

Islanda in autunno

Di Claudio Giunta

Fino a una decina d'anni fa, quando non c'erano i voli *low cost* e internet non era l'internet di adesso, andare in Islanda richiedeva un certo impegno, bisognava essere motivati, aver passato minuti se non ore, da piccoli, a cerciarne il perimetro col pennarello sull'atlante, fantasticando. Quasi tutto ciò che non era prodotto in Islanda era molto caro, perché spedire un qualsiasi oggetto X, dalla bottiglia di vino al pezzo di ricambio per il motore, in un'isola del nord Atlantico che sta a tre o quattro giorni di navigazione dal continente costava parecchio. La ristorazione era così così, sobria e non molto varia, e fuori da Reykjavík bisognava proprio accontentarsi, estendere a colazione pranzo e cena l'idea di 'vacanza un po' all'avventura' che vi aveva convinti a partire. Gli alberghi, tranne poche eccezioni, erano mediocri, e tremendamente cari.

Poi c'è stata la crisi del 2008: un po' ovunque nel mondo, ma in Islanda più severa. Nel 2008, a causa di una serie di manovre finanziarie non esattamente oculate, l'Islanda è praticamente fallita. Per permetterle di restare a galla, il FMI le ha concesso un prestito di più di due miliardi di dollari, un prestito che i cittadini islandesi stanno a poco a poco rifondendo con una percentuale dei loro stipendi. La crisi è stata un dramma per molti cittadini islandesi che, senza avere un soldo in tasca, si erano comprati case e automobili accendendo mutui a interessi ridicoli, ma è stata una benedizione per lo straniero islandofilo: la corona islandese ha perso un terzo del suo valore, e per un po' di tempo lo straniero islandofilo ha potuto fare il signore con in tasca i suoi euro/dollari/sterline. A questa benedizione se n'è affiancata un'altra, relativa alle, diciamo, modalità d'accesso al Paese. I voli *low cost* hanno reso l'Islanda attrattiva anche per i turisti non motivatissimi; e internet e il gps hanno semplificato un po' tutto, dalle prenotazioni negli alberghi e nelle case al controllo del meteo, alla circolazione sulle strade interne, strade sulle quali prima, dice la Fama, i turisti si perdevano, morivano.

Eppure, nonostante questo favorevole *combinato disposto* (calo dei prezzi + voli *low cost*), per un po' l'Islanda è rimasta una destinazione, se non veramente esotica, originale. Niente grandi città, pochi non memorabili musei, non molto da fare se non guardare il paesaggio, molta pioggia, vento gelido, temperatura per lo più tra gli zero e i dieci gradi: perché un essere umano avrebbe dovuto spenderci una delle sue tre settimane annue di vacanza?

Si torna dunque un'altra volta in Islanda, la settimana, convinti di trovarla più o meno come la si era lasciata tre anni prima, cara agli *aficionados* ma ignota ai più, e ancora relativamente economica, dato che il FMI aspetta ancora parte dei suoi soldi indietro. Invece no.

Albergo all'aeroporto di Keflavík, tre stelle scarse, 160 euro;
macchina a nolo (una Yaris da città, non un 4x4), 85 euro al giorno;
cena per due, buona ma senza sfarzo, 90-100 euro;
un caffè e un biscotto in un bar giovane, curato ma non lussuoso, 7 euro;
piumino leggero Cintamani, 430 euro.

Insomma dall'ultimo soggiorno islandese i prezzi sono cresciuti di un buon terzo, se non della metà, soprattutto i prezzi degli alberghi e del cibo. C'entra il cambio, che non è più favorevole all'europeo in visita. Ma c'entra soprattutto il fatto che l'Islanda va di moda, e si trova nella rosea situazione di dover far fronte a una domanda turistica che non ha eguali nella storia del paese, e in realtà, se si guarda alle percentuali, non ha forse eguali nella storia di qualsiasi paese (un po' di dati qui: www.statice.is).

