposta tra coloro residenti in ambito domestico e coloro residenti in ambito internazionale. Infatti, al di fuori dei confini italiani, la città non era e non è ancora conosciuta, a differenza del *brand* Puglia che è ormai diventato noto già da una decina di anni. A livello nazionale, invece, Taranto è tristemente conosciuta principalmente per l'industria ex Ilva o semplicemente per il nome. Da alcuni intervistati viene addirittura riferito che più persone non pensavano nemmeno che Taranto fosse in Puglia. Tuttavia, negli ultimi anni appaiono nuove motivazioni positive riguardo la conoscenza della città: per esempio, un intervistato riferisce che la città era nota per il suo porto crocieristico. Un altro intervistato, spiega invece che Taranto era conosciuta grazie alle trasmissioni televisive di divulgazione

turistica. Ancora, altri due rispondenti fanno sapere che Taranto era nota grazie alle sue ambientazioni cinematografiche, come quella relativa al film “Palazzina Laf”, vincitore di tre premi al David di Donatello 2024 ⁷⁷.

Ad ogni modo, il peso che il grande stabilimento siderurgico ha sull’immagine turistica e collettiva di Taranto è ancora notevole. Per questo agli intervistati è stata posta la seguente domanda: “*La questione ex ILVA ha modificato la tua abitudine nel tornare o nel promuovere la tua terra d’origine?*”. Le risposte sono state molto ampie e diverse: è triste dover ribadire che per un intervistato di prima generazione l’ex Ilva è stata la causa del trasferimento da Taranto, per via di problemi di salute. Allo stesso modo, anche una rispondente di seconda generazione afferma che l’industria ha influito nella programmazione del viaggio di ritorno, soprattutto perché la famiglia abita nel quartiere “Tamburi”, a ridosso delle ciminiere. Inoltre, per chi arriva in auto da nord, l’impianto siderurgico è il primo biglietto da visita che il turista riceve di Taranto, e questo può seriamente compromettere l’approccio e l’esperienza successiva in città. Alcuni componenti del campione affermano infatti che loro conoscenti hanno appositamente scartato Taranto dall’itinerario pugliese perché «l’Ilva spaventa». Un’intervistata di seconda generazione afferma addirittura di cambiare itinerario stradale piuttosto di passare in prossimità dell’impianto: «È una zona che si evita come la peste». Tuttavia, questi casi sono gli unici emersi nell’intervista in cui la problematica questione ha influito sul viaggio di ritorno. Ciononostante, per diversi intervistati l’industria ha messo molto in difficoltà nel promuovere la città: per un intervistato, il problema ha contribuito a divulgare Taranto da una prospettiva esclusivamente negativa; un altro spiega che ha sempre cercato di deviare l’immagine dell’ex Ilva da quella di Taranto, anche se riferisce di provare sempre un certo imbarazzo nel citare la questione. Solo quattro intervistati hanno invece risposto negativamente, affermando però di essere dispiaciuti ma speranzosi in una riconversione ecologica dello stabilimento.

⁷⁷ Fonte: <https://www.daviddidonatello.it/vincitori/box-vincitori.php>

3.2.5 Il legame tra Taranto e i turisti delle radici

Si è visto nel capitolo 3.2.1 (si veda p. 49) che la nostalgia di “casa” ha giocato un forte ruolo nel primo impatto sulla vita fuori Taranto. Sono infatti tanti gli aspetti che più mancano ai turisti delle radici della propria città di origine, indipendentemente dall’appartenenza generazionale e geografica. La famiglia risulta essere l’aspetto per il quale si prova più nostalgia, seguita dal mare, dal clima e dallo stile di vita della città. Viene data rilevanza anche alle percezioni sensoriali visive e olfattive, come i suggestivi colori del tramonto sul mare, il profumo della macchia mediterranea e delle pietanze tipiche. Un’intervistata di seconda generazione cita i «ricordi dell’infanzia con tutta la famiglia» mentre un altro di prima generazione afferma di provare una forte nostalgia nei confronti dei luoghi della propria storia identitaria, impossibili da ritrovare nel nuovo luogo di adozione.

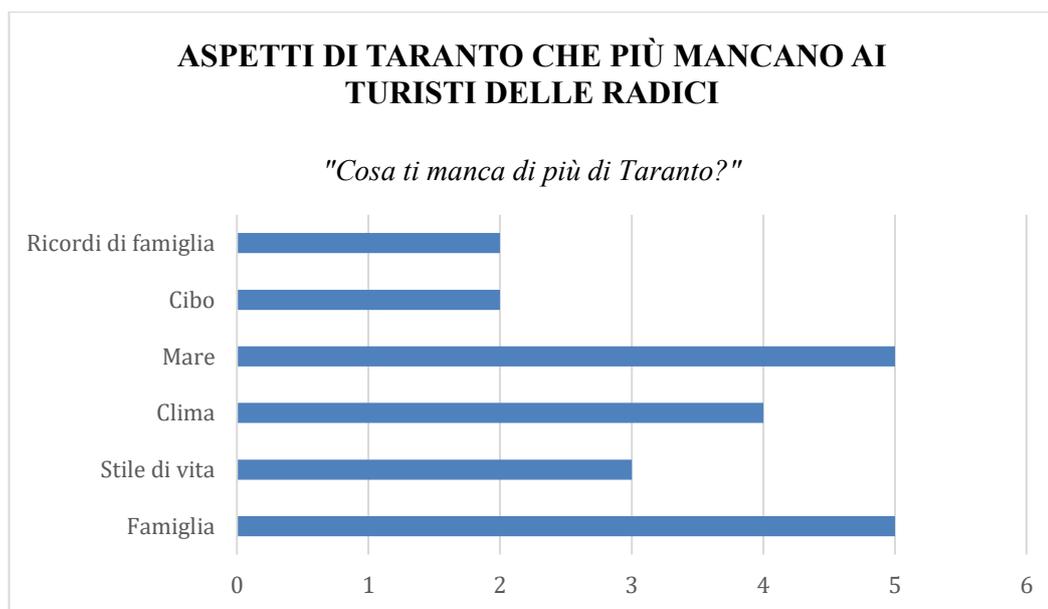


Figura 12. Distribuzione numerica degli aspetti di Taranto che più mancano ai turisti delle radici.

