

LE NUOVE TENDENZE

Ferie d'agosto addio Ecco il nomadismo a portata di mouse

Il sociologo Savelli: «Con il boom della Rete mete sempre più personalizzate e alternative»

✻ di Olga Piscitelli

Il turismo? È liquido. Come la società descritta da Zygmunt Bauaum, anche l'attitudine al viaggio per svago o cultura lascia i confini delle vecchie definizioni. Dimenticate Rimini, la costa Smeralda, Amalfi. Dimenticate agosto. «C'è un nuovo nomadismo

turistico, che sceglie da sé luoghi e tempi della vacanza». Asterio Savelli, che insegna psicologia e sociologia del turismo a Bologna, ha fotografato il fenomeno in una serie di libri dedicati al tema e pubblicati per FrancoAngeli fin dalla fine degli anni 80. Da quando cioè, ha cominciato a entrare in crisi il senso stesso di fare vacanza. Che è successo? «Ecco — dice — oggi il turismo di massa è diventato individuale. Non possiamo considerare il turismo senza legarlo al suo contesto sociale e siccome la società cambia, cambia di conseguenza anche il modo di scegliere, organizzare e vivere la vacanza». Sostiene che nell'era postindustriale che stiamo vivendo la domanda di fondo che ha mosso milioni di italiani verso le ferie «stessa spiaggia-stesso mare», sia stata ribaltata. «Le vacanze d'agosto, nei posti dove andavano tutti gli altri, servivano anche a definire noi stessi. Volevamo essere tra quelli che erano a Rimini o in costa Smeralda, perché potevamo specchiarci in una classe sociale, era un privilegio». Una sorta di turismo celebrativo, perché rispecchia la società e la fa vedere più bella. Un modello che entra in crisi presto, «quando si comincia a parlare di austerità e cioè a metà degli anni 70», e trascina per un po' la sua agonia. C'è un segnale forte che segna il passaggio, è l'arrivo della mucillagine sulle coste turistiche italiane. «La scambiano tutti come una causa della crisi di quel modello turistico — spiega Savelli — in realtà quelle alghe coincidono con il punto massimo della nostra crisi di identificazione. La domanda è ormai diventata: che ci vado a fare io lì?». La globalizzazione avanza, la tecnologia fa il resto. Due gli effetti immediati: si abbassano i prezzi e si possono raggiungere anche gli antipodi. Persino il lavoro si trasforma e quando c'è di mezzo un creativo la distinzione con il tempo libero si fa sempre più sottile. «È a questo punto che si supera anche la vecchia divisione in zone geografiche, tanto cara agli urbanisti. La riviera romagnola era l'area turistica del Nord d'Italia, ma ormai possiamo andare oltre. Da qui, parte il nuovo no-

madismo turistico». Partire? E per dove? Le mete da sogno sono ormai a portata di mouse. Un volo low cost ci catapulta dall'altro lato del globo. Che strade restano al turista? «Ci stiamo abituando ad avere una posizione sempre più alternativa sul fronte delle vacanze — aggiunge Savelli —. Adesso cerchiamo esperienze che siano nostre e soltanto nostre, che ci differenzino dagli altri; l'essere alternativi è diventato un valore essenziale e la nostra autonomia è rappresentata dalla capacità di mettere insieme esperienze del tutto nuove, mai fatte da altri. Ogni viaggio è il nostro viaggio, quello che al massimo condividiamo con amici che abbiano i nostri stessi interessi, o con sconosciuti attratti dagli stessi percorsi, che magari abbiamo incrociato sul web, consultando blog e siti per appassionati». Gli operatori turistici sono avvisati: la partita per loro diventa sempre più dif-

CHI È



Sociologo, 63 anni, **Asterio Savelli** insegna a Bologna. Da 20 anni studia motivazioni e significati del turismo. Ha scritto «Il senso di far vacanza» (FrancoAngeli)

ficile. «Ma è una sfida che merita di essere raccolta. Certo, è più complesso gestire questo mercato, perché richiede capacità di mettere in collegamento reti di offerte, di intercettare piazze virtuali e accontentare turisti che ormai fanno riferimento al web invece che agli sportelli tradizionali, si sono conquistati uno spazio di autonomia». Piccoli gruppi che crescono sempre più. «La loro autonomia li rende certamente deboli, — dice il sociologo — perché non hanno per esempio la forza normativa dei ceti sociali, ma hanno comunque la capacità di trasmettere comportamenti». Banalizzare il fenomeno sarebbe un errore: che fare? «Nel momento in cui l'Italia non è più la meta privilegiata del turismo internazionale, si dovrebbe cominciare a ragionare in termini di flussi. Vanno captati i flussi, non i turisti. Bisogna entrare a far parte di macro regioni interessanti. Una regione balneare allargata a tutto l'Adriatico, senza confini, potrebbe per esempio farsi notare in tutto il mondo, per storia, tradizioni e cultura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.