In sei anni, dal 2010 al 2016, il numero dei pernottamenti negli alberghi islandesi è più che raddoppiato, da poco più di 3 milioni a 6 milioni e mezzo. Gli occupati nel settore turistico erano circa 10.000 nel 2008, sono circa 27.000 oggi, senza contare i tanti che fanno le guide turistiche occasionalmente, d'estate, o fanno la stagione negli alberghi: un buon terzo dei miei conoscenti islandesi che durante l'anno lavorano nei ristoranti o nelle scuole arrotonda così. La previsione è che nel 2017 arriveranno in Islanda più di due milioni di turisti, sei volte la popolazione del paese, che ha circa 330 mila abitanti: come Bari, come il Molise. Nel 2010 i turisti erano stati circa mezzo milione, nel 2000 trecentomila, nel 1990 poco più di centomila: vale a dire che in trent'anni il flusso turistico è cresciuto di venti volte. Il numero però non basta a rendere l'idea della concitazione, dell'ingorgo, perché la

grandissima parte dell'Islanda è deserta, una distesa di ghiaccio o di lava, e i 330 mila autoctoni + i 2 milioni di turisti finiscono per concentrarsi in pochi fazzoletti di terra – il centro di Reykjavík, l'area di Thingvellir col geysir e la cascata Gullfoss, la Blue Lagoon, le sponde del lago Myvatn. Conseguenza: su molte di quelle che dai viaggi precedenti uno si ricordava come *case* adesso svetta l'insegna *Hotel*; a Reykjavík c'era già uno Hilton, il Nordica, a poche centinaia di metri dal centro, ma adesso ne hanno aperto un altro, il Canopy, nel cuore della città; e a cento metri in linea d'aria la catena Fosshotel ha appena inaugurato il più grande albergo del paese, 320 stanze. Agenzie come Hertz e Avis hanno raddoppiato il parco-macchine; «sulle sole prenotazioni delle auto noi – mi dice un'amica che lavora per l'agenzia turistica *Around Iceland* – nel 2015 abbiamo guadagnato tre milioni di corone, circa 8000 euro; nel 2016 siamo già a tredici milioni».

Perché, ci si domanda, tanti turisti, quasi all'improvviso, nonostante i prezzi siano quasi raddoppiati? «Il fatto è – mi spiega Drífa, che lavora all'ufficio del turismo di Reykjavík – che abbiamo saputo vendere bene l'idea di una *icelandic experience*. All'indomani della crisi del 2008, quando sembrava che l'intera popolazione dell'Islanda dovesse emigrare in Norvegia per trovarsi un lavoro, abbiamo capito che il crollo della corona poteva anche diventare un vantaggio per noi. Avevamo bisogno di valuta estera, e l'unico modo per averla – a parte il prestito del FMI – era portare gli stranieri in Islanda. Negli anni precedenti non avevamo mai fatto una vera e propria politica per il turismo, l'Islanda era sempre stata una destinazione per turisti un po' particolari, che sapevano quello che volevano e non avevano bisogno di essere sedotti per venire fin qui: erano già convinti».

Per convincere i non ancora convinti bisognava investire: fare pubblicità, migliorare i servizi, aumentare il numero dei posti-letto, delle macchine a noleggio... Ma soprattutto fare pubblicità. «Abbiamo cominciato a partecipare ad alcune fiere internazionali del turismo, specialmente in Asia. E anche i privati, indipendentemente dallo Stato, hanno cominciato a pensare a come si poteva vendere l'Islanda all'estero. Per esempio, un piccolo studio di Reykjavík, da solo, senza chiedere niente a nessuno, ha messo in rete un video bellissimo intitolato *Inspired by Iceland* che ha avuto centinaia di migliaia di visualizzazioni» (bellissimo, in effetti: pieno di gioventù, divertimento, meraviglie naturali, e le note di *Jungle Drum*, dell'italo-islandese Emiliana Torrini, perfettamente in tono). «E poi abbiamo avuto due grossi colpi di fortuna: il vulcano e i campionati europei». Il vulcano è l'Eyjafjallajökull, che nel 2010 ha eruttato bloccando per giorni la circolazione aerea sull'Europa e costringendo molti stranieri che si trovavano in Islanda per vacanza o per lavoro a cambiare piani e a rimanere nel paese, in una specie di forzata – ma indolore, anzi quasi euforica – sospensione dell'esistenza. «L'eruzione dell'Eyjafjallajökull – mi dice Drífa – all'inizio sembrava un disastro, invece poi si è rivelata una benedizione. Niente morti, niente danni permanenti, solo qualche ritardo nel traffico aereo, e in cambio una pubblicità planetaria. Dopo Thingvellir e la Blue Lagoon, l'area dello Eyjafjallajökull è diventata la terza attrazione del sud del paese». E poi ci sono stati gli europei di calcio: la qualificazione, che era già una cosa mai vista, in un paese di poco più di trecentomila abitanti; e poi la vittoria con l'Inghilterra, il passaggio ai quarti, il *geyser sound* dei tifosi... E insomma, adesso c'è questa specie di strano effetto-calamita, tutti vogliono venire in Islanda...».