Quindi, anche il paesaggio gioca un ruolo fondamentale nell’attaccamento emotivo che una persona prova per la propria terra d’origine: è il già citato *place attachment*, che consente – in questo caso ad un turista delle radici – di individuare nel paesaggio un simbolo identitario “da portarsi dentro”. Alla domanda “*Riusciresti ad individuare nel paesaggio della città un simbolo identitario che ti porti dentro?*”, gli intervistati hanno risposto in svariata maniera. Il mare e il peculiare Ponte Girevole che collega la Città Vecchia al Borgo Umbertino sono gli emblemi più

menzionati dai rispondenti, che provano altresì un certo attaccamento emotivo nei confronti del Lungomare Vittorio Emanuele III. Altra peculiarità che ritorna nei simboli del *place attachment* è il delfino, presente non solo sullo stemma cittadino ma anche nelle acque del Golfo di Taranto. Un rispondente afferma poi di “portarsi dentro” il cuore rossoblù, emblema del Taranto FC ⁷⁸, oltre che il sole della città.



Figura 13. *Word Cloud* relativa agli elementi identitari di Taranto che i turisti delle radici "si portano dentro" (generato con <https://worditout.com/word-cloud/create>).

Dopodiché, è stato chiesto agli intervistati cosa provassero a livello emotivo nel lasciare Taranto una volta terminato il viaggio delle radici. Tristezza e nostalgia sono sicuramente le emozioni che più vengono percepite dagli intervistati, specie per dover lasciare famiglia e affetti. Emerge in tre intervistati anche il rammarico, e talvolta la rabbia, nei confronti della propria terra: «È un’occasione persa per sé stessi e per il territorio, per quello che poteva essere e che non è stato». Un altro intervistato di prima generazione afferma poi di non rinnegare le proprie radici, ma di disprezzarle in quanto non lo rappresentano. Diverso è il parere che ci fornisce una turista di seconda generazione: «Taranto mi rimane nel cuore e a Taranto rimane una parte di me, anche se non vi sono nata». Particolare è stato notare che, durante tutta l’intervista, la stessa turista di seconda generazione ha utilizzato diverse volte il “noi”, sottolineando implicitamente l’appartenenza emotiva-identitaria alla città e ai tarantini, pur non essendo nata a Taranto. Ultimo, ma non per importanza, è il sentimento di speranza nei confronti della valorizzazione della città e nel tornare il più presto possibile, che viene ribadito da tre intervistati, sia di prima che di seconda generazione.

⁷⁸ *Taranto Football Club 1927.*

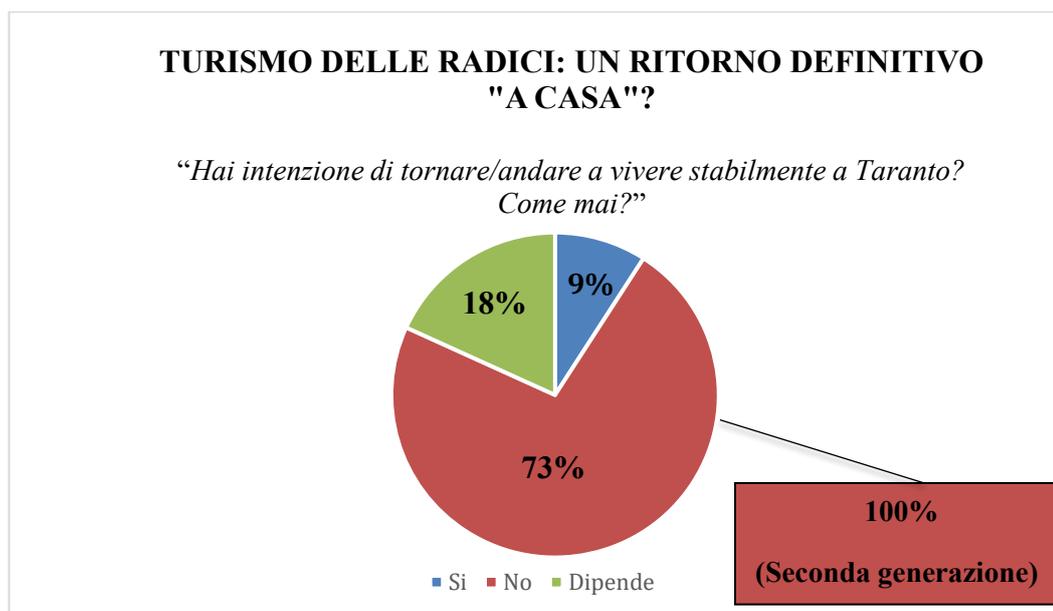
Una delle domande che più ha posto in difficoltà gli intervistati è stata: “*Durante il soggiorno a Taranto, ti sentivi più un turista o un residente?*”. Le risposte sono state diverse, anche a seconda del rapporto e della storia familiare che i rispondenti hanno con Taranto. Per esempio, un’intervistata di seconda generazione ha vissuto un brusco distacco con la sua città d’origine in età adolescenziale, in seguito alla morte della nonna, e afferma che quelle poche volte che tornava a Taranto si sentiva turista. Tuttavia, riavvicinandosi successivamente al richiamo delle proprie origini, dichiara ora di «sentirsi a casa propria [...] come se fosse un ospite ma nella sua stessa città». Solo quattro intervistati di prima generazione hanno affermato in maniera convinta di considerarsi residenti, mentre un’altra intervistata di seconda generazione si sente perlopiù turista. Il resto del campione ha invece espresso difficoltà ad identificarsi in una specifica categoria. Due intervistati (rispettivamente di prima e seconda generazione), per esempio, si definiscono «residenti ibridi», in quanto conoscono bene la città pur senza viverci o averci mai vissuto. Altri, perlopiù appartenenti alla prima sfera generazionale, si sentono «residenti ma con sentimenti destabilizzanti», in quanto «il vivere fuori e il confronto con altre culture ti cambia inevitabilmente [...] e non ti rende più capace di sentirti completamente a casa come quando ci vivevi». O ancora, «sento di appartenere alla città ma non mi sento più tarantino [...], come se avessi messo un piede fuori da casa e l’altro fosse rimasto ancora a Taranto». È stato osservato come il fattore di “conoscere le strade” influenzi notevolmente la percezione dell’intervistato nel sentirsi residente o meno; alcuni, tuttavia, si meravigliano del fatto che non vivendo più a Taranto abbiano avuto modo di scoprire il lato turistico della città, visitando monumenti ed attrazioni storico-culturali a loro inizialmente sconosciute.

