

Fabrizio Ferrari

MOBILITÀ E TURISMO

Teorie, pianificazione e azioni



Scienze geografiche
FrancoAngeli 



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Fabrizio Ferrari

MOBILITÀ E TURISMO

Teorie, pianificazione e azioni

Scienze geografiche
FrancoAngeli 

In copertina: Immagine elaborata dall'autore con il programma M365 Copilot

Isbn cartaceo: 9788835180388

Isbn e-book open access: 9788835182382

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Publicato con licenza *Creative Commons*
Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale
(CC-BY-NC-ND 4.0).

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni
della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Indice

Introduzione	pag.	9
1. Mobilità e turismo: un approccio teorico	»	11
1. Premessa	»	11
2. La geografia della mobilità nell'approccio funzionalista	»	11
3. Turismo e mobilità nell'approccio funzionalista	»	14
3.1. Oltre il concetto di distanza fisica	»	19
3.2. Oltre il concetto di spazio isotropico	»	23
4. L'approccio sistemico e la complessità	»	26
5. Gli approcci sistemici alla geografia economica	»	33
6. L'approccio sistemico alla mobilità	»	39
7. Mobilità e turismo secondo l'approccio sistemico	»	48
2. La lentezza e il turismo	»	52
1. La svolta della mobilità e l'elogio della lentezza	»	52
2. <i>Slow mobility, slow travel, slow tourism</i>	»	58
3. Il turismo di prossimità	»	72
4. Itinerari, <i>slow travel</i> e <i>slow tourism</i>	»	76
3. Le motivazioni dei turisti: il viaggio come esperienza	»	78
1. Premessa	»	78
2. Le motivazioni dei turisti: il quadro teorico	»	82
2.1. Il concetto di autenticità	»	82
2.2. Le ipotesi motivazionali dicotomiche	»	84
2.3. Le ipotesi multi-motivazionali	»	87
2.4. Considerazioni di sintesi sulle motivazioni turistiche	»	89
3. Motivazioni e scelte nelle esperienze del viaggio	»	90
3.1. Le esperienze turistiche a piedi	»	93

3.2. Le esperienze turistiche in bicicletta	pag.	101
3.3. Le esperienze turistiche con altri mezzi di trasporto	»	104
4. La mobilità come esperienza di viaggio	»	107
4. Patrimonio territoriale e risorse per gli itinerari	»	114
1. Le risorse turistiche	»	114
2. Dal patrimonio territoriale alle risorse	»	119
3. Il capitale territoriale e gli itinerari	»	124
3.1. Il capitale ambientale	»	124
3.2. Il capitale antropico	»	127
3.3. Il capitale insediativo	»	140
4. Alcune considerazioni su patrimonio territoriale e risorse	»	149
5. La configurazione territoriale degli itinerari	»	150
1. Premessa	»	150
2. I modelli per la valorizzazione del patrimonio territoriale	»	151
3. La bioregione urbana e il turismo	»	154
4. La progettazione degli itinerari	»	158
4.1. La prima fase: l'analisi del patrimonio territoriale	»	158
4.2. La seconda fase: lo sviluppo delle reti e delle narrazioni	»	160
4.3. La terza fase: la diagnosi di attrattività del paesaggio	»	162
4.4. La quarta fase: la creazione degli itinerari	»	163
4.5. La quinta fase: la creazione di servizi di supporto	»	166
5. La morfologia degli itinerari turistici	»	168
6. La gestione degli itinerari turistici	»	180
1. L'approccio teorico alla gestione dei sistemi turistici	»	180
2. Gli attori nei sistemi turistici: l'analisi multi-livello	»	184
3. Il livello individuale	»	188
4. Il livello di nicchia	»	198
5. Il livello di regime	»	212
5.1. Il modello a mosaico	»	218
5.2. Il modello imprenditoriale	»	219
5.3. Il modello governativo	»	220
5.4. Il modello comunitario	»	223
6. Il livello del <i>landscape</i>	»	225
7. Gli itinerari: alcuni casi di studio	»	233
1. La scelta degli itinerari da narrare	»	233
2. Il Cammino dei Briganti in Sicilia	»	234
3. La Ferrovia dei Parchi in Abruzzo	»	236

4. Il Sentiero delle Foreste Sacre nel Casentino	pag.	239
5. La Via degli Dei nell'Appennino tosco-emiliano	»	243
6. Alcune riflessioni sugli itinerari descritti	»	246
8. Gli itinerari urbani	»	247
1. Il comportamento dei visitatori nelle città	»	247
2. Il turista di massa: le visite al patrimonio culturale di Venezia	»	254
3. Il <i>flâneur</i> : gli itinerari letterari a Milano	»	257
4. Il <i>choraster</i> : le vie della pizza a Napoli	»	260
5. Il <i>post-bohémien</i> : la visione soggettiva dei luoghi a Torino	»	264
6. Alcune considerazioni di sintesi sugli itinerari urbani proposti	»	268
Prospettive di ricerca	»	269
Riferimenti bibliografici	»	273

Introduzione

L'idea del libro nasce da una prima riflessione personale, un'esigenza di sviluppare un proprio punto di vista sull'importanza della mobilità, intesa come fattore essenziale per lo sviluppo del turismo. In tal senso, le prime memorie andavano a lavori precursori come il famoso modello di Toschi e a studi angloamericani da ricondurre all'alveo funzionalista, in cui l'obiettivo principale era inteso come la riduzione dello spreco di tempo per raggiungere la meta prescelta e l'ottimizzazione dei costi necessari per lo spostamento. Lo spazio di mobilità era dunque tratteggiato sostanzialmente quasi come un ostacolo verso la fruizione delle vacanze, ricordando anche l'esaltazione del concetto della "convergenza spazio-tempo" (e della contrapposta "divergenza").

Più recenti approcci teorici mi hanno allontanato da queste prime interpretazioni così schematiche e utilitaristiche, basate sostanzialmente sull'economicità e sulla soddisfazione della clientela. Lo studio di alcune nuove prospettive teoriche mi ha prefigurato una problematica di inquadramento del fenomeno della mobilità connessa al turismo molto più complessa, che va a toccare vari piani di lavoro, sguardi interdisciplinari, metodologie di studio diverse.

Ho anche notato che la tematica ha raccolto un numero molto rilevante di scritti in materia, di cui la bibliografia tiene in conto solo per quello che si è effettivamente riportato nel testo e non di quanto complessivamente analizzato durante il periodo piuttosto lungo di gestazione di questo libro. È rimasta comunque la sensazione che diversi dei testi consultati si concentrassero su aspetti specifici e casi studio, solo sfiorando tematiche di portata teorica generale.

Affiancandoli a paradigmi concettuali piuttosto originali che stanno emergendo negli ultimi anni, ho cercato di individuare una trama comune, un ordito sottostante all'eterogeneo e vasto sistema della mobilità turistica.

In particolare, i primi capitoli sono stati intesi come le fondamenta di natura concettuale che intendono tratteggiare gli approcci teorici del periodo funzionalista e il successivo avvento e consolidamento delle prospettive sistemiche, fino a giungere ai concetti più recenti, che vedono la contrapposizione fra “mondo veloce” e “mobilità lenta”.

A questo punto, ho pensato di concentrare la mia ricerca verso un approccio teorico sistemico sugli itinerari, considerando anche i pochi riferimenti organici ancora esistenti in materia, non solo nel panorama italiano, ma, sorprendentemente, anche in quello internazionale.

Il primo passo è stato quello di cercare di tracciare un profilo delle persone che decidono di intraprendere un itinerario. Ho cercato di raccogliere alcuni tratti fondamentali dalla vasta, ma estremamente frammentata letteratura in materia, provando a suddividere, anche in base alle diverse modalità di fruizione dell’esperienza, da quella classica a piedi fino all’impiego di mezzi a motore.

Il secondo passo, comprendente il quarto e il quinto capitolo, è inteso a porre in luce la valenza del capitale territoriale, ossia il processo di continua selezione degli elementi del patrimonio socio-culturale da mostrare, conoscere e far interagire con i visitatori. Da ciò, si configurano le diverse morfologie e forme che gli itinerari possono assumere a seconda dei luoghi di origine e destinazione e delle diverse tappe da compiere. Per arrivare alla effettiva concretizzazione di un progetto di itinerario si sono ipotizzate alcune fasi progettuali, argomentando brevemente su ognuna di esse.

Il terzo passo è sicuramente il più complesso perché si è inteso prendere spunto dal quadro concettuale relativo alla prospettiva multi-livello, su cui ancora si sta costruendo un’impalcatura teorica riguardante specificatamente il turismo, integrandola con altri concetti teorici, nella prospettiva di valutare come persone e territori interagiscano fra di loro nella costruzione e sviluppo di itinerari. Particolare importanza è data alle forze che vanno ad animare e comporre le reti di attori che si vengono a formare e, successivamente, all’organizzazione e alla governance di tali sistemi territoriali.

Infine, gli ultimi due capitoli hanno lo scopo di osservare, con uno sguardo molto rapido, le configurazioni territoriali di itinerari esistenti o progettati in Italia e di ricondurli alle categorie teoriche precedentemente messe in campo e discusse.

Prima di iniziare questo percorso concettuale, devo scrivere di come esso sia stato lungo e tortuoso, con tanti bivi e molte diramazioni. Di come mi sia reso conto che, come non si possano percorrere tutti gli itinerari, ritengo che il mondo, nella sua vasta complessità, non possa essere racchiuso in semplici schemi concettuali. Eppure, spero che il mio modesto contributo possa generare spunti di riflessione proficui nel futuro.

1. Mobilità e turismo: un approccio teorico

1. Premessa

Il dibattito intorno alla connettività fra aree di irradiazione dei flussi turistici e località di svago rappresenta un nodo di discussione di cruciale rilevanza fin dai primordi del fenomeno.

Il tema di ricerca ha avuto una focalizzazione preponderante sulle tematiche prospettanti un'ottica funzionalista ed economicistica, in particolare alimentando questioni riguardanti i costi, le tempistiche e il grado di soddisfazione degli utenti, e, più in generale, l'efficienza nel raggiungere l'obiettivo di connettività.

Solo più recentemente, in particolare a partire dagli anni Novanta, si sono cominciate a osservare altre sfaccettature, ponendo in luce anche le connotazioni attinenti alla sfera sociologica della mobilità umana e all'approccio esperienziale insito nel viaggio.

Nel prosieguo del capitolo, prima di approcciarsi alle tematiche obiettivo del libro, si intende tracciare un rapido schizzo che possa riassumere, quanto meno, il cruciale momento di passaggio dal paradigma funzionalista ed economicistico della geografia dei trasporti a quello sistemico ed esperienziale della mobilità.

2. La geografia della mobilità nell'approccio funzionalista

Il concetto cardine da cui partire per richiamare, seppure brevemente, gli orientamenti preponderanti nella visione funzionalista relativa ai trasporti è la distanza.

Negli studi funzionalisti la distanza passa da essere una dimensione assoluta a una relativa, assumendo le connotazioni di misurabilità esclusivamente in base all'efficienza delle vie di comunicazione. Pur non entrando nel merito delle diverse metodologie di calcolo, a partire dai ragionamenti quantitativi funzionalisti si sviluppano tematiche fondamentali quali l'interazione spaziale fra i centri, l'accesso e l'accessibilità, le connessioni fra spazio e tempo.

Nel semplice dettato della “prima legge fondamentale della geografia” di Tobler (1970, p. 236) «everything is related to everything else, but near things are more related than distant things»¹ si racchiude il fondamentale concetto che la distanza non assume più connotati astronomici assoluti, ma agisce come forza di attrazione e di potenziale affievolimento fra gli elementi a seconda del suo agire. Lo stesso autore comprende e rivela che un modello che cerchi di cogliere nella propria complessità il sistema trasportistico dovrebbe contemplare innumerevoli variabili e tenere conto dei diversi comportamenti degli individui; pertanto, semplifica enormemente la propria visione. Tale semplificazione, tipica del funzionalismo, ha comportato riflessioni in un'ottica spesso meccanicistica, che riduce di molto le stesse prospettive di sviluppo dei sistemi delle reti trasportistiche e dei movimenti che in essi si producono.

La distanza nella visione funzionalista va dunque ad essere analizzata in termini di frizioni al libero movimento nello spazio. Nell'impostazione classica, gli ostacoli alla mobilità erano principalmente dovuti all'ambiente naturale, come le condizioni peculiari relative alla topografia, all'idrografia e al clima (temperature, venti, precipitazioni), ma i progressi tecnologici hanno di fatto costituito un potente meccanismo di lenizione e riduzione degli impatti dei condizionamenti ambientali. Si sposta l'attenzione su altre questioni, come l'accessibilità dei luoghi, i costi di costruzione e mantenimento delle infrastrutture e i costi di trasporto in sé e i fenomeni agglomerativi della popolazione e delle attività economiche, da cui derivano i concetti di concentrazione spaziale e specializzazione funzionale.

Il sistema dei trasporti, in tale prospettiva, ha tre componenti fondamentali (Rodrigue, Comtois e Slack, 2006): la domanda di mobilità per persone

¹ «Tutto è in relazione con tutto il resto, ma le cose vicine sono più correlate di quelle lontane».

e merci, i nodi, ossia i luoghi fisici di interscambio, dunque, i cardini del sistema trasportistico e, infine, le reti, ossia il disegno sul territorio delle traiettorie e dei percorsi per collegare i vari nodi. Tenendo conto del ruolo cruciale delle interazioni e, al contempo, delle frizioni che possono esserci fra questi tre subsistemi si viene a creare un sistema complesso che si fonda sulla gerarchizzazione dei luoghi in base alla magnitudo attrattiva dei diversi nodi e alla domanda di interazione spaziale, sulle infrastrutture ubicate fra le reti e i nodi, e, infine, sui flussi generati dal transito di persone e merci lungo le reti trasportistiche (fig. 1).

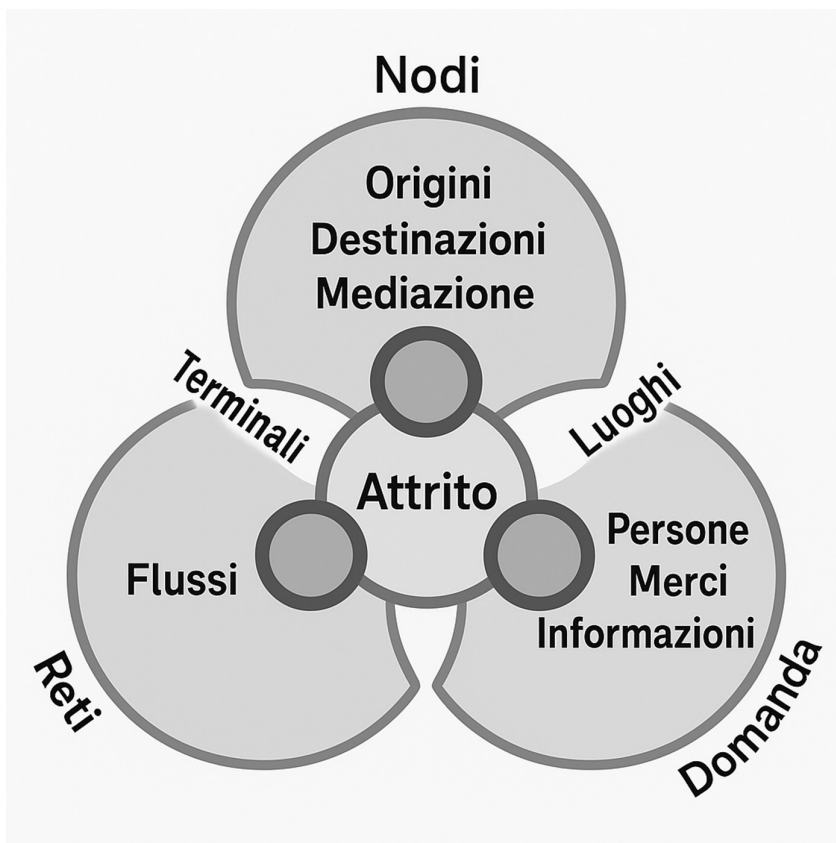


Fig. 1 – Il sistema dei trasporti (Fonte: elaborazione da Rodrigue, Comtois e Slack, 2006, p. 7).

Il modello tratteggiato richiama le condizioni necessarie per l'interazione spaziale delineate da Ullman (1956). Il primo è la complementarità,

causata dall'ineguaglianza nella distribuzione di beni e servizi fra le varie località; essa attiva fattori di condizionamento per cui la domanda non riesce a essere soddisfatta localmente così da innescare stimoli a rivolgersi necessariamente ad altre località che abbiano, al contrario, un surplus del determinato bene o servizio richiesto. Poi la trasferibilità, ossia la misurabilità dei costi e dei tempi per l'accesso ai diversi luoghi comparata all'utilità che se ne ricava dal poter fruire di beni e servizi, in altre parole l'accessibilità delle località e lo sforzo di accesso per raggiungere i luoghi di produzione e di vendita. Infine, l'opportunità di scelta fra diverse località alternative virtualmente complementari, in base a una serie di fattori e caratteristiche oggettive e soggettive non soltanto di tipo economico.

L'efficienza e l'efficacia di una rete di trasporti nell'ottica funzionalista si misura, oltre che in termini di accessibilità e di costi, anche in termini di tempistiche per spostare persone e merci da un luogo all'altro. In tal senso, il tempo di spostamento è visto come qualcosa da comprimere, soprattutto mediante la maggiore velocità dei mezzi di trasporto, grazie ai progressi tecnologici raggiunti, ma anche attraverso i miglioramenti nelle infrastrutture di terminali e reti, tali da permettere di ridurre i tempi di transito.

Dunque, con l'aumentare delle distanze, tornando alla semplice norma formulata da Tobler, si denoterà una riduzione delle interazioni fra gli elementi nello spazio, ossia un fenomeno di decadimento delle stesse dovuto all'incremento dell'incidenza dei fattori repulsivi (costi, tempistiche, efficienza dei mezzi di trasporto, ecc.) su quelli attrattivi, fenomeno noto come *distance decay*, ossia una curva di riduzione dei contatti che diminuisce più o meno rapidamente, variando, ovviamente, da località a località.

3. Turismo e mobilità nell'approccio funzionalista

Nella prospettiva funzionalista il trasporto è sostanzialmente visto in una mera ottica utilitaristica, principalmente con lo scopo di misurare in qualche modo i vantaggi ricavati dai viaggiatori o dalla clientela delle merci, in base alle variabili principali relative alle tempistiche e ai costi.

Andando a osservare come ciò vada a tradursi nel campo degli studi sul turismo, occorre innanzitutto premettere che il visitatore si trova di fronte a un compromesso. La scelta da parte dei turisti viene effettuata tenendo conto del tempo impiegato e del costo delle risorse spese per un viaggio, controbilanciandoli ai benefici relativi al godimento di una vacanza nella destinazione prescelta. Dunque, il trasporto è visto essenzialmente come un costo che impedisce in qualche modo la libera fruizione e i benefici sottostanti al godersi un periodo di vacanza nel luogo desiderato. Questo approccio è

ben sintetizzato dalle parole di Gunn (2002, p. 52): «(...) transportation is not usually a goal; it is a necessary evil of tourist travel»².

Il ruolo dei sistemi trasportistici ha dunque una duplice funzione: da un lato, quella di permettere ai viaggiatori di poter fruire delle proprie vacanze nella località prescelta, soddisfacendo, per quanto possibile, le condizioni di accessibilità; dall'altra, di favorire lo sviluppo turistico dei territori, che potrebbero ottenere un benessere economico grazie all'afflusso dei visitatori. Questo aspetto è ben sottolineato da Kaul (1985, p. 496): «transport plays an important role in the successful creation and development of new attractions as well as the healthy growth of existing ones. Provision of suitable transport has transformed dead centres of tourist interest into active and prosperous places attracting multitudes of people»³.

Secondo tale autore vi sono nove postulati (tab. 1) tesi a esplicitare, nella loro formulazione, i rapporti di mutuo beneficio fra sistemi turistici e sistemi trasportistici; si obietta, però, che i postulati trascurino il ruolo del prezzo come determinante della domanda di viaggio, una questione di una certa importanza per lo sviluppo di destinazioni che tentano di competere nel mercato globale.

Prideaux (2000, p. 56) definisce innanzitutto il trasporto turistico: «the tourism transport system is defined as the operation of, and interaction between, transport modes, ways and terminals that support tourism resorts in terms of passenger and freight flows into and out of destinations, the provision of transport services within the destination, and the provision of connecting transport modes in the tourism generating region»⁴.

La funzione della domanda di trasporto può essere espressa in termini di relazione fra il budget totale per la vacanza disponibile per ogni persona e le varie categorie di spesa, che vengono semplificate nel modello di Pri-

² «Il trasporto non è di solito un obiettivo, ma un male necessario del viaggio turistico».

³ «Il trasporto gioca un ruolo importante per il successo nella creazione e sviluppo di nuove attrazioni come nella buona crescita di quelle esistenti. L'implementazione di trasporti dedicati ha trasformato centri senza alcun tipo di interesse per i turisti in luoghi attivi e prosperi che attraggono moltitudini di visitatori».

⁴ «Il sistema di trasporto turistico è definito come il funzionamento e l'interazione tra i modi di trasporto, le vie e i terminali che supportano le località turistiche in termini di flussi di passeggeri e di merci in entrata e in uscita dalle destinazioni, la fornitura di servizi di trasporto all'interno della destinazione e la fornitura di modi di trasporto di collegamento nella regione che genera turismo».

deaux in tre macrocategorie: costi di alloggio, costi discrezionali e costi di trasporto. L'autore ipotizza che i primi due possano essere fissi; pertanto, propone un grafico che abbia come variabili fondamentali i costi totali della vacanza e la distanza percorsa.

Tab. 1 – I postulati delle interrelazioni fra sistema dei trasporti e turismo

<i>Postulato</i>	<i>Descrizione</i>
Primo	L'evoluzione del turismo è fortemente influenzata ed è a sua volta funzione dello sviluppo dei mezzi di trasporto.
Secondo	Il turismo è un fenomeno di massa oltre che un'attività individuale, che necessita e richiede trasporti e altre strutture adeguate a ciascuna categoria.
Terzo	I mezzi di trasporto sono un'esigenza iniziale e integrante del turismo e fungono sia da fattore di espansione che di delimitazione dei flussi di traffico; la qualità dei servizi di trasporto offerti influenza anche la tipologia dei flussi turistici.
Quarto	Lo sviluppo, la manutenzione e il funzionamento pianificati delle infrastrutture di trasporto, nell'ambito di una politica complessiva dei trasporti ben concepita per soddisfare i requisiti presenti e futuri legati alle tecnologie e alla domanda specifica, sono la chiave del successo del sistema di trasporto, contribuendo alla crescita del turismo.
Quinto	I prezzi dei trasporti influenzano l'elasticità della domanda di traffico e la diversificazione della struttura dei prezzi; la concorrenza ha incoraggiato la riduzione dei prezzi e i miglioramenti qualitativi tra i modi di trasporto, a tutto vantaggio del turismo.
Sesto	L'integrazione dei sistemi di trasporto nazionali e internazionali e il coordinamento con altri Paesi contribuiscono alla facilitazione del flusso turistico e alla crescita del turismo nazionale e internazionale.
Settimo	Gli sviluppi tecnologici dei trasporti possono esercitare una profonda influenza sui mezzi e sui modelli di trasporto sia nelle società in via di sviluppo che in quelle sviluppate, con il risultato che un sistema di trasporto più efficiente, più rapido e più sicuro, vantaggioso per la crescita e l'espansione del turismo, potrebbe emergere ed evolversi.
Ottavo	La ricettività, in quanto ingrediente essenziale dello sviluppo e del successo del turismo, deve mantenere una crescita comparativa per soddisfare le crescenti e diversificate esigenze del turismo e l'espansione dei trasporti.
Nono	Lo sviluppo e l'infrastrutturazione adeguata delle strutture di terminale e di percorso, il miglioramento sistematico delle infrastrutture, l'assorbimento e l'adozione di nuove tecnologie e adeguate tecniche di marketing di massa nei trasporti dovrebbero avere un impatto pervasivo sulla crescita continua del futuro turismo mondiale.

Fonte: elaborazione da Kaul, 1985.

In accordo con il modello di Prideaux (2000), si hanno tre situazioni alternative. Nella prima, se il costo dei trasporti non è molto elevato e, cumulado con gli altri costi, potrebbe esservi un risparmio rispetto al budget tota-

le prefissato; tale risparmio potrebbe essere destinato a scopi non turistici o permettere l'incremento dei costi di soggiorno o discrezionali. Se, invece, il costo dei trasporti è tale che il costo totale della vacanza sia pari al budget previsto, la distanza corrispondente rappresenta il raggio massimo di spostamento dei turisti. Se, infine, il costo di trasporto provoca una eccedenza dei costi totali rispetto al budget previsto, i potenziali turisti saranno scoraggiati dal raggiungere quella meta, preferendo soluzioni alternative più economiche. Prideaux precisa che l'importo massimo del budget si raggiunge a una distanza inferiore per i viaggi nazionali, effettuati soprattutto su mezzi su gomma, mentre è ovviamente più elevata per i viaggi internazionali, potendo usufruire di navi e soprattutto aerei, che diventano relativamente meno costosi per i tragitti più lunghi e lontani.

I modelli classici del turismo di stampo funzionalista convergono tutti su alcune idee paradigmatiche comuni, pur andando a sviluppare diversi punti di attenzione. Molti di questi modelli sono connessi ad alcuni concetti chiave come la perfetta razionalità delle scelte dei turisti, le valutazioni sui costi di accesso e sul tempo a disposizione per raggiungere le località al fine di orientare le scelte dei turisti e l'origine dei flussi, spesso collocata nelle grandi città, considerando le località turistiche come periferie di svago.

In tal senso Christaller (1964, p. 95) in uno dei primi contributi su tali tematiche affermava, fin troppo nettamente in verità: «tourism is drawn to the periphery of settlement districts as it searches for a position on the highest mountains, in the most lonely woods, along the remotest beaches. Here one may find, easier than elsewhere, the chance of recreation and sport. To be sure, towns are also frequented by foreigners. But such visits are mostly business and education journeys (...)»⁵. E più avanti (p. 103): «Tourists look for the breadth of the sea, the brightness and fresh air of the mountains, and the silence and perceptibility of a rural milieu. These stand in counterprise to the stony, narrow, dark and noisy towns»⁶.

⁵ «Il turismo è attratto dalla periferia dei distretti insediativi e cerca una posizione sulle montagne più alte, nei boschi più solitari, lungo le spiagge più remote. Qui si possono trovare, più facilmente che altrove, occasioni di svago e di sport. Certo, le città sono frequentate anche da stranieri. Ma si tratta per lo più di viaggi d'affari e d'istruzione».

⁶ «I turisti cercano l'ampiezza del mare, la luminosità e l'aria fresca delle montagne, il silenzio e la percepibilità di un ambiente rurale. Questi aspetti si contrappongono alle città pietrose, strette, buie e rumorose».

Più nello specifico, i primi studi di matrice funzionalista sul turismo si sono dedicati soprattutto ai processi di regionalizzazione in base alla intensità dei flussi. In tal senso, molto interessanti sono stati i contributi che hanno provato a stabilire le zonizzazioni delle attività turistiche.

Leimgruber (1975) fornisce uno dei modelli più interessanti del periodo, anche se in effetti poco conosciuto, suddividendo i viaggiatori in ricreazionisti, con tempo libero limitato e tragitti a breve raggio, escursionisti, con possibilità anche di pernottamento, e turisti veri e propri. Leimgruber osserva come il tempo a disposizione per i ricreazionisti permetta una maggiore fruizione dei luoghi circostanti la meta, con una modalità di percorrenza piuttosto lenta, mentre, al di là di una certa distanza dal bacino emettitore, prevale la necessità di efficienza nella scelta dei mezzi di trasporto e di ottimizzazione delle tempistiche, cosicché lo spazio fruito in vacanza diventa sempre più ristretto, spesso coincidente con la sola meta di arrivo del vettore utilizzato per il viaggio.

Greer e Wall (1979), similmente a Leimgruber, suddividono lo spazio in uso ricreazionale quotidiano, svago del fine settimana, vacanza vera e propria. Gli autori introducono tre coppie di curve di offerta e di domanda ciascuna per ogni segmento spaziale: nell'area di incontro fra domanda e offerta si generano dei coni di domanda, che possono anche parzialmente sovrapporsi. Più vicino all'area di origine, una grande città secondo gli autori, il cono avrà un raggio minore, ma una magnitudo di potenziali utenti molto elevati; le altre due aree, in particolare l'ultima, diventano più estese, ma in esse la magnitudo degli utenti diminuisce.

A questo proposito, Lundgren (1974) osserva che lo spazio ricreazionistico dipende innanzitutto dal tempo a disposizione, osservando come vi siano aree all'interno o contigue alle grandi città con spazi contenuti, ma ad alta intensità di infrastrutture per lo svago, che si diradano sempre più allontanandosi dagli spazi urbani, così da avere un uso estensivo dei territori rurali. È interessante poi evidenziare come l'autore osservi che l'espansione della città nel corso del tempo faccia sì che si modifichino nel tempo le periferie di svago, tanto che le prime aree di insediamento (le *cottage regions* nella denominazione di Lundgren) possano venire addirittura assorbite nel tessuto urbano, così da necessitare la creazione di una nuova e più distante corona periferica di svago.

I primi modelli funzionalisti non tenevano conto delle caratteristiche dei diversi territori, questione di fondamentale rilevanza per il turismo, ma neanche dei diversi approcci e comportamenti dei viaggiatori.

