

30 giugno 2023

Trasporti a misura di turista

di **Roberto Calise**

SEGUE DALLA PRIMA

Prescindere da quanto avvenuto sul campo, Napoli aveva già vinto un suo scudetto. I successi calcistici hanno coronato il momento eccezionale che vive la città. L'estetica di Paolo Sorrentino, le serie Tv tratte dai libri di Elena Ferrante e Maurizio de Giovanni, la sigla di Mare fuori cantata in ogni dove, i tormentoni social dei The Jackal, la musica di Liberato e Geolier o i testi di Davide Petrella che vincono Sanremo, la modella Emily Ratajkowski fotografata con la maglia azzurra, Sting che suona per i carcerati di Secondigliano, lo scultore Jago con il suo nuovo museo alla Sanità, i Coldplay che riempiono lo stadio omaggiando Pino Daniele. Perfino il prossimo film del due volte Premio Oscar Denzel Washington sarà ambientato — anche — all'ombra del Vesuvio (*The Equalizer 3*, franchise da 400 milioni di dollari), come ricordato su queste pagine da Michelangelo Iossa. Insomma, Napoli è un *place to be* che con la sua estetica attira frotte di turisti. Il loro arrivo si basa principalmente su tre fattori, che è utile mettere in fila ricostruendo gli anni recenti.

continua a pagina 13

In primis, il superamento dell'emergenza rifiuti e la fine della guerra di camorra narrata in Gomorra di Roberto Saviano: vicende che avevano marchiato a fuoco l'immagine della città. Nel mentre, cambia il mondo. Si entra nell'epoca di internet 2.0 e della new economy: la seconda chiave di volta. Tripadvisor, Booking, Airbnb hanno rivoluzionato il turismo. Chiunque ha una casa da affittare o un prodotto/luogo da sponsorizzare all'improvviso si ritrova un marketplace globale. I social acquistano poi un peso a sé. Le immagini di cibo, bellezze, divertimento che circolano su Instagram o Tik Tok spingono gli under 40 a viaggiare verso posti definiti da un apposito neologismo: instagrammabili. Tutto ciò non sarebbe stato possibile senza il terzo fattore, quello trasportistico. L'alta velocità ferroviaria ha creato un nuovo mercato. Oggi è considerato normale saltare su un treno a Milano e fare un weekend a 800 km di distanza, magari per celebrare uno scudetto: qualcosa di impensabile fino a pochi anni fa. Come era irrealistico immaginare un aeroporto con voli diretti per più di 100 destinazioni, 11 milioni di passeggeri l'anno e ormai quarto scalo del Paese. No, a Napoli non si viene a prescindere perché è bella. Lo si fa perché è diventata cool, e raggiungibile grazie ad apposite politiche. Il progresso di ferrovie e aeroporto si inserisce infatti nel disegno delle reti transeuropee TEN-T, promosse dall'Unione Europea per connettere gli Stati e svilupparne l'economia. Arrivati in città, il nodo è dunque la qualità dei servizi come pulizia e trasporti. La mobilità fa quotidianamente enorme fatica, con orari di esercizio imbarazzanti: il caos post-concerto dei Coldplay ne è stata la triste riprova.

Inoltre, non è pensata per ingenti flussi turistici. Un esempio è la recente riapertura della seconda uscita della stazione Toledo, a Montecalvario: realizzata per avvicinare i Quartieri Spagnoli alla metropolitana, oggi nei fatti serve per i visitatori della più popolare fra le recenti attrazioni turistiche, il murales di Maradona. Con l'arrivo di tanti forestieri poco pratici della città, la qualità dell'informazione acquista grande importanza. Una chiara segnaletica di linee e stazioni, mappe unificate del sistema dei trasporti, una bigliettazione più semplice e smart: aspetti su cui si è in ritardo. Fanno impressione i numeri diffusi dall'azienda trasporti di Milano, con il boom dei biglietti a bordo bus pagati col bancomat. Cosa ormai diffusa anche nella sgangherata Roma. A Napoli questa possibilità è limitata solo ad alcune linee su ferro, ed è poco pubblicizzata: se ne vanifica l'utilità se gli utenti non sanno che esiste. Le file interminabili alle emittitrici, quando presenti e se funzionanti, sono eloquenti. Eliminare il ticket cartaceo nella regione con uno dei tassi di pagamenti elettronici più bassi d'Italia (secondo il rapporto 2023 di Ambrosetti sul cashless) non è però possibile. Sono necessarie quindi più macchinette, al pari di obliteratrici efficienti e tornelli anti-scavalco. Nel complesso, è necessario pensare alla mobilità come un sistema unico superando gli steccati delle singole aziende e istituzioni, investendo in comunicazione sia fisica (alle fermate, sui mezzi) che online a beneficio di tutti: cittadini e turisti. In un mondo che cerca Napoli su internet e sui social, i trasporti locali non hanno neanche decenti siti e pagine ufficiali. Esempi positivi in questo campo ve ne sono, perché non prendere ispirazione?

© RIPRODUZIONE RISERVATA