Si è quindi considerato opportuno indagare sul rapporto con Taranto che prima e seconda generazione trasmettono ad eventuali figli o comunque familiari. La quasi totalità del campione ha dimostrato la volontà di far conoscere loro la città, tramandando in qualche modo le origini (specie nei figli). Si trascrivono qui alcune risposte: «Sì, per me è importantissimo che la mia famiglia [di origine straniera] conosca Taranto, in quanto quello che siamo passa da quello che sono stati i nostri avi». Questo rispondente ha altresì dichiarato di aver svolto studi approfonditi sul

proprio albero genealogico, a dimostrare l'importanza delle proprie radici. Per altri giovani genitori che vivono fuori Taranto, inoltre, far conoscere città e parenti è importante proprio per mantenere un rapporto saldo con la famiglia, che ancora vive in Puglia. Un'altra intervistata di seconda generazione ribadisce che: «Anche se la figlia è nata a Milano, Taranto è la sua città»; un legame, dunque, che viene tramandato anche alla terza generazione che, tuttavia, non sempre riesce a determinare un collante emotivo di *place attachment*. Infatti, un'intervistata di seconda generazione spiega che il figlio (appartenente alla terza generazione) «non si sente meridionale, nonostante avesse un forte legame con la nonna. Era più legato alla famiglia piuttosto che alla città». Ancora piuttosto forte è invece il rapporto che una madre di prima generazione riferisce del figlio (di seconda generazione): «È come se fosse più legato lui di me a Taranto».

3.2.6 Il turismo delle radici nel futuro demografico di Taranto

Una volta analizzato il settore prettamente turistico, si è indagato circa la possibilità di convertire il flusso turistico delle radici in un futuro incremento demografico della città che, come si è visto nel capitolo 2.5, soffre di un notevole decremento di popolazione. Pertanto, agli intervistati è stata posta la seguente domanda: “*Hai mai avuto intenzione di tornare/andare a vivere stabilmente a Taranto? Come mai?*”.



La maggior parte del campione risponde in maniera negativa alla domanda, motivando tale scelta con il lavoro, la nuova famiglia, la nuova quotidianità. Tuttavia, due intervistati ammettono che l'intenzione iniziale era quella del rientro nel capoluogo jonico (ad oggi però escluso per le migliori opportunità economiche e lavorative che il nuovo luogo di residenza garantisce). Nonostante ciò, due intervistati residenti all'estero hanno dichiarato di non voler tornare a Taranto ma in Italia (specie centro-settentrionale). Per altri due rispondenti, invece, il rientro a Taranto dipenderebbe da questioni lavorative e familiari. Un solo intervistato, infine, afferma di voler tornare a vivere stabilmente a Taranto, qualora riuscisse a realizzare il sogno di investire in un'impresa turistica professionale nella Città dei Due Mari. Tuttavia, la diversa realtà nella quale sono vissute le persone appartenenti alla seconda generazione, fa sì che per loro venga esclusa fin da subito la possibilità di trasferirsi nella città di origine. Questo, tuttavia, non nega la volontà di trascorrervi un lungo periodo di ferie o, talvolta, fantasticare riguardo un eventuale progetto di pensione.

3.3 Discussione dei risultati

Le interviste in profondità hanno permesso di individuare un ampio panorama di idee e di comportamenti tipici del turista delle radici, in particolar modo domestico e di prima generazione. Qui di seguito vengono riassunti i risultati considerati più importanti per il raggiungimento e la verifica degli obiettivi della tesi.

La storia personale relativa al trasferimento da Taranto è risultata piuttosto simile tra gli intervistati, costretti ad abbandonare la propria città di nascita soprattutto per questioni economiche e di studio. Emergono già qui, dunque, questioni importanti da mettere in luce riguardo le condizioni di vita che Taranto permette. Secondo la classifica relativa alla qualità della vita per i giovani (stilata dal Sole 24 ore, 2024)⁷⁹, infatti, Taranto si posiziona penultima a livello nazionale. In particolare, al capoluogo jonico spetta il primato negativo per numero di laureati e il terzultimo posto per quanto concerne la disoccupazione giovanile. Problemi che dunque

⁷⁹ Fonte: <https://lab24.ilsole24ore.com/qualita-della-vita-generazioni/giovani/>

persistono tutt'oggi a Taranto e che continuano ad incentivare flussi migratori dalla città. Tuttavia, il trasferimento in una nuova area di residenza (che sia estera o nazionale) non ha mai fatto sì che i tarantini rinnegassero le proprie origini, anche perché spesso coloro che lasciano Taranto hanno un'iniziale intenzione di tornare a viverci. Complice di questa volontà è l'attaccamento ai luoghi, il *place attachment*, che si è dimostrato forte in tutto il campione, seppur in maniera più incisiva in coloro di prima generazione che a Taranto vi hanno vissuto.