Hall (2008) osserva che le variabili dei comportamenti dei viaggiatori rispetto alla mobilità sono funzioni del tempo e dello spazio, in cui gioca un ruolo determinante il decadimento delle interazioni dovuto alla distanza:

insieme, essi determinano una ulteriore componente da valutare, ossia il numero dei viaggi che si compiono. Si va dalla quotidianità legata alla spesa giornaliera e allo shopping, fino a fenomeni che durano più anni o addirittura tutta la vita, come le migrazioni. In tale proposta teorica l'autore osserva che, oltre la distanza fisica, euclidea, si deve anche tenere conto della distanza temporale, ossia lo sforzo di accesso per raggiungere un determinato luogo, e la distanza economica, ossia il costo economico affrontato per andare da una località all'altra: tutto ciò determina una distanza gravitazionale a partire da un centro emettitore di flussi.

McKercher e Law (2003), studiando gli effetti del decadimento dei flussi turistici a causa della distanza, identificano delle "zone di effettiva esclusione del turismo" (denominate ETEZ, dall'inglese *Effective Tourism Exclusion Zones*), dove vi è poca o nulla attività turistica. Secondo tali autori la situazione più comune è quella in cui vi è una stretta zona in prossimità del mercato di origine dei flussi, una sorta di barriera psicologica in cui la eccessiva vicinanza non fa percepire ai potenziali viaggiatori di essersi effettivamente allontanati dal loro luogo abituale di residenza. La seconda tipologia di zona di esclusione a partire da una determinata origine può essere collegata al fenomeno del decadimento con la distanza, per cui mete troppo lontane potrebbero non essere scelte per la difficoltà ad arrivare, i costi e il tempo da impiegare per raggiungere le località più distanti. Gli autori individuano anche due possibili zone più particolari. La prima viene ipotizzata quando l'area di origine è molto isolata e lontana dalle mete di vacanza; pertanto, la zona di esclusione diventa più ampia, sebbene con qualche attività ricreazionistica e brevi soggiorni provenienti dal centro emettitore. La seconda prevede che, dopo la zona di normale decadimento con la distanza, vi possa essere un ulteriore picco secondario di flussi turistici verso aree molto lontane, magari dovuto a particolari condizioni di attrattività che sfuggono alle usuali forze determinanti una contrazione della domanda (per esempio, familiarità di lingua e cultura, convenienza nei costi, ecc.).

3.1. Oltre il concetto di distanza fisica

Nel suo contributo Hall (2008) evidenzia come vi siano altre tipologie di distanze cui si deve tenere conto e che coinvolgono aspetti soggettivi e immateriali: la distanza cognitiva e percepita, la distanza sociale e la distanza culturale.

Dunque, il primo paradigma che si viene a scardinare nell'ambito delle teorie sul turismo di impronta funzionalista è il concetto di distanza: i turisti

pongono attenzione non solo alla lontananza fisica delle possibili mete, ma anche ad altri elementi.

L'introduzione di elementi percettivi dei visitatori si presenta in tre sostanziali declinazioni: la valutazione personale, ossia le caratteristiche e le inclinazioni di ogni individuo, espressa dalla distanza psichica; la valutazione dello status sociale e dell'eventuale alterità fra società ospitante e ospiti, espressa dalla distanza sociale; infine, le questioni riguardanti la veicolazione del patrimonio delle conoscenze della società ospitante rispetto a quella ospite, rappresentato dalla distanza culturale.

Sousa e Bradley (2008, p. 470) definiscono la distanza psichica in tal modo: «Psychic, derived from the Greek word psychikos - the mind or soul - refers to something in the mind of each individual. The distance exists in the mind of the individual and depends on how he or she perceives the world. Hence, it is the individual's perception of the differences between the home country and the foreign country that shapes the psychic distance concept. As a result, psychic distance should not be measured using factual indicators, such as publicly available statistics on economic development, level of education, language, etc.»⁷. Håkanson e Ambos (2010, p. 196) precisano: «The psychic distance to a specific foreign country is a reflection of the perceiver's knowledge, familiarity and sense of understanding of it. Perceptual definitions of psychic distance recognize, at least implicitly, that individuals may differ in respect of their perceptions of foreign countries. Through family ties, for example, vacation habits, study leaves or other expatriate experiences, familiarity with and understanding of other countries are bound to differ between individuals»⁸.

⁷ «Il termine psichico, derivato dalla parola greca psychikos – la mente o l'anima – si riferisce a qualcosa che si trova nella mente di ogni individuo. La distanza esiste nella mente dell'individuo e dipende dalla sua percezione del mondo. Pertanto, è la percezione individuale delle differenze tra il Paese d'origine e il Paese straniero che dà forma al concetto di distanza psichica. Di conseguenza, la distanza psichica non dovrebbe essere misurata utilizzando indicatori fattuali, come le statistiche pubblicamente disponibili sullo sviluppo economico, il livello di istruzione, la lingua, ecc.»

⁸ «La distanza psichica da uno specifico Paese straniero è il riflesso della conoscenza, della familiarità e del senso di comprensione che il percettore ha di esso. Le definizioni percettive della distanza psichica riconoscono, almeno implicitamente, che gli individui possono differire nella loro percezione dei Paesi stranieri. A causa dei legami familiari, ad esempio, delle abitudini di vacanza, dei soggiorni di studio o di altre esperienze di espatrio,

La componente individuale della distanza psichica deve comunque tenere conto dei mutamenti che si hanno nel quadro generale degli scenari globali: per esempio, l'attuale era digitale e l'ampia formazione e diffusione di reti di comunicazioni di massa potrebbero comportare una compressione generalizzata della stessa, favorendo l'arricchimento delle conoscenze degli individui (Ambos, Leicht-Deobald e Leinemann, 2019).

La distanza sociale viene invece così definita da Yilmaz e Tasci (2014, p. 116): «the level of physical and emotional closeness an individual is willing to feel toward an individual from another group distinct from his/her own group in one or more of the identifier characteristics such as religion, culture, nationality, ethnicity, race, cast, social class, or residence. In this regard, a high social distance between members of two distinct social groups means tolerance of a very limited context of interaction such as, living in the same city but avoiding being neighbors or establishing friendships. Accordingly, a low social distance signals the opposite of this, which is a positive predisposition toward members of another group in terms of developing incrementally increasing closeness in physical and emotional aspects of social relations»⁹.

Nei sistemi turistici è stato evidenziato come il contatto fra ospite e ospitante possa essere frutto di percezioni di vicinanza o, al contrario di distanza sociale; per esempio, sono stati condotti studi sull'influenza della religione (Cohen E., 1979; Nyaupane, Timothy e Poudel, 2014), dell'etnicità (MacCannell, 1984; Yang L., 2011), della razza (Philipp, 1994), delle differenti classi sociali (Thurot J.M. e Thurot G., 1983).

trio, la familiarità e la comprensione di altri Paesi sono destinate a differire tra gli individui».

⁹ «Il livello di vicinanza fisica ed emotiva che un individuo è disposto a provare nei confronti di un individuo appartenente a un altro gruppo distinto dal proprio per una o più caratteristiche identificative quali religione, cultura, nazionalità, etnia, razza, casta, classe sociale o residenza. In questo senso, un'elevata distanza sociale tra i membri di due gruppi sociali distinti significa tolleranza di un contesto di interazione molto limitato, come ad esempio vivere nella stessa città ma evitare di essere vicini di casa o di stringere amicizia. Di conseguenza, una bassa distanza sociale segnala l'opposto, ovvero una predisposizione positiva verso i membri di un altro gruppo in termini di sviluppo di una crescente vicinanza negli aspetti fisici ed emotivi delle relazioni sociali».

La distanza culturale, infine, viene definita da Sousa e Bradley (2006, p. 52) in tal modo: «The cultural distance concept refers to the cultural level and not the individual level, as psychic distance does. The cultural distance concept is defined as the degree to which cultural values in one country are different from those in another country. Instead of assessing the individual's perception of differences, the cultural distance concept uses cultural values to assess the distance among countries and not individuals. Consequently, the cultural distance concept should be applied at the country level, not the individual level»¹⁰.

Crotts (2004) suggerisce che, all'aumentare della distanza culturale fra il visitatore e la cultura ospitante, il turista internazionale dovrebbe beneficiare dell'uso di pacchetti di viaggio e tour operator per avere una maggiore soddisfazione dell'esperienza all'estero. In altre parole, il turista che intraprende un viaggio all'estero dovrebbe valutare a priori la questione della distanza culturale e pianificare di conseguenza la vacanza per minimizzare potenziali frizioni con la società ospitante, così da avere una esperienza soddisfacente.

Alcuni autori hanno comunque osservato che i modelli culturali attuali sono sempre più eterogenei a livello nazionale e che prevalgono sempre più modelli multiculturali (Ashworth, Graham e Tunbridge, 2007); per esempio, si è osservato come i contesti percepiti come multietnici attraggano di più i turisti internazionali, oppure alcuni particolari elementi di comfort come il cibo (Ng, Lee J.A. e Soutar, 2007).

Kastenholz (2010), inoltre, è stata più esplicita nel suggerire la distanza culturale come fattore limitante per alcuni, ma anche, al contrario, come fattore attraente per altri. L'autrice suggerisce che una maggiore distanza culturale potrebbe aumentare i sentimenti di estraneità, differenza e complessità, inibendo molte persone dal viaggiare in luoghi culturalmente distanti, ma, al contrario, un numero minore di persone può scegliere di visitare questi luoghi proprio per gli stessi motivi.

¹⁰ «Il concetto di distanza culturale si riferisce al livello culturale e non a quello individuale, come la distanza psichica. Il concetto di distanza culturale è definito come il grado di differenza tra i valori culturali di un Paese e quelli di un altro Paese. Invece di valutare la percezione individuale delle differenze, il concetto di distanza culturale utilizza i valori culturali per valutare la distanza tra i Paesi e non tra gli individui. Di conseguenza, il concetto di distanza culturale dovrebbe essere applicato a livello di Paese e non di individuo».

3.2 Oltre il concetto di spazio isotropico

L'altra questione teorica che ha interessato il paradigma funzionalista dei modelli turistici riguarda l'osservazione che lo spazio non è isotropico, ma presenta campi di forza, poli di attrazione e reti di interconnessione, che tendono a produrre aree di gravitazione, a coagulare i flussi in alcune località e a ignorarne altre, anche contigue alle prime.

Allo scopo di fornire modelli teorici che rispecchiassero maggiormente la realtà, diversi autori hanno proposto schemi che tenessero in conto quanto meno alcune peculiarità territoriali.

Miossec (1977) fu uno dei primi a tentare di valutare gli impatti di alcuni fenomeni sulla regolarità spaziale isotropica derivanti da modelli concentrici di diffusione dei flussi turistici con intensità decrescente a partire dal centro come quello di Leimgruber (1975). Assumendo come luogo emettitore di movimenti turistici un grande centro urbano, l'autore enumera cinque aree concentriche, denominate "cinture", a seconda della distanza percorsa dai viaggiatori: si inizia con il bacino emettitore, il nucleo e le aree intorno a esso; la prima cintura, con i Paesi vicini regolarmente visitati; la seconda cintura, con i Paesi frequentati tradizionalmente; la terza cintura, con Paesi attrattivi frequentati da poco tempo; la quarta cintura, larga e aperta al resto del mondo, costituita dalle frange pioniere del turismo.

Le cinture non hanno confini e dimensioni rigide, ma elastiche e nel corso del tempo possono essere deformate da diversi fattori, alcuni di questi individuati da Miossec: per esempio, le condizioni bioclimatiche (*tropismo*), oppure i retaggi storici, che possono essere considerati fattori di attrazione anche per luoghi molto distanti. Si possono anche avere fattori negativi, per esempio legati a fenomeni politici che restringono la libertà di movimento dei viaggiatori.

Infine, Miossec considera la complessificazione degli spazi tenendo conto, da un lato, della gerarchizzazione che si viene a creare fra le località turistiche in base ai diversi fattori di attrazione e di repulsione, e, dall'altro, del disturbo nella regolarità delle cinture per la presenza di altri centri emettitori, che possono creare sovrapposizioni e congestionamento nelle località di vacanza.

Il modello di Campbell (1967) definisce tre tipologie di spazi turistici a partire da una grande città: ricreazionistico, ossia l'*hinterland* della stessa, con piccole località tutte comprese a breve distanza, ma sparse in un raggio piuttosto ampio intorno alla città; ricreazionistico e di vacanza, in cui i viaggiatori si vanno a ubicare in un grande centro urbano per poi effettuare piccoli itinerari nell'intorno, dando luogo a un complesso regionale per ricreazione e vacanza (con una tipologia sostanzialmente ad *hub-and-spoke*);

di vacanza, con località isolate e lontane dai centri urbani emettitori o allineate lungo le vie principali di comunicazione, dando vita a una regionalizzazione e gerarchizzazione delle stesse.

Le grandi città divengono i poli di irradiazione e di accoglienza dei flussi dei visitatori, i nodi del sistema. Esse si rafforzano mediante lo sviluppo dell'offerta ricettiva, tesa ad esaltare le attrattive urbane; diventano oggetto di studio secondo l'ottica funzionalista con contributi molto interessanti che tentano di spiegare il ruolo cruciale che assumono all'interno dei sistemi turistici, arrivando a disegnare una gerarchizzazione dei centri.

Fra i contributi teorici più interessanti sulla rilevanza dei nodi urbani intesi come elementi di polarizzazione dei flussi turistici, si possono citare i lavori di Pearce D.G. (1981) e di Lundgren (1982).

Il modello di Pearce D.G. parte dalle concettualizzazioni di Leimgruber e Miossec disegnando delle aree concentriche a partire dai centri principali, che rappresentano la contrazione dell'intensità del fenomeno man mano che ci si allontana dallo spazio urbano. La nuova portata concettuale del modello risiede, però, nell'attenzione verso i flussi e nella capacità di infrastrutturazione dei centri urbani. L'autore suddivide in tre categorie i movimenti da e verso la città: flusso dei cittadini; flusso degli stranieri; flusso dei provinciali (turisti nazionali). I flussi centrifughi dalla città vanno a regionalizzare l'area intorno secondo lo schema di Leimgruber in aree di escursionismo, aree del turismo del weekend e aree di vacanza sia nazionali sia internazionali. A compensare i flussi centrifughi vi sono movimenti centripeti dei turisti, attratti anche dalla dotazione infrastrutturale specifica e di supporto dei grandi centri urbani, polarizzandosi soprattutto nelle aree centrali degli stessi. I turisti internazionali possono vedere la grande città sostanzialmente in tre modi: come punto di entrata e di uscita grazie alla dotazione di rilevanti infrastrutture di trasporto (ad esempio un aeroporto), ma non in grado di trattenere i flussi, che si vanno a disperdere attorno ad essa; come base d'appoggio e punto di partenza per strutturare circuiti turistici intorno a essa e nella regione circostante; come destinazione principale, alimentando itinerari turistici all'interno della stessa. Per i provinciali (i turisti nazionali), infine, la città sarà soprattutto intesa come area per visite specifiche, con itinerari all'interno della stessa, o per brevi escursioni nelle aree circostanti, oppure anche come punto di uscita per viaggi verso l'estero.

Lundgren (1982) sottolinea la gerarchizzazione dei flussi turistici, evidenziando quattro tipologie. Al vertice si pongono i movimenti di mutuo interscambio fra le destinazioni metropolitane centrali, fra cui quelle internazionali, strettamente connesse tra loro, tali da disegnare una rete globale di trasporti a lunga distanza, persino transcontinentale e transoceanica. Al secondo livello si pongono le aree urbane non centrali, connesse con i cen-

tri urbani maggiori, ma inferiori ad esse per popolazione residente e ruolo economico, in grado di generare scarsi flussi turistici in uscita; esse possono però diventare fonti di attrazione di turisti, sia nazionali, spesso provenienti dai centri maggiori, sia internazionali, i quali utilizzano le aree metropolitane come punto di accesso per poi distribuirsi nei centri minori. Ancora più periferiche sono le località di campagna, che possono presentare alcune attrattive soprattutto naturalistiche, ma anche antropiche, sebbene abbiano in genere un numero esiguo di popolazione residente; esse sono destinatarie di flussi turistici netti, data la loro scarsissima capacità di generare flussi in uscita.

In caso di distanza molto elevata dalle aree metropolitane si può prevedere che i centri urbani secondari possano diventare punti di tappa, aumentando ulteriormente la loro capacità ricettiva.

Infine, l'autore pone le destinazioni negli ambienti naturali, che intende come estreme perché si pongono a notevole distanza dai bacini emettitori di flussi turistici; inoltre, esse presentano pochi insediamenti umani, perlopiù rarefatti e sparsi.

Tali aree, che presentano scarse caratteristiche di ospitalità, possono essere per Lundgren di due tipi: da una parte, i parchi naturali, raggiungibili anche con mezzi terrestri e in genere sottoposti a una legislazione più o meno stringente a tutela e salvaguardia dell'ambiente; ancora più estreme sono le aree selvagge remote (*wilderness*), raggiungibili solo per via aerea e completamente dipendenti dalle importazioni di beni e servizi dalle aree più attrezzate, che generano anche flussi turistici, ovviamente piuttosto contenuti.

Dopo aver studiato la configurazione dei poli emettitori e ricettori di flussi e la consistenza gerarchica dei flussi stessi, un'altra tematica esplorata più recentemente nell'ottica funzionalista riguarda la configurazione degli itinerari, prevedendo non soltanto il semplice viaggio diretto, ma una serie di tappe intermedie, anche a scopo escursionistico. Data la rilevanza per il presente studio, si evidenzieranno le diverse tipologie di itinerari nel prosieguo della trattazione.

4. L'approccio sistemico e la complessità

La teoria sistemica si basa su una concezione più ampia di approccio alle questioni¹¹. Tale teoria si fonda sulle riflessioni di von Bertalanffy (1968), che apre la strada a riflessioni critiche sull'approccio funzionalista.

L'autore, a proposito dei sistemi nelle scienze sociali afferma: «The main critique of functionalism (...) is that it overemphasizes maintenance, equilibrium, adjustment, homeostasis, stable institutional structures, and so on, with the result that history, process, sociocultural change, inner-directed development, etc., are underplayed and, at most, appear as “deviants” with a negative value connotation. The theory therefore appears to be one of conservatism and conformism, defending the “system” (...) as is, conceptually neglecting and hence obstructing social change. Obviously, general system theory in the form here presented is free of this objection as it incorporates equally maintenance and change, preservation of system and internal conflict; it may therefore be apt to serve as logical skeleton for improved sociological theory»¹² (von Bertalanffy, 1968, p. 196).

La rilevanza teorica dell'opera dell'autore si concretizza nel gettare altre fondamenta per costruire nuovi e più complessi schemi concettuali, come per esempio il ruolo della globalizzazione e della tecnologia.

Esse vengono così tratteggiate: «(...) there are two factors in which our civilization obviously is unique in comparison to those that have perished in the past. One is the *technological development* which permits a control of nature never before achieved and would open a way to alleviate the hunger, disease, overpopulation, etc. to which humanity was previously ex-

¹¹ Per una trattazione esaustiva e sintetica sulla teoria generale dei sistemi si rimanda al testo di Vallega (1982).

¹² «La critica principale al funzionalismo (...) è che esso enfatizza eccessivamente il mantenimento, l'equilibrio, l'aggiustamento, l'omeostasi, le strutture istituzionali stabili e così via, con il risultato che la storia, il processo, il cambiamento socioculturale, lo sviluppo interiore, ecc. sono sottovalutati e, al massimo, appaiono come “devianti” con una connotazione di valore negativa. La teoria appare quindi come conservatrice e conformista, che difende il “sistema” (...) così com'è, trascurando concettualmente e quindi ostacolando il cambiamento sociale. Ovviamente, la teoria generale dei sistemi nella forma qui presentata è libera da questa obiezione, poiché incorpora allo stesso modo il mantenimento e il cambiamento, la conservazione del sistema e il conflitto interno; può quindi servire come scheletro logico per una migliore teoria sociologica».

posed. The other factor is the *global nature* of our civilization. Previous ones were limited by geographical boundaries, and comprised only limited groups of human beings. Our civilization comprises the whole planet and even reaches beyond in the conquest of space. Our technological civilization is not the privilege of comparatively small groups such as the citizens of Athens or of the Roman Empire, of Germans or French, or of white Europeans. Rather it is open to all human beings of whatever color, race or creed»¹³ (Von Bertalanffy, 1968, p. 204).

Un altro concetto fondamentale per gli studi di mobilità in ottica sistemica è quello, mutuato dalla biologia, dei sistemi aperti, dei continui scambi di flussi; in un sistema sociale, essi sono legati sul piano materiale ai beni e alle persone che si muovono, mentre, sul piano immateriale, allo scambio di informazioni, stimoli, fino a veri e propri scambi interculturali.

Fra i primi autori che cominciano ad applicare i principi sistemici alla geografia si può citare il contributo significativo di Berry: «this view implies looking at the world as a complex living system in which individuals, social groups and institutions are dynamically interrelated actors involved in continuing processes of decision-making. The nature, purpose and meaning of any actor and action can only be understood in relation to a field of forces involving other actors and actions»¹⁴ (Berry, 1973, p. 9).

L'autore più avanti esplicita il ruolo fondamentale dei flussi: «(...) the universe should not be regarded as made up of objects or things, but of a complex hierarchy of smaller and large flow patterns (i.e. processes) set

¹³ «(...) ci sono due fattori per cui la nostra civiltà è ovviamente unica rispetto a quelle che sono scomparse nel passato. Uno è lo sviluppo tecnologico che permette un controllo della natura mai raggiunto prima e che aprirebbe una strada per alleviare la fame, le malattie, la sovrappopolazione, ecc. a cui l'umanità era precedentemente esposta. L'altro fattore è la natura globale della nostra civiltà. Quelle precedenti erano limitate da confini geografici e comprendevano solo gruppi limitati di esseri umani. La nostra civiltà comprende l'intero pianeta e si spinge anche oltre, alla conquista dello spazio. La nostra civiltà tecnologica non è un privilegio di gruppi relativamente piccoli, come i cittadini di Atene o dell'Impero Romano, i tedeschi o i francesi, o gli europei bianchi. È piuttosto aperta a tutti gli esseri umani di qualsiasi colore, razza o credo»

¹⁴ «Questa visione implica guardare al mondo come a un complesso sistema vivente in cui individui, gruppi sociali e istituzioni sono attori dinamicamente interrelati e coinvolti in continui processi decisionali. La natura, lo scopo e il significato di qualsiasi attore e azione possono essere compresi solo in relazione a un campo di forze che coinvolge altri attori e azioni».

within systems of even larger scales in which the “things” are self-maintaining or self-repeating features of the flow with a certain invariance, even though matter, energy and information are continually flowing through them»¹⁵ (Berry, 1973, p. 10).

Secondo Brunet (1972) gli elementi che garantiscono la continuità nel tempo dei sistemi spaziali, pur nelle loro incessanti dinamiche trasformativive sono: le risorse locali, le forze di lavoro, gli investimenti di capitali, l’informazione. Per l’autore queste sono diverse forme di energia, interdipendenti, ma esistenti solo in base alle funzioni delle altre, così da formare un complesso strutturato.

La teoria dei sistemi si evolve rapidamente grazie a numerosi apporti transdisciplinari che da essa prendono le basi di partenza; si richiamano brevemente alcuni concetti fondamentali per l’evoluzione del pensiero scientifico degli ultimi anni.

Il concetto di autopoiesi, pur avendo suscitato un ampio dibattito e un consenso non generalizzato, ha dato vita a numerose speculazioni applicative al di là del proprio iniziale campo d’indagine, ossia la biologia.

La definizione teorica di Maturana e Varela (1985, p. 131) è la seguente: «una macchina autopoietica è una macchina organizzata (definita come una unità) come una rete di processi di produzione (trasformazione e distruzione) di componenti che produce i componenti che: I) attraverso le loro interazioni e trasformazioni continuamente rigenerano e realizzano la rete di processi (relazioni) che li producono; e II) la costituiscono (la macchina) come una unità concreta nello spazio nel quale essi (i componenti) esistono specificando il dominio topologico della sua realizzazione in quella rete. Ne segue che una macchina autopoietica continuamente genera e specifica la sua propria organizzazione mediante il suo operare come sistema di produzione dei suoi propri componenti, e lo fa in un turnover senza fine di componenti in condizioni di continue perturbazioni e di compensazione di perturbazioni».

In modo molto semplificato, si potrebbe dire che un sistema è autopoie-

¹⁵ «(...) l’universo non dovrebbe essere considerato come costituito da oggetti o cose, ma da una complessa gerarchia di schemi di flusso (ossia, di processi) di piccole e grandi dimensioni all’interno di sistemi di scala ancora più grande, in cui le “cose” sono caratteristiche auto-mantenute o auto-ripetute del flusso con una certa invarianza, anche se la materia, l’energia e l’informazione fluiscono continuamente attraverso di esse».

tico se le sue strutture materiali e gli scambi di energia che avvengono in esso interagiscono in modo tale che l'insieme di queste strutture e le loro interazioni possano autonomamente perpetuarsi. Più esattamente, riferendosi alle due sfere interrelate, il mondo fisico degli oggetti e il mondo cibernetico delle relazioni, un sistema autopoietico possiede un'organizzazione particolare, ossia una rete di causalità, caratterizzata da una capacità di continua autoproduzione.

La questione che si è posta da subito riguardo alle formulazioni teoriche di Maturana e Varela attiene alla possibilità di estendere il concetto di autopoiesi ai sistemi sociali. In tal senso, già Beer nella prefazione al libro degli autori afferma (1985, p. 121): «(...) le società umane *sono* sistemi biologici. (...) ogni istituzione sociale coesiva è un sistema autopoietico – perché sopravvive, perché il suo metodo di sopravvivenza risponde ai criteri autopoietici, e perché può ben cambiare il suo intero aspetto e il suo scopo apparente nel processo. Come esempi elenco: ditte e industrie, scuole e università, cliniche e ospedali, enti professionali, dipartimenti di stato, e interi paesi». Proseguendo nel suo ragionamento, Beer afferma che le società sono “vive” e che hanno una propria identità; l'adattamento alle mutazioni ambientali esterne può, secondo l'autore, essere prevedibile; pertanto, auspica la fondazione di una politica capace di anticipare i cambiamenti o adattare il sistema sociale alle diverse mutate condizioni.

A partire dal paradigma concettuale dell'autopoiesi, molti autori hanno cercato di approfondire la questione dei sistemi sociali e delle loro traiettorie evolutive; ovviamente in questa sede si evidenzieranno solo alcuni accenti a spunti teorici ritenuti più rilevanti.

Fra gli approcci concettuali più importanti, si deve sicuramente citare la teoria dei sistemi sociali di Luhmann (1990, p. 213): «Con il proprio agire, i sistemi possono cercare di condizionare ciò che osservano, e per contro possono imparare a loro volta dal feedback. È possibile che nasca in questo modo un ordine emergente determinato dalla complessità dei sistemi che lo rendono possibile, ma indipendente dal fatto che questa complessità possa o meno venire calcolata e controllata. Questo ordine emergente sarà chiamato sistema sociale».

Luhmann esplicita quattro problematiche chiave che vanno a definire gli aspetti essenziali di ogni sistema sociale. Innanzitutto, l'identificazione del sistema sociale avviene continuamente attraverso il “senso”, la capacità di selezionare e adattare le sollecitazioni provenienti dall'ambiente esterno, così da creare una propria unica identità, mutabile nel corso del tempo. La seconda questione riguarda la delimitazione dei sistemi sociali, in specie in un mondo sempre più complesso e interagente a diverse scale, dal locale al globale. La creazione e il mantenimento del “senso” nel sistema sociale e la

propria apertura verso l'esterno implicano poi questioni riguardanti l'organizzazione del sistema stesso, ossia il coordinamento dello stesso, vale a dire le forme di governo implicite ed esplicite all'interno e verso l'esterno. Infine, si evidenzia che, nel corso del tempo, all'interno di un sistema sociale possano emergere contraddizioni, che possono esplicitarsi fino a diventare conflitti; tali situazioni possono portare, semplificando, o alla disgregazione del sistema, oppure a innovazioni, controllate o incontrollate, che mutano gli assetti degli elementi, in alcuni casi fino ad arrivare alla mutazione delle traiettorie di sviluppo dell'intero sistema.

Mentre la visione di Luhmann tende a sollecitare un sistema che tramite il "senso" possa prevedere e, in qualche modo, cercare di pianificare l'evoluzione dello stesso, la teoria del caos di Prigogine pone il problema del mancato raggiungimento degli equilibri nei sistemi. L'autore, introducendo l'attenzione verso sistemi lontani dall'equilibrio finale, riconosce la presenza dei comportamenti dissipativi, ossia tutte le dinamiche che generano nuovi stati della materia. Da un'origine locale, anziché regredire, la nuova entità in evoluzione invade il sistema e finisce per generare una nuova struttura d'ordine. Il punto critico, dal quale si rende possibile un nuovo stato di equilibrio, prende il nome di *biforcazione*. In questa concezione, ogni fenomeno osservato è all'interno di un tempo ben definito e ha una propria storia evolutiva.

Prigogine così si esprime in merito (1993, p. 18): «L'esistenza di biforcazioni conferisce un carattere storico all'evoluzione di un sistema: la storia s'introduce quindi fin dai sistemi più semplici della chimica e dell'idrodinamica. Una notevole proprietà di queste biforcazioni è la loro sensibilità, il fatto cioè che piccole variazioni nei casi dei sistemi conducano alla scelta preferenziale di un ramo piuttosto che di un altro – perciò basta rompere la simmetria».

Il concetto centrale del pensiero di Prigogine è ciò che egli chiama *feedback evolutivo*: un movimento, che può costituire soltanto una fluttuazione del sistema, ma può anche diventare successivamente la base per un assettamento e una configurazione totalmente nuovi del sistema. L'evoluzione del sistema procede spontaneamente verso situazioni anche meno probabili; questo può valere per i processi fisici, come anche per i processi della vita e per i fenomeni sociali.

