



CERRETO DI SPOLETO

“REMEDIUM ANIMARUM”

LA CURA DELLE ANIME

LA LENTA IMMERSIONE DELL' ESSERE NELL' EDEN FLUIDO, ACQUA E LUCE

Ogni abitante di Cerreto di Spoleto si porta dentro i Geni ancestrali dei Ciarlatani, intesi come persone che possono offrire un rimedio a disagi o sofferenze.

Loro non si rendono conto di come tali capacità siano innate, finché non arriva qualcuno da fuori, un visitatore o un turista che nota come “si stia meglio solo per il fatto di respirare l'aria dei luoghi”.

Se poi bevi l'acqua cristallina, ti immergi nelle terme, cammini tra erbe primordiali, vedi lo spettro dei colori riflesso dai monti e ti lasci trasportare dal LENTO vivere in cui sei immerso... allora diventi anche tu un Ciarlatano e tutto puoi curare!



2020 / 2021

D alla soglia alla salita
Pone mente a nova jta
Ke cammino sarà tanto
Nissun conosce quanto

Semo tutte ne le ambasce
Come putti ancora in fasce
Ogni male ce sovviene
Fusse all'osse o fusse al rene

'Nite retro pe l'occasione
E famo fila in prucissione
A la cerca de lo remedio
Ke sie fine a 'sto tedio

Abbe fede et sempre pensa
A ki studia ogne scienza
Lo cercheno a tutte l'ore
Pe' sparire lo dolore

Sie ne lo posto fortunato
Ke a le cure è dedicato
Ogne corpo et ogne mente
Po' guarire ad ogne gente

Avemo la medicina e lo trattamento
L'odore de le piante e lo vento
Lo sentore de la terra preziosa
Lo prodigio de l'acqua puzzolosa

Acqua de metallo / Acqua de cristallo...

Lo cammino / l'aria fina / lo mattino / la luce de' monti / la notte che cava li demoni
Le erbe pe' ogni sangue / le erbe pe' ogni pelle / le erbe per li cavi interni
Li strumenti pe' carpire li denti / le operazioni pe' li occhi / li trapani pe' li cervelli
Li rimedi pe' l'omo-omo / Li filtri d'amore pe' le donzelle / Li veleni pe' le socere e le cognate
Li rinforzi pe' li muli / la scesa de lo latte pe' le puerpere, le capre et ogne animale
L'arte de la bona cucina / le mejo ricette e... li tranelli pe' combatte la vicina

OGNE AMARO TRAMUTO IN GUSTO
PERCHÉ SO' DE LO PAESE JUSTO
IO DESCENDO FORTE ET LIETO
DE LA STIRPE DE... CERRETO!



Premessa

Il nostro “Sentiment” e la condivisione delle linee del MTU (Masterplan per il Turismo dell’Umbria)

Condivisione di linee di indirizzo e previsioni di azioni in comune con le altre realtà dell’area Umbra del Cratere del Terremoto che vorranno aderire.

Il territorio della Valnerina ed in particolare i comuni ed i paesi compresi nell’area del “Cratere”, interessata dall’ultimo terremoto, suscitano al visitatore una immediata sensazione di dicotomia tra la vastità e la ricchezza del patrimonio naturale, paesaggistico, urbanistico, artistico e storico e l’esiguità della antropizzazione, quando proprio la mancanza fisica di gente a vivere i luoghi.

Sembra di essere immersi in un territorio abbandonato ieri da una popolazione che vi ha vissuto fino all’ultimo in una situazione di equilibrio e rispetto con la natura e con i borghi. Ci si aspetta che da un momento all’altro qualcuno esca da una stradina perfettamente restaurata e ben custodita conducendo un asino, sul quale ha caricato la legna o l’acqua per preparare la cena.

L’altra caratteristica che pervade tutta la dimensione di queste valli è la “Lentezza”, o, per dirla all’inglese, la “SLOWNESS”, delle nubi, dello scorrere dell’acqua, del passo degli animali e del nostro respiro, che riusciamo finalmente a percepire.

Non ci rendiamo conto che siamo noi che viviamo normalmente in modo “accelerato” rispetto ai ritmi naturali, mentre il vero ritmo scandito dal nostro corpo e dall’eco-sistema è quello che troviamo in queste valli ed in questi borghi, aggrappati al Dio Monte ed alla Dea Acqua, qui uniti in un abbraccio vitale.

