

IL PROBLEMA «OVERTOURISM»

di **Massimiano Bucchi**

Qual è oggi il senso dell'esperienza turistica? Se non si risponde a questa domanda non si possono trovare soluzioni ragionevoli all'affollamento delle nostre città d'arte o di altre località turistiche attrattive lungo le coste, i laghi o sulle montagne. Le modalità di fruizione attuali, soprattutto in alta stagione, non danno benefici di lungo periodo a nessuno: esasperano i residenti, rendono poco piacevole la visita agli stessi

turisti, saturano rapidamente l'offerta di alloggi, pasti e servizi che non può espandersi oltre un certo limite.

L'alternativa non è certamente un turismo elitario riservato soltanto ai visitatori benestanti. Il fenomeno del cosiddetto «overtourism» è ormai ben noto e non è un problema solo italiano.

continua a pagina 5

SEGUE DALLA PRIMA

L'editoriale

Il problema «overtourism»

Negli ultimi dieci anni il numero annuale di turisti ad Amsterdam è raddoppiato arrivando a sfiorare i venti milioni rispetto a una popolazione locale di 850 mila, rendendo spesso inaccessibili destinazioni vicine come i giardini di Keukenhof (due milioni e mezzo di visitatori all'anno).

Le strategie possibili sono di breve e di lungo periodo e includono una combinazione di regolamentazione degli accessi, almeno in alcuni periodi, e incentivi alla distribuzione tra diverse attrazioni e percorsi,

modalità di visita e periodi dell'anno. Occorre coinvolgere i principali esperti in questo campo, valorizzare le opportunità offerte dalle tecnologie, lavorare sulla comunicazione (anche i social media oggi giocano un ruolo importante nel sovrappollamento), migliorare i servizi per la popolazione residente. Serve una collaborazione tra istituzioni locali e istituzioni nazionali, poiché città e destinazioni turistiche sono un patrimonio collettivo, e un coinvolgimento degli operatori del settore. Va affrontato in modo sistematico il nodo della

regolamentazione di piattaforme internazionali come Airbnb.

Gli esempi significativi non mancano: Barcellona, ad esempio (trenta milioni di turisti all'anno, quadruplicati negli ultimi dieci anni), ha implementato ormai da molti anni un articolato piano strategico per far fronte al progressivo degrado che il turismo stava generando nella città.

Naturalmente non tutte le strategie utilizzate a livello internazionale sono applicabili alle nostre città e tantomeno a una realtà peculiare come quella di Venezia. Ma una

seria riflessione sul senso del turismo, che tenga conto delle aspettative dei diversi soggetti coinvolti e metta sul tavolo con chiarezza le opzioni disponibili, è sempre più urgente e necessaria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

di **Massimiano Bucchi**



Peso: 1-5%, 5-11%