Di certo i lavori di Prigogine sulla teoria del caos, là dove riconoscono la presenza di sistemi aperti in evoluzione, hanno confermato un antagonismo fra l'entropia di un livello sovra-ordinato e quella di un livello sotto-ordinato. L'accrescimento locale dell'ordine si paga con un accrescimento globale dell'entropia, ma questa condizione può anche essere generatrice di nuovi mutamenti a scala locale.

Prigogine sottolinea così la generale condizione di perenne instabilità dei sistemi (1993, pp. 79-80): «Oggi sappiamo che la legge di sviluppo dell'entropia e la fisica del non-equilibrio ci insegnano qualcosa di fondamentale circa la struttura dell'universo: l'irreversibilità diventa un elemento essenziale per la nostra descrizione dell'universo, quindi deve trovare la sua espressione nelle leggi fondamentali della dinamica. La condizione essenziale è che la descrizione microscopica dell'universo si faccia tramite sistemi dinamici instabili. Ecco un radicale cambiamento del punto di vista: per la visione classica i sistemi stabili erano la regola e i sistemi instabili delle eccezioni, mentre oggi capovolgiamo tale prospettiva. Una volta ottenuta l'irreversibilità e la freccia del tempo, possiamo studiare tale freccia su altre rotture di simmetria e sul contemporaneo emergere dell'ordine e del disordine a livello macroscopico. Comunque in entrambi i casi è dal caos che emergono allo stesso tempo ordine e disordine».

Nella evoluzione più recente dei sistemi sociali, si arriva alla formulazione più matura di *Sistema Complesso Adattivo* (SCA), che accoglie le istanze scientifiche, anche contraddittorie fra loro, che si sono formate nel corso degli anni Settanta e Ottanta del XX secolo. Viene così definito da Gandolfi (1999, p. 19): «Un sistema complesso adattivo (SCA) è un sistema aperto, formato da numerosi elementi che interagiscono fra loro in modo non lineare e che costituiscono una entità unica, organizzata e dinamica, capace di evolvere e adattarsi all'ambiente».

Secondo Holland (1992) vi sono alcune caratteristiche fondamentali da sottolineare per i sistemi complessi adattivi. Gli elementi del sistema interagiscono fra loro, ma ognuno ha proprie regole, influenzando gli altri elementi, in assenza di un meccanismo di controllo centrale. In più, il comportamento di collaborazione o di competizione fra gli elementi determina continuamente l'evoluzione del sistema. Inoltre, le diverse regole di comportamento di ogni agente possono andare a costituire un insieme di regole più o meno condivise che vanno a regolare l'intero sistema, a meno che esse non siano più ritenute valide o ne emergano altre. Ogni sistema, poi, agisce come sottosistema di altri più grandi e complessi, di modo che la transcalarità delle azioni va ad assumere un ruolo fondamentale. Infine, aspetto fondamentale è la capacità dei sistemi complessi adattivi di anticipare il futuro, basando le azioni correnti sugli esiti attesi.

Holland sottolinea l'importanza del continuo processo di adattamento dei sistemi (1992, p. 25): «An internal model allows a system to look ahead to the future consequences of current actions, without actually committing itself to those actions. In particular, the system can avoid acts that would set it irretrievably down some road to future disaster ("stepping off a cliff"). Less dramatically, but equally important, the model enables the agent to

make current “stage-setting” moves that set up later moves that are obviously advantageous. The very essence of attaining a competitive advantage, whether it be in chess or economics, is the discovery and execution of stage-setting moves. An internal model may, of course, be incorrect in some or many ways. But then hindsight can be used to improve the model; the model is modified whenever its predictions fail to match subsequent outcome»¹⁶.

L'imprevedibilità dei sistemi complessi si manifesta non solo nel tipo di reazioni che il sistema avrà a un determinato stimolo, bensì anche nei momenti in cui queste reazioni appariranno. Nel comportamento di un sistema complesso, e soprattutto nella sua imprevedibilità, il tempo assume un ruolo determinante, perché il sistema gioca su orizzonti temporali molto diversi, agendo sul sistema contemporaneamente con diversi meccanismi a breve, medio e lungo termine.

Un altro elemento interessante che sottolinea Gandolfi (1999) riguarda il progressivo incremento della complessità, che conduce a un'autorganizzazione del sistema e, conseguentemente, a una gerarchizzazione dello stesso, che comporta paradossalmente a una sua forzata semplificazione. Questo perché, nei nuovi livelli gerarchici che si vanno a formare, l'aspetto cruciale per il comportamento del sistema non è più costituito dalla natura dei singoli elementi, bensì dalle relazioni fra gli elementi, ovvero dalle tipologie di cooperazione che nascono fra i diversi agenti e componenti.

Gli studi sull'economia territoriale hanno avuto nuovi vitali impulsi dall'implementazione degli isomorfismi scientifici della teoria sistemica; i concetti sopra sommariamente esposti sono diventati fondamento di nuove istanze di ricerca dei meccanismi che regolano le attività economiche e in cui i territori giocano un ruolo fondamentale.

¹⁶ «Un modello interno consente a un sistema di prevedere le conseguenze future delle azioni in corso, senza impegnarsi effettivamente in tali azioni. In particolare, il sistema può evitare azioni che lo porterebbero irrimediabilmente sulla strada del disastro futuro (“buttarsi giù da un precipizio”). In modo meno drammatico, ma ugualmente importante, il modello consente all'agente di compiere mosse attuali “di impostazione” che preparano mosse successive ovviamente vantaggiose. L'essenza stessa del raggiungimento di un vantaggio competitivo, che si tratti di scacchi o di economia, è la scoperta e l'esecuzione di mosse di impostazione. Un modello interno può, ovviamente, essere errato in alcuni o in molti modi. Ma il senno di poi può essere usato per migliorare il modello; il modello viene modificato ogni volta che le sue previsioni non corrispondono ai risultati successivi».

Nel prossimo paragrafo, dunque, si tratteranno brevemente alcuni dei filoni di ricerca che più hanno interessato a partire dagli anni Novanta la geografia economica alla luce delle considerazioni sui sistemi, in particolare i sistemi complessi adattivi, che racchiudono gran parte dei concetti teorici finora sviluppati.

5. Gli approcci sistemici alla geografia economica

Per molto tempo lo spazio, il luogo e la geografia sono stati ignorati o trattati a malapena nell'economia tradizionale. Negli ultimi due decenni, tuttavia, si è cominciato a porre rimedio a questa scarsa considerazione degli elementi territoriali nelle indagini sulle dinamiche dell'economia. Stimolato da alcuni primi contributi di Krugman (1991a, 1991b) e sintetizzato per la prima volta in Fujita, Krugman e Venables (1999), si è sviluppato un intero nuovo sottocampo dell'economia, ora ampiamente denominato "nuova geografia economica" (nell'acronimo inglese comunemente usato, NEG) o economia geografica, che si occupa esplicitamente di comprendere lo sviluppo economico spaziale irregolare, e, in particolare, di studiare il fenomeno dell'agglomerazione spaziale delle attività economiche.

L'obiettivo generale della NEG come economia geografica è quello di spiegare le disparità economiche regionali sulla base degli effetti di agglomerazione spaziale. Viene favorita la modellistica formale, al fine di ridurre la complessità spaziale e le particolarità del panorama economico. Tre presupposti di base sono importanti nell'economia geografica. In primo luogo, si ipotizzano rendimenti crescenti ed economie di scala, che comportano la tendenza alla concentrazione della produzione in un'unica impresa. In secondo luogo, i fattori di produzione, lavoro e capitale sono considerati mobili. In terzo luogo, i costi di trasporto sono integrati nei modelli. Inoltre, lo spazio è considerato come assoluto e generato all'inizio.

Il modello chiave di partenza di Krugman è il modello a due regioni, o il cosiddetto modello centro-periferia. In questo modello i costi di trasporto, le economie di scala e i rendimenti crescenti sono i fattori chiave che spiegano l'agglomerazione delle attività economiche nello spazio.

Le critiche alle teorie di Krugman si basano essenzialmente sul fatto che non vengano inclusi gli aspetti qualitativi, come il radicamento degli individui e delle società nei luoghi e l'esistenza e l'evoluzione di reti di relazioni sociali, socio-istituzionali e politiche.

In tal senso va la critica di Garretsen e Martin (2010, p. 154): «Our starting point for this paper has been to respond to two key criticisms levelled at new economic geography (NEG) models by economic geographers, namely

that NEG operates with crude and highly simplistic and idealized conceptions of geography and space; and that its conceptualization of time as logical rather than historical is equally restrictive (...). Geographers emphasize the need to think about geography or space in relative and relational as well as absolute terms. (...). Essentially, these notions of space imply that rather than being exogenous, geography becomes endogenous and thus a function of the processes being modelled. The spatial agglomeration of economic activity is not something that merely takes place at a point in space, but is a process that itself reshapes and redefines economic space»¹⁷.

Nell'ammettere le semplificazioni del suo modello, Krugman (1998, p. 16) si è espresso così: «The most obvious contribution of the new economic geography, then, is that it has helped to end that marginalization. The characteristic modelling tricks of the genre do not represent a general solution to the market structure problems that have historically prevented economists from saying much about spatial structure, but they provide a solution - and thus make spatial structure an issue safe for mainstream economic respectability. (...) geography turns out to be perhaps the most naturally "nonlinear" area of economics. Over the decades a series of critics of economics have argued that the field takes too little account of a set of interrelated possibilities, such as the existence of cumulative processes of change involving "circular causation", the persistent effects of historical accident via "path dependence", the occasional emergence of discontinuous change (maybe even "punctuated equilibrium"), and so on»¹⁸.

¹⁷ «Il nostro punto di partenza per questo articolo è stato quello di rispondere a due critiche chiave mosse ai modelli della Nuova Geografia Economica (NEG) da parte dei geografi economici, e cioè che la NEG opera con concezioni grezze e altamente semplicistiche e idealizzate della geografia e dello spazio; e che la sua concettualizzazione del tempo come logico piuttosto che storico è altrettanto restrittiva (...). I geografi sottolineano la necessità di pensare alla geografia o allo spazio in termini relativi e relazionali, oltre che assoluti. (...). In sostanza, queste nozioni di spazio implicano che la geografia, anziché essere esogena, diventa endogena e quindi funzione dei processi che vengono modellati. L'agglomerazione spaziale delle attività economiche non è qualcosa che avviene semplicemente in un punto dello spazio, ma è un processo che di per sé rimodella e ridefinisce lo spazio economico».

¹⁸ «Il contributo più evidente della nuova geografia economica, quindi, è che ha aiutato a porre fine a questa marginalizzazione. I trucchi modellistici caratteristici del genere non rappresentano una soluzione generale ai problemi di struttura del mercato che storicamente hanno impedito agli economisti di dire molto sulla struttura spaziale, ma forniscono una soluzione - e quindi rendono la struttura spaziale una questione sicura per la rispettabilità eco-

A tale posizione teorica, giudicata troppo rigida e persino, per molti aspetti, deterministica, negli ultimi anni si è contrapposto un *corpus* di studi che ha cercato di porre enfasi sulla valorizzazione territoriale; tali considerazioni concettuali hanno rimarcato il passaggio dalla fase della territorialità passiva alla necessità di sviluppare una territorialità attiva.

Il concetto di identità territoriale trova nuova linfa vitale, proprio in un'epoca di globalizzazione, come esigenza umana di riscoprire le radici culturali dei luoghi diversi dal proprio e di interagire con la popolazione che quotidianamente vive in essi. L'identità viene scoperta o costruita attraverso la costante azione, spontanea o pianificata, di accumulo o cancellazione di elementi del patrimonio territoriale. Le risorse specifiche di un territorio sono "rivelate" a un certo momento ed eventualmente valorizzate, così da permettere una potenziale crescita economica del territorio; in tale processo, gioca un ruolo fondamentale l'agente del cambiamento, ossia gli individui o le istituzioni in grado di condizionare le scelte della comunità (François, Hirczak e Senil, 2006; François, Hirczak e Senil, 2013).

La "geografia economica evolutiva" (spesso sintetizzata con l'acronimo inglese EEG) man mano ha assunto un ruolo di paradigma molto rilevante e dibattuto nella geografia economica. Si tratta, infatti, di un tentativo di superare le carenze della NEG (Boschma e Frenken, 2006).

Per superare la natura statica della ricerca NEG, l'EEG assume un'esplicita prospettiva dinamica: «the basic concern of evolutionary economic geography is with the processes by which the economic landscape – the spatial organization of economic production, distribution and consumption – is transformed over time»¹⁹ (Boschma e Martin, 2007, p. 539). Dunque, i processi di nascita e morte delle imprese e dei settori, così come il ruolo dell'innovazione e la co-evoluzione delle imprese sono al centro della ricerca EEG. D'altra parte, per evitare di teorizzare i fenomeni geografici economici su una base spaziale neutra come di solito avviene nelle prospettive di ricerca della NEG, la ricerca nella EEG valuta le differenze geografiche nel senso di assumere che l'azione economica sia contestuale, piuttosto che guidata da un calcolo di massimizzazione. Inoltre, presta anche maggiore

nomica *mainstream*. (...) La geografia risulta essere forse l'area più naturalmente "non lineare" dell'economia. Nel corso dei decenni, una serie di critici dell'economia ha sostenuto che il campo tiene troppo poco conto di una serie di possibilità interconnesse, come l'esistenza di processi cumulativi di cambiamento che comportano una "causalità circolare", gli effetti persistenti dell'accidente storico attraverso la "dipendenza dal percorso", l'emergere occasionale di un cambiamento discontinuo (forse anche un "equilibrio punteggiato") e così via».

¹⁹ «La geografia economica evolutiva si occupa fundamentalmente dei processi attraverso i quali il paesaggio economico – l'organizzazione spaziale della produzione, della distribuzione e del consumo economico – si trasforma nel corso del tempo».

attenzione alla micro-fondazione delle economie, in quanto sottolinea l'importanza delle *routine* organizzative. Importanti nozioni esplicative utilizzate nell'EEG includono, fra l'altro, la diversificazione regionale, la dipendenza dal percorso (*path dependence*) e gli effetti di *lock-in*.

La *path dependence* e i *lock-in* sono nozioni importanti dell'economia evolutiva, utilizzate dai geografi economici per spiegare i lati negativi dei *cluster* economici, in particolare il declino delle vecchie aree industriali.

Secondo Martin e Sunley (2006, p. 399): «The key defining characteristic of path-dependent processes and systems is that of “non-ergodicity”, which is an inability to shake free of their history. Put another way, a path-dependent process or system is one whose outcome evolves as a consequence of the process’s or system’s own history»²⁰.

Dunque, lo sviluppo socio-economico viene visto come il riflesso di dinamiche di conoscenza cumulative dipendenti dal percorso storico, caratterizzate da una parallela co-evoluzione dell'innovazione tecnologica e delle istituzioni sociali; esse si traducono in nuovi sviluppi principalmente come aggiustamenti incrementali delle pratiche esistenti. La necessità di cambiamenti più radicali può richiedere di sbloccare il percorso rompendolo e/o creandone uno nuovo, poiché le decisioni iniziali restringono la varietà di opzioni disponibili nel tempo e i meccanismi di auto-rafforzamento producono effetti di *lock-in* che impediscono sostanzialmente nuovi sviluppi.

L'introduzione del tempo e della storia nell'analisi evolutiva geografica non deve essere valutata come una questione deterministica (Boschma e Franken, 2006; Strambach e Halkier, 2013), ma tende a sottolineare come lo stato attuale delle cose non possa essere derivato solo dalle condizioni attuali, poiché lo stato attuale è emerso già vincolato da precedenti peculiari situazioni.

Tali precedenti situazioni tendono a bloccare le regioni lungo un percorso predeterminato, i cosiddetti effetti di *lock-in*. I vantaggi iniziali di una regione, di un territorio, permettono una specializzazione dello stesso, ma con il tempo essi possono anche diventare ostacoli, generando una “trappola della specializzazione rigida” (Grabher, 1993).

²⁰ «La caratteristica principale che definisce i processi e i sistemi dipendenti dal percorso è la “non-ergodicità”, ovvero l'incapacità di liberarsi dalla propria storia. In altre parole, un processo o un sistema dipendente dal percorso è un processo il cui risultato si evolve come conseguenza della storia del processo o del sistema stesso».

Secondo Hassink (2010) vi sono tre principali effetti di *lock-in*. Un *lock-in funzionale*, che si riferisce a rapporti interaziendali stretti e gerarchici, in particolare tra grandi imprese e fornitori di piccole e medie dimensioni. In secondo luogo, un *lock-in cognitivo*, ossia una mentalità che potrebbe consolidare gli andamenti ciclici di breve periodo fino a renderle tendenze a lungo termine. In terzo luogo, e strettamente correlata ai *lock-in cognitivi*, si hanno i *lock-in politici*, ossia le strutturazioni istituzionali che mirano a mantenere i sistemi sociali, politici ed economici esistenti, con il rischio di rallentare eventuali processi di ristrutturazione regionale e ostacolare indirettamente lo sviluppo del potenziale e della creatività locale.

Per Hassink (2010), dunque, un *lock-in* regionale si riferisce a un insieme di *lock-in* correlati (funzionali, cognitivi e politici) che si manifestano a livello regionale, ma che sono influenzati e condizionati da fattori sia intraregionali che extraregionali.

Un'altra nozione fondamentale per la geografia economica evolutiva è quella di co-evoluzione, isomorfismo scientifico mutuato dalla biologia, per cui due "popolazioni" co-evolvono solo se ognuna di esse ha un significativo impatto sulle traiettorie evolutive dell'altra (Schamp, 2010; Strambach e Halkier, 2013).

Tenendo conto del tempo come dimensione essenziale, viene data un'importante spiegazione sottolineando l'impatto dei meccanismi di autorafforzamento che portano a effetti di *lock-in* e alla co-evoluzione delle aree economiche, tecnologiche e istituzionali nel corso del tempo. Sulla base di processi di selezione, variazione e ritenzione, i sistemi tendono a seguire una specifica traiettoria evolutiva per l'operare di meccanismi di autorinforzamento. Fra questi, il ruolo delle esternalità della rete locale e delle conseguenti possibili ricadute è considerato un meccanismo importante che spiega gli sviluppi dipendenti dal percorso all'interno di uno specifico settore. Soprattutto la creazione di reti e istituzioni co-evolutive, che si formano insieme a nuove industrie o tecnologie, giocano un ruolo importante, fornendo stabilità nei processi di selezione nel tempo. Particolare attenzione negli sviluppi dipendenti dal percorso regionale è data alle esternalità, ai processi di apprendimento localizzati e agli *spillover* di conoscenza promossi attraverso economie di prossimità.

Come delineato sommariamente, le prime ipotesi della geografia economica evolutiva presuppongono una marcata rigidità dei percorsi di sviluppo dei sistemi economici, che, però, non riescono a spiegare pienamente le diverse, a volte persino repentine, evoluzioni dei sistemi economici nel mondo attuale sempre più mutevole e globalizzato.

Un apporto rilevante al dibattito è stato messo in luce in particolare da Granovetter (2017), che sottolinea il ruolo rilevante della società nei pro-

cessi economici. L'autore si sofferma sul fondamentale ruolo del *reticolo sociale*, che agisce come raccordo fra il livello individuale, quello intermedio e quello istituzionale. Il *reticolo sociale* permette di far emergere le molte determinanti dell'agire economico. Proporzionale alla densità del reticolo sociale è infatti la rilevanza delle *norme*. Uno dei principali risultati dell'analisi delle norme è che queste non possono essere considerate singolarmente, perché si presentano sempre e comunque in un quadro complessivo integrato, fino a formare una *cultura*. La comune appartenenza ad un gruppo o ad un *reticolo* è poi individuata come una delle fonti di un'altra rilevante determinante dell'agire economico, la *fiducia*. L'esistenza, infine, di *buchi strutturali* all'interno del reticolo, o tra reticoli diversi, crea dei vuoti di connessione dai quali alcuni individui possono trarre vantaggio agendo come *arbitri* tra segmenti disconnessi, con ciò guadagnando una posizione di potere.

All'apporto teorico sociologico di Granovetter, si affiancano nuovi concetti e nuove terminologie riguardo a un approccio allo sviluppo che tende sempre più a paragonare i sistemi sociali ad esseri viventi, innestando in tali dinamiche alcuni concetti derivanti soprattutto dalla biologia.

Traendo spunto da isomorfismi scientifici, negli ultimi anni sono stati dunque messi in luce potenziali sentieri di sviluppo teorico, diverse idee, comunque ancora in gran parte da sviluppare riguardo all'evoluzione dei sistemi economici territoriali.

Innanzitutto, ci si domanda se gli aspetti di co-evoluzione, le reti, i reticoli sociali si mantengano in qualche modo inalterati e riescano a rispondere sollecitamente ad eventuali *shock*, ristabilendo i legami antecedenti allo stesso; in altre parole, bisogna valutare nei sistemi economici la *robustezza* o *resilienza*, intesa come abilità del sistema nel mantenere alcune funzioni nonostante l'accadimento di eventi perturbativi o distruttivi (Martin e Sunley, 2015a).

Laddove, invece, le connessioni fra gli elementi del sistema non riescano più nelle configurazioni attuali a rispondere efficientemente alle sollecitazioni dall'interno e dall'esterno e a disgregarsi, bisogna indagare il grado di *plasticità*, ossia la capacità di un sistema di aggiustare e ricalibrare le proprie funzioni e i propri comportamenti e stili di vita in relazione a mutamenti ambientali (Strambach e Halkier, 2013).

Infine, quando l'assetto sistemico attuale non risulta più essere in grado di rispondere alle mutate condizioni interne ed esterne oppure nuovi sistemi possono venire alla luce, si devono tenere in conto le capacità di creare una nuova *emergenza*, ossia di costituire nuove forme di organizzazione, attraverso un processo di selezione e sviluppo ambientale, in cui alcuni elementi tendono a rafforzarsi nelle proprie interazioni, così da generare nuove mor-

fologie e superare la visione degli stessi elementi presi nelle loro singolarità e peculiarità (Martin e Sunley, 2015b).

6. L'approccio sistemico alla mobilità

Da quanto finora esposto, si comprende come la teoria sistemica si sia dapprima addentrata nel campo della fisica per poi evolversi verso un approccio sempre più incline alle teorie biologiche, osservando ogni sistema come una sorta di organismo vivente, le cui interrelazioni e dinamiche fra gli elementi appaiono complesse e mutevoli nel corso del tempo.

Non è facile tracciare uno schema teorico sistemico sulla mobilità, viste le numerose articolazioni dei pensieri che si sono avute, le voci plurime e multidisciplinari che si sono distinte nel formulare interessanti congetture per spiegare gli spazi, i flussi che li attraversano, la creazione dei luoghi, la complessità del mondo attuale.

In questa breve e schematica disamina, si potrebbe comunque partire dalle concezioni geofilosofiche di Deleuze e Guattari (1980), che operano una fondamentale distinzione fra spazio *liscio*, nomadico, rurale, e spazio *striato*, sedentario, urbano.

Nella loro spiegazione teorica, Deleuze e Guattari (1980, p. 597) sottolineano la differenza nella genesi delle due tipologie di spazi: «Or dans l'espace strié, les lignes, les trajets, ont tendance à être subordonnés aux points: on va d'un point à un autre. Dans le lisse, c'est l'inverse: les points sont subordonnés au trajet. (...). C'est la subordination de l'habitat au parcours, la conformation de l'espace du dedans à l'espace du dehors: la tente, l'igloo, le bateau. Dans le lisse comme dans le strié, il y a des arrêts et des trajets; mais, dans l'espace lisse, c'est le trajet qui entraîne l'arrêt, là encore c'est l'intervalle qui prend tout, c'est l'intervalle qui est substance (d'où les valeurs rythmiques)»²¹.

²¹ «Nello spazio striato, le linee e i percorsi tendono a essere subordinati ai punti: si va da un punto all'altro. Nello spazio liscio è vero il contrario: i punti sono subordinati al percorso. (...) È la subordinazione dell'habitat al percorso, la conformazione dello spazio interno allo spazio esterno: la tenda, l'igloo, la barca. Sia nello spazio liscio che in quello striato, ci sono soste e percorsi; ma nello spazio liscio è il percorso che trascina la sosta, anche qui è l'intervallo che prende tutto, è l'intervallo che è sostanza (da qui i valori ritmici)».

Deleuze e Guattari evidenziano il ruolo fondamentale della città come spazio striato (1980, p. 601): «Si bien qu'on peut retrouver à ce niveau l'opposition simple qu'on récusait d'abord entre agriculteurs et nomades, entre terre striée et sol lisse: mais en passant par le détour de la ville, en tant que force de striage. Dès lors, ce n'est pas seulement la mer, le désert, la steppe, l'air, qui sont le lieu d'un enjeu du lisse et du strié, c'est la terre elle-même, suivant qu'il y a une culture en espace-nomos, ou une agriculture en espace-cité. Et bien plus: ne faudra-t-il pas dire la même chose de la cité? A l'inverse de la mer, elle est l'espace strié par excellence; mais, de même que la mer est l'espace lisse qui se laisse fondamentalement strier, la cité serait la force de striage, qui redonnerait, repratiquerait partout de l'espace lisse, sur la terre et dans les autres éléments - hors d'elle-même, mais aussi en elle-même»²².

Un altro elemento rilevante nella geofilosofia di Deleuze e Guattari è il viaggio, inteso come pratica di abitare i luoghi (1980, p. 601): «Pour le moment, il faudrait seulement dire qu'il y a deux sortes de voyage, qui se distinguent par le rôle respectif du point, de la ligne et de l'espace (...). C'est que les différences ne sont pas objectives: on peut habiter en strié les déserts, les steppes ou les mers; on peut habiter en lisse même les villes, être un nomade des villes»²³.

Nel mondo attuale, sistemico e globalizzato, per contrapporsi al flusso caotico di persone, merci, informazioni, si riscoprono i legami con determinati spazi; le *striature*, per usare il termine di Deleuze e Guattari, sono prodotte dal sedimentarsi nel corso del tempo di azioni umane, da sentimenti di

²² «Tanto che possiamo ritrovare a questo livello la semplice opposizione che all'inizio era stata respinta tra agricoltori e nomadi, tra terra striata e suolo liscio: ma passando attraverso la deviazione della città, come forza di striatura. Da allora in poi, non sono solo il mare, il deserto, la steppa, l'aria a essere in gioco nella lotta tra la terra liscia e quella striata, ma la terra stessa, a seconda che vi sia una cultura nello spazio-nomos o un'agricoltura nello spazio-città. E ancora: non dovremmo dire lo stesso della città? A differenza del mare, è lo spazio striato per eccellenza; ma, come il mare è lo spazio liscio che si lascia fondamentalmente striare, la città sarebbe la forza della striatura, che restituirebbe, ri-praticherebbe lo spazio liscio ovunque, sulla terra e negli altri elementi - fuori di sé, ma anche dentro di sé».

²³ «Per il momento, basta dire che esistono due tipi di viaggio, distinti dai rispettivi ruoli di punto, linea e spazio (...). Le differenze non sono oggettive: si possono abitare i deserti, le steppe o i mari a passo d'uomo; si possono abitare le città in modo fluido, persino, ed essere un nomade cittadino».

appartenenza a particolari ambienti, che si trasformano progressivamente in luoghi.

Uno dei concetti più interessanti in tal senso è quello di “topofilia” coniato da Tuan che così esplica il concetto (1974, p. 93): «The word “topophilia” is a neologism, useful in that it can be defined broadly to include all of the human being’s affective ties with the material environment. These differ greatly in intensity, subtlety, and mode of expression. The response to environment may be primarily aesthetic: it may then vary from the fleeting pleasure one gets from a view to the equally fleeting but far more intense sense of beauty that is suddenly revealed. The response may be tactile, a delight in the feel of air, water, earth. More permanent and less easy to express are feelings that one has toward a place because it is home, the locus of memories, and the means of gaining a livelihood»²⁴.

Le teorie sulla costruzione dello spazio esistenziale trovano concretezza nella teoria di Relph (1976). Lo spazio esistenziale o di vita è la struttura più interiore dello spazio, formato nel corso del tempo da coloro che si identificano come membri di un gruppo culturale. Tale spazio è intersoggettivo e riferibile a tutti i membri facenti parte del gruppo poiché essi hanno socializzato secondo un insieme comune di esperienze, segni e simboli. I significati dello spazio esistenziale sono quelli di un sistema culturale così come filtrato dalle esperienze individuali, piuttosto che la giustapposizione dei diversi significati degli spazi percepiti individualmente. Lo spazio esistenziale, dunque, non è un mero spazio passivo, ma viene costantemente creato e ristrutturato dalle attività umane.

Secondo Relph (1976) vi sono sei maggiori componenti che conducono al concetto di luogo. La *collocazione*, intesa sia facendo riferimento alle caratteristiche interne (*sito*) sia alle interrelazioni e alle connessioni con gli altri luoghi (*situazione*). Il luogo implica poi un’integrazione di elementi di

²⁴ «Il termine “topofilia” è un neologismo, utile in quanto può essere definito in modo ampio per includere tutti i legami affettivi dell’essere umano con l’ambiente materiale. Questi differiscono notevolmente per intensità, sottigliezza e modalità di espressione. La risposta all’ambiente può essere innanzitutto estetica: può quindi variare dal piacere fugace che si trae da una vista al senso di bellezza, altrettanto fugace ma molto più intenso, che si rivela all’improvviso. La risposta può essere tattile, un piacere nel sentire l’aria, l’acqua, la terra. Più duraturi e meno facili da esprimere sono i sentimenti che si provano nei confronti di un luogo perché è la casa, il luogo dei ricordi e il mezzo di sostentamento».

natura e cultura, rendendolo un *unicum*. I luoghi sono anche *interconnessi* da un sistema di interazioni e di trasferimenti spaziali, sono parte di uno schema di circolazione. I luoghi sono inoltre *localizzati*, ossia fanno parte di aree più grandi e sono punti focali in un sistema di localizzazione. I luoghi nel corso del tempo *emergono o sono in divenire*, attraverso i cambiamenti storici e culturali, così da venire aggiunti nuovi elementi e altri scomparire, denotando una propria peculiare traiettoria storica. I luoghi, infine, *hanno significato*, ossia sono caratterizzati dall'agire umano e dalle credenze.