Per varcare il confine tra quello che abbiamo vissuto fino ad un attimo prima e questo mondo parallelo, dobbiamo quindi “Staccare”, fare il salto in qualcosa di diverso e che richiede qualità ed approcci nuovi, individuando così la prima caratteristica turistica che ci interessa nel “Diverso, Originale, Migliore e ISTRUTTIVO”, che ha un valore inestimabile e, comunque, anche un “PREZZO” minimo da pagare per essere vissuto e sperimentato. (Turismo esperienziale come categoria ed immagine del comparto umbro).

“Stacca da tutto e vieni da noi, pagando il... giusto”, dovrebbe essere il messaggio implicito

Quando arriviamo non “rallentiamo” necessariamente le nostre azioni, ma le “adeguiamo” alle esigenze vitali richieste dall’ambiente naturale e questo aspetto è già un “VANTAGGIO” che genera “BENESSERE” di per sé.

Possiamo poi unire tutte le altre possibili attività che si possono praticare in zona, come quelle SPORTIVE, di ricerca CULTURALE, BOTANICA, STORICA e ARTISTICA, di pratiche SALUTISTICHE e CURE TERMALI, ma, soprattutto e cosa ancora non individuata da nessuno studio sulle caratteristiche turistiche in Umbria, di **CONVIVIALITA’** e ricostruzione del **“RAPPORTO UMANO”**, sia con gli abitanti dei luoghi che tra gli stessi visitatori o turisti.

Il fatto che il territorio si presti ad attività individuali non vuol dire che le persone debbano essere sempre separate o che parlino solo con gli uccelli. Dopo un bel discorso intavolato con un Tasso o con un Sambuco, dal quale abbiamo imparato alcuni segreti della montagna e degli uomini presenti e passati, potremmo condividere le informazioni ricevute con altri, confrontarci e gustare insieme il “benessere” ricevuto, diventare conduttori di **“SCIENZA DELLA NATURA”** e **“MODO DI ESSERE COMPATIBILI CON L’AMBIENTE”** per fare stare bene se stessi e gli altri.

Ritourneremo così da questi luoghi “migliori” e con doni incredibili, che ci hanno arricchito, con esperienze a cui abbiamo partecipato e persone che abbiamo coinvolto nel nostro nuovo mondo di conoscenza.

Saremo stati **attori del nostro “stare” e cittadini del luogo per tutto il tempo della permanenza.**

Il turismo si svolge anche nel mangiare e nella ristorazione in genere, nel condividere alloggi particolari, nel partecipare a rievocazioni storiche e nell’ascoltare i racconti degli abitanti.

Un **abitante pro-tempore** del territorio si interessa anche delle attività produttive presenti e delle industrie, se ci sono, che lo caratterizzano.

Quindi, cosa proporre per indurre un visitatore a **soggiornare più a lungo, sperimentare più attività** e migliorare i **dati di permanenza e di spesa medi del turismo in Umbria, nella Valnerina** e in queste zone del Cratere in particolare?

Il progetto che stiamo sviluppando deve, obbligatoriamente, giungere alla conclusione di un beneficio economico finale, di una “OFFERTA” particolare, che sia sperimentabile e “ACQUISTABILE”, altrimenti faremmo del puro volontariato filantropico e NON CE LO POSSIAMO PIU’ PERMETTERE!

Seguendo queste indicazioni, facciamo notare come molte iniziative presenti sul territorio umbro scambiano il mezzo con il fine, nel senso che la frenetica corsa alla innovazione tecnologica porta molti a scegliere l’uso di APP, geolocalizzazioni e mappature come elemento che contraddistingue in modo esclusivo la costruzione del percorso turistico o, in alcuni casi, con il suo scopo.

Chi, per esempio, usufruisce della realtà aumentata ha un beneficio informativo parallelo, ma non esaustivo di per sé, altrimenti tutti se la scaricherebbero sul proprio computer a casa, senza mai recarsi nel luogo interessato a sentire l’aria, l’odore, la fatica, il racconto, la variazione e l’impressione del momento, che nessun mezzo di riproduzione potrà mai dare.

Molto più efficaci sono **l’interpretazione artistica, letteraria, poetica, fotografica, pittorica e scultorea, la teatralizzazione, la riproduzione cinematografica** e qualsiasi altro mezzo tecnologico che tenda a creare un modello comportamentale riproducibile dall’astante o **che stimoli più sensi esperienziali**.

In tal modo si coinvolge il potenziale turista nella emulazione e nella costruzione del percorso parallelo e di eventuale condivisione con altri, che mirano alle stesse emozioni.

