

---

## Ma che ti dà il turismo estivo?

**Autore:** Paolo Loriga

**Fonte:** Città Nuova

Dai, si riparte. Con l'arrivo di luglio le vacanze estive sono entrate pienamente nel vivo. Sembra dimenticato l'11 settembre. Eppure, a scoraggiare i turisti, ci si sono messi gli emissari di Bin Laden con i loro minacciosi avvertimenti, aiutati dai generici allarmi di attentati lanciati in successione dai ministri della Difesa statunitense e italiano. Il turismo, comunque, dopo mesi di incertezza, è decollato. Il segnale di cambiamento è stato rilevato dal Centro internazionale di studi sull'economia del turismo (Ciset) dell'università di Venezia. Ed il motore della ripresa sono gli italiani stessi. Per le vacanze, quest'estate, hanno scelto di non lasciare lo Stivale. Le previsioni segnalano un duplice aumento: più 6,6 per cento di turisti italiani nelle strutture ricettive; più 6 per cento di notti trascorse in alberghi, pensioni, campeggi. A dar loro man forte, caleranno concittadini europei con una crescita di oltre il 3 per cento - soprattutto tedeschi, inglesi e francesi -, preferendo il nostro paese rispetto a mete esotiche lontane. Il Ciset registra anche un segnale, ritenuto di cambiamento nella cultura e nella pratica del turismo: è in notevole crescita il gradimento dell'agriturismo, dimensione apprezzata per la sobrietà di vita, il contatto con la natura e la buona tavola. Tutto bene, allora? Eppure Alberto Ferrari non ci sta. Il presidente del Centro turistico giovanile (Ctg) è fresco di riconferma per i prossimi quattro anni alla guida della più antica associazione di turismo giovanile. Nato nel '49 in seno all'Azione cattolica, in crescita numerica negli ultimi tre anni (oltre 40 mila gli iscritti), il Ctg è fortemente impegnato a rimarcare e diffondere i valori legati al turismo e al tempo libero. Ed è per questo che a Ferrari - pur affermandolo in modo signorile - non è andata giù né la soppressione del ministero del Turismo, né la trasmigrazione della Direzione generale del turismo dalla Presidenza del Consiglio al ministero delle Attività Produttive. Non è uno sprovveduto, Ferrari, e sa bene che il settore è una formidabile architrave dell'economia del Belpaese. "Ma il turismo è da sempre anche cultura, incontro di popoli, crescita della persona". Oggi c'è sempre più voglia di turismo, soprattutto per spezzare i tempi del lavoro e lo stress quotidiano. E qui sta il punto. "Si vuole evadere - precisa il presidente del Ctg - da un disagio che deriva da una sostanziale mancanza di senso per cadere in una pratica turistica assoggettata agli stessi schemi e alle stesse contraddizioni che determinano il malessere quotidiano". Insomma, si fugge da una città affollata e si finisce in una spiaggia rumorosa e caotica. Oppure ci si intruppa in uno di quei viaggi organizzati e standardizzati che non consentono neppure di fare una vera conoscenza con il vicino di posto. La convinzione di Ferrari è dunque netta: "Ridare senso anche al turismo, promuovendone gli aspetti culturali e sociali, valorizzandone i contenuti di accoglienza, confronto, incontro". La prevalenza dell'aspetto economico rischia proprio di ridurre a merce il turismo. Nella legislazione italiana, ad esempio, gli elementi centrali sono costituiti da albergatori, ristoratori, altre categorie, ma non dai turisti. Questi non sono mai considerati soggetti attivi, interlocutori nella politica turistica. Tutt'al più, come consumatori da tutelare. "E poi chi educa al turismo?". Per Ferrari non si può fare a meno dell'apporto dei cittadini di una località. Ed un paese come il nostro, con una spiccatissima vocazione turistica, deve sensibilizzare tutti alla cultura dell'accoglienza. "Se lei va a Canazei o a Rimini, per citare due località note, e trova un albergo confortevole e un ristorante in cui si mangia bene, ma incontra abitanti che sporcano e il giornalista che le tira dietro il quotidiano con un grugnito, lei se ne tornerà a casa dicendo che a Canazei o a Rimini sono dei cafoni, anche se albergatore e ristoratore avranno soddisfatto le sue aspettative".