Però *volere* non è *potere*, e uno si chiede come mai, dopo l'impennata dei prezzi degli ultimi due anni, il numero dei turisti cresca anziché diminuire. E qui bisogna distinguere tra ragioni sostanziali e ragioni circostanziali. Prima ragione sostanziale: in tutto il mondo esistono decine, centinaia di milioni di persone che possono permettersi, anche solo una volta nella vita, una vacanza esotica e costosa. Queste persone sono, per lo più, se non proprio anziane, non-giovani, e per loro l'Islanda è la destinazione perfetta: perché dà il brivido dell'avventura (il freddo, il vento, i grandi spazi aperti), ma un'avventura rilassante, per niente pericolosa (c'è il *wifi* ovunque, la piscina d'acqua calda è sempre lì a un passo, dovunque uno si trovi, il tasso di criminalità è vicino allo zero); e perché non obbliga a lunghe code davanti ai musei, alle ville: cittadini di uno Stato storicamente povero e isolato, gli islandesi non hanno mai avuto modo di accumulare ricchezze da reinvestire in arte o dimore aristocratiche, e adesso a voi non tocca visitarle, quelle dimore, quelle quadriere. A Parigi, uno arriva in albergo la sera stremato; a Reykjavík no. E poi – sempre per la soddisfazione della clientela borghese e *agée* – non ci sono poveri, o solo uno ogni tanto, ubriaco più che povero; e non ci sono immigrati troppo visibili, nessuno spettacolo di miseria che offenda l'occhio e rattristi l'anima, agli angoli delle strade: regnano ovunque l'ordine, la pulizia, il decoro, tutte quelle cose che ci vergogniamo un po' di desiderare ma che soprattutto all'estero, dove siamo più indifesi, intensamente desideriamo.

Seconda ragione sostanziale: l'Islanda è meravigliosa, e difficilmente se ne ritorna delusi, sicché il principale volano del turismo islandese sono i turisti stessi, i loro racconti estasiati, i loro post entusiasti su Facebook e su

Tripadvisor. Non c'è probabilmente luogo del mondo che più dell'Islanda abbia beneficiato di questa pubblicità indiretta e gratuita: perché chi decide di andare in Islanda è già geneticamente programmato per amare l'Islanda, e nella grande maggioranza dei casi il suo amore in potenza diventerà amore in atto; e l'amore rende ciarlieri: si torna e ci si mette subito a fare proseliti.

Poi ci sono le ragioni circostanziali, legate al momento. Una è che il Mediterraneo del sud è ormai un mare pericoloso, e i crocieristi puntano sempre più spesso sui fiordi del Grande Nord: il clima è più rigido, il cambio meno favorevole, ma alle Faer Oer o in Islanda c'è un'atmosfera rilassata che è ormai difficile trovare al Cairo o a Tunisi. Un'altra ragione – la più importante secondo Drifa – è che la compagnia di bandiera Icelandair offre lo *stopover* a Reykjavík a chi vola dall'Europa all'America, e viceversa. Si fa un biglietto, mettiamo, Ginevra-Chicago, e senza che la tariffa del volo aumenti ci si può fermare in Islanda passandoci fino a sette notti, magari approfittando delle convenzioni con gli alberghi della Icelandair sparsi un po' in tutto il paese.