L'essenza del luogo non risiede tanto nelle forme materiali dallo stesso, ma nell'esperienza di appartenenza (*insideness*) distinta da una sensazione di esclusione (*outsideness*). Ciò è frutto del prodotto continuo delle relazioni sociali di un luogo, che possono portare a relazioni di potere sistematicamente asimmetriche, che si traducono in "norme" di comportamento esplicite oppure implicite, dove gli individui si possono o trovare a proprio agio (*in place*) o a disagio e spaesati (*out of place*).

Le "striature" dei luoghi non sono però immutabili nel corso del tempo: i flussi sempre più marcati di persone, oggetti e pensieri fra gli stessi può modificare oppure anche cancellare alcune striature, rendere di nuovo liscio lo spazio; ma tali forze possono in qualche modo essere distruttive, cancellare gli elementi storici, identitari e relazionali dei luoghi, allentare o spezzare i legami fra esseri umani e determinati ambienti, comprimere i sentimenti di tofophilia degli esseri umani verso alcuni spazi di vita.

Relp (1976) nota che alcuni luoghi nel tempo potrebbero perdere la propria identità per uniformarsi a una cultura di massa consumistica, rendendoli inautentici, incapaci di creare veri legami con gli individui. L'autore identifica alcune manifestazioni di perdita del luogo: luoghi che diventano diretti verso altri (luoghi per turisti, aree urbane di svago, centri commerciali); luoghi che si uniformano e si standardizzano (nuove città e aree suburbane, aree industriali, nuove strade e aeroporti); luoghi senza forma o con architetture non a misura d'uomo (subtopie, gigantismo urbano, elementi architettonici non collegati ai valori culturali del luogo); distruzione di luoghi (guerra, riqualificazione urbana con distruzione del preesistente); luoghi non permanenti e instabili (luoghi abbandonati, luoghi sottoposti a continui cambiamenti di contenuto).

Marc Augé ha proposto nel 1992 il termine "non luogo" per riferirsi a siti come gli aeroporti, le stazioni, i centri commerciali e altri luoghi di transito che non hanno una propria identità, ma che si riferiscono indirettamente e ripetutamente ad altri luoghi. Al contrario, egli considera le concezioni tradizionali del luogo come legate, radicate ed organiche e associate con modi di vita che sono consolidati nel corso della storia. Secondo Augé il mondo della "surmodernità" è contrassegnato da tre caratteristiche, che

comportano la produzione dei “non luoghi”: velocizzazione delle comunicazioni e dei flussi informativi, che conducono a un bombardamento di immagini di luoghi diversi da quelli in cui si colloca l’individuo; compressione dello spazio e del tempo e “restringimento del pianeta” grazie al miglioramento dei mezzi di trasporto; individualismo sempre più accentuato, come reazione alla maggiore esposizione agli altri, che, per reazione, tendono a far chiudere l’individuo in sé stesso e a ridurre gli spazi sociali.

A partire dagli anni Novanta del XX secolo si ha dunque un cambio di prospettiva sulla percezione dei luoghi. Nella visione sistemica iniziale i luoghi erano il sedimento delle società, il deposito e la stratificazione delle culture che vi si erano insediate nel corso del tempo, frutto di un lungo processo di sedentarizzazione, tali da creare legami stabili con nuclei di persone specifiche, che gradatamente andavano a costituire peculiari etnie. L’incremento di mobilità a partire dalla fine del XX secolo a livello globale ha generato un profondo ripensamento anche a livello teorico sulla reale identità dei luoghi, che tendono sempre più a essere degli snodi in cui confluiscono e si dipartono persone, oggetti, comunicazioni e informazioni, così da modificare continuamente le relazioni fra gli elementi sistemici che li costituiscono.

Un certo numero di contributi scientifici, geografici, antropologici, sociologici, culturali e tecnologici ha prefigurato una “svolta della mobilità” (*mobility turn*), che viene così sintetizzata da Hannam, Sheller e Urry (2006, pp. 1-2): «Mobility has become an evocative keyword for the twenty-first century and a powerful discourse that creates its own effects and contexts. The concept of mobilities encompasses both the large-scale movements of people, objects, capital and information across the world, as well as the more local processes of daily transportation, movement through public space and the travel of material things within everyday life. Issues of movement, of too little movement or too much or of the wrong sort or at the wrong time, are central to many lives, organisations and governments. (...). And partly as an effect a “mobility turn” is spreading into and transforming the social sciences, not only placing new issues on the table, but also transcending disciplinary boundaries and putting into question the fundamental “territorial” and “sedentary” precepts of twentieth-century social science»²⁵.

²⁵ «La mobilità è diventata una parola chiave evocativa del ventunesimo secolo e un di-

La critica alla visione “sedentaria” degli approcci scientifici tradizionali è più evidente successivamente (Hannam, Sheller e Urry, 2006, p. 13): «Furthermore a clear distinction is often drawn between places and those travelling to such places. Places have frequently been seen as pushing or pulling people to visit. Places are often presumed to be relatively fixed, given and separate from those visiting. Instead we recognise that the notion of place although deceptively simple needs to be problematized. The emerging mobilities paradigm thus argues against the ontology of distinct “places” and “people”. Rather there is a complex relationality of places and persons connected through both performances and performativities»²⁶.

Mincke (2016) delinea quattro imperativi della mobilità. Il primo è l'*attività*, l'essere sempre in movimento delle persone, così che l'inattività è percepita come pigrizia, e chi non riesce a tenere il ritmo sempre più frenetico come delicato, incapace e inadeguato. Il secondo è l'*attivazione*, le persone devono esplicitare decisioni individuali e autonome riguardo ai propri movimenti, ossia una propria capacità d'iniziativa. Il terzo imperativo è la *partecipazione*, ossia la costruzione di spazi sociali nei luoghi di incontro dei flussi, non legati al radicamento nei luoghi, ma alla continua opera di mutamento delle interrelazioni fra gli attori che vanno a interagire negli stessi. Infine, la *capacità adattiva*, la flessibilità ai cambiamenti e alle diverse situazioni che si vanno a fronteggiare, un requisito positivo nell'ottica dei continui interscambi sociali formatisi nel corso del tempo.

Urry (2011) evidenzia le tipologie di mobilità: *corporale* (movimento delle persone), *fisica* (movimento degli oggetti), *immaginativa* (legata alla veicolazione della visione dei luoghi attraverso i mezzi di comunicazione),

scorso potente che crea effetti e contesti propri. Il concetto di mobilità comprende sia i movimenti su larga scala di persone, oggetti, capitali e informazioni in tutto il mondo, sia i processi locali di trasporto quotidiano, di spostamento nello spazio pubblico e di spostamento degli oggetti materiali nella vita di tutti i giorni. I problemi di movimento, di troppo poco movimento o di troppo movimento o del tipo sbagliato o nel momento sbagliato, sono al centro di molte vite, organizzazioni e governi. (...) E, in parte, come effetto, una “svolta della mobilità” si sta diffondendo nelle scienze sociali e le sta trasformando, non solo ponendo nuove questioni sul tavolo, ma anche trascendendo i confini disciplinari e mettendo in discussione i fondamentali precetti “territoriali” e “sedentari” della scienza sociale del ventesimo secolo».

²⁶ «Inoltre, viene spesso tracciata una netta distinzione tra i luoghi e coloro che vi si recano. I luoghi sono stati spesso visti dalle persone come una spinta o un richiamo a visitarli. Spesso si presume che i luoghi siano relativamente fissi, dati e separati da chi li visita. Riconosciamo invece che la nozione di luogo, sebbene ingannevolmente semplice, deve essere problematizzata. Il paradigma emergente della mobilità è quindi contrario all'ontologia di “luoghi” e “persone” distinti. Esiste piuttosto una complessa relazionalità di luoghi e persone collegati tra loro da performance e performatività».

comunicativa (attraverso lo scambio di informazioni fra persone a distanza), *virtuale* (la creazione di comunità che trascendano la distanza fisica).

Il paradigma del *mobility turn* è stato reso ancora più evidente dagli studi di Zygmunt Bauman su quella che è stata definita come “società liquida”. Come esplicita l’autore nella prefazione italiana del suo lavoro *Liquid Modernity* (Bauman, 2011, pp. VII-VIII): «Quella che tempo fa era stata (erroneamente) etichettata come “post-modernità”, e che io ho preferito chiamare, in modo più pertinente, “modernità liquida”, è la convinzione sempre più forte che l’unica costante sia il cambiamento e l’unica certezza sia l’incertezza. Cent’anni fa “essere moderni” significava inseguire “lo stato di perfezione definitivo”, mentre ora allude a un miglioramento all’infinito, privo di qualsiasi prospettiva o aspirazione a diventare “definitivo”. (...). La flessibilità è subentrata alla solidità come stato ideale delle cose e delle relazioni. Tutti i corpi solidi (compresi quelli temporaneamente ritenuti desiderabili) sono tollerati solo se si impegnano a lasciarsi fondere, se necessario, facilmente e senza opporre resistenze. Ormai, prima di realizzare una struttura durevole e di consolidarla, bisogna già disporre della tecnologia in grado di ricondurla allo stato liquido. E prima di iniziare seriamente l’opera di costruzione di quella struttura occorre esser certi di poterla e saperla smontare. L’ideale e lo standard di tutte le strutture, o quasi, è la totale “biodegradabilità”, che inizia subito dopo l’assemblaggio».

Nella società della modernità liquida, il grado di mobilità (possibilità di cambiare spazi, ruoli e identità), oscura i tradizionali fattori di disegualianza. La mobilità assurge al rango più elevato tra i valori che danno prestigio e la libertà di movimento diventa il principale fattore di stratificazione sociale dei nostri tempi; il grado di immobilità diventa indicatore del livello di deprivazione sociale.

La stratificazione sociale fondata sulla mobilità vale anche all’interno delle aree urbane, cosicché la posizione nella gerarchia sociale è data dalla capacità di non rimanere confinato in una singola area e dalla possibilità di poter ignorare le aree da evitare.

I globalizzati traggono una libertà senza precedenti dall’annullamento delle distanze spazio-temporali e, in quanto membri della nuova élite fondata sulla mobilità, partecipano a reti di potere dalle dimensioni extraterritoriali. I globalizzati hanno uno scarso significato dello spazio, dato che possono annullare facilmente le distanze, ma hanno necessità di avere il controllo delle tempistiche delle proprie azioni. I localizzati restano invece legati al territorio, vivono nello spazio, ma il controllo del tempo sfugge loro. Essere localizzati in un mondo globalizzato diventa, dunque, segno di inferiorità sociale (Bauman, 1998).

Le forme di sradicamento (*disembedding*) o deterritorializzazione associate alla “modernità liquida” sono comunque accompagnate sempre da forme di ri-radicalamento (*re-embedding*) e ri-territorializzazioni di varia natura. Hannam, Sheller e Urry (2006) sottolineano, infatti, come tutte le mobilità implicino infrastrutture specifiche, spesso molto radicate e immobili.

Secondo Appadurai (1996), il coagularsi e l’incessante trasformarsi dei flussi nei luoghi danno vita a nuovi panorami culturali. Le interazioni globali del mondo odierno sono frutto della tensione fra omogeneizzazione ed eterogeneizzazione culturale. Spesso l’omogeneizzazione culturale viene sovrapposta impropriamente a termini come “americanizzazione” e “mercificazione”, ma tali processi sono in realtà da vedere in chiave di dinamiche transcalari, in cui le dimensioni locali e quelle più larghe e globalizzanti provengono da diversi centri culturali, non solo “occidentali”.

Appadurai (1996) propone di considerare cinque dimensioni per mettere in luce le differenti disgiunzioni e fratture che si verificano nel mondo attuale: *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *financescapes*, *ideoscapes*. Come spiega l’autore (1996, p. 33): «The suffix *-scape* allows us to point to the fluid, irregular shapes of these landscapes, shapes that characterize international capital as deeply as they do international clothing styles. These terms with the common suffix *-scape* also indicate that these are not objectively given relations that look the same from every angle of vision but, rather, that they are deeply perspectival constructs, inflected by the historical, linguistic, and political situatedness of different sorts of actors: nation-states, multinationals, diasporic communities, as well as subnational groupings and movements (whether religious, political, or economic), and even intimate face-to-face groups, such as villages, neighborhoods, and families»²⁷.

Il processo di deterritorializzazione ha in tal senso una grande valenza come sottolinea Appadurai (1996, p. 38): «It is in the fertile ground of de-

²⁷ «Il suffisso *-scape* ci permette di indicare le forme fluide e irregolari di questi paesaggi, forme che caratterizzano il capitale internazionale tanto profondamente quanto gli stili di abbigliamento internazionali. Questi termini con il suffisso comune *-scape* indicano anche che non si tratta di relazioni oggettivamente date, che appaiono uguali da ogni angolo di visuale, ma piuttosto di costruzioni profondamente prospettiche, influenzate dalla collocazione storica, linguistica e politica di diversi tipi di attori: Stati-nazione, multinazionali, comunità diasporiche, così come raggruppamenti e movimenti subnazionali (religiosi, politici o economici) e persino gruppi intimi *face-to-face*, come villaggi, quartieri e famiglie».

territorialization, in which money, commodities, and persons are involved in ceaselessly chasing each other around the world, that the mediascapes and ideoscapes of the modern world find their fractured and fragmented counterpart. For the ideas and images produced by mass media often are only partial guides to the goods and experiences that deterritorialized populations transfer to one another»²⁸.

Secondo Appadurai (1996), quando si allentano i vincoli di vicinato e si iniziano a intrecciare e sovrapporre legami familiari, lavorativi, di affari e di svago che superano i confini locali, regionali e perfino nazionali, allora la stessa attività di governo dei luoghi tende a seguire modelli regolativi tesi più alla soddisfazione di vincoli esterni che interni, cosicché da generarsi nuove entità territoriali globali, denominate *translocalità*.

Riassumendo in estrema sintesi quanto finora esposto, la teoria sistemica ha creato dapprima una visione del mondo come un insieme di luoghi che addensano sistemi sociali, un mondo sedentario, striato, dove la costruzione societaria e comunitaria tende a consolidare aspetti storici, culturali ed etnici. In un secondo momento si è pensato il mondo come un insieme di flussi di mobilità, nomadico, liscio, che tende a mescolare, forse a omogeneizzare i valori sociali e culturali, che tende a scomporre e, probabilmente, a ricomporre i valori sedimentati nel corso del tempo nei diversi luoghi.

Questa visione dualistica ben emerge nelle parole di Cresswell (2006, pp. 1-2): «Culture, we are told, no longer sits in places, but is hybrid, dynamic – more about routes than roots. The social is no longer seen as bound by “societies”, but as caught up in a complex array of twenty-first century mobilities. Philosophy and social theory look to the end of sedentarism and the rise of foundationless nomadism. (...). Mobility, then, is more central to both the world and our understanding of it than ever before. And yet mobility itself, and what it means, remains unspecified. It is a kind of blank space that stands as an alternative to place, boundedness, foundations, and stability»²⁹.

²⁸ «È nel terreno fertile della deterritorializzazione, in cui denaro, merci e persone si rincorrono incessantemente in tutto il mondo, che i *mediascapes* e gli *ideoscapes* del mondo moderno trovano la loro controparte fratturata e frammentata. Le idee e le immagini prodotte dai *mass media*, infatti, sono spesso solo una guida parziale ai beni e alle esperienze che le popolazioni deterritorializzate si trasferiscono l'una all'altra».

²⁹ «La cultura, ci viene detto, non è più legata ai luoghi, ma è ibrida, dinamica, più legata ai percorsi che alle radici. Il sociale non è più visto come legato alle “società”, ma come

Tale contrapposizione tra le due visioni, statica e dinamica, sembra però in realtà più apparente che reale: le forze globalizzanti che agiscono a livello mondiale, rappresentate da incessanti flussi di mobilità, infine si vanno a coagulare in determinati luoghi. Dunque, occorre pensare a due fasi differenti dello stesso fenomeno, le cui dinamiche nel mondo attuale sono certamente accelerate rispetto al passato, ma non sono affatto nuove. Il legame fondamentale che può far conciliare i due approcci passa, perciò, per una lettura in chiave geografica degli stessi, capace di sviluppare un'analisi che implichi la dimensione fondamentale della transcalarità e che privilegi approcci prospettici multi-livello.

7. Mobilità e turismo secondo l'approccio sistemico

Il fenomeno turistico nella prospettiva sistemica assume un ruolo fondamentale, innanzitutto attraverso proposte teoriche che tengano in conto di tutti gli elementi, gli attori e le dinamiche implicate nel suo complesso divenire. Nel prosieguo della trattazione si utilizzeranno e si svilupperanno alcuni degli approcci teorici sviluppati, applicandoli all'analisi degli itinerari e dei percorsi, in cui la mobilità diventa protagonista essa stessa della esperienza di viaggio. Nel completare il presente capitolo, invece, si vuole brevemente tratteggiare la visione del turismo come fenomeno globale da parte di alcuni autori.

Il turismo è innanzitutto visto come uno dei fattori più significativi e prioritari di cambiamento del mondo attuale, una forza che cambia radicalmente e in breve tempo la percezione dei luoghi.

Secondo Bauman (1998) i turisti sono l'espressione più evidente della società dei consumi, fornendo una visione critica del fenomeno; mossi da sentimenti di nostalgia e dal non appagamento nella vita quotidiana, potendo disporre di sufficienti capitali, i turisti possono soddisfare a livello globale le proprie inquietudini e irrequietezze. Bauman contrappone ai turisti i vagabondi, coloro che sono stati collocati ai margini dalla società dei consumi e che si muovono nel mondo per cercare di soddisfare i propri bisogni di avere una vita dignitosa, disprezzati dai turisti, ma a cui loro guardano come modello di vita ideale di riferimento.

coinvolto in una complessa serie di mobilità del ventunesimo secolo. La filosofia e la teoria sociale guardano alla fine del sedentarismo e all'ascesa di un nomadismo senza fondamenta. (...). La mobilità, quindi, è più che mai centrale sia per il mondo che per la nostra comprensione di esso. Eppure, la mobilità stessa, e il suo significato, rimangono imprecisati. È una sorta di spazio vuoto che si pone come alternativa al luogo, alla delimitazione, alle fondamenta e alla stabilità».

Il turismo agisce come una vera e propria forza di cambiamento, che può essere distruttiva, erodere il sostrato ambientale, culturale, sociale ed economico dei luoghi, oppure una forza benefica che valorizzi i tratti distintivi e le peculiarità dei luoghi.

Sheller e Urry così si esprimono sul rapporto fra turismo, mobilità e luoghi (2004, p. 3): «Many places are being put into play due to the increasingly global character of these contemporary mobilities. (...). The scale of physical travel is immense, the largest ever “peaceful” movement of people across national borders. Almost all societies across the globe are transformed by flows of tourists, as place after place is reconfigured as recipients of such flows. This is not to say that such flows are “free”, uncontained, or undirected (...)»³⁰.

L'incremento delle potenzialità di mobilità degli individui, però, non implica che il turismo sia necessariamente una forza distruttiva, come ipotizzato nelle visioni più deleterie o consumistiche.

Già Urry (1995) aveva proposto una visione della “fine del turismo” come fenomeno di massa, grazie alla maggiore capacità di capitali disponibili da spendere per lo svago, l'afflusso di maggiori informazioni e la capacità di scegliere vacanze individuali, la maggiore capacità di comunicazioni con gli operatori locali della meta prescelta, la riduzione dei costi di mobilità e trasporto. In tal senso, va tramontando l'epoca del turismo di massa e del “capitale organizzato” (le grandi compagnie internazionali che operano nel comparto turistico) e si va verso un'era del “capitale disorganizzato”.

Così si esprime in tal senso Urry (1995, p. 148): «If disorganised capitalism involves the predominance of culture, consumption, the global, the local and concern for the environment, then all these characterise contemporary travel and hospitality. Disorganised capitalism then seems to be the epoch in which, as tourism's specificity dissolves, so tourism comes to take over and organise much contemporary social and cultural experience. Disorganised capitalism then involves the “end of tourism”. People are tourists most of the time whether they are literally mobile or only experience simu-

³⁰ «Molti luoghi vengono messi in gioco a causa del carattere sempre più globale di queste mobilità contemporanee. (...). La portata dei viaggi fisici è immensa, il più grande movimento “pacifico” di persone attraverso i confini nazionali. Quasi tutte le società del mondo sono trasformate dai flussi turistici, poiché luogo dopo luogo vengono riconfigurati come destinatari di tali flussi. Questo non significa che tali flussi siano “liberi”, incontrollati o non diretti (...)».

lated mobility through the incredible fluidity of multiple signs and electronic images»³¹.

Dal punto di vista della domanda, il turista moderno non è un semplice spettatore di ciò che accade nei luoghi, ma è il protagonista sensoriale, è immerso con tutto il proprio essere per vivere un'esperienza personale in cui interagisce con gli altri attori presenti.

Secondo le parole di Sheller e Urry (2004, p. 4): «Places are not simply encountered, then, but are performed through embodied play. This playfulness requires equipment for the body: hiking shoes and backpacks, discreet cameras and hidden money belts, bathing suits and towels for more or less naked sun-worship, or suitable outfits for dancing. It also requires equipping of the place: signs and walkways, railways and armoured cars, replica historical heritage and post-modern iconic buildings. These micro-mobilities in the staging of tourism are also crucial to the complex play of tourism mobilities across the world»³².

Cresce, però, la competizione fra i luoghi, a ritmi mai sostenuti prima, non solo meramente per questioni economiche, ma per la consistenza dei legami che si riescono a creare fra comunità locale e ospiti, per il grado di soddisfazione dei visitatori nello stare in quelle località. In tal senso Sheller e Urry (2004, p. 6): «Mobility systems only contingently fix places as fit for play (...). New places based upon new performances are always “around the corner”, surfacing out of the swirl of economic, social, and cultural pro-

³¹ «Se il capitalismo disorganizzato implica la predominanza della cultura, del consumo, del globale, del locale e della preoccupazione per l'ambiente, allora tutto ciò caratterizza i viaggi e l'ospitalità contemporanei. Il capitalismo disorganizzato sembra quindi essere l'epoca in cui, mentre la specificità del turismo si dissolve, il turismo arriva ad assumere e organizzare gran parte dell'esperienza sociale e culturale contemporanea. Il capitalismo disorganizzato comporta quindi la “fine del turismo”. Le persone sono turisti per la maggior parte del tempo, sia che siano letteralmente mobili sia che sperimentino solo una mobilità simulata attraverso l'incredibile fluidità di molteplici segni e immagini elettroniche».

³² «I luoghi non sono semplicemente incontrati, quindi, ma sono rappresentati attraverso un gioco corporeo. Questa giocosità richiede un equipaggiamento per il corpo: scarpe da trekking e zaini, macchine fotografiche discrete e cinture di denaro nascoste, costumi da bagno e asciugamani per un culto del sole più o meno nudo, o abiti adatti per ballare. Richiede anche il rendere attrezzato il luogo: cartelli e passerelle, ferrovie e auto blindate, repliche del patrimonio storico ed edifici iconici postmoderni. Queste micromobilità nella messa in scena del turismo sono cruciali anche per il complesso gioco delle mobilità turistiche in tutto il mondo».

cesses. These processes swirl around, changing the fixing of place and bringing unexpected new places into play (...). And as real and virtual places are interleaved with each other the status of “place” itself comes into question»³³.

Infine, i rapidi cambiamenti, la costante ricerca di strategie per attrarre visitatori e, al contempo, mantenere viva e vitale la comunità locale implicano un sistema di gestione, di *governance*, una “riflessività del turismo” (Sheller e Urry, 2004) come elemento fondamentale di equilibrio, che osservi, valuti e sviluppi continuamente il potenziale turistico, definendo con precisione i contorni geografici, storici e culturali entro cui muoversi.

Dunque, la fine dell’era del turismo di massa e l’avvento dell’epoca della maggiore mobilità individuale e della più facile accessibilità delle informazioni necessitano di una più attenta pianificazione delle località per incrementare la soddisfazione dei visitatori, ma, al contempo, preservare gli elementi materiali e immateriali più peculiari dei territori visitati, ossia creare un’interfaccia dinamica e competente di governo, che possa bilanciare le forze centrifughe e globalizzanti dei turisti con le forze centripete e radicate della comunità locale.

³³ «I sistemi di mobilità fissano solo in modo contingente i luoghi come adatti al gioco (...). Nuovi luoghi basati su nuove performance sono sempre “dietro l’angolo”, affacciati dal vortice dei processi economici, sociali e culturali. Questi processi vorticano, cambiando la fissazione dei luoghi e mettendo in gioco nuovi luoghi non previsti (...). E poiché i luoghi reali e virtuali si intrecciano l’uno con l’altro, lo stesso status di “luogo” viene messo in discussione».

2. *La lentezza e il turismo*

1. **La svolta della mobilità e l'elogio della lentezza**

Nel capitolo precedente si è definita la cosiddetta “svolta della mobilità”, il cambiamento paradigmatico nelle vite umane dovuto al progresso tecnologico nei trasporti e nelle comunicazioni che ha permesso un miglioramento nelle interconnessioni fra i luoghi sia in senso fisico sia socio-culturale.

Il nuovo mondo mobile non offre solo opportunità per il progresso dovuto alle migliori possibilità di interazione e di scambio di flussi di merci e idee fra gli esseri umani, ma anche, come rovescio della medaglia, un'inevitabile accelerazione nei ritmi di vita, rendendo più intense le attività intraprese e occupando le giornate con impegni sempre più pressanti e agende quotidiane sempre più fitte.

Il mondo mobile globalizzato comporta anche lo sviluppo di una serie di disuguaglianze: innanzitutto, fra “globalizzati” e “localizzati”, denotando come l'accesso alle tecnologie mobili sia ancora non disponibile per molte persone, forzatamente immobili e isolate dai gruppi sociali globalizzati che si vengono a formare. Da ciò discende la creazione di un “capitale a rete” (*network capital*), fortemente sbilanciato solo verso alcune persone che riescono a trarre benefici dalla nuova società mobile. Dal punto di vista sociale, poi, si vengono a creare barriere importanti fra coloro che detengono il capitale e coloro che non riescono ad accedere alle reti globali, tanto da formare una nuova élite economica, ma anche socio-culturale, persino sviluppando nuovi stili di vita, assurgenti a modelli da imitare. Infine, la maggiore mobilità ha dei prezzi da pagare, innanzitutto il maggiore esborso economico per i costi della società mobile (carburanti, servizi, ecc.), ma anche la perdita, in qualche modo, della dimensione sociale degli esseri uma-

ni, o comunque la creazione di una nuova socialità a distanza, che, di fatto, tende a limitare i contatti interpersonali.

Dal punto di vista personale bisogna evidenziare come una vita mobile tenda a generare una maggiore intensità delle attività, potendo provocare stati di instabilità se protratti a lungo nel corso del tempo.

Su questo tema vale citare un passaggio: «What is the lure of mobile life? There is the well-known myth surrounding mobility and the successful life that runs like this: it's not what you know, it's who you know. Thus, the more you move, travel around, meeting others and making and sustaining contacts, the more successful you can reasonably hope to become, in both professional and personal terms. Although there may be some truth to this myth, other elements turn out to be dubious. People may hanker after the celebrity-inspired, jet-setting lifestyle, but many of those who in fact lead such lifestyles suffer high levels of anxiety, emotional disconnection and depression»¹ (Elliott e Urry, 2010, p. 9).

Elliott e Urry (2010) hanno proposto alcune riflessioni su possibili scenari futuri rispetto allo sviluppo delle tecnologie per la mobilità e per le comunicazioni. Evitando di trattare tutte le ipotesi formulate, è però da notare il primo scenario, ossia quello del “moto perpetuo” (o dell’ipermobilità), legato a ulteriori miglioramenti nelle tecnologie, all’uso di nuove forme di energia non legate ai combustibili fossili, alle connessioni informatiche sempre più veloci. Ciò potrebbe comportare un incremento dei contatti sociali, ma parallelamente anche un aumento dei livelli di stress della popolazione e delle ineguaglianze fra i ceti. Gli autori, pur essendo molto pessimisti, comunque non ritengono probabile uno scenario del genere, ma neanche quello opposto, basato su un ritorno a comunità locali autosufficienti, animate da un genere di vita basato sulla sostenibilità. Tale ipotesi presupporrebbe una visione utopica, con un salto all’indietro, una cancella-

¹ «Quale è il fascino della vita mobile? C'è un mito ben noto che circonda la mobilità e la vita di successo e che recita così: non è importante cosa conosci, ma chi conosci. Quindi, più ci si muove, si viaggia, si incontrano gli altri e si creano e mantengono i contatti, più si può ragionevolmente sperare di avere successo, sia in termini professionali che personali. Sebbene questo mito possa essere in parte vero, altri elementi si rivelano dubbi. Le persone possono desiderare uno stile di vita ispirato alle celebrità e al jet-set, ma molti di coloro che conducono questo tipo di vita soffrono di alti livelli di ansia, disconnessione emotiva e depressione».

zione dei progressi tecnologici e dell'interruzione immediata dei fenomeni di globalizzazione.

Come prospettato da Castells riguardo alle trasformazioni che si stanno vivendo a partire dagli anni Novanta, si è in una nuova "era dell'informazione" in cui si va costruendo la cosiddetta *network society* così definita dall'autore: «Processes of social transformation summarized under the ideal type of the network society go beyond the sphere of social and technical relationships of production: they deeply affect culture and power as well. Cultural expressions are abstracted from history and geography, and become predominantly mediated by electronic communication networks that interact with the audience and by the audience in a diversity of codes and values, ultimately subsumed in a digitized, audiovisual hypertext»² (Castells, 2010, p. 507).