Commento: "Chi si muove per turismo oggi non cerca più solamente un letto e un pranzo, ma si aspetta un ambiente accogliente e un rapporto positivo con la gente del posto". E i giovani sono sensibili a questo aspetto culturale del turismo? "Sono coloro che chiedono di più una cultura del turismo. Quando il giovane viaggia è mosso dal sacro furore di conoscenze e dal bisogno di contatti

---

nuovi: si aspetta perciò il rapporto con chi lo circonda ". Ferrari attinge all'esperienza diretta: "I ragazzi che arrivano nelle nostre case per ferie e nei nostri ostelli sono alla ricerca di sole, di mare, di escursioni ma soprattutto di persone da incontrare". Educare al turismo è la ragion d'essere del Ctg, che ultimamente ha messo a segno alcuni colpi significativi: con gli enti locali ha avviato il progetto "Comuni per il turismo giovanile"; con il ministero della Pubblica Istruzione, un protocollo d'intesa per collaborare sul territorio con le singole scuole; con le università, il progetto di aprire le case dello studente, durante i periodi di vacanza, ai giovani in viaggio . E non è tutto. Nel corso del 2002, Anno internazionale delle montagne, e in vista della Giornata mondiale del turismo, che si terrà a settembre sul tema "Ecoturismo, chiave dello sviluppo sostenibile", il Ctg ([www.ctg.it](http://www.ctg.it), tel. 06.6795.077) ha accentuato il suo impegno all'insegna del turismo consapevole e della responsabilità nei confronti del creato. Le proposte di apposite vacanze arrivano dai 300 gruppi sparsi in Italia e dalle 120 case per ferie (alcune disponibili in autogestione) al mare, in montagna e in varie città d'arte. Peccato che siano solo per giovani! Il sociologo costa Non importa dove ma come "Dai sondaggi e dalle ricerche periodiche che abbiamo condotto, possiamo individuare una tendenza verso un turismo giovanile fortemente segmentato ", premette Nicolò Costa, docente di sociologia del turismo all'università di Milano Bicocca. Dunque, le più diverse destinazioni? "Andiamo dal turista giovanile motivato dalla ricerca dell'autenticità più profonda nei rapporti con la popolazione e con i beni culturali locali all'estremo opposto, ovvero al turista giovanile ricreativo, evasivo - sul modello delle precedenti generazioni del turismo di massa -, quindi il mare, il divertimento, lo svago". Quale la consistenza del segmento dei motivati? "È un gruppo ristretto: i ricercatori di autenticità sono una percentuale che va dal 5 al 7 per cento, ma è in fase di crescita e fa tendenza. Sono quelli che, ad esempio, hanno riscoperto le strutture ricettive extraalberghiere, tipo conventi e santuari, che hanno fatto propria la formula "notte e colazione", e quindi l'ospitalità familiare personalizzata. Tutti aspetti, questi, che fanno del giovane una persona che considera il viaggio un'occasione di arricchimento. Quantitativamente il gruppo rappresentano una quota non significativa del business delle vacanze, ma è il nucleo più creativo nell'innovare il modo di fare vacanza". Quali destinazioni prediligono questi giovani che fanno tendenza? "L'innovazione riguarda soprattutto il modo di fare il viaggio, il modo di stare insieme, gli aspetti anche contro-culturali, la ricerca spirituale (ovviamente fatta in luoghi al di fuori del turismo di massa), la lettura non superficiale dei beni culturali (niente visita "scappa e fuggi"). E poi, l'esperienza della comunità, la condivisione (in questo, tutto l'associazionismo, sia religioso che laico, favorisce questo tipo di incontro). Per cui, più che una meta dominante (la montagna, il mare, il lago), è il modo di vivere le vacanze che è più significativo e rilevante". Conferma che ci sarà meno montagna nelle vacanze dei giovani? "È una tendenza di lungo periodo. Quando facemmo il primo sondaggio nella seconda metà degli anni Ottanta, notavamo questa crisi della montagna e della media montagna. Da allora si è andata caratterizzando sempre più come un divertimentificio di carattere sportivo. Si è invece impoverita l'esperienza della montagna come rapporto con la natura, come occasione di contemplazione insieme al gruppo di amici". L'euro favorirà i viaggi dei giovani verso altri paesi del continente? "Molti più giovani andranno all'estero in estate, ma tanti, per motivi di studio, vi si sono già recati. L'integrazione dello spazio turistico europeo è una tendenza irreversibile che l'euro ha semplicemente legittimato. La moneta unica non incide in modo decisivo nel viaggio all'estero. La scelta di conoscere l'Europa rientra piuttosto nei nuovi stili di vita che caratterizzano i giovani interessati anche a conoscere le lingue".