

2.1 Il turismo

2. 1. 1 *Il turismo come fenomeno economico, sociale e politico*

Con 800 milioni di spostamenti internazionali in un anno il turismo è "l'industria" che più di ogni altra mette in relazione fra loro gli abitanti della Terra.

Il turismo è infatti considerato come un'attività quasi indispensabile per le popolazioni occidentali ed è sempre più presente anche nelle abitudini di quella parte di mondo fino a un decennio fa esclusa dall'opportunità di viaggiare. Se nell'opinione comune il concetto di turismo è sostanzialmente legato a un'attività individuale o di gruppo tesa a soddisfare bisogni personali o collettivi, dall'evasione dalla vita quotidiana alla scoperta di altre realtà, dalla ricerca di emozioni al bisogno di relax, il turismo è in realtà un fenomeno che ha forti implicazioni sui tessuti economici e sociali delle destinazioni, e che fornisce ai decisori un valido strumento per la politica economica.

Il turismo ha subito continui mutamenti, legati alle variazioni di disponibilità di reddito, di tempo libero e di motivazioni, sviluppando ricchezza e benessere, ma portando con sé anche diverse problematiche, da quelle ambientali a quelle etiche del viaggio.

Il turismo diventa fenomeno di massa solamente negli anni Trenta negli Stati Uniti e alla fine della Seconda Guerra Mondiale in Europa. Prima di allora il turismo era privilegio solo di una piccola parte della società, di un'élite che si spostava dal luogo di abituale residenza, con caratteristiche difficilmente riscontrabili nei viaggi odierni. Se si escludono dal fenomeno turistico gli spostamenti migratori che hanno segnato la storia dell'uomo, le prime forme di turismo si possono far risalire alle villeggiature dei ricchi Romani, i quali solevano passare alcuni periodi di tempo in case di campagna, o al mare, alle terme e dedicarsi a viaggi culturali in Grecia.

I primi spostamenti congiunti e organizzati di persone sono legati invece ai pellegrinaggi religiosi; in questi viaggi spirituali verso i luoghi sacri in Terra Santa o seguendo la via Francigena che partiva da Santiago di Compostela e giungeva a Roma si possono trovare gli albori dei primi viaggi di gruppo senza finalità migratorie, commerciali, esplorative o belliche.

Dopo il Medioevo sarà peculiarità di una classe sociale, l'aristocrazia, muoversi fra le città d'Europa allo scopo di arricchire il proprio bagaglio culturale, spirituale e formativo. Fra il 1500 e il 1800 si sviluppa infatti quello che gli storici hanno denominato *Grand Tour*, ovvero il lungo viaggio formativo intrapreso dai giovani nobili (spesso inglesi, francesi e tedeschi) che dall'esperienza e dal contatto con l'arte e la cultura dei paesi di destinazione (soprattutto Italia) traevano profitto per l'acquisizione di posizioni di prestigio nel proprio ambiente sociale. Di questo periodo sono famosi i resoconti dei viaggi in Italia di Stendhal, Goethe e Montesquieu, diari di viaggio che diventarono vere e proprie guide turistiche.

Il turismo cambia notevolmente il suo impatto sulla società con l'avvento della Rivoluzione Industriale e la nascita di una "nuova" classe sociale, la borghesia.

Alle visite di città d'arte e alla ricerca di testimonianze storiche, artistiche e religiose, i borghesi contrappongono un nuovo modo di viaggiare. All'epoca del *Grand Tour* non esistevano vere e proprie strutture ricettive, ma i forestieri trovavano ospitalità in locande e osterie o presso conoscenti. In questo periodo storico nascono invece le prime destinazioni turistiche intese come località attrezzate per il pernottamento e lo svago dei borghesi, i quali prediligevano per i loro soggiorni le località marine, lacustri, termali e alpine. È proprio la ricerca di divertimento in determinati periodi dell'anno (fattori che contraddistinguono ancora oggi una buona parte del turismo mondiale) che distingue il turismo dei primi borghesi dai viaggi dei nobili rampolli.