Che pensano, di tutto questo, gli islandesi? Gli islandesi si dividono, come accade, in *contenti della situazione e scontenti della situazione*. I contenti sono soprattutto quelli che hanno ereditato o comprato immobili che hanno a loro volta venduto o affittato, o quelli che lavorano nel turismo. Gli scontenti sono quelli che vivevano in affitto in centro e sono stati sfrattati, o quelli che continuano tenacemente a vivere in centro ma che nel giro di pochi mesi si sono visti crescere attorno una selva di ristoranti, bar da movida, alberghi, alloggi da affittare su Airbnb, negozi di abbigliamento, agenzie di viaggi. Sono il caos e il benessere generati dal turismo, niente che non sia familiarissimo all'abitante di Roma o Firenze, per non parlare di Venezia; ma per gli islandesi è una novità poco piacevole. «Qui», mi dice un amico di una certa età, uno che si ricorda ancora gli anni del dopoguerra, quando gli aerei di linea non c'erano, e per andare in Inghilterra s'impiegavano cinque giorni, a bordo della leggendaria nave Gullfoss, «qui adesso vengono anche per due giorni, una notte appena. I ragazzi inglesi e tedeschi fanno gli addii al celibato o al nubilito: arrivano al pomeriggio del sabato e ripartono la sera dopo. Non prendono nemmeno una stanza, vanno in giro per locali tutta la notte e la mattina della domenica li trovi al caffè che smaltiscono la sbornia».

In realtà, dato che gli esseri umani sono spesso intimamente contraddittori, e poco inclini alla riflessività se la riflessività devono applicarla alla loro vita, accade anche di trovare tra gli scontenti qualcuno che ha venduto o affittato gli immobili incautamente acquistati prima della crisi, e adesso vive di rendita. Il dialogo seguente – tra me e un Islandese che nel 2006 aveva comprato un palazzetto di tre piani con un mutuo che dopo il 2008 era diventato un capestro – ha avuto davvero luogo:

Io: «E insomma poteva essere una tragedia e invece alla fine è stata una fortuna».

Islandese: «Ma per un po' pensavo davvero di dover scappare all'estero, di vendere un rene... Poi, dall'oggi al domani, questa azienda che traffica in case per i turisti mi ha fatto un'offerta, e sulle prime io pensavo fosse uno scherzo, non potevo credere che mi volessero dare tanti soldi per due appartamenti ancora da ristrutturare (non avevo neanche i soldi per far ridipingere le pareti), sempre al buio d'inverno, sulla strada... E invece».

Io: «E adesso cosa? Ti godi la vita, no?».

Islandese: «Sì, cioè mica tanto, perché qui è cambiato tutto, non si può più entrare in un ristorante se non hai prenotato, d'estate il centro è impraticabile, e adesso costruiscono pure uno *Hard Rock Cafe* dove prima c'era la libreria... Quello è il segno della fine, no?».

(A questo punto il lettore leopoldiano si aspetta, si augura che una coppia di leoni, emissari dello spirito del capitalismo, entri in scena e si mangi l'Islandese Inconsequente: ma niente).

Così, dato che l'estate islandese è tanto trafficata, chi ha la possibilità di farlo dovrebbe andarci a maggio, o a settembre. Maggio si fa preferire per il clima, per le buone *chances* di non dover passare pomeriggi interi chiusi in macchina ad aspettare che la pioggia perlomeno rallenti, e soprattutto per le 18-20 ore di piena luce che almeno sulle prime hanno un effetto elettrizzante (poi arriva la stanchezza, dovuta anche al fatto che molte case islandesi, non si capisce perché, alle finestre hanno le tende, non le persiane o gli scuri, e l'astinenza da buio *autentico* può

innescare nei più sensibili sindromi diverse, dall'iperattività alla ciclotimia, alla semplice astenia da mancanza di sonno, tipo Al Pacino in *Insomnia*). Ma anche settembre può essere bellissimo. Le giornate sono meno lunghe, il clima è mediamente un po' più freddo e piovoso. Ma i colori di settembre sono più belli di quelli di maggio: l'Islanda non ha quasi alberi, ma ha la brughiera, il muschio che cresce sulla lava, e dalla metà di agosto alla prima neve d'autunno questo tappeto di muschio e fiori, verdognolo d'estate, si colora di sfumature infinite, dal giallo all'ocra, all'indaco, al rosso scuro.