Il «culto della nostalgia» espresso nei confronti della famiglia e del paesaggio è il motore principale del turismo delle radici: tutti gli intervistati hanno infatti svolto almeno un viaggio verso Taranto, dimostrando già così il potenziale turistico scaturito grazie alla volontà di ripercorrere (o scoprire) le proprie radici culturali. Nonostante ciò, più della metà del campione non aveva mai sentito parlare prima d'ora di «turismo delle radici» e questo probabilmente va attribuito al fatto che gli impegni istituzionali nazionali, in vista della dichiarazione del seguente anno come «Anno delle radici italiane nel mondo», sono stati rivolti principalmente a livello intercontinentale e non domestico.

Tuttavia, coerentemente agli studi teorici analizzati inizialmente, anche gli intervistati che hanno preso parte alla ricerca hanno dichiarato di pernottare perlopiù in case di parenti o amici; in alternativa, hanno optato per le seconde case (di proprietà o in affitto) o per le strutture ricettive extra-alberghiere, possibilmente il più autentiche possibili (come agriturismi, masserie o B&b...). In questo modo, il viaggio risulta essere generalmente poco costoso, se si escludono i servizi di trasporto. Per questo, specie coloro di prima generazione residenti in Italia, viaggiano frequentemente verso Taranto, magari riducendo la durata del soggiorno per via degli impegni lavorativi. Nonostante i periodi prediletti per «tornare a casa» siano il periodo estivo e le festività natalizie, si riscontra negli intervistati la volontà di destagionalizzare i flussi, anche per il desiderio di assistere alle tradizionali feste locali come la Settimana Santa, San Cataldo o Santa Cecilia. Seppur residenti fuori Taranto, infatti, i turisti delle radici continuano a stringere un forte legame con tali festività e, una loro riproposizione sul posto non farebbe altro che accentuare i sentimenti verso la madrepatria, esaltandone le note positive.

Durante il viaggio delle radici a Taranto, la maggior parte dei turisti delle radici alterna i momenti in famiglia con attività di svago tipiche del classico turista. D'altronde, anche gli studi teorici confermano che il turismo delle radici può coesistere insieme a molte altre forme di turismo che rendono in questo modo il viaggio delle radici un'esperienza ricca e variegata. Tornando al caso studio di Taranto, grazie alla versatilità dell'offerta turistica della città, i turisti delle radici godono del mare, delle bontà enogastronomiche, delle attrazioni storico-culturali e della vicinanza ad altre note e caratteristiche località come Lecce, Matera, Ostuni, Alberobello. In coloro che hanno più tempo e mezzi a disposizione, infatti, il "ritorno a casa" è spesso associato alla "vacanza pugliese" (incentrata soprattutto sul mare e sull'enogastronomia del Salento e della Valle d'Itria). A tal proposito, risulta essenziale inserire Taranto nella narrazione turistica del *brand* Puglia e del *brand* Salento: dalle interviste è infatti emerso che alcune persone (residenti fuori Taranto) non sapessero nemmeno che Taranto fosse in Puglia. Solo questo fattore potrebbe infatti favorire una nuova immagine della città, associata così non più all'Ilva ma alla Puglia e al turismo. Per promuovere ancor più un'immagine positiva della città, i turisti delle radici svolgono un fondamentale ruolo di visibilità e di promozione turistica di Taranto attraverso il "passaparola" e quelli che possiamo chiamare "souvenir enogastronomici" come taralli, friselle, formaggi, vino e olio dati in regalo ad amici e conoscenti nel nuovo luogo di residenza. Nelle indagini, infatti, si è riscontrato un sorprendente successo di soddisfazione turistica in seguito al passaparola effettuato dai turisti delle radici, che ha determinato a sua volta un ribaltamento delle aspettative che l'immaginario collettivo ha di Taranto. Emerge nel complesso che anche i *social*, oltre ad essere un valido mezzo per restare connessi alle proprie origini, svolge un fondamentale ruolo di promozione turistica attraverso le condivisioni dei turisti delle radici. Sarebbe pertanto necessario incrementare la promozione e la valorizzazione di tutti quegli aspetti che i nuovi visitatori, su consiglio dei turisti delle radici, hanno particolarmente apprezzato (e quindi l'autenticità della Città Vecchia, l'importanza storica e culturale di Taranto, la bellezza del suo mare, l'integrità naturale e la convenienza economica rispetto alle altre mete salentine più note). Al contempo si rende però necessario un intervento nell'organizzazione turistica del capoluogo jonico, specie per quanto

riguarda i servizi di trasporto per gli aeroporti regionali o per le località più frequentate dell'alto Salento e dell'entroterra. Inoltre, nonostante la questione ex Ilva non abbia particolarmente influenzato il ritorno a casa dei tarantini emigrati e delle relative generazioni, una valorizzazione naturalistica della città sarebbe opportuna per riqualificare e allargare l'offerta turistica di Taranto.

Tuttavia, come osservato nel capitolo 3.2.6, l'intenzione iniziale dimostrata da alcuni intervistati di trasferirsi nuovamente a Taranto svanisce con il tempo e si trasforma piuttosto nella volontà di trascorrervi più tempo feriale, proprio perché la carenza di servizi impedirebbe la visione di un ritorno stabile. Eppure, si è visto come per il turista delle radici (specie di prima generazione ma anche per la successiva) sia difficile identificarsi nel termine di "turista", in quanto percepisce un attaccamento emotivo e culturale tipico del residente (nonostante non lo sia mai stato o non lo sia più). Un'apposita proposta turistica rivolta al target delle radici potrebbe infine essere ben apprezzata dagli oriundi tarantini, specie se appartenenti alla sfera intercontinentale e alle generazioni successive alla prima. Questa dovrebbe in qualche modo consentire a tutti coloro originari di Taranto di ripercorrere la propria storia ancestrale attraverso la storia millenaria della città.

