

# Il futuro del turismo esiste già



di Alfredo Somoza

Il settore economico destinato a risentire più a lungo della pandemia di coronavirus è probabilmente il turismo. Secondo le stime dell'**Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite**, nel 2020 il comparto soffrirà una contrazione compresa tra il 60 e l'80%, destinata a mettere a rischio 120 milioni di posti di lavoro, con perdite per oltre mille miliardi di dollari.

Un crollo senza precedenti, che conferma quanto questo settore economico, che a livello mondiale vale da solo un terzo del totale dei servizi, sia al tempo stesso importante e volatile. Ciò perché il turismo si svolge su tutto il territorio, a differenza delle attività commerciali o industriali che sono circoscritte in spazi predeterminati. Condivide la quotidianità dei cittadini, risente dei loro problemi, sfrutta i loro momenti felici.

Negli anni scorsi si era già pagato un prezzo pesante, tuttavia la crisi si era focalizzata in singoli Paesi o regioni, esposti al rischio di attentati terroristici, sequestri o fenomeni naturali estremi. Mai, invece, in un secolo di storia ci si era trovati a fare i conti con una pandemia che impone la separazione fisica tra le persone come regola non discutibile. Il cosiddetto "**distanziamento sociale**" è però difficile da praticare, e perfino da immaginare, nel modello di turismo che ha dominato gli ultimi decenni.

Oggi quelle pratiche turistiche che garantiscono i grandi numeri sono tutte controindicate: basti pensare alle città d'arte con i loro spazi affollati, ai grandi parchi tematici, ai villaggi turistici, ai "divertimentifici" e soprattutto alle crociere. Chi si trovava in crociera all'inizio della pandemia ha vissuto l'incubo della reclusione su navi diventate focolai infettivi, al largo di Paesi che rifiutavano ogni accoglienza. Da spensierate isole del lusso e dei consumi senza freni a lazzaretti carichi di persone malate e respinte, il passaggio è stato breve.

Questo settore del turismo, che negli ultimi dieci anni aveva conosciuto un vero boom, sconterà a lungo la sfiducia dei consumatori.

Ma la pandemia ha messo in luce anche altri problemi, come quello delle città consumate dall'over-tourism. Barcellona, Amsterdam, Venezia prima morivano a causa dell'eccesso di turismo, ora per la sua mancanza. **Città ipersfruttate**, dove spesso i residenti, espulsi dai centri storici proprio dai turisti, si ribellavano all'esodo, ora sono diventate organismi in crisi d'astinenza dalla droga-turismo.

L'agenzia delle Nazioni Unite per il turismo ha lanciato come parola d'ordine lo slogan "**la sostenibilità è la nuova normalità**", auspicando che il turismo riparta da principi più sani e, appunto, sostenibili. Per gli operatori che hanno sempre lavorato sui grandi numeri sarà molto difficile tradurre in fatti concreti questa visione. Nessuna impresa turistica potrebbe sopravvivere, visti i margini risicati del settore, al dimezzamento dei clienti necessario per garantire il distanziamento. E tutta la filiera corre lo stesso rischio, in primis i vettori aerei, fortemente sostenuti, negli ultimi mesi, dagli Stati di appartenenza.

L'aspetto positivo potrebbe essere invece la valorizzazione di un altro turismo, fatto di piccoli numeri e di destinazioni di vicinanza, capace per la sua stessa natura di evitare l'affollamento. Il **turismo responsabile**, una piccola nicchia del mercato globale, ha oggi l'opportunità, finora mai nemmeno immaginata, di proporsi non soltanto come modello di equità sociale e di sostenibilità ambientale, ma anche di buona pratica per la ripartenza.

In questa fase, il turismo possibile sarà per forza sperimentale: bisognerà scrivere nuove regole per la convivenza e per la convivialità. Piccoli numeri, si diceva, ma servono anche conoscenza e rispetto del territorio e delle persone, e sostegno ai soggetti colpiti dallo tsunami economico. Valori che oggi sono auspicati dalle Nazioni Unite, ma che nel mondo del turismo responsabile sono pratica corrente da molti anni.

Poi ovviamente ci vorrà anche la politica, per immaginare come spalmare i flussi turistici in modo da disintossicare le destinazioni del turismo di massa, come aumentare le ricadute economiche sulle comunità locali, come proteggere la salute dei turisti senza uccidere i valori alla base del turismo: incontrare, conoscere, condividere.