

Un motore di cultura, inclusione e innovazione

Il turismo non è solo movimento di persone, è uno straordinario motore di cultura, inclusione e innovazione. È la manifestazione concreta della nostra sete di conoscenza, del desiderio innato di scoprire l'altro, di avvicinare distanze e di creare relazioni. Nel corso della storia il viaggio ha sempre avuto un valore simbolico e culturale: dal Grand Tour dei giovani aristocratici europei, come quello raccontato da Goethe nel suo celebre 'Viaggio in Italia', fino al turismo digitale e accessibile dei giorni nostri. Ogni viaggio è un ponte verso nuovi mondi e un dialogo con noi stessi. Oggi, in un'epoca di trasformazione radicale, il turismo sta diventando davvero 'per tutti'. La rivoluzione tecnologica e digitale, l'apertura delle frontiere culturali e sociali e l'affermazione di un turismo sostenibile e responsabile ci permettono di immaginare un mondo in cui ogni persona può accedere all'esperienza del viaggio". Comincia così, ottimisticamente, il libro "Più turismo per tutti?" (Egea) di Paolo Verri e Edoardo Colombo. Il punto di domanda rimanda alle riflessioni degli autori, che in un colloquio a due si interrogano sulle dinamiche che riguardano il fenomeno, evidenziandone gli aspetti positivi ma anche le contraddizioni: da un lato opportunità di lavoro, incontro, ric-

di
**MAURO
CEREDA**

chezza e apertura; dall'altro fonte di tensioni sociali, aumento dei costi, perdita di identità e crisi della qualità della vita nei territori più esposti. Il volume analizza il valore del turismo da diversi punti di vista (simbolico, partecipativo, positivo, locale, per il futuro). Quello che ci interessa prendere in esame qui è il valore economico, che non è privo di implicazioni negative. Ogni anno, al mondo, un miliardo di persone si muove per turismo. Secondo i dati del World Travel & Tourism Council, nel 2023 il settore ha determinato per il 9,2% il Pil globale, generando oltre 9.500 miliardi di dollari e offrendo lavoro a 320 milioni di persone. E le previsioni dicono che entro il 2034 questo contributo salirà all'11,4%, mentre l'occupazione raggiungerà quota 430 milioni. In Italia il settore costituisce il 10% del Pil e il 13% dell'occupazione, considerando sia l'impatto diretto che indiretto. Ma il punto è che non può ridursi tutto ad una questione di numeri, perché "più" non è sempre meglio. Più voli low cost, più piattaforme digitali, più eventi e festival hanno reso il viaggio accessibile a milioni di persone, ma hanno anche saturato i centri storici, spinto i residenti verso la periferia, trasformato le case in alloggi turistici e fatto lievitare i prezzi di beni e servizi. Le città

come Venezia, Firenze, Barcellona o Lisbona sono diventate simboli di una nuova crisi urbana: quella dell'overtourism, dove la presenza massiccia di visitatori rischia di soffocare la vita quotidiana, svuotare le comunità e rendere invivibili i luoghi stessi che attraggono i turisti. Per questo Verri e Colombo sottolineano la necessità di una regia pubblica e privata capace di pianificare, monitorare e correggere il turismo che, altrimenti, rischia di diventare una forza distruttiva. Sono diverse le grandi città che si sono già mosse per introdurre limiti agli affitti brevi, regolamentare gli accessi ai centri storici, incentivare la destagionalizzazione e promuovere la partecipazione dei residenti alle scelte strategiche. Soluzioni complesse, ma necessarie per evitare che il turismo diventi una monocultura che espelle i cittadini e consuma i territori. Questa "bulimia" - favorita da un lato dal desiderio delle persone di "volerci essere a tutti i costi" (con l'effetto che spesso si raggiunge una meta più che per godersi l'esperienza in sé, per scattare una fotografia da condividere subito sui social), dall'altro dalla voglia degli operatori a vario titolo interessati (albergatori, ristoratori, balneari, affittuari di appartamenti...) di massimizzare i profitti - alla lunga rischia

di rivelarsi un boomerang. Nel capitolo dedicato al valore economico del turismo gli autori riflettono su diversi aspetti, come il ruolo della tecnologia, delle piattaforme, dell'intelligenza artificiale. Citano casi concreti di come in alcune realtà si sta cercando di contrastare il turismo d'assalto o di offrire proposte più sostenibili; parlano di fiscalità; distinguono diversi tipi di turismo, anche di più recente sviluppo (come quello dello shopping che invade i grandi outlet; quello wellness legato alla salute e al benessere; quello industriale, più di nicchia, che va alla scoperta dei musei di noti marchi aziendali). Un'ampia riflessione è dedicata al lavoro. "Il turismo - si legge - è un settore estremamente labour intensive, ma con livelli retributivi spesso bassi e condizioni di lavoro precarie. Salvo eccezioni come gli chef stellati o alcuni ruoli dirigenziali, il lavoro turistico oscilla tra due estremi: da un lato, una gestione familiare che regge intere economie locali; dall'altro, una massa di lavoratori stagionali, spesso senza garanzie, con contratti precari e prospettive incerte. Eppure è un ambito che richiede competenze elevate: relazionali, tecniche, linguistiche. È un paradosso che il settore che dovrebbe generare benessere e qualità della vita produca invece spesso lavoro precario, sottopagato, privo di prospettive". Il libro evidenzia anche il fenomeno del lavoro nero, che spesso coinvolge lavoratori e lavoratrici di origine straniera, e sollecita a perseguire nuove politiche pubbliche per incentivare il ricorso

PAOLO VERRI PIÙ TURISMO PER TUTTI? EDOARDO COLOMBO

 **Egea**

a contratti a tempo indeterminato, per contrastare il problema della stagionalità che spesso fa rima con precarietà. In definitiva, per l'Italia il turismo è oro, ma è un fenomeno che va governato con intelligenza e lungimiranza. "Il nodo sta esattamente qui - scrivono Verri e Colombo -: vedere il turismo come un bene comune, non come una merce qualsiasi. Un bene che va gestito con

cura, che richiede regole chiare, che non può essere lasciato solo alle forze del mercato. Una risorsa economica fondamentale, sì, ma anche un patrimonio culturale, sociale, ambientale che appartiene non unicamente a chi ne trae profitto immediato, ma anche alle comunità locali e alle generazioni future. È questa visione integrata che dovrebbe guidare le politiche economiche del settore".