CONCLUSIONI

Il turismo delle radici, seppur ancora poco noto a livello domestico, rappresenta una componente significativa del panorama turistico italiano, specie grazie alla ricca storia di emigrazione e alle profonde radici culturali che caratterizzano il Bel Paese. Per questo, le politiche locali e nazionali stanno progressivamente riconoscendo il valore dei viaggiatori delle radici, implementando iniziative volte a facilitare il loro ritorno e a valorizzare i luoghi di origine. Rappresentando un ponte tra passato e presente, il turismo delle radici consente non solo di soddisfare un bisogno personale di identità e appartenenza, ma contribuisce anche allo sviluppo sostenibile delle aree rurali e meno conosciute del Paese, specie dal punto di vista socio-culturale.

La ricerca, focalizzata principalmente sul target domestico delle radici e di prima generazione, ha messo in evidenza diversi elementi che favoriscono il potenziale sviluppo turistico di Taranto, specie grazie al ruolo di *destination ambassadors* svolto dagli stessi turisti delle radici. Il capoluogo jonico, infatti, possiede tutte le potenzialità per trasformarsi in un esempio virtuoso di come le città possano rinascere attraverso la valorizzazione del proprio patrimonio e delle proprie tradizioni. Il turismo delle radici può infatti essere colto da Taranto come mezzo per riscoprire e valorizzare la propria identità culturale, divulgando al mondo il proprio patrimonio inesplorato tramite una lente nuova e diversa da quella industriale. I turisti delle radici, infatti, attraverso il passaparola positivo e la promozione spontanea della città (anche tramite i *social media*), consentono di divulgare altrove un'immagine di Taranto diversa dall'immaginario collettivo legato all'ex Ilva e piuttosto incentrata sugli aspetti che più la rendono unica, come la sua storia, il suo mare, le sue pietanze, le ricchezze archeologiche, le tradizioni locali e molto altro ancora. È stato sorprendente analizzare la straordinaria efficacia generata dal semplice passaparola, che ha spinto un gran numero di amici e conoscenti dei turisti delle radici a visitare la Città dei Due Mari. Più volte nel corso della ricerca è stato conferito pregio agli attrattori culturali, alle festività locali e al settore enogastronomico di città e provincia. Tali risultati andrebbero dunque a

confermare la possibilità di promuovere Taranto attraverso diverse forme di turismo che, legate al valore aggiunto del *brand* Puglia e del *brand* Salento, renderebbero la Città dei Due Mari una meta sicuramente attraente per tutti coloro alla ricerca di autentiche mete alternative.

Tuttavia, va al contempo ribadito che per poter osservare una vera rinascita turistica di Taranto, fondamentale è la risoluzione di tutti i problemi legati alla carenza di servizi e di organizzazione turistica, risultata spesso inadeguata attraverso le risposte degli intervistati. Inoltre, la questione ex Ilva continuerà inevitabilmente ad ostacolare il destino, anche turistico, della città. Ad ogni modo, il contributo perlopiù positivo svolto dal turista delle radici può generare un turismo più consapevole nei confronti di Taranto, che al tempo stesso può puntare a valorizzare il proprio patrimonio naturale e faunistico per far conoscere alle persone una sua versione più *green* e attenta all'ambiente.

Per poter sfruttare a pieno il potenziale del turismo delle radici è necessario un impegno concreto da parte delle istituzioni locali, delle associazioni culturali e degli operatori turistici nel creare itinerari personalizzati, organizzare eventi culturali e promuovere le diverse storie familiari. Questo risulta importante soprattutto per attrarre coloro appartenenti al target internazionale o a generazioni successive alla prima che, per via del diverso attaccamento emotivo alla città, percepiscono il viaggio delle radici in maniera diversa e meno accentuata. Infatti, si ribadisce che la seguente tesi ha analizzato in particolar modo il turismo delle radici domestico generato dai tarantini di prima generazione. Per poter comprendere al meglio i diversi comportamenti dei turisti e le vere potenzialità del turismo delle radici, sarebbe auspicabile che ulteriori ricerche future indagassero questo fenomeno turistico a Taranto in contesti intercontinentali, specie nei confronti degli oriundi del capoluogo jonico. Al tempo stesso, la poca conoscenza dimostrata dai turisti domestici riguardo al turismo delle radici richiede una più marcata pubblicizzazione del tema anche a livello nazionale, vista la maggiore frequenza e vicinanza al territorio.

Con adeguate strategie di sviluppo e promozione, il turismo delle radici può anche tramutarsi in opportunità demografica, oltre che turistica e di visibilità, per tutte

quelle località a rischio spopolamento. Taranto (in particolar modo la Città Vecchia), pur essendo una città, rientra tra le località soggette a un netto calo demografico e dimostrerebbe quindi un valido ampliamento del raggio di azione del turismo delle radici. Il motore di questo turismo, infatti, è principalmente il *place attachment*, oltre che l'attaccamento alla famiglia. Si è studiato come il legame affettivo con i luoghi possa influenzare positivamente la qualità della vita in una determinata località, promuovendo un senso di appartenenza, identità e sicurezza tale da sfociare nella cosiddetta *lifestyle migration*. È tuttavia importante evidenziare che, per riscontrare un effettivo giovamento demografico generato dal turismo delle radici, è bene prima garantire un alto livello di soddisfazione per i residenti, migliorando la qualità di vita attraverso apposite strategie mirate a sopprimere disservizi vari, carenze di collegamenti e di infrastrutture e pulizia della città. Azioni come queste, se efficaci, avrebbero infatti il potere di consolidare nuovamente un rapporto di fedeltà con coloro che hanno lasciato Taranto, specie appartenenti alla prima generazione, convincendoli a tornare definitivamente “a casa”. Solo in questo modo il turismo delle radici può essere efficace in una rinascita demografica di Taranto, che ad oggi risulta ancora poco possibile per i turisti delle radici.

