



CITTADINI TEMPORANEI

Il canale Christianshavns a Copenhagen. La Danimarca punta sulla relazione visitatori-local.

Spostare l'attenzione DAI LUOGHI ALLE PERSONE

di CLAUDIO VISENTIN

Gli arrivi internazionali nel mondo erano solo 25 milioni nel 1950, oggi puntano decisi verso il miliardo e mezzo, complice un nuovo desiderio di viaggiare dopo la pandemia. Lo chiamiamo *overtourism*, ma concentrarci solo sui numeri può essere fuorviante. Il turismo del terzo millennio non è solo più grande, ha cambiato natura. È un turismo al quadrato, sempre più veloce, invasivo, sospinto dalle nuove tecnologie digitali. È un'industria globale dall'aspetto frivolo, ma in realtà terribilmente pesante, anche per l'ambiente: un aereo su due trasporta turisti. Anche i social, Instagram in particolare, non aiutano: la ricerca del selfie perfetto – sempre lo stesso, sempre negli stessi posti – riduce il numero delle possibili mete, in teoria infinite, e affolla poche destinazioni fin troppo popolari. Che fare? Nessuno ha ancora soluzioni a portata di mano.

Certo alcune strategie funzionano sempre: estendere la stagionalità, incoraggiare il ritorno dei visitatori (perché eviteranno probabilmente le zone più famose, avendole già viste), valorizzare l'identità locale. Ogni destinazione poi è diversa: le megalopoli post-industriali, come Torino o Milano (attesa alla prova delle Olimpiadi invernali), assorbono meglio le masse, così come le città dei divertimenti (Rimini per esempio). Altre faticano di più ed esplorano percorsi diversi. La Barcellona dei miracoli soffocata dai turisti (ha moltiplicato per 15 il numero di arrivi dalle Olimpiadi del 1992) punta sulla politica e per due mandati consecutivi ha eletto una sindaca anti-turismo, soprattutto nemica degli affitti brevi. Amsterdam invece ha sospeso per i prossimi anni ogni forma di promozione all'estero e nel frattempo smantella senza nostalgia i pilastri del suo

successo: basta quartieri a luci rosse, tolleranza zero per le droghe leggere e gli eccessi in genere. E tuttavia, dinanzi alla potenza di fuoco dell'*overtourism*, questi rimedi non bastano. Cosa viene dopo? Il cambiamento è prima di tutto nel modo di pensare. Se ragioniamo sempre nello stesso modo, se non mettiamo mai in discussione i principi, arriviamo poi sempre agli stessi risultati (e soprattutto commettiamo gli stessi errori). Per questo Copenhagen ha adottato una filosofia diversa: addio a un'industria turistica standardizzata, isolata dal contesto, che colonizza alcuni quartieri della città contendendoli ai residenti; addio alle visite canoniche nei luoghi da cartolina; addio allo scambio tra guadagni turistici e qualità della vita. È la fine del turismo come l'abbiamo conosciuto, ma non è la fine del mondo. Anzi, nascono nuove idee, come sciare sull'inceneritore dei rifiuti di CopenHill, un'isola a sud di Copenhagen, mentre lo stabilimento di nuova generazione brucia 400 mila tonnellate di rifiuti all'anno emettendo solo vapore acqueo. A Copenhagen lo stesso termine «turisti» è messo al bando e si preferisce parlare di «cittadini temporanei», da coinvolgere per tutto il tempo del loro soggiorno, con precisi diritti e doveri, favorendo momenti di relazione e di condivisione con i locali, i quali dopo tutto nel tempo libero vanno anch'essi nei locali, visitano musei e mostre eccetera. La differenza dov'è? Il nuovo modello sposta l'attenzione dai luoghi alle persone. Che sia questa la soluzione?

CLAUDIO VISENTIN insegna Storia del turismo all'Università della Svizzera Italiana. È l'ideatore della Scuola del Viaggio (scuoladelviaggio.it).