

All'inizio di ogni anno il comune di Vancouver sonda i residenti sull'impatto del turismo sulla loro città e, se ci sono dei cambiamenti nelle opinioni dei cittadini, cerca di correggere le politiche. Al tema il comune presta particolare attenzione soprattutto dopo che Vancouver è entrata nella lista delle città che il rapporto del World Travel & Tourism Council ritiene siano a rischio di *overtourism*, cioè una situazione nella quale i conflitti che sorgono tra i locali e i turisti possono aggravarsi.

Dal 2017 infatti il numero di persone che ha visitato la città canadese ha raggiunto la cifra dei dieci milioni di persone - per lo più provenienti da Cina, Stati Uniti, Australia e Regno Unito - e circa 230 navi da crociera vi arrivano ogni anno (a Venezia nel 2018 erano 594).

Secondo il World Travel & Tourism Council se non verranno prese delle precauzioni, Vancouver rischia di diventare come le città che hanno passato la soglia del conflitto tra residenti e turisti: Barcellona e Venezia.

Per queste ragioni qualche associazione a Vancouver ha cominciato a chiedere di fermare la promozione *tout court* della città. Impossibile? Secondo i promotori della richiesta, no.

Qualche cosa simile era già infatti avvenuto la scorsa estate quando a Quarry Rock, una destinazione che era rimasta fuori dai flussi turistici, ha iniziato ad essere oggetto di promozione commerciale e in breve tempo è stata invasa da turisti che hanno fatto infuriare la comunità locale. Multe, cartelli che invitavano i turisti ad andarsene, leggi per limitare parcheggi: nulla ha funzionato.

E quindi l'ufficio per il turismo ha deciso di sospendere la promozione della località. Le cose sono un po' migliorate grazie ad una strategia integrata che, accanto alla fine della promozione commerciale, prevedeva delle misure collaterali relative al settore alberghiero, trasporti e bed and breakfast.



Secondo le associazioni che si occupano di sviluppo sostenibile, l'interruzione della promozione commerciale di Vancouver è il solo modo per impedire che le conseguenze del turismo di massa siano nefaste per i suoi abitanti. Il fatto che alcune strategie messe in atto per dirottare i turisti verso i comuni limitrofi non abbiano funzionato sarebbe, secondo i promotori, una ragione in più per un'azione risolutiva.

I sostenitori dell'idea citano il caso olandese.

Nel 2018 infatti Amsterdam ha deciso di mettere uno stop alla promozione turistica e di chiudere alcune attrazioni turistiche della città. Il comune ha quindi eliminato la scritta storica "I Amsterdam" che si trovava fuori dal Rijksmuseum e che era diventata uno dei simboli internazionali riconoscibili della città.

A chiederne l'eliminazione era stato un politico dei GroenLinks (Verdi):

Gli abitanti di Amsterdam vogliono riprendere il controllo della città. Vogliamo dimostrare che siamo qualcosa di differente: tolleranti, diversi, solidali.

Perché secondo la sua proposta, il messaggio che la scritta forniva era troppo individualista. E soprattutto aveva ridotto la città a una storia di marketing da raccontare all'estero.