Personalmente parlando, lo studio in questione mi ha permesso di approfondire e accentuare il legame con Taranto, città d'origine dove vive la mia famiglia. Ascoltare il vissuto altrui, nel quale ho avuto talvolta modo di immedesimarmi, mi ha consentito di condividere un sentimento di “vicinanza emotiva” con tutti gli intervistati, e quindi con tutti i turisti delle radici. Ancor più significativo è stato per me ascoltare i racconti di genitori e nonni di Taranto, i quali mi hanno permesso di immaginare i possibili sentimenti e le possibili emozioni vissute da persone a me care. Dopodiché, fondamentale per la ricerca è stato il prezioso e indispensabile contributo degli intervistati che, attraverso le loro testimonianze, hanno fatto trapelare soluzioni personali utili ad arricchire l'esperienza turistica (e non solo) offerta da Taranto. In particolare, coloro appartenenti alla prima generazione hanno fornito suggerimenti e considerazioni circa le reali condizioni di vita a Taranto, a me solo in parte immaginabili. Dunque, è stato dimostrato in maniera diretta quanto lo studio del vissuto, del comportamento e dei bisogni dei turisti delle radici sia

fondamentale per intraprendere una qualsiasi iniziativa a loro rivolta. Inoltre, in ogni intervista è emersa in maniera preponderante la grande speranza che tutti i tarantini (siano essi di prima o seconda generazione) nutrono nel possibile futuro alternativo della città, troppo a lungo discriminata e umiliata.

In conclusione, il turismo delle radici a Taranto rappresenta un'occasione per riscoprire, preservare e promuovere la reale identità culturale della Città dei Due Mari. Con un impegno continuo da parte delle istituzioni e delle comunità, il turismo delle radici può diventare un pilastro importante della strategia turistica tarantina e non solo, rafforzando il legame tra passato e presente e costruendo un ponte solido verso il futuro. Investire in questo settore significa non solo attrarre nuovi flussi turistici, ma anche rafforzare il legame tra le generazioni passate e quelle future, contribuendo alla costruzione di una comunità più coesa e consapevole delle proprie radici.

RINGRAZIAMENTI

Le prime persone che tengo a ringraziare non possono che essere mia mamma e mia sorella, Fede. È solo grazie a Voi che ho potuto raggiungere questo traguardo così significativo per il mio futuro, e non posso che esservene grato. Grazie per essermi state vicino con il vostro Amore nei miei momenti di gioia e nei miei momenti difficili vissuti in questi tre anni e nel resto della mia vita.

Mamma, ringraziarti attraverso poche parole non penso sia possibile. Voglio soltanto dirti che sono orgoglioso di avere la donna più forte dell'universo come madre e non smetterò mai di ringraziarti per tutto quello che hai fatto per me e Fede.

Fede, innanzitutto grazie per il fondamentale supporto che mi hai dimostrato in questi tre anni di università: dall'immatricolazione alle frequenti revisioni della tesi. Se ho raggiunto questo risultato è anche grazie a te. Sei il mio punto di riferimento e lo sarai per sempre. «Ci sarò *sempre* per te, ogni qualvolta lo vorrai».

Voglio poi ringraziare tutti quei parenti che mi sono stati vicini (anche se geograficamente lontani) in questi anni di studio: grazie a tutti coloro che mi hanno suggerito spunti per la tesi o persone da intervistare. Un ringraziamento particolare va a Nonno Peppe che, fino ai suoi ultimi giorni, mi ha nutrito di orgoglio attraverso il quotidiano interesse nei confronti di questa tesi, a lui cara e in parte dedicata.

Altro ringraziamento speciale va agli straordinari amici che mi hanno accompagnato in questa carriera universitaria, in particolar modo Nora, Tanya, Giada, Leila ed Anna. Grazie per avermi supportato e sopportato, specie in giornate grigie e prive di sonno. Il ringraziamento è poi esteso agli amici che mi accompagnano da sempre, chi dalle scuole medie, chi dalle superiori. La vostra presenza è fondamentale nella mia crescita e nel mio futuro. Vi voglio bene.

Non potevo che ringraziare anche Taranto, la città che amo e al quale futuro spero di aver contribuito positivamente. Un sentito grazie va anche a tutti i tarantini che hanno partecipato alla ricerca, rendendosi disponibili alle interviste e quindi fondamentali per la buona riuscita della mia tesi. Grazie!

Vorrei ringraziare poi la Professoressa Castiglioni per la Sua gentilezza, la Sua professionalità e la Sua disponibilità dimostratami durante la stesura di questa tesi.

Infine, un ultimo ringraziamento speciale va a te, Papà. Tu che, fin da piccolo, attraverso le visite a castelli e borghi antichi mi hai trasmesso l'amore per la cultura e il turismo. Dedico a te tutto il mio grandioso percorso universitario e spero che, dovunque tu sia, possa essere orgoglioso delle scelte da me intraprese e dei risultati raggiunti. Sono grato per l'Amore quotidiano con il quale mi hai cresciuto insieme a mamma e Fede e sono grato per i Valori che mi avete trasmesso: se oggi sono quello che sono, è merito Vostro. Vi amo.

BIBLIOGRAFIA

AA.VV., *Taranto. Guida ai sapori e piaceri*, collana “Le Guide di Repubblica”, Roma, Gedi, 2020.

ABBASIAN S. & MÜLLER D., “Displaced diaspora second-home tourism: an explorative study of Swedish-Iranians and their second-home purchases in Turkey” in *Tourism*, 67(3), pp. 239-252, međunarodni znanstveno-str, 2019.

