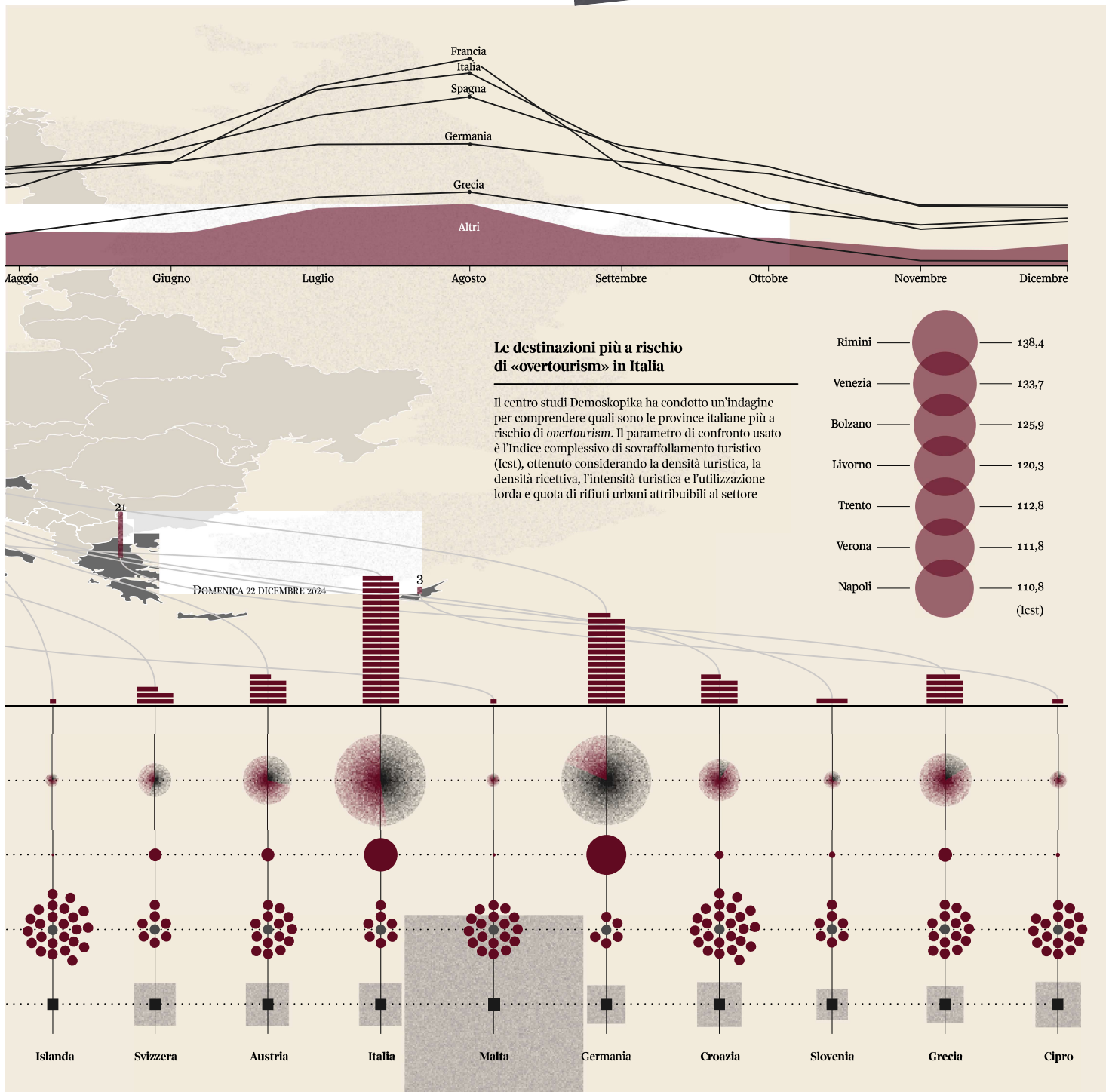




Alla scoperta della città di Olivetti

La passeggiata inizia da «quella che Le Corbusier definì "la via più bella del mondo", via Guglielmo Jervis, su cui si affacciano gli edifici olivettiani più importanti». La nuova edizione di Ivrea. Guida alla città di Adriano