Accanto al tradizionale "spazio dei luoghi", viene a crearsi secondo Castells uno "spazio dei flussi" che diventa dominante: «The space of flows, (...), dissolves time by disordering the sequence of events and making them simultaneous, thus installing society in eternal ephemerality. The multiple space of places, scattered, fragmented, and disconnected, displays diverse temporalities, from the most primitive domination of natural rhythms to the strictest tyranny of clock time. Selected functions and individuals transcend time, while downgraded activities and subordinate people endure life as time goes by. While the emerging logic of the new social structure aims at the relentless supersession of time as an ordered sequence of events, most of society, in a globally interdependent system, remains on the edge of the new universe. Timelessness sails in an ocean surrounded by time-bound shores, from where still can be heard the laments of time-chained creatures»³ (Castells, 2010, p. 497).

² «I processi di trasformazione sociale riassunti nell'idealtipo della società delle reti vanno oltre la sfera dei rapporti sociali e tecnici di produzione: riguardano profondamente anche la cultura e il potere. Le espressioni culturali sono astratte dalla storia e dalla geografia e diventano prevalentemente mediate da reti di comunicazione elettronica che interagiscono con il pubblico e dal pubblico in una diversità di codici e valori, sussunti in ultima analisi in un ipertesto audiovisivo digitalizzato».

³ «Lo spazio dei flussi, (...), dissolve il tempo disordinando la sequenza degli eventi e rendendoli simultanei, installando così la società nell'eterna effimerità. Lo spazio molteplice dei luoghi, sparsi, frammentati e disconnessi, mostra diverse temporalità, dal dominio più primitivo dei ritmi naturali alla tirannia più rigida del tempo dell'orologio. Le funzioni e gli

La generazione legata agli “spazi dei flussi” comprime le classiche sequenze temporali, induce a fenomeni istantanei di interazione, fino a creare quello che viene definito “il tempo senza tempo” (*timeless time*): «I propose the idea that *timeless time*, as I label the dominant temporality of our society, occurs when the characteristics of a given context, namely, the *informational paradigm and the network society*, induce systemic perturbation in the sequential order of phenomena performed in that context. This perturbation may take the form of compressing the occurrence of phenomena, aiming at instantaneity, or else by introducing random discontinuity in the sequence. Elimination of sequencing creates undifferentiated time, which is tantamount to eternity»⁴ (Castells, 2010, p. 494).

In un’ottica di cambiamento globale l’annullamento delle tradizionali categorie di spazio e di tempo può essere anche visto come una serie di mutamenti paradigmatici necessari; eppure, si moltiplicano le critiche verso una società a rete basata ossessivamente sui flussi, in cui la velocità, la fretta e la mancanza di tempo libero sembrano i tratti sociali dominanti.

Come sottolineato da Gleick (1999, p. 9): «We are in a rush. We are making haste. A compression of time characterizes the life of the century now closing. (...) We have a word for free time: leisure. Leisure is time off the books, off the job, off the clock. If we save time, we commonly believe we are saving it for our leisure. We know that leisure is really a state of mind, but no dictionary can define it without reference to passing time. It is unrestricted time, unemployed time, unoccupied time. Or is it? Unoccupied time is vanishing. The leisure industries (an oxymoron maybe, but no contradiction) fill time, as groundwater fills a sinkhole. The very variety of experience attacks our leisure as it attempts to satiate us. We work for our amusement»⁵.

individui selezionati trascendono il tempo, mentre le attività declassate e le persone subalterne vivono nel tempo. Mentre la logica emergente della nuova struttura sociale mira all’inesorabile soppressione del tempo come sequenza ordinata di eventi, la maggior parte della società, in un sistema globalmente interdipendente, rimane ai margini del nuovo universo. L’atemporalità naviga in un oceano circondato da coste vincolate al tempo, da cui si sentono ancora i lamenti delle creature incatenate al tempo».

⁴ «Propongo l’idea che il *tempo senza tempo*, come definisco la temporalità dominante della nostra società, si verifica quando le caratteristiche di un determinato contesto, ossia il *paradigma informativo e la società delle reti*, inducono una *perturbazione sistemica nell’ordine sequenziale dei fenomeni che si svolgono in quel contesto*. Questa perturbazione può assumere la forma della compressione dell’accadimento dei fenomeni, puntando all’istantaneità, oppure dell’introduzione di una discontinuità casuale nella sequenza. L’eliminazione della sequenzialità crea un tempo indifferenziato, che equivale all’eternità».

⁵ «Abbiamo fretta. Ci dobbiamo sbrigare. La compressione del tempo caratterizza la vita del secolo che si sta chiudendo. (...) Abbiamo una parola per definire il tempo libero: *leisure*. Il tempo libero è il tempo libero dai libri, dal lavoro, dall’orologio. Se risparmiamo tem-

In un suo famoso libro, Honoré (2004) afferma che l'epoca attuale è "l'era della rabbia" (*age of rage*), caratterizzata dalla fretta e dal peggioramento delle relazioni sociali per mantenere gli alti ritmi di vita e i compiti prefissati lungo l'arco della giornata. Ma, nel tentativo di garantire che non si sprechi tempo, ciò che alla fine si perde sono proprio le cose che rendono la vita significativa e piacevole. Inevitabilmente, secondo l'autore, una vita vissuta frettolosamente diventa caratterizzata dalla superficialità.

A questa ottica di eccessiva velocità dei ritmi di vita va contrapposta una visione di lentezza: «Fast and Slow do more than just describe a rate of change. They are shorthand for ways of being, or philosophies of life. Fast is busy, controlling, aggressive, hurried, analytical, stressed, superficial, impatient, active, quantity-over-quality. Slow is the opposite: calm, careful, receptive, still, intuitive, unhurried, patient, reflective, quality-over-quantity. It is about making real and meaningful connections – with people, culture, work, food, everything. The paradox is that Slow does not always mean slow. As we shall see, performing a task in a Slow manner often yields faster results. It is also possible to do things quickly while maintaining a Slow frame of mind»⁶ (Honoré, 2004, pp. 14-15).

Uno dei principali sostenitori della decelerazione dei ritmi di vita è Carlo Petrini, fondatore italiano di *Slow Food*, il movimento internazionale dedicato alla presa di coscienza che quasi tutto ciò che mangiamo dovrebbe essere coltivato, cucinato e consumato a un ritmo rilassato.

Sulla rivista *Gambero Rosso* il 3 novembre del 1997 apparve il Manifesto del Movimento *Slow Food* come momento di coagulazione di diverse manifestazioni e azioni di protesta iniziate a metà degli anni Ottanta contro le aperture di negozi appartenenti a catene di ristorazione internazionale *fast food*.

In tal senso si riportano alcuni passaggi significativi del manifesto, idea-

po, comunemente crediamo di risparmiarlo per il nostro tempo libero. Sappiamo che il tempo libero è in realtà uno stato mentale, ma nessun dizionario può definirlo senza fare riferimento al tempo che passa. È tempo libero, tempo disoccupato, tempo non occupato. O forse no? Il tempo non occupato sta scomparendo. Le industrie del tempo libero (forse un ossimoro, ma non una contraddizione) riempiono il tempo, come l'acqua di falda riempie una voragine. La varietà stessa dell'esperienza attacca il nostro tempo libero nel tentativo di saziarci. Lavoriamo per il nostro divertimento».

⁶ «*Fast e Slow* non si limitano a descrivere un tasso di cambiamento. Sono termini che indicano modi di essere o filosofie di vita. *Fast* è occupato, controllante, aggressivo, frettoloso, analitico, stressato, superficiale, impaziente, attivo, di quantità più che qualità. *Slow* è l'opposto: calmo, attento, ricettivo, fermo, intuitivo, senza fretta, paziente, riflessivo, di qualità più che di quantità. Si tratta di creare connessioni reali e significative con le persone, la cultura, il lavoro, il cibo, tutto. Il paradosso è che *Slow* non sempre significa lento. Come vedremo, svolgere un compito in modo lento spesso porta a risultati più rapidi. È anche possibile fare le cose in fretta mantenendo uno stato d'animo lento».

to inizialmente da Folco Portinari: «Questo secolo è nato sul fondamento di una falsa interpretazione della civiltà industriale, sotto il segno del dinamismo e dell'accelerazione: mimeticamente, l'uomo inventa la macchina che deve sollevarlo dalla fatica ma, al tempo stesso, adotta ed eleva la macchina a modello ideale e comportamentale di vita (...). Bisogna prevenire il virus del *fast* con tutti i suoi effetti collaterali. Perciò contro la vita dinamica propugniamo la vita comoda. Contro coloro, e sono i più, che confondono l'efficienza con la frenesia, proponiamo il vaccino di una adeguata porzione di piaceri sensuali assicurati, da praticarsi in lento e prolungato godimento. Da oggi i *fast-food* vengono evitati e sostituiti dagli *slow-food*, cioè da centri di goduto piacere. In altri termini, si riconsegna la tavola al gusto, al piacere della gola».

Il nuovo paradigma culturale e comportamentale della lentezza può essere applicato a ogni situazione di vita, caratterizzato da un forte senso di responsabilità nel perseguire uno stile di vita diverso, più riflessivo, rispetto ai modelli frenetici e consumistici ritenuti di successo nell'era attuale.

Calzati e de Salvo (2018, p. 34) evidenziano come la *slow philosophy* sia da porre in attenzione come un nuovo paradigma di organizzazione della vita umana: «The slow philosophy should not be interpreted as a temporary phenomenon, a fashion or an innovative touristic product, but rather as a life philosophy and a worldwide social movement that in recent years has characterized many social-economic elements in local communities (...). Slowness does not merely refer to stillness (...) but instead creates places, rhythms and social and experiential realities for daily life, offering alternatives to those of the fast and advanced manifestations of capitalistic society (...). The Slow philosophy also brings with it the opportunity to construct a slow society, or rather, a society which gives greater attention to quality of life, ethical responsibilities and the value of solidarity between diverse social groups»⁷.

⁷ «La filosofia *Slow* non va interpretata come un fenomeno temporaneo, una moda o un prodotto turistico innovativo, ma piuttosto come una filosofia di vita e un movimento sociale mondiale che negli ultimi anni ha caratterizzato molti elementi socio-economici delle comunità locali. La lentezza non si riferisce semplicemente all'immobilità, ma crea luoghi, ritmi e realtà sociali ed esperienziali per la vita quotidiana, offrendo alternative a quelle delle manifestazioni veloci e avanzate della società capitalistica (...). La filosofia *Slow* porta con sé anche l'opportunità di costruire una società lenta, ovvero una società che presti maggiore

In tale ottica, viene naturale accostare la filosofia della lentezza come stile di vita riflessivo e meno frenetico alla mobilità e, in particolare, ai movimenti turistici, tenendo anche conto della tendenza attuale ad avere periodi di vacanza sempre più brevi, magari con più esperienze di viaggio nell'arco di un anno, ma spesso tutte da consumarsi in un brevissimo lasso di tempo.

Si deve comunque porre l'attenzione su una questione fondamentale: per poter essere universalmente applicata la filosofia della lentezza essa deve essere necessariamente condivisa da un gran numero di persone, si devono diffondere e radicare ideali collettivi di consapevolezza, responsabilità e sostenibilità, al fine di creare relazioni reali e significative fra persone e culture, e, nei sistemi turistici, implementare ed esaltare pratiche che permettano flussi e interscambi reciproci fra tutti gli attori coinvolti.

2. Slow mobility, slow travel, slow tourism

L'applicazione della filosofia *slow* alla mobilità parte da una diretta esigenza pianificatoria avvertita in particolare nelle grandi città per decongestionare le arterie stradali dal traffico, migliorare la sicurezza stradale e limitare l'utilizzo dei mezzi privati allo scopo di contenere i livelli di inquinamento dell'aria e quelli legati al rumore urbano.

Innanzitutto, occorre partire dal fatto che vengono spesso sovrapposti due termini, che effettivamente non sono propriamente sinonimi fra loro, ossia *soft mobility* e *slow mobility*.

Una definizione di "mobilità dolce" (*soft mobility*) può essere la seguente: «"Soft mobility" can be defined as a "zero-impact" mobility alternative to car use that involves pedestrian, cycle, and other non-motorised means of transport. It belongs to all effects within the category of sustainable mobility that aims to reduce the environmental impact of the transport sector and improve the quality of life in urban areas»⁸ (Corticelli et al., 2022, p. 2).

L'applicazione dei concetti relativi alla *soft mobility* possono datarsi agli anni Settanta del Novecento, quindi molto prima dell'avvento della filosofia della lentezza come concepita attualmente. Fra i primi progetti si posso-

attenzione alla qualità della vita, alle responsabilità etiche e al valore della solidarietà tra i diversi gruppi sociali».

⁸ «La "mobilità dolce" (*soft mobility*) può essere definita come una mobilità a "impatto zero" alternativa all'uso dell'automobile che coinvolge pedoni, biciclette e altri mezzi di trasporto non motorizzati. Rientra a tutti gli effetti nella categoria della mobilità sostenibile che mira a ridurre l'impatto ambientale del settore dei trasporti e a migliorare la qualità della vita nelle aree urbane».

no citare nel Regno Unito l’iniziativa di alcuni ambientalisti che, colpiti dalla crisi petrolifera del 1973, decisero di costituire l’ente benefico *Sustrans* (contrazione di *sustainable transport*) con lo scopo di sensibilizzare gli amministratori pubblici sulla necessità di ridurre gli impatti dei trasporti sull’ambiente e sulle risorse naturali, ottenendo il recupero di alcune tratte ferroviarie dismesse, riqualificandole come “strade verdi” (*green routes*) e la creazione di percorsi ciclistici di lunga percorrenza (La Rocca, 2010). Sempre a metà degli anni Settanta, un’esperienza programmatica importante, tale da divenire modello di riferimento a livello mondiale, fu la creazione dei *woonerf* (ossia “area condivisa” in olandese) concretizzata legislativamente nel 1976 nei Paesi Bassi. Il concetto alla base del *woonerf* è la condivisione della strada tra diversi utenti, eliminando la separazione fisica tra pedoni, ciclisti e veicoli, cosicché marciapiedi, piste ciclabili e corsie per auto perdono la loro conformazione abituale per diventare una superficie continua del terreno, in cui ci si può muovere liberamente, grazie a una serie di misure che riducono la velocità del traffico delle auto (Corticelli et al., 2022).

Negli ultimi anni, il concetto di mobilità dolce (*soft mobility*) come opportunità di valorizzazione delle risorse territoriali è stato sovente recepito nelle pratiche urbane e nelle politiche territoriali orientate alla sostenibilità. Tale concetto, infatti, rimanda a un approccio consapevole alla mobilità, più che a una generica modalità di spostamento (Fistola e La Rocca, 2018).

La crescente attenzione delle politiche urbane verso la mobilità sostenibile è fortemente legata alla necessità di affermare un modello di sviluppo basato sul corretto utilizzo delle risorse (tra cui acqua, energia e suolo) per far fronte alle esigenze ambientali e ridurre i consumi energetici e le emissioni inquinanti prodotte dai veicoli. Affinché tale modello si possa applicare occorre migliorare la cooperazione tra utenti e decisori politici per il raggiungimento di obiettivi comuni di vivibilità, sia nell’ambito urbano sia nel più ampio contesto territoriale.

La mobilità dolce va dunque intesa soprattutto come utilizzo di forme di spostamento non impattanti sull’ambiente, quindi necessitante di mezzi adatti, attraverso un’attenta pianificazione degli spazi. Essa deve però mantenere al contempo un atteggiamento di continua diffusione delle proprie filosofie e di incessante ricerca di soluzioni tecnico-pratiche, tali da essere rivolte a un pubblico più ampio possibile.

Nell’approcciarsi al concetto di “mobilità lenta” (*slow mobility*), occorre, invece, un passaggio teorico più profondo, teso a enfatizzare più di un semplice movimento o trasporto tra luoghi. In tale prospettiva concettuale, si racchiudono una gamma di pratiche spazio-temporali, modalità immersive di viaggio e relazioni etiche che si basano sul desiderio di con-

nettersi o di disconnettersi ai diversi luoghi (Fullagar, Wilson e Markwell, 2012).

In tal senso, la lentezza va ricompresa nell'alveo del nuovo paradigma della mobilità che va oltre il mero concetto di distanza fisica. Cresswell (2010) propone sei aspetti da tenere in conto per porre in concreto la cosiddetta "politica della mobilità", ossia il complesso delle interrelazioni che dovrebbero essere sviluppate dai vari tipi di mobilità e che producono a loro volta nuove interazioni. Le diverse caratteristiche socio-culturali della popolazione (etnia, religione, lingua, ecc.) producono campi di forza di varia entità che vengono correlati fra loro attraverso le reti della mobilità. Secondo Cresswell (2010) si deve andare oltre la questione della distanza fisica e porsi alcune questioni: il motivo per cui ci si muove, ossia la forza psicologica e sociale che induce a spostarsi da un luogo all'altro; la velocità del movimento, che genera il dilemma fra velocità e lentezza; il ritmo della mobilità, ossia l'alternanza fra movimento e riposo; il percorso da intraprendere, ovvero se ci si muove lungo tragitti prestabiliti oppure in piena libertà; le sensazioni e l'esperienza del viaggio, fra fatica e divertimento; infine, le frizioni e gli ostacoli che impediscono o rallentano la mobilità.

In tale prospettiva, la lentezza è più che anti-velocità. Piuttosto, la lentezza è incarnata nelle qualità di ritmo, passo, tempo e velocità che vengono prodotte nella relazione sensoriale e affettiva tra il viaggiatore e il resto del mondo. Dunque, le pratiche di *soft mobility* sono nate e si sono sviluppate con il preciso intento di migliorare le questioni pratiche legate al traffico con l'obiettivo della sostenibilità ambientale e sociale, soprattutto nelle aree urbane più congestionate. Invece, i nuovi paradigmi della *slow mobility* sono legati a esperienze di maggiore riflessività e qualità nella pratica di spostarsi da un luogo all'altro, dunque implicano anche un diverso uso del tempo e dei ritmi di fruizione delle vacanze. Di conseguenza, l'applicazione della filosofia *slow* anche ai periodi di riposo, al di fuori dei normali ritmi di vita e proprio in contrapposizione a questi ultimi, ha dato vita a due nuovi approcci al turismo, ossia lo *slow travel* e lo *slow tourism*.

I due concetti di *slow travel* e *slow tourism* non hanno una definizione globalmente accettata e spesso, in particolare nei primi contributi scientifici tesi a definire le caratteristiche dei due concetti, i termini sono stati visti come sinonimi, risultando frequenti sovrapposizioni concettuali e una definizione non chiara dei confini teorici fra i due paradigmi (Dickinson e Lumsdon, 2010; Fullagar, Wilson e Markwell, 2012).

Le prime definizioni preferivano il termine *slow travel* che, però, in tali approcci concettuali, abbraccia contenuti molto ampi come, per esempio, nella definizione di Dickinson, Robbins e Lumsdon (2010, p. 482): «The characteristic features of slow travel relate to mode of transport, gaining an

authentic experience, staying local at the destination, an association with food and beverage and travelling less distance»⁹.

Più completa è la definizione fornita da Lumsdon e McGrath (2011, p. 276): «Slow travel is a sociocultural phenomenon, focusing on holidaymaking but also on day leisure visits, where use of personal time is appreciated differently. Slowness is valued, and the journey is integral to the whole experience. The mode of transport and the activities undertaken at a destination enhance the richness of the experience through slowness. Whilst the journey is the thing and can be the destination in its own right, the experience of locality counts for much, as does reduced duration or distance of travel»¹⁰.

In base a tale visione olistica si sono iniziati a sviluppare alcuni schemi teorici complessivi che vanno a indagare l'intera esperienza di viaggio.

Un primo approccio in tal senso è quello fornito da Lumsdon e McGrath (2011) che propongono uno schema concettuale dello *slow travel* (fig. 1). Vengono evidenziate le seguenti dimensioni di indagine: le caratteristiche intrinseche e mentali dei viaggiatori verso la gestione del tempo a disposizione (con una propensione alla lentezza piuttosto che alla fretta), l'esperienza di viaggio lungo il tragitto dal punto di partenza a quello di arrivo, e, infine, l'atteggiamento verso la consapevolezza e la coscienza ambientale. A questo approccio soggettivo va aggiunta, secondo gli autori, la scelta dei mezzi di trasporto: alcuni di essi hanno un valore intrinseco (come si vedrà anche nel capitolo successivo), mentre altri hanno benefici solo funzionali in termini di velocità e connettività. Infine, deve esserci nell'esperienza di viaggio anche un senso di crescente legame con il luogo prescelto, con il crearsi di interscambi culturali con la comunità locale.

⁹ «Le caratteristiche dello *slow travel* riguardano il modo di trasporto, la possibilità di vivere un'esperienza autentica, la permanenza nella destinazione, l'associazione con il cibo e le bevande e la riduzione delle distanze».

¹⁰ «Lo *slow travel* è un fenomeno socioculturale che si concentra sulle vacanze ma anche sulle visite giornaliere di svago, dove l'uso del tempo personale è apprezzato in modo diverso. La lentezza è valorizzata e il viaggio è parte integrante dell'intera esperienza. Il modo di trasporto e le attività intraprese in una destinazione aumentano la ricchezza dell'esperienza attraverso la lentezza. Sebbene il viaggio sia l'elemento principale e possa rappresentare il motivo essenziale di per sé, l'esperienza del luogo conta molto, così come la riduzione della durata o della distanza dal viaggio».

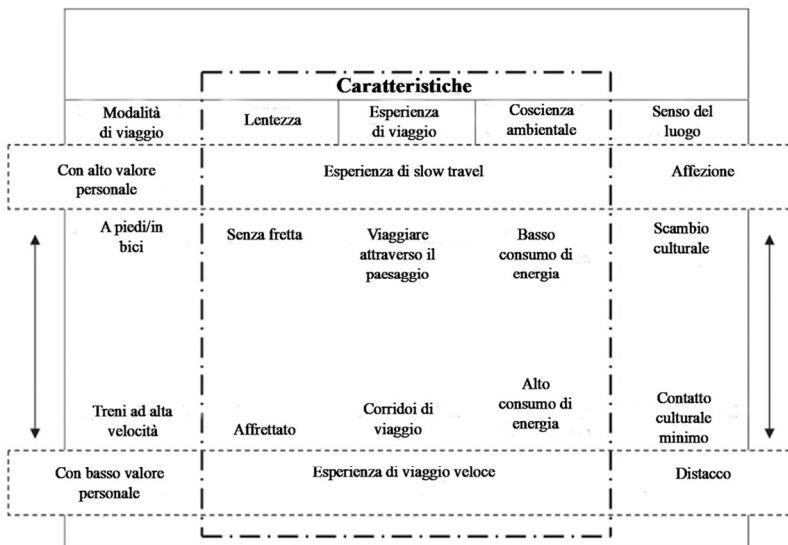


Fig. 1 – Lo schema concettuale dello slow travel (Fonte: elaborazione da Lumsdon e McGrath, 2011, p. 276)

Il modello proposto si va a plasmare seguendo le indicazioni che erano state proposte nel manifesto dello *slow travel* da Gardner (2009): il viaggio lento è innanzitutto uno stato mentale; i turisti dovrebbero viaggiare lentamente ed evitare gli aerei; le modalità e i percorsi di viaggio stessi sono un valore aggiunto intrinseco dell'esperienza di vacanza; l'accoglienza nella località è un fattore fondamentale; rallentare al fine di godere del paesaggio circostante è un altro elemento per valutare positivamente il proprio viaggio; l'interazione culturale con la popolazione locale migliora la qualità della vacanza; cercare aspetti insoliti delle località permette di avere l'opportunità di esperienze uniche; restituire qualcosa alle comunità locali è fondamentale per connettere ospiti e ospitanti.

Dickinson e Lumsdon (2013) modificano il precedente schema concettuale, andando ad approfondire alcuni aspetti dell'esperienza di viaggio lenta. Nel modello si hanno quattro elementi principali, ossia la *lentezza*, l'*esperienza di viaggio* e le *attività nella località prescelta*, che insieme costituiscono l'esperienza di viaggio e, a parte, la *consapevolezza ambientale*, che viene ritenuta dagli autori non sempre determinante come elemento di motivazione per intraprendere una vacanza lenta (fig. 2).

Slow travel – l’esperienza turistica completa

Contesto



Fig. 2 – L’esperienza turistica dello slow travel (Fonte: elaborazione da Dickinson e Lumsdon, 2013, p. 375).

Gli elementi principali, definiti come *ingredienti* dagli autori, vengono esaminati ciascuno con le proprie caratteristiche salienti. Nel concetto di lentezza andrebbero esplorati i ritmi temporali di fruizione, i periodi di inattività, il desiderio di miglioramento della propria qualità della vita nel periodo di vacanza rispetto al quotidiano. L’esperienza attiene ai livelli di coinvolgimento con i luoghi e con la popolazione locale, l’eventuale attività di co-produzione nell’esperienza turistica, la condivisione di esperienze sociali, il vivere integralmente l’esperienza di viaggio e la scelta di cosa vedere con le relative tempistiche. Le attrattive della località riguardano il trasporto locale, la vicinanza della struttura ricettiva, le attrattive più importanti e altri elementi, come la gastronomia. Infine, la consapevolezza ambientale è costituita dal raggiungere mete meno lontane con permanenze più lunghe, anche se gli autori distinguono fra *hard* e *soft slow travellers*, intendendo con i primi quelli più sensibili alle tematiche ambientali, mentre i secondi sono solo moderatamente attenti riguardo all’impatto dei propri comportamenti sull’ambiente circostante nel periodo di vacanza. La scelta della modalità di trasporto è conseguente all’incidenza di tutti questi elementi nella complicata composizione dell’esperienza di viaggio. Gli autori, a completamento del modello, evidenziano due esiti nell’implementazione

di pratiche di *slow travel*: la possibile riduzione dell'impronta ecologica dei viaggi (*low-carbon tourism*) e l'amplificazione di tali pratiche attraverso le connessioni sociali, possibilmente interpretandole come modello di condotta da imitare e sviluppando forme innovative di turismo esperienziale avente una marcata propensione verso le tematiche della sostenibilità ambientale e socio-culturale (dunque innescando nuove pratiche di *social marketing*).

Un altro filone di studi vede i due concetti di *slow travel* e *slow tourism* come due questioni differenti, con propri ambiti specifici di attività e forme di coinvolgimento differenti; in tal senso, il termine di *slow tourism* viene inteso come forma più completa di esperienza e, rispetto ai primi inquadramenti teorici, esso viene impiegato con maggiore frequenza nella letteratura scientifica specialistica.

In tale filone progressivamente lo *slow tourism* diventa un concetto molto più ricco di significato rispetto allo *slow travel*.

In tal senso, si ha la seguente definizione di *slow tourism*: «Central to the meaning and concept of slow tourism is the shift in focus from achieving a quantity and volume of experiences while on holiday towards the quality of (generally fewer) experiences. It is a form of tourism that respects local cultures, history and environment and values social responsibility while celebrating diversity and connecting people (tourists with other tourists and with host communities); it is characterized by the enjoyment of discovery, learning and sharing. This “slowing” of the pace of a holiday provides opportunities to interact and connect with local people and places on a deeper level»¹¹ (Heitmann, Robinson e Povey, 2011, pp. 117-118).

Per favorire tale approccio sistemico, secondo gli autori, si possono utilizzare modalità di trasporto *slow travel*, che viene così definito: «The primary idea of slow travel is its relationship and connection with culture and the opportunities it offers for visitors to become a part of a local communi-

¹¹ «Al centro del significato e del concetto di *slow tourism* vi è lo spostamento dell'attenzione dal raggiungimento di una quantità e di un volume di esperienze durante la vacanza alla qualità delle esperienze (generalmente meno numerose). È una forma di turismo che rispetta le culture, la storia e l'ambiente locali e valorizza la responsabilità sociale, celebrando la diversità e mettendo in contatto le persone (turisti con altri turisti e con le comunità ospitanti); è caratterizzato dal piacere della scoperta, dell'apprendimento e della condivisione. Questo “rallentamento” del ritmo della vacanza offre l'opportunità di interagire e connettersi con la comunità locale e i luoghi a un livello più profondo».

ty, often using local services, and travelling slowly enough to enjoy more detailed aspects of the places that they pass through. It removes the notion of “must-see attractions” and the need to “fit as much in as possible”, but avoids the idea that a tourist sits on a beach for a week doing very little. Instead, it represents a very different experience that includes some of the must-see places, but seen more purely through their relationship with their host community»¹² (Heitmann, Robinson e Povey 2011, p. 119).

Per altri autori lo *slow travel* si concentra sul lato della domanda, beneficiando solo i turisti, mentre il contesto locale viene coinvolto marginalmente: «slow travel is defined as a qualitative focus on the journey traveled in which the main emphasis and explanation is upon the travelling tourist’s consumption-oriented enjoyments and experiences. This means that it is primarily focused on slow travelling tourists’ demand side issues, while giving scant consideration to the supply-side dimensions of the sector’s growth, differentiation and dynamism»¹³ (Conway e Timms, 2012, p. 71).

Lo *slow tourism*, invece, va a legare l’esperienza qualitativa del viaggio lento con i benefici potenziali per tutti gli attori del sistema locale: «(...) slow tourism goes further by linking the slow traveler’s qualitative experiences and enjoyments on the journey and at their destinations with the benefits they provide for local stakeholders. These benefits of slow tourism explicitly advance sustainable tourism objectives and promote grassroots, local “development from below” initiatives, which promote positive environmental outcomes and address pro-poor tourism goals (...). As such,

¹² «L’idea principale dello *slow travel* è la sua relazione e connessione con la cultura e l’opportunità che offre ai visitatori di diventare parte di una comunità locale, spesso utilizzando i servizi locali e viaggiando abbastanza lentamente da poter godere di aspetti più dettagliati dei luoghi che attraversano. Questo concetto si discosta dalla nozione di “attrazioni imperdibili” e dalla necessità di “riempire il più possibile”, evitando l’idea che un turista stia seduto su una spiaggia per una settimana a fare ben poco. Rappresenta invece un’esperienza molto diversa, che include alcuni dei luoghi imperdibili, ma vista più puramente attraverso il rapporto con la comunità ospitante».

