

# PREVISIONI METEO E TURISMO, I DANNI DEI FALSI ALLARMI

OGGI LE PREVISIONI METEO SONO SPESSO L'ELEMENTO PSICOLOGICO RITENUTO ESSENZIALE PER DECIDERE SE FARE O NO UN VIAGGIO. CREARE ALLARME PER OGNI EVENTO METEO AVVERSO SENZA SOLIDE E FONDATE PREVISIONI, COME ACCADE SEMPRE PIÙ DI FREQUENTE SU ALCUNI SITI COMMERCIALI, CREA GRAVI DANNI ALLE GIÀ FRAGILI ECONOMIE LOCALI.

**S**ono almeno due anni che, nel periodo primaverile ed estivo, “scoppiano” puntualmente le polemiche, sulle previsioni meteo errate che danneggiano il turismo. Una polemica che non è più un confronto sui mezzi d'informazione, talvolta anche particolarmente “accesa”, ma che rischia di spostarsi nelle aule dei tribunali, per iniziativa degli imprenditori turistici di molte località vacanziera del nostro paese, per eventuale richiesta di danni. C'è chi sostiene che si stia enfatizzando un aspetto di costume rispetto ai problemi veri di cui soffre l'industria del turismo. Questa corrente di pensiero vorrebbe che gli imprenditori turistici, invece di polemizzare con i siti meteo, si preoccupassero di offrire una vacanza più ampia e con più opportunità, in modo da attenuare gli effetti meteorologici negativi reali o le previsioni sbagliate e garantire comunque una buona qualità della vacanza anche in presenza di maltempo. Purtroppo le cose non stanno così. In primo luogo, perché le previsioni meteo sbagliate, ad esempio nel periodo pasquale, hanno provocato consistenti disdette negli alberghi, nonostante l'offerta turistica non fosse funzionale alla spiaggia e all'ombrellone, bensì all'arte, alla storia, alla cultura, ai parchi tematici e all'enogastronomia. In secondo luogo, perché la comunicazione sulle previsioni meteo,

non è più un momento serale, prima del telegiornale, ma qualcosa di più, perché assume importanza sociale e modifica i nostri comportamenti. L'avvento d'internet ha infatti modificato radicalmente i comportamenti sociali, tra questi il modo, l'attenzione e i condizionamenti che l'informazione meteo determina sulla popolazione. Attenzioni che aumentano in modo esponenziale nel momento in cui stiamo decidendo una vacanza. Contemporaneamente, si è modificato il modo di fare vacanze. In particolare, gli italiani hanno accentuato negli ultimi anni, la vacanza del fine settimana; poi, in un periodo di crisi come quello che stiamo attraversando, si cercano le offerte migliori e si valutano le previsioni meteo come una delle condizioni decisive, soprattutto se la vacanza è prevista al mare. In questa situazione, appare del tutto evidente che le previsioni meteo, non sono più soltanto una curiosità ma diventano l'elemento psicologico per decidere se fare o no un viaggio. Vi è poi un altro “fenomeno” che ha preso piede negli ultimi anni; mi riferisco all'abitudine di enfatizzare ogni evento meteorologico. Se c'è caldo (a parte il nome mitologico dell'anticiclone che paventa timore) diventa subito “allarme rosso” per i rischi alla salute, se

contrariamente arriva una perturbazione estiva, bene che vada, stiamo per essere devastati dall'uragano Katrina. La necessità di “bucare” lo schermo da parte dei siti commerciali porta a enfatizzare, sempre in negativo, ogni evento meteo.

L'ultima considerazione riguarda una corretta informazione ai cittadini. Nessun operatore del turismo chiede che siano addomesticate le previsioni. Ciò è talmente vero che si consiglia di consultare i siti dell'Arpa o quelli dell'Aeronautica militare.

Pertanto, è disinformativo divulgare previsioni che abbiano un'attendibilità vicino allo zero. È noto, infatti, che una previsione meteo a 10-15 giorni è impossibile, al massimo si può indicare una tendenza.

In realtà vi sono siti meteo commerciali che indicano previsioni di singole località turistiche a 10 giorni, con la scansione oraria di quel che succederà. Non sono previsioni, ma è un “oroscopo” che non crea solo tormenti emotivi, ma veri danni economici.

## Maurizio Melucci

Assessore Turismo e commercio  
Regione Emilia-Romagna