Olivetti (Edizioni di Comunità, pp. 216, € 22), firmata da Marco Peroni, accompagna alla scoperta dei luoghi e delle idee di Olivetti. Un percorso in quattro itinerari, con storie, una cronologia, documenti e fotografie d'epoca.



re successo troviamo infatti le colonie estive per i bambini, che coinvolsero milioni di piccoli e videro sorgere edifici monumentali, come le torri a Marina di Massa e Milano Marittima; oppure i treni popolari, treni di terza classe scontati all'ottanta per cento, che permisero a molti una gita al mare in giornata (come capitò all'impiegata ricordata in apertura).

Il vero salto da turismo di élite a fenomeno di massa è datato però anni Sessanta. Fu uno degli effetti del boom economico, grazie a redditi più alti, trasporti migliori (magari la prima auto, la mitica Cinquecento comprata a rate) e più tempo libero a disposizione. Ora tutti volevano una migliore qualità della vita e questo comprendeva viaggi e vacanze. Soprattutto al mare. Fu infatti il turismo balneare a trainare un formidabile sviluppo che cambiò letteralmente il volto del Paese

in molti luoghi. Alcune località si trasformarono letteralmente dal punto di vista architettonico e urbanistico. Pensiamo a Rimini: con il centro storico distrutto dai bombardamenti della Seconda guerra mondiale, la città puntò su un rilancio legato all'edilizia turistica, con alberghi, negozi e servizi concentrati sul litorale, adottando un piano regolatore via l'altro. L'intera area nel tempo divenne un vero paradiso del turismo e del divertimento, per italiani e stranieri. Con un effetto collaterale sicuramente positivo sui prodotti *made in Italy*, tra l'altro, che erano conosciuti e apprezzati durante il soggiorno.

Da parte loro, anche gli italiani dagli anni Ottanta hanno cominciato a muoversi oltre confine, scoprendo l'Europa e il mondo, complici i viaggi *low cost*. Si può dire che per molti il senso positivo della globalizzazione

stia proprio nella possibilità di conoscere nuovi posti e nuove culture. È un trend che si è affermato in maniera crescente e che vede la Generazione Z (i nati a cavallo del Ventunesimo secolo) in prima linea: decrescono gli acquisti di beni materiali, anche *status symbol* come l'automobile, e salgono i consumi di beni esperienziali, legati a viaggi, benessere, socialità. È una diversa interpretazione della qualità della vita.



Tutto bene allora per il turismo di questo secolo? Certo che no, come ben sappiamo, poiché un turismo eccessivo sta avendo in molti luoghi un impatto drammatico dal punto di vista ambientale e della vita ordinaria dei residenti, divenendo alla lunga un boomerang. I prezzi lievitano, le for-