¹³ «Lo *slow travel* è definito come un’attenzione qualitativa al viaggio, in cui l’enfasi principale e la spiegazione sono i piaceri e le esperienze orientate al consumo del turista in viaggio. Ciò significa che si concentra principalmente sulle questioni relative alla domanda dei turisti lenti, mentre non prende in considerazione le dimensioni dell’offerta, della crescita, della differenziazione e del dinamismo del settore».

slow tourism places a greater priority on supply side issues and concerns of tourism destinations”¹⁴ (Conway, Timms, 2012, pp. 72-73).

Una riflessione importante nel lavoro di Conway e Timms è data dal considerare lo *slow travel* una formula turistica adatta ai contesti territoriali più ricchi, mentre lo *slow tourism*, proprio per la funzione sociale a favore della comunità locale che gli autori presuppongono, diventa un mezzo fondamentale per lo sviluppo delle località più povere e marginali in specie nel Sud del mondo.

Riprendendo le riflessioni precedenti, McGrath e Sharpley (2018) criticano l’approccio di Conway e Timms sull’inefficacia dello *slow travel* nei contesti più ricchi e sulla visione elitaria di tale pratica turistica, poiché non ravvisano solo spinte edonistiche da parte dei viaggiatori lenti, ma anche, probabilmente, una certa attenzione ambientale e culturale.

Il punto più rilevante per gli autori, però, riguarda il fatto che lo *slow travel* per loro è solo una nuova etichetta di pratiche già in uso fin dagli albori del turismo: «As a concept however, it can be argued that slow travel as conceptualized by most commentators is nothing new. That is, until the twentieth century the majority of travel was slow by its very nature, with travellers exploring the world on foot, by horse and sailing boat and latterly, by train (...). Indeed, analogies can be drawn between the ideals of slow travel and many early travel experiences, such as religious pilgrimages, scientific investigation, anthropological studies, cultural excursions (...), with the Grand Tour in particular being often identified as an antecedent to the slow travel concept. Hence, slow travel might be considered a nostalgic yearning for a bygone era of “real” travel or, more pragmatically, a response to the challenge of climate change dressed up in attractive clothing»¹⁵ (McGrath e Sharpley, 2018).

¹⁴ «(...) lo *slow tourism* si spinge oltre, collegando le esperienze qualitative e i piaceri del viaggiatore lento durante il viaggio e nelle loro destinazioni con i benefici che essi apportano agli stakeholder locali. Questi benefici del turismo lento fanno esplicitamente progredire gli obiettivi del turismo sostenibile e promuovono iniziative di base, di “sviluppo dal basso”, che promuovono risultati ambientali positivi e rispondono a obiettivi turistici a favore dei poveri (...). In quanto tale, il turismo lento attribuisce una maggiore priorità alle questioni e alle preoccupazioni delle destinazioni turistiche dal punto di vista dell’offerta».

¹⁵ «Come concetto, tuttavia, si può affermare che lo *slow travel*, così come viene concepito dalla maggior parte dei commentatori, non è una novità. Fino al XX secolo, infatti, la maggior parte dei viaggi era lenta per sua stessa natura: i viaggiatori giravano il mondo a

La definizione di *slow tourism* degli autori è meno precisa e va sostanzialmente a coincidere con quella di Conway e Timms: «Hence, within the slow tourism concept the focus shifts away from the mode of transportation used and distance travelled to the “product” being supplied and consumed»¹⁶ (McGrath e Sharpley, 2018).

In generale, dunque, vi è stato un cambiamento di prospettiva per cui si è iniziato a preferire l'utilizzo del termine *slow tourism*, ritenuto più sistemico e inclusivo di *slow travel*, inteso come elitario, limitato alla sfera della domanda turistica, alla scelta dei mezzi di trasporto e all'applicazione pressoché esclusiva alle economie più avanzate.

Su questa base teorica Caffyn (2012) individua le seguenti dimensioni fondamentali dello *slow tourism*: il luogo (località, paesaggio, patrimonio territoriale, ambiente, produttività, senso di distinzione), le persone (comunità locale, autenticità, cultura, tradizioni, imprese, gastronomia), il tempo (ritmo, rilassamento, vacanze più lunghe, visita senza fretta, località osservate più in profondità), il viaggio (distanza, velocità, mezzi di trasporto, basse emissioni di carbonio) e, infine, la sfera personale (benessere, piacere, ricreazione, convivialità, apprendimento, divertimento, comprensione).

L'autrice propone anche una serie di attività che dovrebbero essere promosse dalle località e dalle imprese che intendano promuovere lo *slow tourism*, come per esempio creare ambienti più lenti, promuovere il cibo e altri prodotti locali, investire in personale che non solo dimostri professionalità, ma anche conoscenza e coinvolgimento nelle dinamiche locali, così da sviluppare un'interfaccia colloquiale e di mutuo apprendimento con i visitatori, e, infine, promuovere i collegamenti e le infrastrutture di mobilità, incoraggiando attività come le passeggiate e l'utilizzo della bicicletta, con un minore utilizzo di automobili e un basso impatto sull'ambiente.

Bigné e Decrop (2019) propongono la contrapposizione fra due tipologie di modalità di fruizione del turismo contemporaneo e futuro: la prima denominata *Kronos (fast tourism)* e la seconda *Kairos (slow tourism)*.

«Kronos relates to “measurable time that is linear” while Kairos denotes time as “the instant transformed into action”. Where Kronos proposes a quantitative view of time, Kairos opposes a qualitative view, one that is not

piedi, a cavallo, in barca a vela e, più tardi, in treno (...). In effetti, si possono tracciare analogie tra gli ideali dello *slow travel* e molte delle prime esperienze di viaggio, come i pellegrinaggi religiosi, le indagini scientifiche, gli studi antropologici, le escursioni culturali (...), con il Grand Tour in particolare che viene spesso identificato come un antecedente del concetto di viaggio lento. Lo *slow travel* potrebbe quindi essere considerato un nostalgico desiderio di un'epoca passata di viaggi “veri” o, più pragmaticamente, una risposta alla sfida del cambiamento climatico vestita di un abito attraente».

¹⁶ «Pertanto, nell'ambito del concetto di turismo lento, l'attenzione si sposta dal modo di trasporto utilizzato e dalla distanza percorsa al “prodotto” che viene fornito e consumato».

measured in terms of seconds, but of “moments”. (...) On the Kairos side, we notice our contemporaries’ enthusiasm for everything “slow” (slow tech, slow food), “zen” attitudes, and home improvements. (...) On the Kronos side, it is easy to find examples of products and activities related to consumers’ wishes to have “everything right now”: managing one’s time efficiently, saving time, managing to do everything at once etc»¹⁷ (Bigné, Decrop, 2019, pp. 137-138).

Gli autori propongono uno schema di *slow tourism* (fig. 3), facente riferimento ovviamente a *Kairos*, che comprende i seguenti elementi: movimento lento (senza aerei e automobili), richiesta di formule semplici di ricettività, utilizzo di gastronomia locale, esigenza di uno svago tranquillo, utilizzo di servizi in un’atmosfera rilassante, maggiore attenzione sugli aspetti culturali locali, pratiche di comportamento sostenibile.

Nell’itinerario scientifico di costruzione teorica del concetto di *slow tourism*, diventato man mano onnicomprensivo, la prospettiva di studio si è sempre più concentrata sull’organizzazione dell’offerta, mentre meno attenzione è stata data alla domanda, ossia al profilo dei visitatori e alle motivazioni della vacanza lenta. In tal senso, la locuzione *slow travel* è progressivamente stata utilizzata di meno rispetto a quella di *slow tourism*.

¹⁷ «Kronos si riferisce al “tempo misurabile lineare”, mentre Kairos denota il tempo come “istante trasformato in azione”. Laddove Kronos propone una visione quantitativa del tempo, Kairos oppone una visione qualitativa, che non si misura in termini di secondi, ma di “momenti”. (...) Dal lato di Kairos, notiamo l’entusiasmo dei nostri contemporanei per tutto ciò che è “lento” (*slow tech*, *slow food*), per gli atteggiamenti “zen” e per le migliorie domestiche. (...) Sul versante di Kronos, è facile trovare esempi di prodotti e attività legati al desiderio dei consumatori di avere “tutto subito”: gestire il proprio tempo in modo efficiente, risparmiare tempo, riuscire a fare tutto in una volta, ecc.».

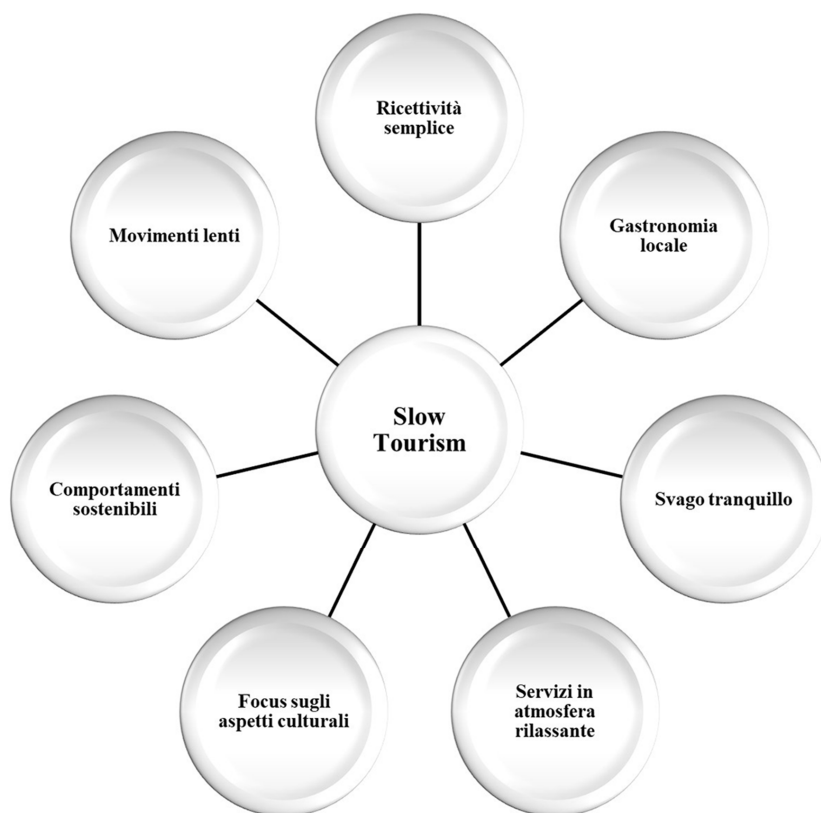


Fig. 3 – Le caratteristiche dello slow tourism (Fonte: elaborazione da Bigné e Decrop, 2019, p. 139).

La rivalutazione delle fasi di spostamento fra punto iniziale e punto di arrivo dei viaggiatori, però, non può essere sottovalutata. Sebbene al giorno d'oggi il momento di circolazione turistica sia stato molto compresso e incanalato a causa della necessità di connessioni veloci fra origine e destinazione e l'utilizzo di mezzi di trasporto sempre più veloci, bisogna pure sottolineare come, nel passato, il viaggio era considerato un periodo fondamentale di passaggio.

Leed (1991) formalizza tre fasi fondamentali per i viaggiatori, ossia la partenza, il passaggio e l'arrivo, ma giudica il secondo come il più importante fra le tre. Nelle parole dell'autore si può ravvisare come il passaggio debba essere il momento esperienziale più importante del viaggio: «Passage is qualitatively different from both departure and arrival: it is an experience of motion across boundaries and through space, while departure and arrival

are experiences of detachment from and attachment to places. In passage, motion becomes the medium of perception as well as the primary determinant of one's physical condition. The passenger becomes more conscious of self as a "viewer" or "observer" of a world flowing past, a world that becomes a sequence of continuously unrolling pictures»¹⁸ (Leed, 1991, p. 56).

Dunque, il passaggio è un periodo più o meno lungo in cui il visitatore può trovare una sorta di mediazione culturale fra l'ambiente già conosciuto del luogo di partenza e quello da scoprire del luogo di arrivo, ma anche la percezione di sé, degli altri e dei luoghi attraversati, come sottolinea Leed: «For four thousand years, passage has been thought to stir the higher mental functions and to create individuals who are outside of and between communities, and thus, in some sense, "objective" observers of differences within the human and natural landscape. But the features long attributed to the mentality of a passenger – freedom, objectivity, generality, and abstractness – are to some extent a consequence of the activity of the traveler in the conditions of passage»¹⁹ (Leed, 1991, p. 64).

Partendo dalle considerazioni di Leed, Lavarini e Scramaglia (2017) sottolineano l'importanza fondamentale del viaggio in sé piuttosto che della meta finale: «(...) the cornerstone of the travel experience is the "passage", towards which less and less interest is shown nowadays, gradually reducing itself to a merely symbolic aspect of many journeys. We arrive at a shelter, which we call airport. We get on a plane and find ourselves on the other side of the world without any awareness of what lies between the point of departure and the point we call arrival. This is how slow travelling can allow us to re-discover the "passage" phase of a journey, to "live" the territo-

¹⁸ «Il passaggio è qualitativamente diverso dalla partenza e dall'arrivo: è un'esperienza di movimento attraverso i confini e lo spazio, mentre la partenza e l'arrivo sono esperienze di distacco e attaccamento ai luoghi. Nel passaggio, il movimento diventa il mezzo di percezione e il principale fattore determinante della propria condizione fisica. Il passeggero diventa più consapevole di sé come "spettatore" o "osservatore" di un mondo che scorre, un mondo che diventa una sequenza di immagini che si srotolano continuamente».

¹⁹ «Per quattromila anni si è pensato che il passaggio stimolasse le funzioni mentali superiori e creasse individui che fossero al di fuori delle comunità e di collegamento fra le stesse, e quindi, in un certo senso, osservatori "oggettivi" delle differenze all'interno del paesaggio umano e naturale. Ma le caratteristiche da tempo attribuite alla mentalità del passeggero – libertà, oggettività, generalità e astrattezza – sono in qualche misura una conseguenza dell'attività del viaggiatore nelle condizioni di passaggio».

ry being crossed and to engage with the local culture made up of numerous activities»²⁰.

Pileri e Moscarelli (2021), dopo aver analizzato la letteratura in merito, osservano come il concetto di *slow tourism* appaia sostanzialmente statico e consumistico, mentre, rovesciando la prospettiva tradizionale, indicano lo *slow travel* come una vera e propria esperienza individuale per i viaggiatori. «Slowness turns every journey into a journey of discovery (...) and this helps us reveal the nature and history of things that meet, establishing a strong relationship between the I and the landscape. This vision can be particularly interesting especially in the case of marginal areas that are often completely bypassed by fast destination tourism where, indeed, the final destination is the objective and not the journey itself. On the contrary, travel can be seen as integral to the tourist experience, and, in some instances, it might be the main purpose (...). Moreover, the idea of tourism implies a consumption where people, the tourists, are consumers. On the contrary, travel can be seen more as an experience, where people are not seen only as consumers, rather as travelers (...).»²¹ (Pileri, Moscarelli, 2021, pp. 8-9).

La riscoperta di itinerari e percorsi da esplorare e vivere per i viaggiatori negli ultimi anni sembra aprire a una nuova via di applicazione dei concetti di lentezza al turismo, in cui la qualità del consumo in un determinato luogo possa affiancarsi e legarsi a esperienze di mobilità, andando a connetter-

²⁰ «(...) il cardine dell'esperienza di viaggio è il "passaggio", verso il quale oggi si mostra sempre meno interesse, riducendosi progressivamente a un aspetto meramente simbolico di molti viaggi. Arriviamo in un rifugio, che chiamiamo aeroporto. Saliamo su un aereo e ci troviamo dall'altra parte del mondo senza alcuna consapevolezza di ciò che si trova tra il punto di partenza e quello di arrivo. È così che il viaggio lento può permetterci di riscoprire la fase di "passaggio" di un viaggio, di "vivere" il territorio che si attraversa e di impegnarci nella cultura locale fatta di numerose attività».

²¹ «La lentezza trasforma ogni viaggio in un viaggio di scoperta (...) e questo ci aiuta a svelare la natura e la storia delle cose che si incontrano, stabilendo una forte relazione tra l'io e il paesaggio. Questa visione può essere particolarmente interessante soprattutto nel caso di aree marginali che vengono completamente ignorate dal turismo di destinazione veloce dove, appunto, l'obiettivo è la destinazione finale e non il viaggio stesso. Al contrario, il viaggio può essere visto come parte integrante dell'esperienza turistica e, in alcune situazioni, potrebbe essere lo scopo principale (...). Inoltre, l'idea di turismo implica un consumo in cui le persone, i turisti, sono consumatori. Al contrario, il viaggio può essere visto più come un'esperienza, dove le persone non sono viste solo come consumatori, ma piuttosto come viaggiatori (...).».

si piuttosto che a contrapporsi, rappresentando due momenti diversi di fruizione del viaggio, in cui lo *slow travel* è un momento più spirituale e intimo, di trasformazione del sé, mentre lo *slow tourism* è un momento di maggiore interrelazione sociale, volto al consumo di prodotti e alla fruizione di servizi.

3. Il turismo di prossimità

Il crescente desiderio di ritmi lenti e meditativi nei sistemi turistici necessita ovviamente di tempistiche più lunghe di fruizione rispetto a quelle che oggi giorno si osservano.

Lo *slow travel* e lo *slow tourism* possono essere fruiti anche da visitatori che provengono da molto lontano, magari scegliendo prima un mezzo di trasporto veloce per arrivare e successivamente fruire di una vacanza lenta nella meta prescelta.

In tal senso vanno le affermazioni di McGrath e Sharpley (2018): «The slow tourist may choose a physically slower mode of transport to facilitate this necessary deceleration or, alternatively, may take solace in a flight that detaches them from the stresses and strains of daily life and instead offers an opportunity to become reconnected with their thoughts. Speed becomes irrelevant and the focus shifts to doing things at the “right” speed for the individual in order to achieve slowness»²².

Eppure le modalità di turismo lento trovano sicuramente un riscontro importante anche nelle aree più vicine a quelle di partenza, in genere le grandi città, cosicché negli ultimi anni si sta sviluppando il cosiddetto *turismo di prossimità*, che ha trovato un importante riscontro in letteratura soprattutto durante e dopo gli avvenimenti della crisi pandemica COVID19, in cui le restrizioni alla mobilità hanno permesso la riscoperta e il rilancio dei luoghi più facilmente raggiungibili dai bacini emettitori dei flussi di visitatori.

²² «Lo *slow tourist* può scegliere un mezzo di trasporto fisicamente più lento per facilitare questa necessaria decelerazione o, in alternativa, può trovare conforto in un volo che lo fa staccare dallo stress e dalle tensioni della vita quotidiana e che offre invece l'opportunità di riconnettersi con i propri pensieri. La velocità diventa irrilevante e l'attenzione si sposta sul fare le cose alla velocità “giusta” per l'individuo, al fine di raggiungere la lentezza».

Lo sviluppo di itinerari e percorsi turistici è certamente una delle forme di turismo di prossimità più significative poiché permette la riscoperta di luoghi vicini fisicamente, ma spesso lontani dallo sguardo dei turisti.

Bisogna però notare che la locuzione turismo di prossimità non abbia ancora trovato un riscontro univoco nella terminologia scientifica poiché è una tipologia non consolidata nella letteratura specifica, data la finora limitata attenzione della ricerca sulle tematiche riguardanti le pratiche di viaggio a livello intraregionale. Una definizione molto semplice può essere la seguente: «we can define the proximity tourism as those tourist experiences that take place during a day in a location close to the place of residence, so they do not require overnight accommodation, whose focus is to know an unfamiliar nearby place»²³ (López Sánchez, Linares Gómez del Pulgar e Tejedor Cabrera, 2022, p. 2458),

La definizione fornita appare molto criticabile perché restringe di molto il campo delle attività fruibili nel turismo di prossimità come si può osservare nelle parole di Díaz Soria e Llurdés Coit (2013, p. 77): «Los excursionistas son, lógicamente, importantes en el turismo de proximidad, debido al mínimo desplazamiento que le caracteriza. No obstante, la pernoctación es un elemento básico en turismo y por ello es necesario analizar sus características (lugar, duración, etc.) y la comparación de la experiencia de ambos grupos, para valorar finalmente la relevancia o no de la pernoctación. Y a pesar de que, a priori, pueda pensarse que un turista de proximidad no tiene motivos para pernoctar fuera de su domicilio habitual, la pernoctación puede formar parte de la misma experiencia turística, sea por las características del lugar o de la actividad a realizar y por ello no debería obviarse»²⁴.

²³ «Possiamo definire il turismo di prossimità come quelle esperienze turistiche che si svolgono nell'arco di una giornata in una località vicina al luogo di residenza, che non richiedono quindi il pernottamento, il cui obiettivo è quello di conoscere un luogo vicino ma non familiare»

²⁴ «Gli escursionisti sono, logicamente, importanti nel turismo locale, a causa degli spostamenti minimi che lo caratterizzano. Tuttavia, i pernottamenti sono un elemento fondamentale del turismo ed è quindi necessario analizzarne le caratteristiche (luogo, durata, ecc.) e confrontare le esperienze di entrambi i gruppi, per valutare infine la rilevanza o meno dei pernottamenti. E nonostante a priori si possa pensare che un turista locale non abbia motivo di pernottare lontano dal suo luogo di residenza abituale, il pernottamento può far parte dell'esperienza turistica stessa, sia per le caratteristiche del luogo che per l'attività da svolgere, e non va quindi trascurato».

Díaz Soria (2021) fornisce una definizione più ampia di turismo di prossimità, andando oltre la distanza fisica come parametro e portando come tema di riflessione la distanza culturale, o, meglio, la familiarità ai luoghi o alle persone che ci vivono. In tal senso, l'autrice propone la seguente definizione: «En definitiva, la experiencia turística de proximidad puede ser, desde una perspectiva geográfica, aquella vivida por alguien que visita su propia ciudad, su propia región, o que va a su segunda residencia o a su pueblo en esta misma región o en regiones limítrofes. Desde la perspectiva de la familiaridad, es aquella experiencia vivida por alguien que visita lugares familiares: lugares importantes de su pasado o de su presente (VHFP), lugares en los que viven amigos o familiares (VFR), las vacaciones en el pueblo cuando este se encuentra en regiones más lejanas, etc.»²⁵ (Díaz Soria, 2021).

La prospettiva di coinvolgere residenti o comunque persone che abbiano familiarità con determinati luoghi implica una serie di difficoltà, poiché spesso essi non hanno alcun interesse a muoversi in un intorno territoriale conosciuto.

In uno studio presentato da Jeuring e Haartsen (2017) si evidenzia l'esistenza del divario fra atteggiamento e comportamento: ossia, nonostante un atteggiamento positivo nei confronti del luogo di prossimità proposto come destinazione turistica, la vacanza viene associata alla massimizzazione della distanza fisica tra casa e meta prescelta, così gli atteggiamenti positivi spesso non si traducono in un effettivo comportamento turistico di prossimità.

Il turismo di prossimità va, dunque, coltivato, proponendo una pianificazione attenta delle proposte di svago per coloro che hanno già familiarità con i luoghi, allo scopo di stimolare la loro curiosità (Díaz Soria, 2016).

Il paradigma del turismo di prossimità è destinato a irrobustirsi nel futuro, proprio perché esso è aderente alla riscoperta della filosofia della lentezza e alle sempre più pressanti richieste di pratiche turistiche più sosteni-

²⁵ «In breve, l'esperienza turistica di prossimità può essere, da una prospettiva geografica, quella di chi visita la propria città, la propria regione, o di chi si reca nella propria seconda casa o in un villaggio nella stessa regione o in regioni limitrofe. Dal punto di vista della familiarità, è l'esperienza di chi visita luoghi familiari: luoghi importanti del proprio passato o presente (VHFP), luoghi in cui vivono amici o parenti (VFR), vacanze nel villaggio di nascita quando questo si trova in regioni più lontane, ecc.».

bili e con una impronta ecologica meno marcata e rispettosa dell'ambiente e della società dei luoghi visitati.

In tal senso, Rantala et al. (2020) propongono che al paradigma della prossimità si affianchino tre concetti chiave: *ritmicità*, *vitalità* e *cura*. La ritmicità rappresenta il legame teorico fra turismo di prossimità e filosofia *slow*: «(...) the concept of rhythmicity makes visible the ways that the past, present and future become alive and entangled in our proximate surroundings. The concept also enables us to see how the rhythms of production and technology intertwine with cosmic rhythms, urging us to move beyond a romantic idea of proximity tourism – beyond the idea of proximity tourism as some kind of pure connection with the more-than-human, separate from capitalist and growth-oriented rhythms. Instead, rhythmicity pushes us towards a conceptualization of proximity in tourism as an entangled and situated way of slowing down in our surroundings and as an opportunity to learn about the particulars of our surroundings – particulars where the various rhythms and agencies intersect and intertwine. Slowing down, attuning, and learning can evoke care instead of resistance and avoidance»²⁶ (Rantala et al., 2020).

La vitalità invita a considerare il paesaggio attraversato e vissuto durante il periodo di vacanza come qualcosa di vivo in ogni suo elemento, non solo quello umano, ma in tutte le componenti, perfino quelle inorganiche: “Our idea of proximity tourism also resists the traditions depriving vitality from matter and reducing it to a mere substrate for human re-creation. It calls for the recognition of human participation in a shared, vital materiality”²⁷ (Rantala et al., 2020).

²⁶ «(...) il concetto di ritmicità rende visibili i modi in cui il passato, il presente e il futuro diventano vivi e intrecciati nei nostri ambienti vicini. Il concetto ci permette anche di vedere come i ritmi della produzione e della tecnologia si intrecciano con i ritmi cosmici, spingendoci ad allontanarci da un'idea romantica di turismo di prossimità – oltre l'idea del turismo di prossimità come una sorta di pura connessione con il *più-che-umano*, separata dai ritmi capitalistici e orientati alla crescita. Invece, la ritmicità ci spinge verso una concettualizzazione della prossimità nel turismo come un modo intricato e situato di rallentare nell'ambiente circostante e come un'opportunità di conoscere le particolarità del nostro ambiente – in particolare dove i vari ritmi e agenzie si intersecano e si intrecciano. Rallentare, sintonizzarsi e imparare può evocare attenzione invece delle azioni di resistere ed evitare».

²⁷ «La nostra idea di turismo di prossimità resiste anche alle tradizioni che privano la materia della sua vitalità e la riducono a un mero substrato per la ri-creazione umana. Essa chiede il riconoscimento della partecipazione umana a una materialità vitale e condivisa».

La cura verso gli altri è l'ultimo concetto chiave proposto, il quale è più radicato della sostenibilità, sollecitando robuste politiche improntate a una forte eticità verso tutti gli elementi e le interrelazioni presenti sulla Terra.

«Care is grounded in ethics and ethico-politics and is present in post-anthropocentric tourism narratives and practices institutionalised practices of care entangle with other more-than-human caring relations, including those that take place without human influence. The concept of care has also invited us to consider proximity as a push to become response-able with the more-than-human planet we inhabit together with multiple others»²⁸ (Rantala et al., 2020).

Il concetto di prossimità, dunque, sebbene possa sembrare a un primo sguardo semplice da sviluppare, confinandolo alla valutazione della mera distanza fisica, come per molto tempo è stato proposto in letteratura, negli ultimi anni, al contrario, va assumendo significati più complessi che attonano, da un lato, alla soggettività e alla conoscenza o ai legami con i diversi luoghi, e, dall'altro, all'approccio lento, alla riscoperta dei luoghi, alla sostenibilità e al rispetto della comunità locale, alla vitalità dei territori e alla necessaria cura per proteggere il sistema in tutti i suoi elementi.

4. Itinerari, *slow travel* e *slow tourism*

I nuovi paradigmi relativi alla filosofia della lentezza e quelli collegati, relativi alla prossimità e, probabilmente, alla ritmicità, alla vitalità e alla cura, sono tutti concetti strettamente intrecciati fra loro, su cui, però, al momento l'impalcatura teorica è ancora tutta da costruire.

Lo *slow travel* è stato il primo concetto a svilupparsi, ma in pochi anni è stato relegato a una interpretazione meramente funzionale riguardante le modalità di viaggio più attente, oppure immaginato come forma di riscoperta romantica delle caratteristiche originali di visita dei luoghi, avendo in mente la fascinazione del Grand Tour.

²⁸ «La cura è fondata sull'etica e sull'etico-politica ed è presente nelle narrazioni e nelle pratiche turistiche post-anthropocentriche. Le pratiche istituzionalizzate di cura si intrecciano con altre relazioni di cura *più-che-umane*, comprese quelle che hanno luogo senza l'influenza umana. Il concetto di cura ci ha anche invitato a considerare la prossimità come una spinta a divenire rispondenti al pianeta *più-che-umano* che abitiamo insieme a molti altri».

Come precedentemente esposto, non si è d'accordo con tale visione: lo *slow travel* è un momento fondamentale di esperienza turistica, in cui le motivazioni psicologiche e sociali del visitatore devono essere valutate attentamente per poter costruire un sistema di accoglienza che possa sensibilizzare il viaggiatore verso il territorio nella sua interezza, stimolando la sua curiosità, pianificando i suoi ritmi di visita, indirizzando lo sguardo dei viaggiatori verso particolari elementi, fino a suscitare sentimenti di affetto e cura nei riguardi dei luoghi, ossia stimolando, in altre parole, la *topofilia* concettualizzata da Tuan (1974).

