

L'INTERVENTO

Overtourism, ma la tassa d'ingresso non è una soluzione

DI ANTONIO COPPOLA

La tassa d'ingresso per i turisti pendolari istituita, tra molte polemiche, a Venezia costituisce un precedente che altre località italiane potrebbero prendere in considerazione. Ma questa iniziativa è davvero una soluzione idonea ad arginare il flusso crescente dei visitatori o è solo una misura atta a rimpinguare le casse comunali? ■ segue a pagina 23

SEGUE DALLA PRIMA

Overtourism, ma la tassa d'ingresso non è una soluzione

Una premessa è d'obbligo: le bellezze, siano esse naturali, artistiche o archeologiche, devono essere sempre appannaggio di tutti. Però, è altrettanto vero che lo sviluppo del turismo, la notevole crescita dei viaggi, in particolare quelli di breve durata, agevolata dalle straordinarie offerte delle compagnie low-cost, nonché da un mutato cambiamento delle abitudini e degli stili di vita, stanno ponendo seri problemi di ricettività. Ciò soprattutto in quei luoghi di forte attrazione, ma di limitata disponibilità di accoglienza. È il caso di borghi, isole, città d'arte, di cui il nostro Belpaese è ricco, che, specialmente, con la bella stagione, richiamano folle di turisti così ingenti da costituire un serio disagio per la vita dei residenti e per la stessa integrità dei luoghi. E così un fattore trainante per l'economia – il turismo appunto – rischia di trasformarsi in fonte di malessere e di squilibri improduttivi. Per questo motivo, negli ultimi tempi, si stanno prendendo in esame una serie di misure "difensive" come, per esempio, l'istituzione del "numero chiuso" o di una "ticket d'ingresso" allo scopo di contingentare gli accessi e le visite là dove la capacità di accoglienza delle mete non è in grado di soddisfare, in termini di efficienza, sicurezza e qualità dei servizi, una elevata domanda di ospitalità. L'esclusione, tuttavia, non può essere una soluzione al problema dell'overtourism

che, invece, va affrontato con altri strumenti per razionalizzare e regolare i flussi al fine di assicurare a tutti l'opportunità di conoscere e fruire direttamente ciò che prima, invece, era consentito solo attraverso le pagine di un libro, la visione di un film o di un documentario. La folla altera e snatura la bellezza dei luoghi da visitare e, perciò, va gestita con interventi preventivi mirati alla diversificazione e destagionalizzazione dell'offerta, senza trascurare il potenziamento ed il miglioramento dei servizi, le cui carenze sono, molte volte, la causa principale delle stesse file e delle lunghe attese. Occorre, pertanto, istituire, in capo ad enti e assessorati di competenza, un centro strategico di programmazione, supportato da un'attività di raccolta dati quanto più possibile esaustiva e in tempo reale su presenze, disponibilità di pernottamento, capacità dei trasporti, calendario delle manifestazioni (fiere, rassegne ed altre attrazioni) per consentire il raggiungimento di un punto di equilibrio tra domanda ed offerta. Variabili, queste ultime, che, spesso, hanno il torto di procedere indipendentemente l'una dall'altra. Si tratta di un'impresa impegnativa perché i soggetti in gioco sono molteplici: operatori turistici, portali web, strutture ricettive e per il tempo libero, società e compagnie di trasporto, direzioni di mostre e musei, organizzatori di eventi, ecc. E benché tutti orientati a proporre convenienti offerte, nessuno di essi, però, può incidere sulla qualità complessiva del viaggio-soggiorno per-

cepita dal consumatore. Sicché il turista rischia di essere catapultato in un'esperienza dalle grandi aspettative, poi deluse per le condizioni generali che hanno accompagnato la sua vacanza.

Onde evitare tali evenienze, l'innovazione tecnologica, con le potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale, e la valorizzazione delle competenze possono costituire gli strumenti idonei, sotto il coordinamento di una regia centrale, a regolare i flussi, incentivando o meno gli arrivi e le partenze, in modo da distribuirli armonicamente nel corso delle stagioni. Si garantirebbero, così, ai visitatori le

migliori condizioni per trascorrere pienamente e con soddisfazione il proprio soggiorno-vacanza. Il turismo va promosso, organizzato e tutelato stimolando le sinergie e le capacità gestionali, evitando possibilmente risposte emotive a carattere elitario e discriminanti. Si tratta di una risorsa importante per il nostro Paese che ha la fortuna di vantare un patrimonio di bellezze difficilmente rinvenibile altrove, ma perché possa trasformarsi in motore trainante per l'economia bisogna saper equilibrare la quantità con la qualità. Questa è la vera sfida da vincere nell'immediato futuro; riguarda tutti, dal Nord al Sud dell'Italia, onde evitare il rischio che la crescente domanda di turismo possa, poi, trovare migliore soddisfazione in altre nazioni, forse, meno attraenti ma più organizzate.

ANTONIO COPPOLA