

POSITION PAPER

GESTIONE DELLE SPIAGGE

Riqualificazione delle infrastrutture e gestione stabilimenti balneari

1. ANALISI DI SCENARIO

A cura di Gianfranco Franz – Università di Ferrara

La rilevanza del turismo balneare per l'economia nazionale è ben sottolineata dal documento di presentazione preparato per l'organizzazione di questo importante evento. Si tratta di una rilevanza ben nota, da decenni, a tutti gli *stakeholders* del settore, ai residenti delle località balneari, alle Amministrazioni locali.

Malgrado ciò, l'Italia, fra i grandi paesi europei, è il più arretrato nella formulazione di politiche, di piani e di programmazioni finanziarie per la realizzazione della cosiddetta GIZC (Gestione Integrata delle Zone Costiere), politica europea che deriva dall'ormai lontano Protocollo di Barcellona del 1972, per la difesa ambientale, sociale ed economica delle coste del Mediterraneo.

Le principali spiagge italiane, che sono un motore economico di straordinaria forza e longevità, si rivelano al tempo stesso fragili e vulnerabili (dal punto di vista idro-geologico e del cambiamento climatico) e, in molti casi, con le dovute eccezioni, obsolete dal punto di vista della qualità del servizio offerto.

L'erosione costiera rappresenta uno dei fenomeni di maggior rischio per le principali spiagge italiane. Si tratta di un fenomeno complesso, le cui cause sono da rintracciarsi a notevole distanza dai litorali: a scala locale: degrado ambientale della montagna, escavazioni fluviali, sbarramenti per la produzione di energia, prelievo di acqua per una agricoltura sempre più insostenibile, opere a mare per ampliamento o nuova realizzazione di bocche di porto; a scala globale: cambiamento climatico, maggiore frequenza di eventi meteo disastrosi e innalzamento del livello dei mari.

L'obsolescenza dell'offerta, laddove non sia stata capace di rinnovarsi, è un fenomeno locale, caratterizzato da ragioni in reciproca contraddizione.

- A) L'offerta balneare 'di massa' ha cominciato a svilupparsi intorno agli anni '60 del secolo scorso, quando l'esigenza delle vacanze si è trasformata da privilegio di pochi in 'diritto' di tanti. Nell'epoca del fordismo produttivo (anni '30-'70) anche le spiagge furono organizzate sul modello fordista della società: tipizzazione, standardizzazione, densità, uniformazione. Con l'avvento dell'epoca post-moderna e ancor più con l'avvento della globalizzazione e della rivoluzione digitale (dagli anni '80 ad oggi) la società si è frammentata in nicchie di interessi e di obiettivi sempre mutevoli, mentre le spiagge sono rimaste ferme, nella stragrande maggioranza, al modello sociale, economico e culturale precedente. Mentre oggi si cerca un'offerta quasi sartoriale ed artigianale, di qualità e diversificata, le spiagge 'di massa' continuano ad offrire un pacchetto di servizi scarsamente *customizzabile*, non cangiante e privo di appeal 'paesaggistico'. Non si tratta di immaginare le spiagge con dune e piscine come le pensò Emilio Ambasz fra gli anni '70 e '80. Il turista che cerca le dune non si reca nelle principali destinazioni balneari italiane; le piscine, se di grandi dimensioni, presentano costi di gestione proibitivi, se di piccole dimensioni aumentano il senso di 'povertà' paesaggistica. Oggi, che sarebbe il momento di tornare all'immagine 'elitaria' delle cabine di legno e delle tende di canapa, le nostre spiagge restano caratterizzate dalla cultura dell'alluminio anodizzato che caratterizza le periferie italiane: cabine di cemento (che si sta sgretolando), ombrelloni tutti uguali, salvo la colorazione, disposizione geometrica.

Come si può promuovere un nuovo valore paesaggistico delle spiagge, facendole passare da spiagge fordiste a spiagge sartoriali, con servizi avanzati gestiti ed offerti tramite app e telefonia mobile, attrezzature multiple, dotazione di connessione internet gratuita?

- B) La gestione familiare di lunga durata può rappresentare un problema di scarsa competitività e di mancata innovazione, ma rappresenta anche un valore di continuità e di mantenimento delle tradizioni.
Come si può riuscire a spingere i gestori di lungo corso a modificare l'immagine della spiaggia e innovare i servizi offerti?
- C) La maggiore trasformazione nella fruizione dei luoghi balneari degli ultimi 10 anni è stata prodotta dal cambiamento dei costumi e dalla diversa modulazione nel corso dell'anno dei periodi di vacanza da parte delle famiglie, con la conseguente riduzione del periodo di permanenza. Altri cambiamenti sono stati indotti da nuovi vettori del trasporto aereo che hanno iniziato ad offrire voli a tariffe estremamente basse per destinazioni turistiche anche di grande *appeal* o, comunque, in precedenza penalizzate da una minore accessibilità. Infine, almeno per alcune mete del turismo balneare nazionale, un cambiamento rilevante è stato determinato dalla fine delle grandi discoteche, dalla conseguente offerta delle vacanze degli eventi (le notti rosa, ecc.), dall'affermarsi della cultura dell'happy hour e degli aperitivi. La spiaggia ne è stata uno dei catalizzatori.
I gestori delle spiagge, insieme agli altri operatori turistici (ricettività, ristorazione, trasporto, intrattenimento, cultura), come possono rendere più 'ricca' l'offerta 'sole e mare'?
La spiaggia può diventare uno spazio urbano per usi e finalità diverse in orari diversi?
Come possono essere fidelizzati i giovani che hanno esperienza di viaggi internazionali a basso costo?
- D) I temi della sostenibilità e del *wellbeing* non sempre sono interpretati in modo innovativo nelle città della balneazione di massa: i lungomari sono spesso luogo privilegiato di parcheggi e di 'struscio automobilistico'; il consumo d'acqua potabile per docce, con uso di shampoo e saponi liquidi è spesso fuori controllo; la raccolta differenziata dei rifiuti è ancora piuttosto rara.
Le spiagge possono diventare anche luogo di educazione ambientale alla cultura del mare?
- E) L'infrastruttura urbana delle marine è spesso vecchia, obsoleta, scarsamente mantenuta, con aiuole striminzite, piante stagionali di scarso impatto anche visivo, panchine e lampioni antiquati, marciapiedi non sempre appropriati. I pochi giardini pubblici 'a mare' sono sempre abbastanza trascurati e poveri. Le alberature dei lungomari sono spesso assenti o malridotte, salvo alcuni casi eccezionali.
Come si può migliorare il 'paesaggio urbano' dei lungomari, degli accessi alle spiagge, del momento di confine fra spazi pubblici e spazi privati di hotel, pensioni e condomini? Chi paga, dal momento che i Comuni hanno risorse sempre più scarse?

2. QUESTIONI DA AFFRONTARE/DOMANDE CHIAVE

- Nuovo valore paesaggistico delle spiagge (da spiagge fordiste a spiagge sartoriali). Come produrlo?
- Quale ruolo per i gestori, fra tradizione e innovazione?
- Come realizzare sinergie maggiori e più efficaci fra i diversi operatori turistici locali per fidelizzare la clientela più giovane?
- Non poche spiagge nazionali oggi hanno frequentatori diversi in orari diversi. Come gestire la spiaggia?
- Le spiagge possono diventare anche luogo di educazione ambientale alla cultura del mare?
- Come migliorare il 'paesaggio urbano' dei lungomari?
- Chi paga la riqualificazione dal momento che i Comuni hanno risorse sempre più scarse?