A settembre i turisti ci sono, ma in numero ragionevole. A Reykjavík fanno su e giù per la strada dei negozi, Laugavegur, e nella zona del porto, e da qui poi partono per le gite ai ghiacciai, a Thingvellir o alla Blue Lagoon. Fuori da Reykjavík, nei punti d'interesse o davanti agli alberghi, s'incontra ogni tanto il pulmino di un viaggio organizzato, per lo più orientali, cinesi impegnati nel *selfie* con l'asta per il *selfie*, cinesi che – mi dice Drífa – «cominciano ad arrivare dopo l'estate soprattutto per vedere l'aurora boreale, non si riesce a capire com'è nata la moda: evidentemente un cinese è tornato in Cina e ha detto a tutti che l'aurora boreale è la cosa più bella del mondo, e adesso in autunno e inverno ne arrivano sempre di più. E poi ci sono i sudcoreani, c'è stato questo reality sudcoreano, *Youth Over Flowers*, che l'anno scorso hanno girato in Islanda, e adesso siamo pieni di sudcoreani...».

A nord-est, dove siamo diretti, è previsto cielo nuvoloso e pioggia per un paio di giorni. È normale. Il video *Inspired by Iceland* dice la verità sull'Islanda, ma non la dice tutta. Perché per molti mesi all'anno l'Islanda somiglia più a un acquitrino che a quella Romagna solatia che si vede nel filmato. Gli islandesi non se ne accorgono perché sono abituati, più degli inglesi alla pioggia inglese, che non è così fitta e fredda. Vanno in giro in maglietta, giocano a pallone sin da piccoli con la giacca a vento e il berretto, l'acqua che gli scende a rivoli sui pantaloni. Chi è nato vari paralleli più a sud contempla ammirato questa noncuranza, questo stoicismo, e si aggrappa all'ombrello per evitare che il vento glielo porti via: l'unico ombrello aperto in tutta la strada, nonostante una pioggia che, su scala mediterranea, si definirebbe senz'altro *battente*. Il meteo dice pioggia, dunque, ma come non accade quasi mai il meteo stavolta sbaglia, e un sole quasi primaverile – 10-15 gradi di giorno, che a settembre sono tanti – inonda l'Islanda nord-orientale per tutta la durata del nostro soggiorno. Il sole cambia, cioè migliora qualsiasi esperienza di viaggio, ma in Islanda la trasforma addirittura, la rende memorabile, perché l'esperienza islandese si fa soprattutto in campagna, sulle strade, all'aperto, e muoversi su una quinta grigia o muoversi aureolati di luce sono due cose molto diverse.

