

Turista: croce e delizia

E' al *Grand Tour* che viene fatta risalire l'origine del turismo moderno: l'usanza dei rampolli delle famiglie borghesi di effettuare viaggi di formazione in Europa tra XVII-XVIII sec è la prima forma di turismo.

Un fenomeno che si struttura in Inghilterra: nel 1841 viene fondata la *Thomas Cook & Son*, la prima agenzia di viaggi al mondo, mentre nello stesso periodo si afferma il cosiddetto *turismo dei bagni* (con sede a Brighton) e *turismo termale* (con sede a Bath).

Negli anni '60 l'*Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO)*, inizia la pubblicazione annuale dei dati sul turismo nel mondo e calcola che nel 1975 i turisti sono 213 mln. L'Europa è la prima destinazione per arrivi con 152 mln, seguita da America (USA+Canada) con 47 mln, Pacifico-Asia Minore (7 mln), Africa (4 mln), Medio Oriente (3 mln).

Agli inizi del XX secolo l'Italia scopre la sua fondamentale vocazione turistica sul piano storico, artistico e culturale, ma anche per ricchezze naturali e ambientali. Negli anni '70 il turismo in Italia è la **villeggiatura**: i soggiorni sono concepiti come lusso e hanno una durata media di 20/30 giorni mentre i flussi risultano fortemente stagionali, e concentrati nel periodo estivo.

E' negli anni '90 che il turismo diventa un **bene irrinunciabile**, fenomeno di massa a livello globale e nel nuovo millennio, grazie all'arrivo di Internet, nasce il **viaggio auto-organizzato**, ma il calo di capacità di spesa riduce i tempi di permanenza e fa nascere le soluzioni low cost ed i viaggi "mordi e fuggi".

Nel 2018 UNWTO registra oltre 1,4 miliardi di turisti nel mondo. L'Europa è ancora la prima destinazione, con 710 mln, ma con una grande crescita delle altre destinazioni, a cominciare da Pacifico-Asia Minore (348 mln), America (216 mln), Africa (67 mln) e Medio Oriente (60 mln).

Dopo la pandemia di covid c'è un'esplosione (1,52 miliardi nel 2025), un turismo di massa che interessa tutti i paesi, tutte le classi sociali, tutte le età, tutti i periodi dell'anno. Motori di questa "esplosione" sono certamente i mezzi di comunicazione "social" con i vari "influencer", l'aumento di individui della "terza età" con tempo libero (in pensione), buono stato di salute e discreta disponibilità economica, la nascita di soluzioni di turismo a basso costo come i trasporti "low cost", l'offerta "bed and breakfast", le crociere "all-included" etc.

Ma questo incremento "esplosivo" non è senza conseguenze. Siamo nell'epoca dell'"overturismo" cioè del turismo non sostenibile, che supera la capacità dei territori e delle comunità di affrontare e metabolizzare il gran numero di visitatori. A complicare le cose c'è il fatto che questa massa di turisti non si distribuisce in modo uniforme ma tende a concentrarsi in poche zone "pubblicizzate". In Italia, ad esempio, il 70% dei turisti si concentra solo nell'1% del territorio nazionale.

Demoskopika misura da qualche anno l'Indice Complessivo di Sovraffollamento Turistico. Le prime 10 città quest'anno sono Rimini, Venezia, Bolzano, Livorno, Napoli, Milano, Trento, Roma, Verona e Trieste, mentre all'altro estremo della classifica si trovano Rieti, Benevento, Reggio Calabria, Isernia, Avellino e Campobasso.

L'Indice considera diversi aspetti, tra i quali *la densità turistica* (Rimini 17.000 e Venezia 16.000 turisti per km quadrato), *l'intensità turistica* (Bolzano, con 69 turisti per abitante, seguita da Venezia con 47 turisti per abitante), *la produzione pro capite di rifiuti urbani* legati al turismo (77 Kg per turista a Bolzano, a fronte degli appena 0,5 Kg a Benevento) ecc.

E' chiaro come questa presenza massiva di persone, che spesso transitano nella città senza neppure pernottare, generando soltanto affollamento, traffico, rumore e rifiuti provoca un forte impatto sui servizi della città e sulla qualità di vita dei residenti, con una ricaduta economica irrisoria.

Altro problema è l'offerta di *affitti brevi*, che riduce gli alloggi disponibili nelle zone centrali, l'aumento del costo degli affitti per i residenti e lo spopolamento dei centri storici. A Venezia, ad esempio, nel centro storico ci sono meno di 48.000 abitanti, un numero inferiore ai posti letto per i turisti.

Alcune realtà locali stanno sperimentando soluzioni puntuali

1. **Contingentamento:** Pompei ha limitato gli ingressi giornalieri a 20.000 per preservare il suo patrimonio archeologico. Anche la spiaggia de La Pelosa, in Sardegna, ha messo un tetto di 1.500 turisti al giorno, con un biglietto d'ingresso. Analogamente sulle Dolomiti per visitare le cime di Lavaredo è necessario prenotare un biglietto e l'idea si sta diffondendo...
2. **Regolamentazione del traffico e ordine pubblico:** Firenze, dove la pressione turistica è arrivata nel 2025 a 15 milioni di presenze, ha agito sulla mobilità, vietando i golf cart e l'uso di altoparlanti da parte delle guide nel centro storico, dove si concentra il 95% dei turisti. Sono stati assunti anche nuovi vigili urbani.
3. **Tassa di accesso:** Venezia, con il suo ticket di accesso giornaliero in determinati periodi dell'anno, è l'esempio più noto di lotta al turismo "mordi e fuggi". Anche Firenze sta valutando un intervento analogo.
4. **Regolamentazione degli affitti brevi:** In molti comuni ci sono limitazioni per l'apertura di nuove locazioni turistiche e controlli mirati sugli annunci esistenti. Molti Comuni, tra cui Milano, Roma e Firenze, vietano di installare le cassette portachiavi (key box) su suolo pubblico e ci sono maggiori controlli di polizia sugli ospiti dichiarati.

Il problema è certamente complesso poiché se da un lato il turismo crea questi problemi è certamente un fattore importantissimo sia per l'occupazione che per l'economia nazionale. D'altro canto anche per il turista viaggiare con tutte queste difficoltà rende l'esperienza meno piacevole e meno emozionante.

Correre ai ripari è ancora possibile e all'*overtourism* si contrappone il concetto di *undertourism*. Si tratta di quel tipo di viaggio che si allontana dai posti più pubblicizzati, fotografati milioni di volte, e cerca le gemme nascoste, i luoghi meno battuti dal turismo di massa alla ricerca di:

autenticità: i borghi medievali intatti, le tradizioni popolari non spettacolarizzate, le cucine locali che tramandano sapori antichi cercando una relazione vera con il luogo, senza pensare solo a scattare foto per i profili social.

tranquillità: punta tutto su paesaggi naturali integri, silenziosi e incantevoli;

supporto locale: scegliendo destinazioni minori, si contribuisce direttamente a sostenere le piccole economie locali, spesso a rischio di spopolamento ed il viaggio diventa un motore di sviluppo sostenibile, non di stress.

L'undertourism è una piccola rivoluzione, che premia il viaggio lento e combatte l'iperattivismo anche in vacanza. Vince la qualità delle esperienze che si vivono e non la quantità di foto nel telefonino. Per un turismo intelligente e responsabile si possono trovare notizie e informazioni ad esempio su www.touringclub.it, www.fondoambiente.it, www.slowfood.it, www.lifegate.it e per i più sportivi www.bicitalia.org, www.trekkingitalia.org.