

La città dei ragazzi di Unindustria? «Digitalizzata. Si vende nel mondo»

► Sensi confermata a capo del gruppo giovani imprenditori

LE PROPOSTE

Prendere spunto, e forza, dalla tragedia della pandemia per ripensare e lanciare Viterbo quale meta del turismo italiano. Non è solo l'ambizione, e le radici che pure contano, a spingere Alessandra Sensi a reiterare la ricetta su come far rivivere il centro storico. E tutto il capoluogo.

L'imprenditrice della famiglia che da decenni gestisce le terme comunali, 31 anni, è stata appena riconfermata alla vicepresidenza del Gruppo giovani imprenditori di Unindustria del Lazio: un nuovo triennio, «un grande onore e impegno per terminare il lavoro iniziato, con progettualità ed esperienze, e che purtroppo la pandemia ha interrotto». L'attenzione è sui territori: «Il nuovo presidente Corrado Savoriti ha scelto di mantenere le stesse guide del precedente mandato. Nel gruppo giovani di Unindustria ci sono circa 400 persone, un discreto numero che porta avanti proposte trasversali da tutta la regione. Ogni provincia - spiega Sensi - spinge le proprie peculiarità, marciando però compatti a livello regionale. Perché uniti anche ad altre categorie di giovani abbiamo maggiori possibilità di successo. Anche a Viterbo si sono avvicinati tanti nuovi giovani, siamo raddoppiati. Con Unindustria in questa fase è stato come avere un faro in mezzo alla nebbia; pensiamo a tutti i decreti usciti, le limitazioni per i nostri settori».

Progettualità, si diceva. Nel precedente triennio Viterbo ha ospitato l'Assemblea nazionale dei giovani di Confindustria, una due giorni di solito rivolta

alle grandi città. «Invece abbiamo insistito per farlo qui e i risultati sono stati di grande soddisfazione, portando sul territorio circa 300 persone e mobilitando hotel e ristoranti di tutta la città. Non solo: al termine abbiamo lanciato l'idea di Viterbo Capitale europea della cultura 2033, subito raccolta, e che noi continueremo a spingere anche in questo nuovo mandato».

Nuove o vecchie tematiche allo studio? «Per Viterbo - riprende Sensi - abbiamo deciso di insistere sul turismo, settore che coinvolge infrastrutture, strade, ferrovie, ma anche porti e aeroporti. Perché la città può vivere con il turismo anche da Civitavecchia e da Roma, se ben collegata». L'obiettivo è portare qui flussi di persone per più giorni, «favorendo una spesa pro-capite più alta, perché poi il turismo coinvolge e alimenta tutta l'economia di un territorio». Ma in questa visione come si fa con i tanti problemi della città, più complicati oggi dal Covid? La crisi del centro storico...

«Il turismo è dentro le mura, nella storia della nostra città. I giovani hanno un modo di vedere il lato positivo della storia: Viterbo ha tante problematiche che possono essere i nostri punti di forza. Come la riqualificazione del centro, ma anche con la digitalizzazione integrale per trasformare qualcosa che può essere attrattivo sul risvolto economico. La Capitale europea della cultura non va inteso come evento solo in senso stretto: spazio a libri e teatro sì, ma anche cultura del vivere, del bello, del vedere un centro storico curato,

farne un hub per la mobilità elettrica. Città così piccole favoriscono la digitalizzazione, i collegamenti, il ripopolamento grazie a nuove figure professionali».

Sensi ha idee chiare: «I nativi digitali ormai lavorano in qualsiasi parte del mondo, basta avere una buona connessione. Puoi amare una città come Viterbo tanto da viverci e lavorare da remoto con un'azienda di Milano o all'estero. Rendiamola bella, attrattiva, fruibile: la puoi vendere come la città che ha l'aria migliore d'Italia, che ha le terme, un incredibile lusso. La città del benessere, della salute, del mangiar bene... Vanno superati i vincoli di prima della pandemia, che ti obbliga a ripensare le cose in maniera diversa. La Macchina di Santa Rosa: perché annullarla? Puoi pensare alla diretta streaming da vedere in tutto il mondo, coi Facchini in una "bolla" come è nel calcio o altri sport. Paradossalmente sarebbe più produttivo dal punto di vista economico e quasi a costo zero».

G.Re.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**«ECCO COME RENDERE
ATTRATTIVO
IL CENTRO STORICO
E FAR RIVIVERE
L'ECONOMIA GRAZIE
AL TURISMO»**



Peso: 27%



La Macchina di Santa Rosa. In alto, Alessandra Sensi



Peso: 27%