



L'idea di Andrea Granelli e Rita Batosti per rilanciare il turismo formativo

# Così rinasce il "Grand Tour" di Goethe e Mary Shelley

**R**ilanciare l'antica consuetudine del *Grand Tour* in Italia, il "viaggio iniziatico" che i rampolli delle buone famiglie, aristocratiche o alto borghesi, usavano compiere, soprattutto nel XVIII secolo, per arricchire il loro bagaglio culturale, attingendo a quella che allora era la fonte imprescindibile del sapere, ovvero la cultura italiana. È l'idea di Andrea Granelli e di Rita Batosti, il primo fondatore della società Kanso per l'innovazione, la seconda architetto e consorte del primo, autori entrambi, appunto, del libro "Roma e il nuovo Grand Tour. Ripensare il turismo nell'era del digitale e della pandemia" (Luca Sossella Editore, Bologna 2022, pp.142, euro 10) . Nell'epoca post (si spera) virus, l'epoca del lavoro a distanza, della necessità sempre più urgente di modificare stili di vita ormai obsoleti anche perché eccessivamente inquinanti, la *slow life* italiana ha recuperato un po' del suo antico fascino. E la tecnologia, ormai matura a tal punto da consentire ai lavoratori di autodelocalizzarsi scegliendo di risiedere anche in luoghi lontani dalla sede di lavoro, consente soggiorni lunghi in paesi un tempo raggiungibili solo in occasione delle vacanze. Perché allora, è la proposta di Granelli e Batosti, non mobilitare tutti gli operatori, pubblici e privati, del turismo italiano, affinché si modifichi l'offerta italiana, affiancando ai percorsi più tradizionali, viaggi che immergano i "turisti" nel mondo dell'eccellenza italiana passata e presente, favorendo appunto lunghe permanenze nelle quali si possano apprezzare le opere dell'architettura industriale, i laboratori artigianali ormai preziosi come musei, il cibo come espressione e finalizza-

zione di una cultura antica e densa di valori?

Roma e l'Italia, secondo gli autori del libro uscito nelle librerie qualche settimana fa, «possono diventare un laboratorio permanente dell'innovazione, meta di un nuovo turismo "formativo e trasformativo" per la classe creativa globale. Un itinerario tra scuole e università, botteghe e imprese, musei, istituti delle conoscenze storiche, ambasciate dei saperi diffusi».

Il libro esce con una prefazione di Antonio Calabrò, presidente di @muscimpresa, e una postfazione di Francesco Rutelli, già sindaco di Roma. L'opera, che individua esempi di percorsi da *Grand Tour*, è arricchita in rete da un museo virtuale, una galleria di immagini che è un primo sommario viaggio attraverso le risorse creative del Paese.

«Il vero obiettivo del turismo è trasformare – spiega Granelli – e creare un'esperienza di completamento interiore o di conoscenza. Non è intrattenimento. Il problema è ricostruire dei rapporti coi luoghi, più di lunga durata, dove si costruiscono

radici che rimangono. La persona che visita un luogo mantiene così l'interazione con quel luogo, conosce persone, gli riconosce una dimensione ispirativa. Si tratta proprio di riportare al centro il turismo e la formazione mettendoli insieme, ricordando che un viaggio turistico ha l'obiettivo di formare ma la formazione non può essere fatta senza un rapporto diretto e una frequentazione di luoghi, che possono essere anche virtuali, letterari, i popoli stessi. Ma il problema è toccare con mano e meditare sul valore dei luoghi, del *genius loci*, per esempio il design dei luoghi,

dell'arredamento, del cibo, della moda».

Insomma, non solo i luoghi dell'arte, i monumenti, i ristoranti ma un'immersione totale nella cultura e nella vita italiana quale essa si manifesta per esempio anche nel mondo del lavoro.

Ci sono oggi tutte le condizioni e necessità – spiegano gli autori del libro – per rilanciare il concetto di *Grand Tour* in Italia, e la sua formula di *Bildung*, il completamento della formazione del carattere e delle competenze grazie a una espe-

rienza trasformativa. Occorrono «nuove formule di turismo – ad elevato valore aggiunto economico – che si stacchino dagli attrattori e dai picchi stagionali facendo conoscere un'Italia non minore ma complementare a quella scelta dal *main stream* e propongano formule più stanziali, capaci di creare legami più duraturi con il nostro territorio e di contenere il *footprint* ambientale; nuovi percorsi di formazione che rimettano al centro l'esperienza, l'ispirazione e la creatività contrastando la deriva dei processi formativi sempre più simili all'intrattenimento e idealmente mediati da piattaforme digitali, un nuovo racconto dell'Italia e del suo saper-ispirare e saper-fare, che metta in luce non solo le sue bellezze, la sua storia ma anche il suo contributo – forse unico – al completamento della formazione (personale e professionale) e al supporto a 360° del processo creativo».





E chissà che nuovi Goethe o Mary Shelley possano un giorno tornare a raccontare delle meraviglie di un paese che li ha arricchiti in maniera indelebile nel loro percorso di crescita umana e spirituale.