D'altro canto, lo *slow tourism* riguarda l'altra faccia della medaglia: un itinerario fruito secondo la filosofia lenta deve trovare corrispondenza in un sistema di offerta che amplifichi l'esperienza positiva e appaghi rispetto alla predisposizione d'animo. Dunque, si deve pianificare e sviluppare un sistema che abbia fondamenta negli aspetti naturali e culturali in grado di soddisfare le esigenze dei visitatori (o, meglio, degli ospiti), per esempio con la cura nell'accoglienza, con particolare riguardo al cibo e agli aspetti culturali, lo sviluppo di un *servicescape* e di un'atmosfera rilassante, ecc. In tal senso, la prossimità fisica e quella socio-culturale devono essere intese come possibili percorsi da intraprendere per sostenere lo sviluppo dei sistemi turistici lenti, per instaurare legami fra ospiti e ospitanti.

Gli itinerari possono essere delle arene ideali per sperimentare e consolidare pratiche di *slow travel* e *slow tourism*, applicando un concetto di prossimità fisica e psicologica, ampliando le sfere di influenza anche a quelle sociali oltre che a quelle fisiche, ma per far ciò i sistemi degli itinerari vanno scomposti e analizzati nelle diverse componenti per poi mettere in luce le interazioni che vanno a collegarli fra loro, in modo da poter pianificare attentamente gli elementi attrattivi, i punti di forza e creare un'offerta robusta ma flessibile, in grado di coinvolgere attivamente quanti più attori possibili in un progetto comune.

3. Le motivazioni dei turisti: il viaggio come esperienza

1. Premessa

L'esplorazione delle motivazioni turistiche è un compito piuttosto gravoso che è stato finora svolto da una pluralità di autorevoli voci accademiche, prendendo in considerazione diversi aspetti e punti di vista. Man mano che il fenomeno turistico cresceva e si evolveva continuamente in forme sempre più complesse, gli studi hanno iniziato a focalizzarsi sui fattori che stimolano la domanda di viaggio.

Con l'evoluzione dei sistemi turistici, lo studio delle motivazioni di viaggio diventa fattore strategico essenziale per creare, modificare e migliorare l'offerta turistica.

Dal punto di vista concettuale, vi sono due passaggi teorici fondamentali. Il primo riguarda la presa di coscienza della necessità di studiare la domanda turistica in ottica sistemica e transdisciplinare, andando oltre il punto di vista funzionalista meramente economico e quantitativo. In tal senso, si osserva come la lente funzionalista sia marcatamente limitata dall'assunzione a priori della costante razionalità di scelta dei viaggiatori in base a logiche di ottimizzazione dei costi e delle tempistiche di trasporto (Moscardo e Pearce P.L., 2004).

I primi studi sulle motivazioni dei turisti hanno spesso evidenziato una sola ragione principale per intraprendere un viaggio. Dalle prime riflessioni sulle motivazioni dei turisti, l'autenticità emerge sicuramente come il concetto più importante, il primo pilastro fondamentale da cui partire per esplorare gli stimoli che inducono gli esseri umani a diventare viaggiatori (MacCannell, 1973).

La semplicità insita nei modelli che tentavano di cercare un singolo

fattore per spiegare il desiderio dei visitatori di viaggiare è diventata più debole già nelle critiche ai primi modelli, data la complessità della realtà dei sistemi turistici, necessitante di spiegazioni più sofisticate ed elaborate.

Dunque, gli studi sulle motivazioni dei turisti si sono dapprima evoluti nel considerare ipotesi paradigmatiche contrapposte, modelli denominati a doppia ipotesi motivazionale, cercando, però, in alcuni casi, di ipotizzare situazioni intermedie che in qualche modo sfumassero le categorie diadiche che si andavano prefigurando.

Perciò, in una fase successiva, diversi studiosi hanno cercato di stabilire ipotesi multi-motivazionali con l'intento di porre in luce diversi *driver* dei viaggi, che abbracciassero un mosaico più ampio di motivazioni da inquadrare nel panorama sempre più complesso dei sistemi turistici.

Il secondo passaggio teorico nello studio delle motivazioni dei turisti, dispiegatosi più recentemente, si focalizza sulle modalità di viaggio e sul ruolo della circolazione turistica, basandosi sul paradigma concettuale di una profonda differenziazione che contrappone la visione classica del trasporto come mezzo per raggiungere una meta e quella che vede il movimento dei viaggiatori come forma di turismo in sé, in grado di generare stimoli ed esperienze per coloro che lo affrontano.

Lumsdon e Page (2004) sottolineano le forme essenziali di connessione fra trasporto e turismo. Il *trasporto per il turismo*, dove lo stesso si identifica come un mezzo per raggiungere un punto finale, la cui scelta avviene in modo utilitaristico e il livello di soddisfazione è legato al costo e alla velocità di viaggio; in tal senso, la modalità di viaggio non ha di per sé alcun valore intrinseco. Il *trasporto come turismo*, dove la modalità di trasporto è il contesto principale di riferimento, la base fondante dell'esperienza turistica. Nell'ultimo caso il costo del viaggio non è un principio di scelta applicabile, laddove il trasporto è il principale beneficio, o, quanto meno, molti degli attributi di beneficio che si avranno sono direttamente connessi con la forma di trasporto. Tale approccio deriva da una visione dell'esperienza turistica che diventa più individuale e intima, soggettiva e personale.

In tal senso, John Urry ha coniato il termine *romantic gaze* ("sguardo romantico") per evidenziare tale approccio più maturo e meno consumistico dei visitatori.

Da un punto di vista concettuale, il paradigma teorico diventa fondamentale per interpretare l'evoluzione dei viaggiatori, che diventano sempre più protagonisti e non semplici spettatori nelle località che visitano, come evidenziato da Urry e Larsen J. (2011, p. 34): «With what we call the romantic gaze, solitude, privacy and a personal, semi spiritual relationship

with the object of the gaze are emphasised. In such cases, tourists expect to look at the object privately or at least only with “significant others”. (...). The romantic gaze involves further quests for new objects of the solitary gaze, the deserted beach, the empty hilltop, the uninhabited forest, the uncontaminated mountain stream and so on»¹.

Gli autori però ricordano che, alla scala opposta, il turismo necessita ancora di convivialità e di quello che chiamano *collective gaze* (“sguardo collettivo”): «By contrast, what we call the collective tourist gaze involves conviviality. Other people also viewing the site are necessary to give liveliness or a sense of carnival or movement. Large numbers of people indicate that this is the place to be»² (Urry e Larsen J., 2011, p. 34).

Si è già evidenziato nel primo capitolo come la distanza fisica non sia più in grado di rappresentare da sola la forza di attrazione o di repulsione primaria verso una località in un mondo sempre più “liquido” dominato dal paradigma della mobilità.

Il concetto di distanza non è più univoco, ma attiene a valutazioni personali e relazionali, soprattutto nei sistemi turistici. Secondo Jeuring e Hartsen (2017) vi sono tre “strati” di mobilità: uno oggettivo e legato alla distanza fisica, uno riguardante le relazioni fra gli oggetti nello spazio, il terzo che coinvolge le relazioni fra i luoghi e le persone.

Nelle parole degli autori è spiegato in tal modo: «The first layer is objectively measured spatial separation. The second layer involves the relational aspects between objects across space; it is through this layer that physical separation becomes relevant. In the third layer, relationships across physical space are contextualized, hereby suggesting meanings of relationships between places and allowing people to interpret distance and proximity in various ways. It is particularly through these relational second

¹ «Con quello che chiamiamo *romantic gaze*, si enfatizzano la solitudine, la privacy e una relazione personale e semi-spirituale con l’oggetto dello sguardo. In questi casi, i turisti si aspettano di guardare l’oggetto in privato o almeno solo con “altre persone significative”. (...). Lo sguardo romantico comporta ulteriori ricerche di nuovi oggetti per lo sguardo solitario, la spiaggia deserta, la collina vuota, la foresta disabitata, il ruscello di montagna incontaminato e così via».

² «Al contrario, quello che chiamiamo *collective tourist gaze* implica la convivialità. Le altre persone che visitano il sito sono necessarie per dare vivacità o un senso di festosità o di movimento. Un gran numero di persone indica che questo è il posto giusto».

and third layers that distance becomes meaningful and is experienced»³ (Jeuring and Haartsen, 2017, p. 121).

La distanza viene ancora intesa spesso dai viaggiatori in termini oggettivi, in specie di utilizzo di risorse, tempo e denaro, ma, accanto a questa visione, si affaccia un'interpretazione della distanza come un complesso di esperienze personali e sociali che si raccolgono durante il viaggio.

In tal senso Larsen G.R. e Guiver (2013, p. 974) sottolineano: «Distance as experience mostly relates to the journey itself, when the journey assumes intrinsic qualities as well as the instrumental aim of just reaching a destination. The experience value may be derived from the mode, the areas travelled through or the travel companions (...) There is also an element of savouring the arrival and enjoying the transition from home to holiday, especially when it involves changes in climate, landscape or culture»⁴.

Tale prospettiva di studi, che si va consolidando, ha prodotto diverse riflessioni basate sulle esperienze di viaggio in relazione ai diversi mezzi di trasporto utilizzati e ai percorsi, itinerari e contesti paesaggistici in cui ci si va a immergere. Al momento si ha un quadro molto frammentato della produzione teorica, un caleidoscopio che, seppure metta in evidenza delle caratteristiche comuni, non è riuscito ancora a pervenire a un chiaro quadro di sintesi. Si cercherà di sintetizzare alcune delle più influenti e significative teorie generali sulle motivazioni dei viaggiatori per poi mettere in luce alcuni contributi di indagine su forme di turismo che pongono al centro dell'esperienza il viaggio stesso piuttosto che la meta finale. Infine, si cercherà di fornire uno schema di sintesi delle considerazioni svolte, evidenziando caratteristiche comuni e differenze nei profili dei viaggiatori.

³ «Il primo livello è la separazione spaziale misurata oggettivamente. Il secondo livello coinvolge gli aspetti relazionali tra gli oggetti nello spazio; è attraverso questo livello che la separazione fisica diventa rilevante. Nel terzo livello, le relazioni attraverso lo spazio fisico sono contestualizzate, suggerendo così i significati delle relazioni tra i luoghi e permettendo alle persone di interpretare la distanza e la prossimità in vari modi. È soprattutto attraverso il secondo e il terzo livello relazionale che la distanza acquista significato e viene vissuta».

⁴ «La distanza come esperienza si riferisce soprattutto al viaggio stesso, quando il viaggio assume qualità intrinseche oltre all'obiettivo strumentale di raggiungere una destinazione. Il valore dell'esperienza può derivare dal modo di viaggiare, dalle aree attraversate o dai compagni di viaggio (...) C'è anche un elemento di assaporamento dell'arrivo e di godimento della transizione da casa alla vacanza, soprattutto quando si tratta di cambiamenti nel clima, nel paesaggio o nella cultura».

2. Le motivazioni dei turisti: il quadro teorico

La motivazione delle persone a viaggiare è stata discussa su base multidisciplinare sin dal secondo dopoguerra, quando il turismo di massa cominciò a prosperare. Non si tratta solo di spiegare, da una prospettiva psicologica, perché alcune persone viaggiano e altre non lo fanno, oppure come cambia la motivazione nel tempo, ma anche di esplorare il significato simbolico del turismo sotto diverse lenti e prospettive di lettura come l'antropologia e la sociologia.

In tale ottica, occorre ripercorrere alcune delle ipotesi teoriche più significative, evolute soprattutto a partire dagli anni Sessanta e Settanta del XX secolo, parallelamente all'incremento del fenomeno turistico.

2.1 *Il concetto di autenticità*

Uno dei primi influenti tentativi di esaminare le motivazioni dei turisti è da attribuire a MacCannell (1973). La premessa di base è che il comportamento del turista è largamente condizionato da una ricerca implicita e latente di esperienze autentiche in risposta alla artificialità della vita quotidiana.

Eppure, lo stesso autore osserva che, con lo sviluppo dei sistemi turistici, si viene a formare una dicotomia fra *front regions* e *back regions*: «The front is the meeting place of hosts and guests or customers and service persons, and the back is the place where members of the home team retire between performances to relax and to prepare. Examples of back regions are kitchens, boiler rooms, and executive washrooms, and examples of front regions are reception offices, parlors, and the like. Although architectural arrangements are mobilized to support this division, it is primarily a social one, based on the type of social performance that is staged in a place, and on the social roles found there»⁵ (MacCannell, 1973, p. 590).

⁵ «La parte anteriore è il luogo di incontro tra i padroni di casa e gli ospiti o i clienti e le persone di servizio, mentre la parte posteriore è il luogo in cui i membri della squadra di casa si ritirano tra uno spettacolo e l'altro per rilassarsi e prepararsi. Esempi di *back regions* sono le cucine, i locali caldaia e i bagni dei dirigenti, mentre esempi di *front regions* sono gli uffici di ricevimento, i salotti e simili. Anche se per supportare questa divisione si ricorre a disposizioni architettoniche, si tratta in primo luogo di una divisione sociale, basata sul tipo di performance sociale che si svolge in un luogo e sui ruoli sociali che vi si trovano».

Nonostante i turisti siano alla ricerca dell'autenticità nelle espressioni della società in cui si vanno a immergere, motivazione per cui si intraprendono viaggi in luoghi anche molto distanti, gli stessi visitatori non sono in grado di comprendere appieno se si trovano in una *front region* preparata per loro e in cui si esaltano solo alcune caratteristiche della società accuratamente selezionate per gli ospiti, ossia quella che viene definita *staged authenticity* da MacCannell, oppure riescano a oltrepassare l'invisibile frontiera e a giungere in una *back region*, dove si custodiscono intimamente i reali valori della comunità locale.

Come sottolinea MacCannell (1973, p. 598): «The current structural development of industrial society is marked by the appearance everywhere of touristic space. This space can be called a stage set, a tourist setting, or simply a set depending on how purposefully worked up for tourists the display is. (...). Touristic consciousness is motivated by its desire for authentic experiences, and the tourist may believe that he is moving in this direction, but often it is very difficult to tell for sure if the experience is authentic in fact. It is always possible that what is taken to be entry into a back region is really entry into a front region that has been totally set up in advance for touristic visitation»⁶.

L'idea che i turisti siano essenzialmente motivati dalla ricerca di esperienze autentiche è stata posta sempre più in discussione, a partire dalla considerazione che i turisti sono sempre più informati, anche grazie alla diffusione dei *social media*, così da essere consapevoli di ciò che si aspettano di vedere nella loro meta di vacanza.

Wang N. (1999) afferma che la questione dell'autenticità degli oggetti visitati è irrilevante o quanto meno poco rilevante. L'autore classifica tre tipi di autenticità: *autenticità oggettiva* (l'autenticità vera, materiale e intrinseca del luogo); *autenticità costruita* (l'autenticità scenica secondo

⁶ «L'attuale sviluppo strutturale della società industriale è segnato dalla comparsa ovunque dello spazio turistico. Questo spazio può essere chiamato palcoscenico, ambientazione turistica o semplicemente scenografia, a seconda di quanto l'allestimento sia stato fatto apposta per i turisti. (...). La coscienza turistica è motivata dal desiderio di esperienze autentiche, e il turista può credere di muoversi in questa direzione, ma spesso è molto difficile dire con certezza se l'esperienza è effettivamente autentica. È sempre possibile che ciò che si ritiene essere l'ingresso in una *back region* sia in realtà l'ingresso in una *front region* che è stata completamente allestita in anticipo per la visita turistica».

MacCannell); infine, l'*autenticità esistenziale*, soggettiva e personale, generata dall'interazione del visitatore con il luogo di vacanza. Pertanto, l'autore postula che il concetto di autenticità esistenziale, nelle due dimensioni, intrapersonale e interpersonale, può spiegare uno spettro di fenomeni turistici più ampio rispetto al concetto convenzionale di autenticità.

Lo stesso autore (Wang N., 2000) osserva che il turismo, soprattutto quello di massa, non è un fenomeno universale ma contemporaneo, che riflette ciò che Wang definisce l'ambivalenza della modernità. Sebbene la modernità abbia un *love side* sotto forma di miracoli materiali, intellettuali e organizzativi, ha anche un *dark side* sotto forma di inautenticità, perdita della natura, impotenza, routine, stress ed esclusione. L'autore, ad esempio, spiega che il turismo basato sulla natura è una risposta al deterioramento dell'ambiente fisico e alla perdita del contatto con la natura, un lato oscuro della dimensione intellettuale (tecnologica e scientifica) della modernità.

Olsen (2002) ribalta la prospettiva dell'autenticità, osservando come in molti studi il ruolo del turista rappresenti la modernità che cerca di distruggere il passato, ossia la vera essenza dei luoghi. Secondo l'autore, il ruolo stesso del turista tradizionale deve essere messo in discussione per poter giungere ad una reale esperienza dei luoghi. L'autenticità diventa così un valore culturale che viene costantemente creato, reinventato e negoziato attraverso processi sociali. Pertanto, in molte situazioni non esiste un'unica forma autentica di esperienza, ma una pluralità di espressioni e percezioni dell'autentico.

2.2 *Le ipotesi motivazionali dicotomiche*

Uno dei primi modelli dicotomici, con due motivazioni antitetiche e contrapposte del viaggiare, è stato presentato da Gray H.P. (1970). L'autore ha distinto le ragioni fondamentali per gli spostamenti: l'amore per i viaggi (*wanderlust*) e l'amore per il sole (*sunlust*). Egli definisce il *wanderlust* come il tratto della natura umana che porta certi individui ad abbandonare l'ambiente familiare per andare a vedere con i propri occhi culture diverse e località interessanti. L'autore sottolinea come tale desiderio non possa essere permanente, ma si attiva quando la routine quotidiana non è più gradita e si cerca di sostituirla con qualcosa di diverso ed esotico. Per contro, il *sunlust* dipende dall'esistenza, altrove, di condizioni climatiche, ambientali, sociali e culturali, come anche di strutture e servizi disponibili, percepite come diverse o migliori di quelle esistenti nel luogo abituale di residenza.

Il modello proposto da Iso-Ahola (1982) prende come punto di partenza l'osservazione che la soddisfazione nel coinvolgimento in una attività di svago è strettamente collegato a due forze motivazionali: la ricerca e

l'approccio a nuove situazioni diverse dalle solite (*seeking*); la fuga per evitare la routine quotidiana (*escape*).

Secondo l'autore, con lo svago si può sfuggire al mondo personale (con le sue preoccupazioni e i suoi problemi) oppure al mondo interpersonale (formato da parenti e amici). Ma si possono anche cercare gratificazioni personali (semplice riposo, desiderio di conoscere nuove culture, incremento del prestigio personale), oppure nuove gratificazioni interpersonali (incrementando e migliorando qualitativamente le proprie interazioni sociali). In una riflessione successiva (Mannell e Iso-Ahola, 1987), si osserva che i recenti trend verso vacanze più frequenti, ma più corte, sembrano suggerire una tendenza alla prevalenza della "fuga" rispetto alla "ricerca".

Jamal e Lee J.-H. (2003) criticano il modello di Iso-Ahola perché è troppo legato alla psicologia dei singoli individui per consentire la necessaria inclusione di un'analisi macrosociologica; gli autori si propongono di studiare i fattori individuali e sociali che influenzano le motivazioni turistiche. Pertanto, i fattori di portata generale si concentrano sulle forze sociali generali che motivano le persone a intraprendere una vacanza, mentre gli studi individuali si concentrano anche sulle forze psicologiche interiori alle singole persone. Secondo Jamal e Lee J.-H. (2003), lo studio della motivazione turistica deve essere collocato all'interno della nozione più ampia di società e dei cambiamenti sociali storici, tra cui la modernizzazione, l'industrializzazione e l'urbanizzazione, nonché all'interno delle sfere della vita quotidiana come il lavoro, la famiglia e l'ambiente di prossimità.

Dann (1981) offre un'interessante analisi delle motivazioni turistiche, classificandole come fattori di spinta e di attrazione. Nei suoi primi studi (Dann, 1977) l'autore si concentra sui fattori di spinta, individuando due tipologie di turismo, il turista anomico e il turista tendente a rafforzare il proprio ego; in entrambi i casi, tra i fattori che stimolano il turismo, l'autore sottolinea il ruolo centrale della fantasia.

Da un lato, Dann sostiene che un possibile fattore di spinta per il viaggio, quindi, risiede nel desiderio di trascendere il sentimento di isolamento e anomia nella vita di tutti i giorni, da cui il turista desidera semplicemente allontanarsi. D'altro canto, il turista egocentrico, immagine speculare del primo, intende perseguire il desiderio di recarsi in un luogo dove non si conosce la sua posizione sociale e dove può sentirsi superiore grazie a questa mancanza di conoscenza nei confronti di chi è intorno a lui o lei. Inoltre, al ritorno, si potrà dare un'ulteriore spinta all'ego del turista nel raccontare le esperienze di vacanza. I fattori di attrazione sono rappresentati dalle caratteristiche specifiche della destinazione, che inducono il viaggiatore a recarsi lì una volta presa la decisione di viaggiare (Dann, 1981).

Questa teoria suggerisce che le persone viaggiano perché sono "spinte"

da forze interne (*push factors*) e “attirate” da forze esterne (*pull factors*). In altre parole, queste forze descrivono come gli individui siano spinti da variabili motivazionali nel prendere la decisione di effettuare un viaggio e, successivamente, attratti da una determinata area di destinazione che mostra, almeno apparentemente, caratteristiche idonee a soddisfare i motivi di partenza dal proprio luogo abituale di residenza.

Uysal (1998) esamina l’interazione reciproca e contestuale tra i fattori *push* e *pull* della domanda, al fine di comprendere meglio il comportamento turistico che, nella sua forma più semplice, consiste in un’area di origine e una di destinazione.

I fattori *push* sono i risultati comportamentali di uno stato emotivo interiore. Essi alimentano le opportunità di interazione e partecipazione. Il livello di soddisfazione, il livello di aspettativa e l’eventuale carenza di bisogni creano una situazione di equilibrio o disequilibrio che stimola i fattori di spinta (come motivazioni, fattori demografici, consapevolezza delle opportunità, tendenze sociali), formando inizialmente una domanda potenziale e, quindi, la domanda attuale, filtrando fin dal primo momento le opportunità e gli impedimenti dovuti a fattori economici, socio-psicologici e altre determinanti esogene (legate ai diversi contesti ambientali).

La soddisfazione della domanda, ossia il concreto positivo riscontro della presenza dei fattori di attrazione che si desiderano avere nella località, rappresenta il lato dell’offerta dell’esperienza di viaggio. La qualità e la disponibilità delle risorse dell’offerta turistica sono un elemento fondamentale per soddisfare le esigenze del mercato turistico in continua evoluzione e crescita. Pertanto, è importante che i gestori delle destinazioni monitorino la soddisfazione dei visitatori rispetto a fattori di attrazione quali strutture, programmi e servizi, al fine di continuare ad avere successo sui mercati.

Uysal, Li e Sirakaya-Turk (2008) si concentrano su una revisione dei diversi studi che hanno cercato di identificare i fattori *push* e *pull* che influenzano la motivazione dei turisti. In generale, secondo gli autori, tutti gli studi empirici esaminati supportano e confermano l’ipotesi che i fattori *push* e *pull* condividano una varianza comune che può essere facilmente colta e capitalizzata per sviluppare “pacchetti di prodotti”, creando segmenti di mercati e assegnando gli individui a ognuno di essi.

Esempi di segmenti di mercato identificati includono gli studi di Oh H.C., Uysal e Weaver P.A. (1995) e Baloglu e Uysal (1996). Il primo studio evidenzia quattro segmenti di mercato sovrapposti, ovvero: chi cerca sicurezza e comfort, chi cerca cultura e storia, chi cerca novità e avventura e chi cerca il lusso. Il secondo, analogamente, raggruppa i turisti in altri quattro segmenti sovrapposti: persone in cerca di sport ed attività fisiche;

persone in cerca di novità; persone in cerca di esperienze di vita urbana; persone in cerca di località balneari.

Più recentemente, Spierings e Van der Velde (2013) allargano lo spettro proposto da Dann ad altre due categorie, che si presentano come forze opposte rispetto alle spinte alla mobilità, ossia forze di immobilismo: esse possono essere forze di trattenimento (*keep factors*) nel proprio luogo di residenza, dove si ha una percezione di confortevole familiarità e di benessere che non induce a cercare altri luoghi da visitare, oppure possono essere forze di repellenza (*repel factor*), dove si percepiscono i luoghi potenzialmente da visitare come non attrattivi, non confortevoli o non familiari e perciò da non preferire rispetto al luogo di residenza.

2.3 Le ipotesi multi-motivazionali

Come si può notare, lo spettro delle motivazioni si è ampliato sempre più di elementi e caratteristiche diverse che entrano in gioco nel condizionare il comportamento umano, parallelamente alla progressiva complessificazione dei sistemi turistici.

Fra i modelli più originali, si segnala quello di Pearce P.L. (1988), che propone l'idea di una carriera di viaggio per interpretare la motivazione del turista mutevole nel corso del tempo. L'autore ha classificato la motivazione turistica in cinque livelli gerarchici, una "scala", con i bisogni di "relax" al livello più basso, seguiti in sequenza dai bisogni di "stimolazione", "relazione", "auto-stima e sviluppo" e "auto-attualizzazione/compimento" al livello più alto. La logica di quest'idea sta nel riconoscere che motivazioni diverse sono il risultato di esperienze di viaggio diverse, determinate dalla durata della vita di un individuo. Questa carriera di viaggio fa sì che le persone inizino il loro viaggio con un obiettivo relativamente basso come il semplice *relax* e perseguono obiettivi più elevati man mano che diventano viaggiatori più esperti, fino a raggiungere il livello più alto di autorealizzazione/realizzazione.

Successivamente, l'autore ha rivisto il suo modello sostituendo la "scala" con un approccio denominato TCP (*Travel Career Pattern*), in cui è la struttura motivazionale personale, dinamica e multi-livello, ad essere considerata fondamentale per comprendere la scelta del viaggio, in modo da riflettere i desideri individuali, ma, al contempo, definire gli sviluppi futuri delle carriere di viaggio (Pearce P.L. e Lee U.-I., 2005).

Fra i contributi teorici più innovativi e seguiti in questi ultimi anni, ancora da esplorare nella sua ampiezza applicativa, l'approccio esperienziale di Pine e Gilmore (1999) costituisce un rilevante punto di partenza per nuovi studi sul turismo, modulati secondo il dualismo della partecipazione

passiva o attiva e il dualismo assorbimento/immersione nell'esperienza turistica, generando quattro possibili stati di coinvolgimento: esperienza di intrattenimento (*entertainment*), esperienza estetica (*aesthetics*), esperienza educativa (*educational*) ed esperienza di evasione completa (*escapism*).

Secondo Quan e Wang N. (2004), l'esperienza turistica consiste di due dimensioni, vale a dire l'esperienza turistica di punta e l'esperienza di supporto. Se le attrazioni che costituiscono la principale motivazione al viaggio di svago sono deludenti, allora anche l'alta qualità di altri servizi al consumatore, come l'alloggio, non può compensare completamente questa carenza e, complessivamente, la sensazione del turista sarà di rammarico. Tuttavia, l'esperienza turistica di punta, per quanto essa sia fortemente attrattiva, non può far trascurare del tutto l'esperienza di supporto del consumatore, ovverosia non si possono offrire servizi accessori del tutto inadeguati.

Oh H., Fiore e Jeung (2007) offrono un'interpretazione pratica del lavoro di Pine e Gilmore alla luce del lavoro di Dann, sottolineando che una volta che i "fattori di spinta" originali si concretizzano, si forma un insieme di destinazioni rilevanti, sviluppandosi uno schema di atteggiamenti del turista associati a ciascuna destinazione. I valori attesi dall'esperienza in una destinazione ("fattori di attrazione") possono dunque consolidare o indebolire l'intenzione del turista di scegliere la destinazione.

Volo (2009) afferma che un'esperienza turistica può essere definita come qualsiasi evento che accade a una persona al di fuori dell'ambiente abituale, in un periodo di tempo durante il quale si verifica una sequenza dei seguenti eventi: la formazione di un'energia, che riflette lo stato dell'ambiente e che incide sugli organi sensoriali; successivamente gli stimoli energetici vengono trasmessi centralmente, interpretati e classificati in base alle conoscenze acquisite nel tempo; infine, l'esperienza è integrata ed eventualmente immagazzinata sotto forma di memoria, generando un processo di apprendimento che influenzerà sulle scelte esperienziali future.

Tung e Ritchie (2011) hanno cercato di classificare le determinanti di una "esperienza memorabile", concentrandosi su quattro dimensioni: affetto, aspettative, consequenzialità e ricordo. Gli autori affermano che è necessario continuare a reinventare la destinazione, promuovendo nuove esperienze che i turisti possono aspettarsi al loro eventuale ritorno nella località prescelta, in modo da generare ulteriori nuovi ricordi, che prolunghino la memoria dell'esperienza di vacanza.

Chen J.S., Prebensen e Uysal (2014) sottolineano i fattori dinamici delle esperienze turistiche, concentrandosi su tre tipologie: personali, ambientali e interattive. Questi fattori cambiano e si evolvono durante e dopo il viaggio, riflettendo le risposte personali agli *input* emotivi ricevuti durante il

periodo della visita. Gli autori propongono cinque tipologie di esperienze che possono essere ricompresi in un ampio spettro, che viene così classificato: esperienza disastrosa, esperienza con rimpianti, esperienza monotona, esperienza memorabile ed esperienza straordinaria. Pertanto, i fattori trainanti possono essere sfruttati, in modo individuale o collettivo, per trasformare esperienze insoddisfacenti in esperienze memorabili.

Aho (2001) ha evidenziato gli elementi motivazionali che compongono una esperienza turistica: quelli fisici consistono nelle cosiddette “premesse” (ossia gli elementi di comfort e di sicurezza), negli elementi scenici e di paesaggio (naturali e antropici), e negli artefatti; gli elementi mentali nelle connessioni personali culturali e nei vari significati che si danno agli stimoli assorbiti nel luogo di vacanza; infine, quelli sociali nelle reti e nei contatti con cui si condividono (anche ex post) le proprie esperienze di viaggio.