Il **video condotto da una figura “simbolo”** è il mezzo più efficace tra quelli citati, mentre la condivisione ha la sua massima espressione in **concorsi, contest e fornitura di elaborati** da parte degli stessi visitatori o di persone ed artisti che provengono da “Fuori”, interpretando il “come ci vedono” e il “come ci sentono”.

Altri puntano su “grandi eventi”, che risultano frequentati e promozionati più tra gli abitanti del posto e della regione che tra i possibili visitatori o turisti “paganti”, conducendo all’effetto diametralmente opposto a quello voluto, che sarebbe di creare un gancio di immagine e riconoscimento tra chi non conosce l’offerta e non tra chi già la vive e sperimenta.

Ogni commento è vano se non si capisce che, prima di confezionare la scatola, il mezzo di illuminazione o di trasporto, bisogna avere il “COSA” inscatolare, trasportare o illuminare, ovvero un **buon prodotto turistico fruibile ed acquistabile**.

Naturalmente, dopo, un buon servizio tecnologico può aiutare ed è comunque essenziale, ma “poi”, non prima!

La carenza dei servizi di accesso alle attività turistiche ha un punto di estrema **debolezza nei trasporti**, per i quali dovrebbe essere organizzata una piattaforma di fruizione e creazione del percorso, dedicato alla meta prescelta, anche su richiesta.

Questa sarebbe la prima azione di intervento da considerare per l’uso delle tecnologie avanzate, oltre alle classiche campagne promozionali o di booking.

Ultima considerazione che vorremmo proporre è la questione della identificazione e della originalità del prodotto turistico. L’Umbria e **la Valnerina** sono deficitarie proprio di una immagine precisa e riconoscibile riguardo alle caratteristiche territoriali e per questo aspetto l’unica azione produttiva da mettere in campo è il “RACCONTO” (STORY TELLING) dedicato, accanto all’offerta di “PERCORSI EDUCATIONAL” o informativi per gli operatori del settore. Qualsiasi pubblicità generalista televisiva, cartellonistica o in rete va a confondersi con le miriadi di altre offerte simili e con BRAND già conosciuti o affermati (vedi Tuscany, Romagna, Marche, Puglia, Sicilia, Sardegna, ecc.), facendo passare l’idea che l’Umbria e la Valnerina sono “simili” o parallele ai sistemi turistici tradizionali delle grandi città d’arte o delle destinazioni tematiche, come la montagna o l’evento sportivo.

La Valnerina e l’Umbria sono fattispecie completamente diverse ed hanno un **pubblico potenziale completamente differente**, per cui non possiamo adottare le stesse campagne promozionali degli altri, ma **imporre la nostra particolarità al corrispondente pubblico “particolare”**, che, infatti, non ci trova mai, o con difficoltà, nei canali “alternativi” a quelli dei grandi flussi, come le piattaforme dedicate allo “Slow” o ai prodotti tipici o agli stili di vita “sostenibili”.

Il rischio è quello di offrire una bellissima escursione ad Assisi o Norcia a persone che le identificano come vicine o complementari al “MUST” di Firenze, Riviera Romagnola o Roma stessa.

Il risultato è che tanta gente verrebbe a farsi l’intervallo tra le destinazioni scelte come permanenza, ristorazione ed interesse primario, non spendendo neanche un euro nella nostra regione.

Firenze, Roma e il mare dovrebbero diventare la destinazione secondaria rispetto alla Valnerina ed all’Umbria e non l’inverso e questa non è utopia, ma quanto richiesto dal mercato.

Una nostra ricerca evidenzia come le particolarità del nostro territorio siano basiche rispetto allo “spot” della grande città o del bagno di folla, intese come transitorie e raggiunte dalla “Casa Turistica” a propria misura, cioè l’Umbria e la Valnerina.

Per queste ragioni la Valnerina e l’Umbria dovrebbero essere la “permanenza”, la “ristorazione”, ma, soprattutto, **“l’INTERESSE TURISTICO PRIMARIO” o “IDENTITARIO”**, che dovremmo confezionare ed imporre come un **BRAND**, anche attraverso progetti come questo.

Fatto quanto sopra, si passerebbe poi a risolvere il problema dei trasporti, della comunicazione, del miglioramento delle strutture ricettive, ecc. (Puoi avere il miglior albergo di questo mondo, con mega piscina e spa, ma, se non hai il motivo di permanenza, il turista va alla spa di Mosca o di New York vicino a casa sua, spendendo meno).

Ebbene, andiamo a fare una panoramica sulle infinite ricchezze già presenti sul territorio di **Cerreto di Spoleto...**