

**Società.** L'afflusso massiccio di viaggiatori ha in molti casi effetti negativi sulla vivibilità. Ora le mete più gettonate del Mediterraneo fanno rete. Le proposte dell'Organizzazione mondiale

# TURISMO insostenibile?

## Una guida per salvarci

LEONARDO SERVADIO

**T**ourists go home! Turisti andatevene! «È una delle scritte comparse sui muri di Venezia e di Barcellona. L'afflusso dei turisti per molti è diventato un peso eccessivo - spiega Chiara Rabbiosi del Centro Studi Avanzati sul Turismo dell'Università di Bologna - perché provoca un aumento dei costi immobiliari e viene visto come motore di precariato in ambito lavorativo». È il turismo insostenibile: un fenomeno per rispondere al quale a fine aprile 2018 è nata la rete Set (Sud Europa di fronte alla Turistizzazione): da Valencia a Venezia, da Lisbona a Malta molte città stanno cercando di correre ai ripari per difendere identità e modi di vivere stravolti dall'arrivo di flussi imponenti di visitatori occasionali, che agli occhi dei residenti paiono simili a cavallette che, attratte dalle peculiarità del sito, finiscono per eroderle poiché le trasformano in oggetti di consumo. Eppure da tempo, almeno da quando nel 2004 è stato pubblicato il Codice dei beni culturali e del paesaggio (il cosiddetto Codice Urbani), è entrata in circolo l'idea di valorizzare i pregi artistici, paesistici, architettonici: non solo di conservarli. E che cosa c'è di meglio delle visite turistiche per favorire tale valorizzazione? I benefici economici che ne derivano sono evidenti. Non solo. «Il turismo favorisce la conoscenza tra i popoli, ha una forte valenza culturale, è fattore di mutua integrazione», chiosa la Rabbiosi. E comunque continua a crescere, a testimonianza che un numero sempre maggiore di persone desidera godere i benefici della globalizzazione: se alla fine degli anni '80 il turismo nel mondo muoveva poco più di 400 milioni di persone l'anno, venti anni dopo, alla fine del primo decennio del nuovo millennio, è arrivato a coinvolgere quasi un miliardo di persone. E, pur in questi ultimi anni assediati dalla crisi, il settore turistico ha continuato imperturbato a espandersi a una media del 4 per cento l'anno (dati della World Tourism Organization) sino a rappresentare il 5 per cento del prodotto lordo mondiale e l'8 per cento dell'occupazione, mobilitando mille miliardi di dollari l'anno: per dimensioni il quarto settore economico dopo i carburanti, i prodotti chimici e i mezzi di trasporto.

Ecco dunque un'ambiguità di fondo; da un lato è inevitabile che il turismo cresca e che sia favorito per dare valore al patrimonio culturale e paesistico (un valore non solo economico, ma anche di arricchimento della reciproca conoscenza tra popoli e di strumento capace di ampliare gli orizzonti cognitivi di ognuno); dall'altro lato i flussi che si riversano sui luoghi dotati di maggiore fascino sono percepiti come minaccia all'identità maturata nei secoli: che finisce



**INVASIONE.** Venezia è presa d'assalto ogni giorno da migliaia di visitatori. Simbolo di un turismo insostenibile

fa l'appeal degli angiporti ateniesi o delle ramblas barcelonesi, se sono percorsi da folle in pantaloncini corti e macchina fotografica trainanti rumorose valigie a rotelle? E, inoltre, quanto inquina il turismo? Già non solo nelle città, ma in luoghi impervi come il monte Fuji, il più alto del Giappone o persino sull'Everest, la cima più alta del mondo, si sono trovati depositi di spazzatura portata da folle di turisti (la Cina nell'aprile 2018 ha annunciato di aver recuperato 8 tonnellate e mezzo di rifiuti lungo le pendici di quest'ultimo).