La visualizzazione

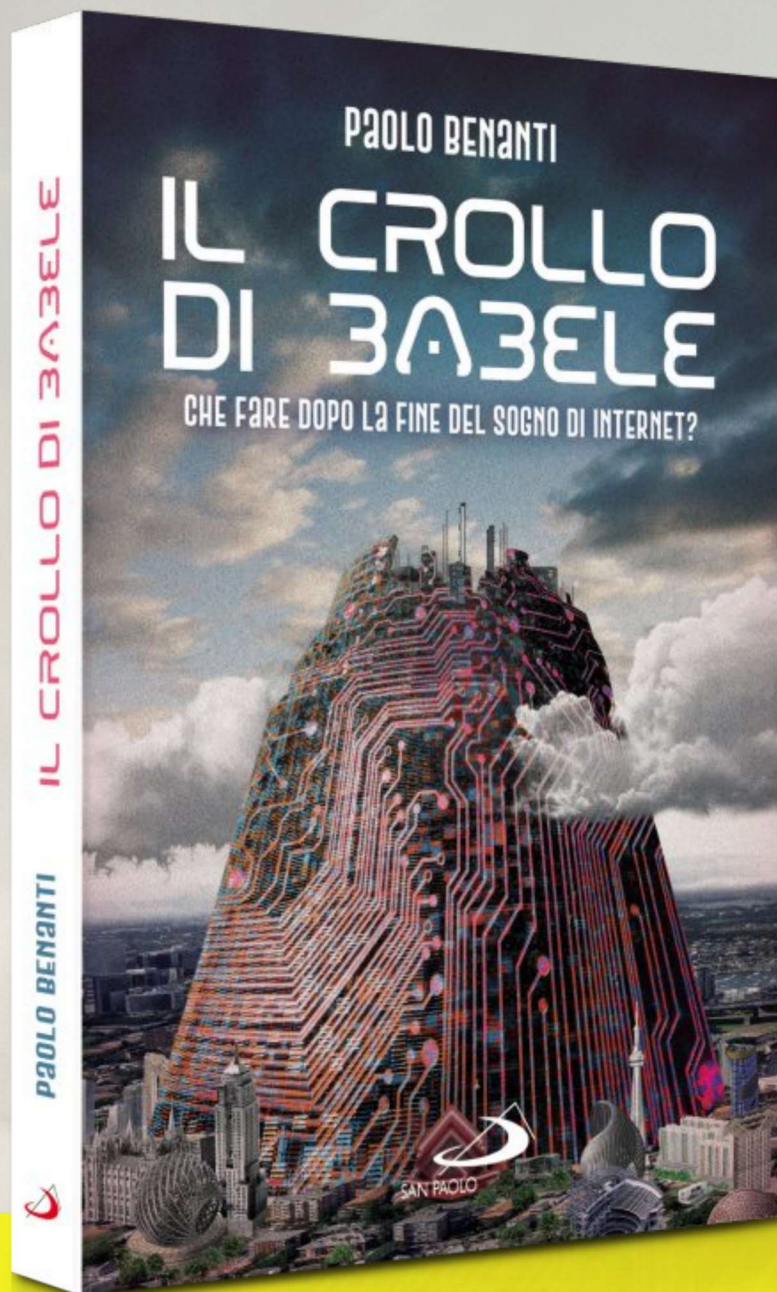
Il conto delle notti e dei siti Unesco

di LIMITEAZERO

L'infografica qui sopra mostra i quindici Paesi europei più interessati dal turismo di massa e sottolinea la proporzione tra abitanti, visitatori e ricettività (tutti, tranne Islanda e Svizzera, fanno parte dell'Unione Europea). Viene anche indicato il flusso di viaggiatori nel corso dell'anno, con un prevedibile picco in agosto. Segnalato anche il patrimonio Unesco per ciascun Paese.

me di artigianato tipico declinano sostituite da souvenir a basso costo, i ristoranti scivolano nel fast food, un velo di omologazione avvolge tanti prodotti per adattarsi al gusto basico di un pubblico di massa. Non è però un esito inevitabile. Si moltiplicano infatti in parallelo le forme di turismo ecosostenibile, attente alle tradizioni locali, ai paesaggi, alle tradizioni enogastronomiche; capaci di trovare itinerari lontani dalle località iperpubblicizzate e scoprire le meraviglie di borghi e paesaggi che un'Italia minore può offrire. È l'artigianato e le tradizioni locali che fioriscono. L'Italia, dalla vocazione turistica secolare, ha saputo cambiare e adattarsi nel tempo: è tempo di elaborare una strategia per l'*overtourism* e cambiare passo. Perché l'esperienza del viaggio in Italia continui a lasciare un segno.

EDIZIONI SAN PAOLO



UNA RIFLESSIONE
SUL PRESENTE
E SULLA NUOVA ERA
GUIDATA
DALL'INTELLIGENZA
ARTIFICIALE

**CHE COSA CI ASPETTA
DOPO IL CROLLO DI INTERNET?**



Nelle librerie **San Paolo** e **Paoline** e in tutte le migliori librerie.
Online su sanpaolostore.it