

## Il fine ed il mezzo



**S**e il fine è quello dell'arricchimento culturale ed il mezzo per raggiungerlo è il camper, tutto ha un senso. Ma se il camper subisce un'attenzione sproporzionata al fine, c'è bisogno di fermarsi un attimo e riflettere.

Ho l'impressione che la parte commerciale, che sponsorizza il mezzo, stia correndo tre volte più velocemente rispetto alla promozione delle iniziative e dei luoghi meritevoli di interesse. Visto che il settore "tira", evidentemente non c'è grande convenienza, da parte della case costruttrici, a migliorare la sostanza dei mezzi prodotti.

Non si fa ricerca sui materiali, sulle forme, sull'ergonomia, sulla sicurezza, sui consumi, sull'unificazione dei componenti, sulla meccanica... ma, si promuove abbondantemente l'effimero ed il superfluo. Infatti, si cavalca l'onda con il risultato, da parte degli utenti, di rimanere storditi di fronte ad uno scientifico bombardamento con effetti stupefacenti, con carte patinate, con lussuose immagini, con scenografici paesaggi (magistralmente costruiti a tavolino).

I mass media, mobilitati a praticare la persuasione occulta, affilano tutte le armi possibili, per esercitare il potere di sottrarre risorse agli utenti sprovveduti.

Gli operatori economici del settore, sfornando pseudo novità, che esaltano innovazioni insignificanti, a prezzi divenuti spropositati, vendono... altro che, se vendono!

I turisti itineranti si trovano condizionati da bisogni, che si trasformano in necessità irrinunciabili, fino a quando non diventa impellente spendere, magari indebitandosi, per appropriarsi dell'oggetto del desiderio.

Mi capita spesso, in occasione di uscite con altri camperisti, di dover tollerare discussioni infinite, rivolte più alla peculiarità del camper che all'approfondimento culturale del luogo, in cui ci si trova.

Anche nei grandi viaggi spesso capita di incontrare equipaggi, che non partecipano alla stesura del programma, non approfondiscono la conoscenza dei luoghi, non sanno niente della storia locale, degli abitanti, delle tradizioni, non aprono una carta topografica e spesso non hanno cognizione specifica dell'itinerario.

Devo dire che gli stessi, però, forse perchè consapevoli della loro carenza, sono quelli più attenti a non rimanere indietro ed, a proseguire a puntate, defaticanti cognizioni, ma sempre e solo sul mezzo.

Questi improvvisati turisti, in nome della nuova moda chiamata "camperismo", macinano migliaia di chilometri con il risultato di avere esclusivamente ed inutilmente sprecato risorse personali e collettive. Se altrettanto impegno si spendesse sul fronte del "fine", ce ne sarebbe abbastanza per diventare turisti itineranti a pieno titolo, perlomeno più consapevoli delle potenzialità, che hanno in mano.

Purtroppo anche sulle finalità vediamo sorgere iniziative commerciali ed imprenditoriali, che finiscono per comprimere i camperisti in attività sempre più inscatolate, predefinite, senza spazio per la loro comprovata autonomia, e, purtroppo, ai soliti prezzi ingiustificati.

Per le associazioni queste problematiche potrebbero assurgere a nuova sfida, per riscoprire il valore del camper e le sue potenzialità, specialmente a favore delle piccole comunità.

Assocampi, ha acquisito una invidiabile specializzazione, sull'aiuto alle Comunità territoriali nel loro progetto di sviluppo economico.

Lo ha dimostrato e continua in questa complessa opera di reciproca soddisfazione a far condividere le iniziative, sia ai camperisti che alle popolazioni locali, utilizzando il turismo itinerante come mezzo.

Pasquale Zaffina  
Presidente dell'ASSOCAMPI  
[archzaffina@tin.it](mailto:archzaffina@tin.it)