Per rispondere a questo problema la World Tourism Organization delle Nazioni Unite, ha dato vita alcuni mesi or sono a diverse iniziative volte a promuovere tra operatori, amministratori locali e viaggiatori un

approccio rispettoso dell'ambiente; una di queste è il Global Sustainable Tourism Council che ha cominciato a individuare linee guida per informare il turismo sostenibile. «In realtà sarà un decennio che si parla di turismo sostenibile - nota la Rabbiosi - ed è un problema non indifferente. Richiede che si coinvolga la popolazione in un'opera di rispetto dell'ambiente e delle tradizioni, e che a livello di amministrazioni pubbliche si attui una saggia politica industriale: bisogna fornire servizi adatti per far sì che il territorio sia messo in grado di accogliere i turisti senza esserne svi-

Tenendo conto che, pur con tutte le difficoltà, il turismo può aiutare gli stessi residenti a guardare con occhi nuovi il proprio territorio. «Un esempio è quel che è avvenuto nella riviera di Rimini. Il turismo russo, divenuto molto cospicuo in questi ultimi anni, ha aiutato a valorizzare l'entroterra, non solo le spiagge: i luoghi e le architetture storiche, ma anche i distretti produttivi delle scarpe e del

tessile, tipici della zona. Perché anche lo shopping, al di là degli aspetti meramente commerciali, è fattore di conoscenza. Questo turismo russo nel Riminese, a differenza di quel che si possa credere, non è composto da pochi privilegiati, ma da persone di classe media che arrivano con gite organizzate». E così anche l'industria e l'artigianato locali sono valorizzati come espressione del made in Italy: non solo l'alta moda, che è uno dei fiori all'occhiello di città come Milano, Roma e Firenze.

Ergo, sotto diversi i punti di vista va riscoperta la complessità del territorio, articolato in tanti piccoli centri tutti dotati di forte radicamento storico, a differenza di quel che accadeva all'epoca del Grand Tour, che interessava solo pochi grandi centri. «La modalità turistica del Cammino, come quello notissimo di Santiago e quelli che si vanno sviluppando in Italia, come le Vie Francigene, consente non solo di migliorare la visibilità di piccoli centri periferici, ma anche di delocalizzare i flussi turistici. Dando peso alle piccole e medie realtà locali: con tutte le loro tradizioni, materiali e immateriali, incluse le feste di paese e i prodotti gastronomici tipici...». La promozione del vasto territorio, non solo dei soliti centri storici stranoti, sembra essere una delle chiavi di volta per distribuire meglio i flussi di visitatori. Se diventa insostenibile un turismo focalizzato solo su pochi luoghi, un turismo più diffuso e coinvolgente può essere la via per una nuova sostenibilità, e magari anche per riannimare piccoli centri poco noti o abbandonati.

Rabbiosi, dell'Università di Bologna: «Distribuire meglio i flussi e rendere il turismo più diffuso e coinvolgente, animando zone meno note»  
Il modello dei Cammini, la nuova visione di Rimini

### SAGGIO

#### IL TERRITORIO COME PALCOSCENICO

Chi è il turista? Una persona che desidera «fuggire dalla vita quotidiana», per quanto per periodi di tempo limitati «alla ricerca di forme di autentica alterità e insieme di realizzazione e pienezza di vita»: così scrive Chiara Rabbiosi nel libro *Il territorio messo in scena. Turismo, consumi, luoghi* (Mimesis, pagine 116, euro 12,00). Agli occhi del viaggiatore (termine con cui si nobilita la figura del turista, dato che quest'ultima accezione risulta troppo intimamente associata agli imperativi del consumo), il territorio si presenta come una «sequenza di palcoscenici su cui l'anelata autenticità è messa in scena», secondo le modalità di un *living theater*, in cui i ruoli di spettatore, regista, attore si assumono in continua interazione. Se un tempo si parlava di «city user» riferendosi a coloro che si muovono di continuo tra una città e l'altra senza sentirsi responsabili di alcuna di esse, oggi una visione più attenta e l'accresciuta dimensione dei flussi fanno sì che si possa guardare alla complessità delle interazioni che compongono l'abitare un luogo, sia da residenti, sia da transienti. Per cui i turisti divengono non solo soltanto visitatori, ma «agenti attivi di produzione dello spazio attraverso le loro performance», siano queste lo shopping, la visita a un museo, il prendere il sole sulla spiaggia o la scelta di un piatto o un vino tipico locale: sono tutti comportamenti che influenzano anche il modo in cui residenti si pongono di fronte alle attività proprie e a chi viene da lontano. Così il turismo diviene momento di incontro tra usi e lingue, scelte e culture. Occasione di vicinanza nella lontananza: luogo in cui si scoprono interessi condivisi pur nella diversità. (L.Ser)