ADDA M., *Taranto e la sua provincia: turismo, storia, arte, folklore*, Bari, Mario Adda Editore, 1980.

BACKER E., “VFR tourism – the forgotten tourism phenomenon. Issues and Developments in Tourism Futures” in RICHINS H. (ed.) *Proceedings from the Second National Conference on Tourism Futures – Sustainable Growth, Strategic Alliances and Positive Futures in Challenging Times*, pp. 1-12, 2003.

BENETTI S., GAMBA S., “Quale futuro per il turismo di Taranto?” in *Annali del turismo*, Novara, Geoprogress, pp. 119-132, 2022, <https://hdl.handle.net/11579/159662>

BENETTI S., GAMBA S., GRASSO M., “Taranto: a flickering landscape of illusory progress, vanished hope, and invisible beauty”, in *Landscape Research*, 48(8), pp. 1054-1072, 2023, <https://doi.org/10.1080/01426397.2023.2211022>

CASTILLO ARREDONDO M., RODRIGUEZ ZAPATERO M., L. PÉREZ L., “Motivations of educational Tourists in Non-English-speaking Countries: The Role of Languages” in *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), pp. 437-448, 2017.

CONFCOMMERCIO, *Turismo delle radici: approfondimenti sulle dimensioni e caratteristiche*, 2023, www.confcommercio.it/documents/20126/2460756/Turismo+delle+radici+-+Approfondimenti+sulle+dimensioni+e+caratteristiche.pdf

D'AURIA C., *Taranto. La città dei due mari*, s.l, Posa Edizioni, 2018.

ENIT, *Il turismo delle radici*, 2022,
https://www.enit.it/storage/202210/20221020160820_mer%20il%20turismo%20delle%20radici.pdf

ENIT, *Il turismo delle radici*, 2024,
https://www.enit.it/storage/202402/20240219131136_il%20turismo%20delle%20radici%20-%20bit%202024.pdf

FERRARI S., NICOTERA T., *Primo rapporto sul turismo delle radici in Italia. Dai flussi migratori ai flussi turistici: strategie di destination marketing per il “richiamo” in patria delle comunità di italiani nel mondo*, Milano, Egea, 2021.

FLACK W., “American Microbreweries and Neolocalism: “Ale-ing” for a Sense of Place” in *Journal of Cultural Geography*, 16(2), pp. 37-53, 1997,
<https://doi.org/10.1080/08873639709478336>

FONDAZIONE MIGRANTES, *Rapporto italiani nel mondo 2023*, s.l., Tau Editrice, 2023,
https://www.migrantes.it/wp-content/uploads/sites/50/2023/11/Sintesi_RIM2023.pdf

GABRIELI M., ARDITO A., BOBADILLA M., *Guida alle radici italiane. Un viaggio sulle tracce dei tuoi antenati*, Guagnano (LE), Congedo Editore, 2019,
www.raizitaliana.it/wp-content/uploads/guias/GUIDA_ALLE_RADICI_ITALIANE_IT_EN.pdf

GABRIELI M., GIUMELLI R., LICATA D., SOMMARIO G., *Scoprirsì italiani. I viaggi delle radici in Italia*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2022,
<https://www.esteri.it/wp-content/uploads/2023/02/Scoprirsì-Italiani.-I-viaggi-delle-radici-in-Italia.pdf>

GALLINO T. G., *Luoghi di attaccamento: Identità ambientale, processi affettivi e memoria*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2006.

GRASSI T., *Taranto all'appuntamento con il futuro. In colloquio con la città sui traccianti del Mare*, Taranto, Antonio Mandese Editore, 2021.

GRASSI T., *Taranto. Storie di chi investe nella felicità del territorio. I seminari di cambiamento dalla Laudato si all'Agenda 2030*, Taranto, Posa edizioni, 2022.

HALL C. M. & MÜLLER, D. K., *Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground*, Clevedon, Channel View Publications, 2004.

ISTAT, *Migrazioni interne e internazionali della popolazione residente / Anno 2021*, 2023, www.istat.it/it/files//2023/02/REPORT_MIGRAZIONI_2021.pdf

ISTAT, *Il Censimento permanente della popolazione in Puglia / Anno 2022*, 2024, www.istat.it/it/files//2024/05/Focus_CENSIMENTO-2022_Puglia.pdf

MACCANNELL D., "Why it Never Really was About Authenticity" in *Society*, 45(4), pp. 334-337, 2008.

MENSAH I., "Roots Tourism" in *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, Bournemouth University Business School, UK, 2022.

PALMATÈ C., *Tavolo per il turismo Taranto*, Taranto, Stampasud, 2011.

PELUSO G., *Storia di Taranto*, Taranto, Scorpione editrice, 2008.

POTITO Q., POTITO S., "Evoluzione del turismo in Puglia nell'ambito delle politiche di sviluppo regionale" in *Regional Economy*, 7(3), 2023, www.regionaleconomy.eu/rivista/re/evoluzione-del-turismo-in-puglia-nellambito-delle-politiche-di-sviluppo-regionale/

WILLIAMS, D. R., PATTERSON M. E., ROGGENBUCK J. W., & WATSON A. E., *Beyond the commodity metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place in Leisure Sciences*, 14, pp. 29-46, 1992.

SOMMARIO G. “Il turismo delle radici: il caso del Piccolo Festival delle Spartenze, in CARRERA L., PERRI A., ROMITA T. (a cura di), *Riflessioni intorno al viaggio turistico delle radici. Esperienze, strategie e scenari post COVID-19*, Bruxelles, Editore IARC-ETQA, 2020.

