Attentati di Parigi, così la paura ha cambiato turismo e tempo libero

La **paura** conseguenza degli **attentati di Parigi** ha cambiato il settore del turismo e del tempo libero. A poco più di 2 settimane dagli attacchi di Parigi i primi effetti economici del terrore si fanno sentire. Come spiega una notizia di Repubblica, se nei giorni successivi al 13 novembre a Parigi e **Bruxelles** le prenotazioni e le spese in ristoranti e locali sono colate a picco (tanto che si prevede un abbassamento del Pil di 2 miliardi di euro), si calcola che gli effetti della paura, pur se diluiti nel tempo, potrebbero durare a lungo. Basti pensare che le **agenzie turistiche francesi** ci hanno messo 6 mesi a tornare a vendite appena dignitose dopo i fatti di **Charlie Hebdo**. Perciò dopo le carneficine in luoghi pubblici (ristoranti, vicino allo stadio, la sala concerti Bataclan) i tempi per tornare alla 'normalità' saranno lunghissimi. E stavolta gli effetti non sono limitati alla sola Francia.

Quello che sta succedendo a Parigi "influenza molto l'andamento del turismo italiano", spiega **Giuseppe Roscioli**, presidente di Federalberghi Roma. Nelle ore successive al venerdì nero francese sono piovute le disdette da parte delle agenzie che, per i propri clienti, avevano previsto anche solo uno scalo aereo a Parigi. Per i pacchetti che prevedono il tour delle capitali europee, poi, il disastro economico è assicurato. Anche a migliaia di chilometri di distanza. Gli ultimi dati sull'occupazione degli **alberghi romani** per il ponte dell'Immacolata, che coincide con l'avvio del Giubileo, rivelano, ad esempio, che **le stanze prenotate sono solo il 52%,** e il calo delle prenotazioni raggiunge il 20%. Il Codacons calcola inoltre che il terrore abbia fatto **scendere del 15% le prenotazioni per i viaggi di Natale**.

Ma molte agenzie torneranno a far viaggiare, escludendo la tappa parigina. Almeno fino al cessato allarme. Perché **senza nuovi attentati la tendenza è quella di dimenticare**. Inoltre ogni crisi per qualcuno è un'opportunità di guadagno. Come l'**industria dell'automobile** (ora in Francia si preferisce l'auto privata ai mezzi pubblici) o le società di consegna a domicilio (ci si fa portare a casa la spesa). Ma sia in Francia sia all'estero fanno affari soprattutto le **aziende militari**, quelle dei settori sicurezza e difesa. O le **assicurazioni**, che offrono polizze che coprono dal rischio attentati. Ultima, ma non ultima, l'industria dell'**entertainment domestico**. Ai tempi dell'**Isis** niente viaggi. Tutti a casa a guardare la **Tv**.