L'Islanda non ha ferrovie. Per muoversi ci sono le strade o gli aerei interni che partono dall'aeroporto di Reykjavík città, che dista poco più di un chilometro dal centro ed è un aeroporto artigianale, in cui le macchine per lo screening dei bagagli si usano e non si usano, e l'avviso che l'aereo sta imbarcando i passeggeri non lo fa l'altoparlante ma la hostess, che entra in sala d'attesa sorridendo e mette in colonna i partenti davanti al minuscolo *gate*, come la maestra a scuola. Il nostro volo impiega un'ora esatta per raggiungere Egilsstaðir, la più grande, cioè la meno piccola tra le cittadine del nord-est (2200 abitanti). Atterriamo a Egilsstaðir e di lì prendiamo una macchina, ma avremmo potuto atterrare ad Akureyri, o a Thorshöfn o a Ísafjörður, o in qualsiasi altra cittadina dotata di aeroporto, in qualsiasi altro punto del paese, perché ciò che conta davvero in Islanda non è visitare questa o quella cittadina bensì *andare*, e guardare il paesaggio mentre si va. I *landmark* non ci sono, o non sono oggetti fatti dall'uomo ma pezzi del paesaggio. Nelle piazzole di sosta, sui cartelli dell'ufficio turistico, non ci sono le foto di palazzi e musei ma notizie sulla nidificazione delle sterne, la mappa con gli orari della piscina comunale. I villaggi si distinguono a malapena l'uno dall'altro per dettagli minuscoli: qui un mini-museo dell'artigianato locale, lì un bar-ristorante che serve waffle fatti in casa ed è tappezzato di fotografie degli anni Venti e Trenta. Ma al ritorno dal vostro viaggio islandese basterà qualche giorno per mescolare tutti i nomi, e presto non ricorderete più se siete stati a Seydisfjörður oppure a Borgarfjörður, o se la cascata che vi ha commosso fino alle lacrime si chiamava Dettifoss, nel nord del paese, o Skógafoss, trecento chilometri più a sud. Però ricorderete, senza ormai saperli localizzare sulla mappa, gli incantevoli mosaici creati dalle quattro o cinque tessere che formano il panorama islandese: distese di lava solidificata, muschi e brughiera dai colori autunnali, mare, ghiacciai in lontananza e il cielo illuminato da una luce che non solo non avevate mai visto prima, ma non credevate neppure potesse esistere. Noi siamo risaliti da Egilsstaðir a Vopnafjörður, una lunga strada sinuosa che scavalca il fiordo affacciandosi vertiginosamente sull'oceano, poi ci siamo diretti a ovest verso Husavík, l'antico porto della caccia alle balene che abbiamo eletto come base per le esplorazioni dei giorni successivi: la valle di Laugar e il lago Myvatn a sud; il parco naturale di Asbyrgi, a est; e ancora più a est la lingua di terra (terra, non asfalto) della penisola di Langanes, alla fine della quale – dice la Guida Bradt dell'Islanda, e non si potrebbe dire meglio – «le

onde si infrangono su tutti i lati, tutto il Paese è alle spalle e tutto ciò che si sente è il vento».

Quando mi domandano se l'Islanda sarebbe un bel posto per viverci, un posto in cui stare per sempre e non solo passare da turisti, rispondo che sì, certo, l'Islanda è un bel posto per vivere, se uno non prova troppa nostalgia del caldo e della luce mediterranea (e io per esempio non ne provo). Ma poi aggiungo un po' melodrammaticamente che l'Islanda mi è sempre sembrata soprattutto un bel posto in cui morire. Perché ci aspetta un eterno non essere, o nel migliore dei casi un'eterna solitudine (nelle visioni del paradiso non si parla quasi mai delle persone che abbiamo amato, delle conversazioni che ci sono state così care in vita: la beatitudine starà nella pura contemplazione, dicono), ed è difficile immaginare che esista un posto migliore dell'Islanda per cominciare questa ascesi, per prendere congedo. Adesso, per esempio, abbiamo fermato la macchina sulla scogliera che incornicia la penisola di Tjörnes, pochi chilometri a nord-est di Husavík. Nel cielo non ci sono nuvole, e la costa è battuta da un vento di terra che piega nella direzione dell'oceano l'erba altissima dei prati, e rallenta le onde, che si rincorrono e si sovrappongono, lunghissime, per poi rompersi su un'infinita spiaggia di sabbia nera, costellata di tronchi levigati dal mare. Di tronchi come questi, che le correnti hanno spinto sin qui dalle coste settentrionali della Russia, generazioni di islandesi si sono serviti per costruire le loro case. Alle nostre spalle, branchi di pecore brucano l'ultima erba, prima che i pastori le riportino negli stalli per l'inverno; davanti a noi, sul prato che declina verso il mare, una dozzina di cavalli neri e marroni ci guardano, miti e curiosi: dobbiamo essere i primi esseri umani che hanno visto da vicino da giorni, forse da settimane. Non c'è anima viva nel raggio di chilometri. La penultima strofa del *Giardino di Proserpina* di Swinburne dice più o meno quello che abbiamo in mente in questo momento; ripetete con noi:

From too much love of living,
From hope and fear set free,
We thank with brief thanksgiving
Whatever gods may be
That no life lives for ever;
That dead men rise up never;
That even the weariest river
Winds somewhere safe to sea.

[Dal troppo amore per la vita,
da speranza e paura infine liberi,
con un breve grazie ringraziamo
gli dei, se ce ne sono,
perché nessuna vita vive per sempre;
perché i morti non risorgeranno;
perché anche il più esausto dei fiumi
trova infine la sua via verso il mare].