



Una sottile linea rossa

Le presenze turistiche in Italia hanno visto nel 2017 un forte incremento, dovuto, in parte, a una situazione internazionale che ha deviato flussi di turisti stranieri verso l'Italia e al turismo interno che ha privilegiato mete nazionali a discapito di viaggi all'estero.

Ovviamente questa è stata solo una concausa e non la motivazione principale, che è invece dovuta alla enorme ricchezza di attrattori culturali, ambientali, enogastronomici e capacità di accoglienza diffusa, in particolare nei piccoli centri: genuina, calorosa e sempre più percepita e ricercata dal turista.

Non a caso i turisti preferiscono strutture ricettive caratterizzate da elementi di tipicità del contesto territoriale e la possibilità di essere accolti in queste strutture da abitanti del luogo, da qui il sempre maggior successo dei B&B, agriturismi e affittacamere, e la preferenza dei turisti inoltre privilegia strutture dove vive anche la famiglia che ospita.

Questo perché il viaggio sarà sempre più vissuto come un'esperienza umana e culturale e non solo come un momento di svago.

È innegabile che si stia sviluppando un'attenzione e una sensibilità verso un turismo sempre più "sostenibile", anche se questo termine ancora non è del tutto chiaro per molti nel suo significato più vero.

Ma definire il turismo sostenibile è cosa abbastanza semplice che può essere espressa con pochi punti base.

Il turismo sostenibile è un'attività che deve soddisfare le esigenze del turista, in termini di conoscenza, esperienza, godimento dei beni ambientali e culturali, favorendo il miglioramento della qualità della vita delle comunità locali e contribuendo a riattivare circuiti economici e occupazionali in grado di soddisfare le necessità economiche degli abitanti, ma mantenendo, senza danneggiarle, le risorse e le attrazioni che devono rimanere tali anche per il futuro, introducendo modelli di produzione, gestione e consumo più ecologici lungo tutta la filiera turistica.

In sostanza un turismo di qualità, che rispetti e ponga le comunità locali al vertice della piramide, concorrendo al loro sviluppo.

Ma il turismo va governato con capacità e coraggio, c'è una sottile linea rossa che divide un turismo apportatore di benessere ed economia per le popolazioni residenti da un turismo che annulla e distrugge gli elementi attrattori, l'identità dei luoghi, il tessuto sociale e che trasforma tutto in un teatrino, in un qualcosa di artefatto.

Basta prendere l'esempio di Venezia, presa d'assalto ogni anno da più di 30 milioni di turisti, ma ormai spopolata dai suoi abitanti. Non più una città vivente, ma solo un magnifico sfondo per i selfie.



Eppure proprio da lì arriva oggi un segnale di rifiuto della legge imperante del turismo di massa.

A dire no, sono soprattutto i giovani e lo fanno semplicemente rifiutandosi di trasformarsi tutti in rivenditori e ripetitori dell'immagine da cartolina di Venezia. Vogliono vivere una vita normale (vera), di una città normale (vera), facendo lavori normali, che, trattandosi di un luogo come Venezia, con la sua storia, le sue tradizioni e il suo contesto territoriale, tanto normali (normalizzati) poi non lo sono: gondolieri, vetrai, artigiani del merletto, maestri d'ascia, pescatori di "peoci", agricoltori che la mattina si svegliano alle 5 per portare le primizie della terraferma sui mercati della laguna. Vogliono poter abitare nella loro città e farla vivere, pagando affitti sensati e facendo la spesa nei negozi senza dover stipulare un mutuo trentennale...

La loro non è una protesta contro i turisti invasori, ma un rifiuto dell'ingordigia e della legge inumana del turismo di massa, che ti fa ricco, milionario magari, ma in cambio ti chiedere di vendere tutto. Tutto, persino l'anima!

Il messaggio che arriva dai giovani veneziani è chiaro e vale per le grandi città d'arte come per i piccoli centri: in un Paese come l'Italia non tutto può essere sacrificato sull'altare del turismo di massa, non si può trasformare tutto in immagine.

Quello che fa dell'Italia uno dei paesi più belli, ammirati e "sognati" è la sostanza, fatta di una miriade di identità locali che si esprime nell'arte, nella cultura, nelle tradizioni, nella storia, nei sapori, nella natura, nel paesaggio e che non ha eguali in tutto il mondo. Se si lascia svanire questa sostanza, trasformando le città e i borghi in paesi dei balocchi, ad esclusivo uso e consumo dei turisti, anche l'immagine a poco a poco sbiadisce...

Se vogliamo davvero che il turismo rappresenti la risorsa primaria e il futuro del Paese, dobbiamo essere coraggiosi e lungimiranti. Dobbiamo puntare su un turismo sostenibile, capace cioè di rispettare e valorizzare gli elementi di attrazione su cui si fonda, senza consumarli.

Italo Clementi
Vice Presidente Nazionale FederTrek