SITOGRAFIA

www.camera.it/leg17/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori_testo_pdl&idLegislatura=17&codice=17PDL0040170

aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/report+rurismo+delle+radici.pdf/f0fd140e-9716-2bd8-8555-7d45a23824dd?t=1708336344727

www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2024/03/SANTANCHE.pdf

www.esteri.it/it/servizi-consolari-e-visti/italiani-all-estero/turismo-delle-radici/

www.esteri.it/it/servizi-consolari-e-visti/italiani-all-estero/turismo-delle-radici/

www.ansa.it/molise/notizie/2023/07/28/passaporto-delle-radici-aast-a-supporto-maeci_25412b1b-a5b1-437e-b125-d560fce5ae66.html

drintle.com/turismo-delle-radici/

www.tarantomagna.it/storia-taranto/origini-taranto-leggenda-taras/

www.parcogravine.com/il-parco/

www.inviaggio.touringclub.it/consigli-di-viaggio/le-spiagge-piu-belle-della-puglia-il-tarantino

www.madeintaranto.org/citri-di-taranto/

www.castelloaragonesetaranto.com/

www.madeintaranto.org/alla-scoperta-del-borgo-umbertino-taranto-storia-segreti/

www.difesaonline.it/news-forze-armate/storia/larsenale-militare-marittimo-di-taranto-compie-133-anni

www.lasestina.unimi.it/main/cultura/taranto-il-passato-per-vincere-le-incertezze-di-oggi/

www.osservatorio.dms.puglia.it/knowledge-vue/document-composite/Cruscotto_Indicatori_public

aret.regione.puglia.it/documents/34206/0/Report_Puglia_Turismo2023_BIT_24_1_ong.pdf/b413219d-c691-c811-ed93-31c10ae0dad2?t=1707131449522

www.cosmopolis.media/economia/pugliapromozione-i-dati-sul-turismo-a-taranto-nel-2023/marialaura-paletta/

www.quotidianodipuglia.it/taranto/taranto_citta_delle_crociere_634-7898668.html

www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/editoriali/1416488/presenze-oltre-il-milione-taranto-rinascita-grazie-al-turismo.html

www.quotidianodipuglia.it/taranto/castello_aragonese_taranto_record_visitatori-7863648.html?refresh_ce

www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/852896/museo-marta-cifre-ok-trentamila-visitatori-e-domenica-si-entra-gratis.html

www.corriereditaranto.it/2024/05/13/turismo-le-criticita-emerse-dagli-operatori-4/

www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/editoriali/1416488/presenze-oltre-il-milione-taranto-rinascita-grazie-al-turismo.html

www.bandierablu.org/common/blueflag.asp?anno=2024&tipo=bb

www.musei.beniculturali.it/musei?mid=5857&nome=museo-archeologico-nazionale-di-taranto-marta

www.finestresullarte.info/opere-e-artisti/ori-di-taranto

<http://www.museodiocesanoitaranto.it/>

www.apecallessinotaranto.it/

www.madeintaranto.org/festa-di-santa-cecilia-taranto/#:~:text=Festa%20di%20Santa%20Cecilia%3A%20inizia,d'Europa%20%2D%20Made%20in%20Taranto

www.robertagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2023/

www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/850189/la-puglia-sul-podio-delle-3-migliori-regioni-italiane-per-il-turismo-enogastronomico.html

www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/04/21/taranto-turismo/

www.fondazioneSlowFood.com/it/presidi-slow-food/cozza-nera-di-taranto/

www.antennasud.com/taranto-ego-festival-turismo-e-gastronomia-nuovo-modello-economico/

www.antennasud.com/taranto-ego-festival-turismo-e-gastronomia-nuovo-modello-economico/

www.tarantomagna.it/cosa-vedere-taranto/atleta-di-taranto-chi-era-davvero-eroe-millenario/)

it.wikipedia.org/wiki/Benedetta_Pilato

it.wikipedia.org/wiki/Giochi_del_Mediterraneo)

www.taranto-2026.it/storia-dei-giochi-ed-edizioni/

www.comune.taranto.it/news-in-evidenza/8190-la-bici-per-uno-sviluppo-sostenibile-del-turismo-anche-taranto-protagonista

www.linkiesta.it/2018/08/taranto-la-citta-da-visitare-dellestate-2018-nonostante-lilva/

www.rainews.it/articoli/2022/01/ex-ilva-oms-in-dieci-anni-ci-sono-state-almeno-270-morti-premature-a0ee3a0a-d347-4d08-b3b6-a753b025bd87.html)

www.comune.taranto.it/index.php/elenco-news/6366-case-a-1-euro-recupero-e-valorizzazione-edizione-anno-2023

www.edition.cnn.com/travel/article/italy-one-euro-home-taranto/index.html

www.comune.taranto.it/news-in-evidenza/3476-taranto-set-per-la-fiction-il-commissario-ricciardi-manzulli-il-cinema-leva-per-la-diversificazione

https://www.tuttosporttaranto.com/news/217547443718/la-storia-dei-quartieri-di-taranto-tamburi-tra-carusenidde-e-industria

https://www.tarantobuonasera.it/news/cronaca/37454/buon-compleanno-quartiere-paolo-vi.html

www.tuttitalia.it/puglia/64-taranto/statistiche/censimenti-popolazione/

www.treccani.it/enciclopedia/taranto/

www.tuttitalia.it/puglia/64-taranto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/)

https://www.quotidianodipuglia.it/regione/emigrazione_giovani_dati_istat_puglia_cosa_sappiamo-7192807.html?refresh_ce

<https://www.ttgitalia.com/incoming/turismo-delle-radici-le-tappe-del-roadshow-di-confcommercio-AM19626996>

<https://www.corriereditaranto.it/2024/05/13/esiste-anche-il-turismo-delle-radici/>

<https://www.daviddidonatello.it/vincitori/box-vincitori.php>

<https://lab24.ilsole24ore.com/qualita-della-vita-generazioni/giovani/>