Il nesso fra lavoro e classi sociali sembra essere un fattore determinante nel cambiamento delle caratteristiche del viaggio e del turismo. Se per gli aristocratici - che vivevano di rendita - il concetto di viaggio era totalmente svincolato dall'idea del lavoro e dai limiti temporali da esso

imposti, per i borghesi viaggiare significava occupare il tempo di “non lavoro”. Questa peculiarità si accentuerà nel secondo Dopoguerra, quando la possibilità di viaggiare si estenderà alla gran massa di salariati delle industrie occidentali.

Questo periodo storico, segnato dalla conquista di migliori condizioni di lavoro per i salariati, dall'introduzione delle “ferie pagate” e dalla possibilità di sfruttare il tempo libero dal lavoro per il piacere personale, mette in moto quella che oggi viene chiamata “l'industria del turismo”.

Se ai tempi di Thomas Cook (inglese, cui si fa risalire l'organizzazione del primo viaggio collettivo dell'epoca moderna, un viaggio in treno per 570 persone realizzato il 5 luglio 1841 da Leicester a Loughborough) non esisteva concorrenza nell'ambito dell'offerta turistica, l'avvento del turismo di massa innesca lo sviluppo del turismo come fenomeno economico, grazie alla nascita e alla continua crescita di esercizi alberghieri, agenzie di viaggi, *tour operator*, compagnie aeree, stabilimenti balneari, stazioni sciistiche, editoria specializzata ecc.

Nella seconda metà del XX secolo, l'offerta turistica diventa sempre più ampia e varia e il viaggio diviene sempre più una merce, un prodotto collegato a un'industria per il consumo di divertimento e *relax*. Il settore ricettivo si specializza con tipologie di offerta sempre più numerose e si differenzia per soddisfare e attrarre un cliente dalle diverse possibilità economiche e dai differenti “gusti”: è l'era della promozione dei viaggi sui mass-media, del turismo come moda, del luogo di vacanza come *status-symbol*.

Negli ultimi anni del '900 si assiste a un nuovo cambiamento del turismo che segue l'evoluzione della società: dal turismo di massa si passa al “turismo globale”. La stagnazione economica dei paesi occidentali, la trasformazione del mercato del lavoro, la rinascita di una cultura del viaggio, l'avvento di *internet*, portano il turista a modificare il proprio modo di fare vacanza. Lungi dal rinunciare a mete lontane dal proprio luogo di abituale residenza, le vacanze dei turisti occidentali diventano però più brevi e dilazionate durante l'anno, mentre si affacciano nuovi *trend* di turismo (enogastronomia, agriturismo, ecoturismo...).

In questi primi anni del 2000 il mercato turistico vede l'avanzare portentoso dei turisti orientali (Cina, Russia *in primis*), l'intermediario di viaggio (*tour operator*, agenzia di viaggi) vede la sua quota di mercato sempre più rosicchiata dal “fai da te” attraverso *internet*, mentre le compagnie aeree *low-cost* guadagnano fette di mercato sempre più rilevanti, fino ad arrivare alla realizzazione del primo viaggio *low-cost* a lungo raggio (Londra-Hong Kong andata e ritorno a poco più di 370 euro tutto compreso) di recente a disposizione del turista del secondo millennio grazie a una nuova compagnia aerea cinese.

Capace di generare uno straordinario volume di reddito, il turismo si presenta come uno strumento privilegiato per le politiche di sviluppo di ogni Paese, ma non sempre la crescita del turismo nelle destinazioni apporta benefici economici e sociali diffusi alle popolazioni locali. Spesso, infatti, i *policy maker* individuano nel turismo la semplice soluzione a problemi ben più complessi di sottosviluppo sociale ed economico e un modo semplicistico di portare soldi nelle casse dello Stato. Soprattutto nei paesi più poveri, il turismo, grazie ai possibili investimenti e ai grandi quantitativi di valuta straniera che potrebbe portare con sé, diventa l'utopistica panacea per combattere tutti i mali e la destinazione turistica assume i connotati di una vera e propria merce da concedere al migliore offerente.