2.4 Considerazioni di sintesi sulle motivazioni turistiche

Il mosaico variegato delle posizioni teoriche riguardanti le motivazioni che spingono gli esseri umani a intraprendere viaggi di svago, che sono state in parte accennate, restituiscono un quadro piuttosto complesso e in alcuni punti contraddittorio, frutto di un dibattito lungo e continuo che si dipana soprattutto a partire dagli anni Sessanta del XX secolo fino ad oggi.

Eppure, tali teorie possono essere viste come tessere diverse di un mosaico estremamente complesso come quello di comprendere le motivazioni di viaggio. Gli stimoli iniziali a viaggiare, i “fattori di spinta”, avviano un processo di ricerca di un viaggio che soddisfi i desideri “di fuga” o “di ricerca”. In un secondo momento, la ricerca individuale è condizionata da fattori di “attrazione” (fisici, mentali, sociali) che determinano la scelta. Nel luogo di vacanza si possono avere diverse tipologie di esperienze (intrattenimento, estetica, educativa o di evasione completa). L’esperienza maturata (positiva o negativa) innesca poi meccanismi di *feedback*, che influenzano le future scelte di viaggio. Le diverse esperienze maturate nel corso del tempo compongono infine una sorta di percorso evolutivo del viaggiatore nel corso del tempo, sebbene si debba pensare che non vi sia una vera e propria “scala” valoriale, ma uno schema che si forma nella mente degli individui, che permette di volta in volta di scegliere motivazioni più raffinate rispetto alle precedenti esperienze, ma anche, al contrario, più semplici e basilari a seconda del momento psicofisico attraversato da ogni individuo.

3. Motivazioni e scelte nelle esperienze del viaggio

Il viaggio è dunque diventato esso stesso una parte sempre più rilevante dell'esperienza turistica fino a rappresentare, in alcuni casi, la parte centrale della stessa, attraverso lo sviluppo di particolari formule, alcune di massa, come per esempio il turismo crocieristico, altre più personali ed effettuate con diversi mezzi, fino a costituire e consolidare in alcuni casi diversi itinerari, oggi gestiti in forma imprenditoriale o promossi da enti pubblici e associazioni.

In questo paragrafo si procederà a una breve rassegna delle motivazioni concrete che sono state individuate in letteratura sulla base di esperienze di viaggio, in particolare quelle connesse alla mobilità "lenta" o che comunque permettano una maggiore interazione con i luoghi e i paesaggi attraversati: le esperienze a piedi (*walking, hiking, trekking*) sono ovviamente quelle primigenie e più studiate in letteratura, ma ad esse si sono affiancate altre, diventate di successo, come il cicloturismo, oppure ancora di nicchia, come l'equiturismo, per giungere, infine, a quelle con mezzi meccanici (per esempio motocicli o anche automobili in alcuni casi).

Prima di evidenziare le motivazioni specifiche, il modello di Moscardo e Pearce P.L. (2004) delinea alcune precondizioni generali e ipotizza alcune motivazioni di viaggio. In particolare, fra le precondizioni, le variabili demografiche come età e stato familiare, ma anche le condizioni di vita, il reddito e le pregresse esperienze di viaggio. Le motivazioni vere e proprie vengono distinte dagli autori in centrali e addizionali. Quelle centrali si riferiscono sostanzialmente alle motivazioni già viste: fuga e rilassamento; desiderio di novità; ricerca di relazioni e rapporti interpersonali; sviluppo ed evoluzione personale. Fra quelle addizionali vengono enumerate: il coinvolgimento con la comunità locale e l'incremento del senso del luogo; il romanticismo; la nostalgia; il riconoscimento da parte degli altri; l'isolamento; l'autonomia; la sicurezza.

Di tali motivazioni molte sono comuni a diversi approcci teorici e ormai consolidate nello schema delle ragioni che spingono al viaggio; invece, ci si vuole soffermare su due concetti che emergono più recentemente in qualche modo interrelati fra loro e che derivano sostanzialmente dagli studi sul post-turismo di John Urry, ossia il romanticismo e la nostalgia.

Sul concetto di romanticismo nel turismo vi sono pochi studi; essi discendono dall'idea del *romantic gaze* di Urry e, più in là nel tempo, dal concetto di *topophilia* di Tuan.

Trauer e Ryan (2005) legano il concetto di romanticismo a quello di intimità nell'esperienza turistica, sottolineando che la stessa può crearsi raf-

forzando i legami fra comunità ospitante e visitatori, oppure generando interconnessioni nel gruppo di persone che condivide l'esperienza turistica.

Secondo la definizione degli autori: «(...) where place is a centre for emotional and physical exchange, a felt experience of sensual intensity and complexity and where the sharing of place with loved ones suggests romance within the tourism experience. Here the place becomes a means by which personal inter-relationships are reinforced. The otherness of intimacy is directed not at the host, but between family members or lovers. The place becomes a backdrop of sharing, a place of intimacy but for personal reasons, imbued with personal memories engraved in the heart and relived through narration»⁷ (Trauer e Ryan, 2005, p. 482).

Dal concetto di *romantic gaze* di Urry si allarga lo spettro di percezione agli altri sensi oltre che alla vista, pervenendo concettualmente al concetto di *sensescape* (Trauer e Ryan, 2005).

Chan e Kasim (2017) espandono ulteriormente la sfera di azione dell'esperienza turistica, partendo da diversi valori: il primo impatto è legato all'insieme sensoriale (le percezioni stimulate con i cinque sensi). Tali percezioni vanno a sollecitare diverse emozioni e, a questo punto, si genera un processo di rielaborazione mentale, che sollecita i pensieri e va ad arricchire la sfera cognitiva. L'esperienza turistica si concretizza successivamente in un atteggiamento proattivo, che permette al visitatore di agire nell'ambiente in cui è ospitato. Infine, le azioni e i comportamenti dei visitatori vanno a incidere sulle relazioni con le altre persone che condividono gli stessi momenti dell'esperienza turistica (familiari e amici, altri ospiti, comunità ospitante, ecc.).

Il concetto di nostalgia nel turismo è un campo di ricerca piuttosto recente che mira a studiare tali sentimenti di attaccamento ai luoghi visitati, che aprono, in verità, anche nuovi percorsi di sviluppo delle esperienze turistiche e, pertanto, possono essere esaltate ulteriormente nell'arricchimento dei fattori di attrazione delle località visitate.

Il concetto di nostalgia è stato definito come un desiderio sentimentale

⁷ «(...) dove il luogo è un centro di scambio emotivo e fisico, un'esperienza sentita di intensità e complessità sensuale e dove la condivisione del luogo con i propri cari suggerisce il romanticismo all'interno dell'esperienza turistica. Qui il luogo diventa un mezzo per rafforzare le interrelazioni personali. L'alterità dell'intimità non è rivolta all'ospite, ma ai membri della famiglia o agli amanti. Il luogo diventa uno sfondo di condivisione, un luogo di intimità ma per motivi personali, intriso di ricordi personali incisi nel cuore e rivissuti attraverso la narrazione».

per un'esperienza, prodotto o servizio del passato; a partire da tale semplice definizione, si sono dipanate interpretazioni e distinzioni più variegata e sfaccettate. Si distingue fra una "nostalgia personale" o "reale", che fa riferimento a sollecitare ricordi di esperienze del passato proprie del turista e "nostalgia storica", che intende rievocare eventi del passato non vissuti direttamente dal visitatore, ma che si sono appresi attraverso fonti indirette (studi, libri, film, ecc.) e che in qualche modo si reputano essere migliori del presente (Russell, 2008; Christou, 2020).

A sua volta, si può distinguere nella "nostalgia storica" fra "nostalgia simulata", rivissuta attraverso i racconti di altre persone, e "nostalgia collettiva", in cui il passato rappresenta un'intera cultura, nazione o generazione e che viene condivisa e alimentata da un'intera comunità (Russell, 2008).

Negli ultimi anni si sta approfondendo anche il concetto di "nostalgia anticipatoria", che riguarda i sentimenti mossi dalla possibilità di perdere nel futuro alcune esperienze che si stanno vivendo nel presente.

Si può ipotizzare che una esperienza turistica molto positiva possa contemporaneamente far pensare a una nostalgia anticipata, comparando il momento di svago attuale con il ritorno alla vita di tutti i giorni, così da generare o un fenomeno negativo di riduzione della felicità nel momento di svago oppure un incremento della stessa, sapendo di dover apprezzare e mettere a frutto quei momenti così diversi dalla vita quotidiana (Batcho e Shikh, 2016; Christou, 2020; Berge et al., 2020; Wang J.F., 2023).

Timothy e Boyd (2015) evidenziano come ad opporsi ai viaggi vi siano però diverse tipologie di barriere, intrapersonali, interpersonali e strutturali, che impediscono o comunque condizionano i movimenti delle persone.

Secondo tali autori, le barriere intrapersonali nei percorsi turistici sono caratterizzate da sensazioni di sovraffollamento, percezione di insicurezza nell'ambiente circostante, questioni legate alle condizioni fisiche (dalle disabilità alla mera inadeguatezza nella preparazione atletica per affrontare i percorsi), carenza di conoscenze educative (ambientali, storiche, geografiche, culturali, ecc.) che permettano di apprendere appieno le informazioni fornite durante l'esperienza turistica e, infine, mancanza di interesse nelle attività turistiche legate a itinerari e percorsi.

Per quanto attiene alle barriere interpersonali, gli autori non ne evidenziano molte, citando solo la solitudine e la mancanza di persone con cui socializzare. Si può estendere tale visione, però, andando a osservare l'atteggiamento della comunità locale verso i visitatori, che può andare dall'entusiasmo e da una visione partecipativa, fino, alla scala opposta, all'antipatia e all'antagonismo.

Infine, le barriere strutturali sono rappresentate soprattutto dalle questioni legate all'accessibilità, che si può riflettere nel traffico lungo le strade di

accesso alla località turistica, nelle difficoltà di parcheggio o, nel caso degli itinerari, alle difficoltà del tracciato, che può essere piuttosto impervio o presentare limitazioni temporanee o stagionali. Un altro aspetto riguarda le spese dell'esperienza turistica che possono essere considerate troppo elevate rispetto alle disponibilità dei viaggiatori, tanto da costituire una vera e propria barriera alla fruizione della vacanza in alcune località più costose.

3.1 *Le esperienze turistiche a piedi*

Le esperienze turistiche a piedi rappresentano la forma più antica e più diffusa di mobilità per fini turistici, in cui l'esperienza di viaggio è rappresentata dall'itinerario stesso.

L'idea di intraprendere una passeggiata in campagna per piacere si sviluppò nel XVIII secolo in Europa, con il risveglio del movimento romantico e il cambiamento dell'atteggiamento nei confronti del paesaggio e della natura. In passato camminare indicava generalmente povertà, lavoro (ad esempio la pastorizia) e talvolta era anche associato al vagabondaggio. Oggi l'escursionismo è definito come un'attività ricreativa apprezzata, per esempio in Nord Europa, per il contrasto con attività ricreative di consumo tradizionali come la caccia e la pesca (Nordbø e Prebensen, 2015).

Si è soliti anche porre una distinzione fra la terminologia in lingua inglese utilizzata, a seconda delle modalità e delle intensità diverse riguardo alle tipologie di viaggi a piedi. Così il termine inizialmente più diffuso e più generico è stato quello di *backpackers* a indicare le modalità dei viaggi, anche internazionali, a basso costo, diffuse soprattutto nelle fasce di età più giovani, con utilizzo di mezzi pubblici economici, pernottamenti in ostelli e frequenti interazioni con la popolazione locale. A tale prima definizione, che connota la modalità di viaggio piuttosto che lo scopo e la meta, si trovano oggi affiancati diversi termini ben connotati e diversificati. I *walkers* sono persone di tutte le età, che fruiscono di tragitti piuttosto brevi e semplici, in cui ci si può immergere molto lentamente nell'ambiente circostante; esso si è sviluppato soprattutto nelle aree urbane. Gli *hikers* affrontano passeggiate di breve e media percorrenza, che si concludono nell'arco di una giornata, soprattutto in aree non urbane e non necessitanti di particolari attrezzature; si ha necessità di una minima preparazione fisica per godere di percorsi che intendono esaltare soprattutto le qualità ambientali e paesaggistiche dei territori attraversati, ma possono anche permettere di instaurare altri legami e interessi connessi, quali quelli storici, culturali, gastronomici, ecc. Infine, i *trekkers* sono coloro i quali decidono di intraprendere attività più impegnative delle forme precedenti, implicando l'attraversamento di

aree più difficoltose e meno attrezzate, in luoghi più remoti, che possono prevedere anche uno o più pernottamenti in tenda o ripari simili.

Diversi autori hanno indagato in merito alle motivazioni che spingono i *backpackers* a intraprendere un viaggio con tali modalità; se ne possono citare alcuni ritenuti particolarmente significativi.

Secondo Loker-Murphy e Pearce P.L. (1995), i *backpackers* si distinguono per cinque elementi importanti come la preferenza per gli alloggi economici, l'enfasi sull'incontro con altre persone, un programma di viaggio flessibile e organizzato in modo indipendente, vacanze lunghe piuttosto che brevi e un'enfasi sulle attività di svago informali e partecipative. Tra questi elementi, esiste un maggiore consenso sulla loro predilezione per alloggi economici (Hampton, 1998 e 2013; Mohsin e Ryan, 2003) poiché le loro esperienze di viaggio sono spesso connotate da un budget limitato.

Seguendo l'idea di Pearce relativa alle carriere dei viaggiatori, Loker-Murphy (1997), Paris e Teye (2010) e Uriely, Yonai e Simchai (2002) suggeriscono che le motivazioni dei *backpackers* sono dinamiche, quindi suscettibili di evolversi nel corso del tempo.

Hindle, Martin A. e Nash (2015) evidenziano comunque che nella loro ricerca il fattore correlato al budget non è così importante come di solito si sottolinea e anche il desiderio di socialità non è tanto rivolto alla comunità locale, quanto ad altri *backpackers* fino a creare, secondo gli autori, una sorta di enclave di coloro che sperimentano tale tipo di viaggio.

Larsen S., Øgaard e Brun (2011) nel loro studio non trovano molte differenze fra i *backpackers* e altre categorie di turisti, compresa la percezione del rischio di viaggio con tale modalità. Si confermano una tipologia di viaggiatori più individualista e che non predilige il lusso, ma gli autori pongono anche in discussione la motivazione del relax come scopo dell'esperienza, di solito indicata fra quelle più frequenti in letteratura (Maoz, 2007).

Dopo che il *backpacking* si è diffuso soprattutto a partire dagli anni Novanta, tale pratica di viaggio ha sperimentato un notevole grado di diversificazione che ha reso problematico l'uso di definizioni stabili. I *backpackers* potrebbero essere turisti per un anno sabbatico, vacanzieri-lavoro, studenti internazionali o viaggiatori con un proprio stile di vita (Cohen S.A., 2011; O'Reilly, 2006). I *backpackers* non sono più esclusivamente occidentali (Zhang J. et al., 2018) o giovani (Iaquinto, 2015), ma rimangono alcuni tratti prevalenti come l'istruzione universitaria, l'appartenenza alla classe media e la preferenza per forme di alloggio comuni più economiche, come gli ostelli (Iaquinto, 2015; Nok et al., 2017).

Ryan e Mohsin (2001), in un'indagine sulle motivazioni condotta in Australia, individuano dei gruppi di *backpackers* in base alle motivazioni:

mainstreamers, più interessati alle attività proposte; osservatori passivi (*passive viewers*); esploratori (*explorers*); non entusiasti (*the not keen*).

Loker-Murphy (1997), in un'altra indagine sui *backpackers* in Australia, individua quattro categorie sulla base delle motivazioni: ricercatori di socialità ed emozioni (*social/excitement seekers*); coloro che vogliono rilassarsi (*escapers/relaxers*); coloro che vogliono realizzarsi e raggiungere obiettivi personali durante il viaggio (*achievers*); coloro che vogliono evolversi (*self-developers*). Fra le altre conclusioni che l'autrice formula a seguito della propria indagine, occorre menzionare il fatto che la propensione alla spesa e le tipologie della stessa variano a seconda dei diversi gruppi, come anche la diffusione informale delle notizie sulla propria esperienza varia a seconda delle categorie individuate.

Uriely, Yonai e Simchai (2002), in uno studio sui *backpackers* in Israele, evidenziano queste tipologie: *sperimentali ed esperienziali*, alla ricerca di miglioramenti interiori; *umanistici*, alla ricerca dell'apprendimento di altre culture; *diversivi e ricreativi*, alla ricerca di svago e divertimento; *multitipo*, con diverse sfaccettature e motivazioni del viaggio.

Chen G., Bao e Huang (2014) osservano il fenomeno dei *backpackers* cinesi, evidenziando alcune categorie: gli attualizzatori (*self-actualizers*), ossia coloro che vogliono migliorare sé stessi; gli sperimentatori della destinazione (*destination experiencers*), che vogliono immergersi nella cultura della località meta di viaggio; infine, i ricercatori di socialità (*social seekers*), propensi soprattutto alle interazioni con altre persone con cui si condividono le esperienze di viaggio.

Bui, Wilkins e Lee Y.S. (2014), osservando i comportamenti in Asia Orientale, evidenziano una dicotomia fra due opposte sensazioni: quella di fuga, di distacco dai comportamenti abituali di ogni giorno e quindi di una percezione di maggiore libertà individuale, e quella di connessione, che permette di porre in valore le proprie radici di appartenenza e la propria cultura rispetto a quelle incontrate nel corso dei viaggi, per esempio pensando alla propria casa e alla propria famiglia.

Agyeiwaah et al. (2023) sottolineano che tali pratiche di viaggio indicano come i *backpackers* tendano a dimostrare una propria identità sociale che intenda differenziarli rispetto ad altre tipologie di turisti; inoltre, vi è una ricerca di attitudini volte alla sostenibilità, in specie nei Paesi in via di sviluppo, per esempio legate alle scelte delle tipologie di alloggio dove si va a sostare.

Come si nota dagli studi riportati, le pratiche di *backpacking* nascono con motivazioni diverse: materiali, come questioni di budget di spesa per le vacanze, oppure immateriali, quali desideri di maggiore libertà e affermazione personale, o di rafforzamento ed espansione dei legami sociali.

Con tale pratica, il legame con il territorio fisico non è prioritario, ma

contano soprattutto le esperienze individuali ed eventualmente i legami con altri partecipanti e con le comunità locali. Con il tempo, si sono sviluppate però altre forme più attive per percorrere sentieri, per stabilire legami sensoriali con il territorio attraversato, in modo tale che l'esperienza del camminare possa diventare lo scopo principale del viaggio.

In tal senso, nella letteratura internazionale si usano diversi termini a volte percepiti anche come sinonimi, ma che nel corso del tempo vanno assumendo sfumature diverse, ossia, fra le più diffuse, *walking*, *hiking* e *trekking*.

Secondo Davies (2018, p. 553) il termine *walking* è generico e si applica a tutte le tipologie di passeggiate e itinerari a piedi: «Walking is a universal tourist activity, encompassing the full spectrum of recreational participation; from intensive long-distance trail-walks and dedicated walking holidays to short unplanned walks at destinations by tourists on a more general holiday. Motivations to walk are diverse, and include experiencing the social and cultural dimensions of places; health, physical rehabilitation and mental wellbeing; adventure; the discovery and interpretation of heritage; access to locations for wildlife and nature-based tourism; pilgrimage and spirituality»⁸.

Secondo Alfonzo (2005) vi sono cinque necessità che devono essere soddisfatte per poter sviluppare una camminata: la *fattibilità*, al livello più basso, dipendente dalle caratteristiche della persona che intende affrontare l'esperienza di cammino; l'*accessibilità*, attinente alle caratteristiche fisiche del territorio che si intende percorrere; la *sicurezza* del percorso; il livello di *comfort* richiesto per poter godere appieno della esperienza di viaggio; la *piacevolezza*, in cima alla scala dei bisogni che possono essere raggiunti con un'esperienza legata al camminare.

Negli ultimi anni, dunque, l'esperienza relativa ai viaggi a piedi è diventata molto più profonda e densa di significati rispetto al semplice atto fisi-

⁸ «Camminare è un'attività turistica universale, che comprende l'intero spettro della partecipazione ricreativa: dalle camminate intensive su lunghe distanze e dalle vacanze a piedi dedicate, alle brevi passeggiate non pianificate presso le destinazioni da parte dei turisti in una vacanza con scopi più generali. Le motivazioni che spingono a camminare sono diverse e comprendono l'esperienza della dimensione sociale e culturale dei luoghi, la salute, la riabilitazione fisica e il benessere mentale, l'avventura, la scoperta e l'interpretazione del patrimonio, l'accesso ai luoghi per il turismo naturalistico e della fauna selvatica, il pellegrinaggio e la spiritualità».

co; si va anche oltre il bisogno di ritemprare il proprio corpo mediante un'attività fisica oppure semplicemente osservare il paesaggio circostante.

Come nota Rabbiosi (2021, p. 370): «walking is considered not only as a mode of transport or a leisure activity, but as one of the most archetypal ways of performing place through a range of leisure activities, including tourism. The way we walk, for leisure or for any other purpose, is informed by various performative norms and values that produce distinct practices and dispositions. Walking articulates a relationship between the walking subject and a place. It involves a complex layering of material organization and the shape of the landscape with symbolic meaning and an ongoing sensual perception associated with the embodied experience of moving through space»⁹.

Proprio perché il viaggio a piedi diventa un'esperienza di cammino da vivere con tutti e cinque i sensi, mentre i termini *hiking* e *trekking* tendono a indicare sempre più spesso itinerari extraurbani, percorsi per più giorni con attrezzature specifiche, la pratica del *walking* è sempre più riservata agli ambienti urbani.

La pratica delle passeggiate in ambiti urbani ha assunto due connotazioni apparentemente antitetiche, ma che, paradossalmente, al contempo coesistono, si intersecano e perfino si mescolano.

Da una parte, una visione consumistica che va a sottolineare come l'esperienza della passeggiata urbana sia sostanzialmente un atto di mercificazione (Hall, Ram e Shoal, 2018, p. 2): «(...) with the transformation of public space, and arguably a part of the same processes of neoliberal capitalism and a reduction of the public sphere, walking has developed more as a commodity with associated development of commercial products such as specialist clothing, walking and fitness aids, as well as walking holidays and walking trails»¹⁰.

⁹ «Il camminare non è considerato solo come un modo di trasporto o un'attività del tempo libero, ma come uno dei modi più archetipici di rappresentare un luogo attraverso una serie di attività del tempo libero, compreso il turismo. Il modo in cui camminiamo, per svago o per qualsiasi altro scopo, è conformato da varie norme e valori performativi che producono pratiche e disposizioni distinte. Il camminare articola una relazione tra il soggetto che cammina e un luogo. Comporta una stratificazione complessa dell'organizzazione materiale e della forma del paesaggio con un significato simbolico e una percezione continua dei sensi associata all'esperienza incarnata dal muoversi nello spazio».

¹⁰ «(...) con la trasformazione dello spazio pubblico, e probabilmente come parte degli stessi processi di capitalismo neoliberale e di riduzione della sfera pubblica, l'escursionismo

Dall'altra, una visione romantica e personalizzata che esalta le peculiarità artistiche e le *performance* della popolazione che vive lo spazio urbano nelle pratiche quotidiane. Pinder (2005) evidenzia come l'esperienza di passeggio possa permettere di costruire una *psicogeografia* della città, una visione personale e vissuta, che permetta di scoprire "tesori nascosti" all'interno del tessuto urbano, esaltando il ruolo esplorativo e attivo di chi lo percorre a piedi. Sullo stesso concetto, Rossiter e Gibson (2011) sottolineano la narrativa e la poetica delle passeggiate urbane, che inventano sempre nuovi modi di raccontare la città, partendo da elementi oggettivi che, però, vengono interpretati in modo diverso a seconda del diverso sguardo con cui vengono percepiti dai visitatori.

In sostanza, la pratica del *walking* urbano sembra avere sostanzialmente due motivazioni principali: quella edonistica e consumistica, esaltata dalla presenza di infrastrutture specifiche ed esercizi commerciali, e quella romantica, più intima, che fornisce sempre una lettura personale degli elementi materiali, ma anche si avvale della formazione di reti immateriali di interazioni con le altre persone con cui si condividono gli spazi vissuti.

Invece, il termine *hiking* si applica esclusivamente a contesti rurali e naturali, sebbene in letteratura venga sovrapposto e confuso con il termine *trekking*. Il primo dovrebbe essere meno impegnativo fisicamente, con percorsi più brevi e attrezzature leggere, ma nella terminologia specialistica è emersa una contrapposizione fra *day hiking*, una forma di escursionismo in ambiente rurale, e *thru-hiking*, con percorsi prestabiliti, presenza di tappe di sosta e svolgimento in più giorni con attrezzature più pesanti (per esempio anche tende per il pernottamento), più simile al *trekking*.

Nella definizione iniziale il *thru-hiking* è nato negli Stati Uniti come esperienza di viaggio che può durare anche diversi mesi, riferendosi soprattutto ai tracciati della cosiddetta "Tripla Corona", il *Pacific Crest Trail* (4.265 km), il *Continental Divide Trail* (4.989 km) e l'*Appalachian Trail* (3.528 km), secondo alcuni da percorrere interamente dall'inizio alla fine per avere una vera esperienza di *thru-hiking*.

Le motivazioni per intraprendere un'attività di *hiking* possono essere sintetizzate innanzitutto in fattori *push* e *pull*. I fattori di spinta possono essere a loro volta suddivisi in fattori correlati alle esigenze fisiche del proprio corpo oppure correlati ad esigenze mentali e psicologiche (Nordbø e Prebensen, 2015). Dalla possibilità di rilassarsi oppure di rimettersi in forma fino a delle vere e proprie sfide nei percorsi più impegnativi sono tutti fattori di spinta fisici che assumono rilevanza notevole (Bichler e Peters,

si è sviluppato maggiormente come merce, con lo sviluppo associato di prodotti commerciali come abbigliamento specializzato, attrezzature di ausilio alla camminata e al fitness, nonché con la creazione di vacanze dedicate a camminate e itinerari a piedi».

2021). I fattori di stimolo mentale stanno diventando prevalenti (Nordbø e Prebensen, 2015), coprendo un ampio spettro di sollecitazioni, da quelle di fuga, come l'insoddisfazione lavorativa, le situazioni di stress e sovrastimolazione, il desiderio di maggiore autonomia e le scarse interazioni sociali, fino a quelle di ricerca e di esplorazione, come il desiderio di viaggiare o di essere protagonista di avventure. Vi possono anche essere esigenze di percezione di maggiore indipendenza e libertà, fino a sentimenti e motivazioni più elevati, in cui si possono vivere le esperienze di viaggio, soprattutto quelle più lunghe, come periodi di riflessione sulla propria vita e sulla possibilità di crescere moralmente, così che il raggiungere la meta diventa il conseguimento di una ricompensa, un'affermazione personale.

Wilcer et al. (2019) si concentrano sugli escursionisti giornalieri, le cui motivazioni sono più limitate: secondo tale studio, prevalgono motivazioni come il trascorrere del tempo nella natura circostante le aree urbane di provenienza, il provare qualcosa di nuovo, il praticare esercizio fisico, lo spendere del tempo con la propria famiglia e con i propri amici. Gli autori evidenziano che diversi gruppi di escursionisti sono in cerca di tipi di esperienze eterogenee, cosicché i decisori e i gestori dovrebbero considerare varie combinazioni di motivazioni escursionistiche nel creare sentieri e commercializzare opportunità escursionistiche, valutandone i relativi risultati attesi. Tale processo potrebbe guidare gli sforzi nel marketing nazionale e internazionale di diverse escursioni, evidenziando le diverse proposte e promuovendo l'uso di beni e servizi ricreativi per specifici segmenti di mercato. Tuttavia, poiché alcune delle motivazioni escursionistiche più comuni sono basate sulle risorse (ad esempio, godersi la vita all'aria aperta), i gestori devono anche riconoscere l'importanza del marketing relazionale, creando fiducia nella capacità di proteggere le risorse naturali e promuovendo interessi pubblici a breve e lungo termine.

Kotut et al. (2020), attraverso lo studio dei *social media*, tentano di definire invece le fasi di sviluppo di un'esperienza turistica legata ai viaggi a piedi di lunga percorrenza, individuando una prima fase di preparazione, denominata *pre-hike*, in cui si cercano tutte le informazioni possibili, in merito all'attrezzatura necessaria, al budget, all'organizzazione delle tappe di viaggio e così via. Una seconda fase, denominata *on-hike*, in cui si commenta l'esperienza di viaggio, in cui emergono pure alcuni aspetti negativi (chiamati *trail blues*), anche legati alle regole di comportamento lungo il tracciato. Infine, una fase successiva all'esperienza turistica, *post-hike*, in cui si commentano le proprie esperienze e si forniscono suggerimenti per coloro che vogliono intraprendere la stessa attività, in alcuni casi con un senso di nostalgia per quanto vissuto nel periodo di viaggio.

Per quanto attiene ai fattori di attrazione, il contatto con la natura resta un fattore di motivazione essenziale per gli *hikers* (Giddy e Webb, 2018), ma sempre più si chiede un'esperienza piena e attiva per coinvolgere i viaggiatori (Bichler e Peters, 2021). Kim S.S., Lee C.K. e Klenosky (2003) evidenziano l'importanza dell'accessibilità e delle risorse ricettive, compresa un'informazione esaustiva, mentre per quanto riguarda le risorse naturali in sé, vengono evidenziate non solo la bellezza del paesaggio e la possibilità di avere aree di sosta per il *relax*, ma anche la possibilità di osservare la flora e la fauna e l'opportunità di apprendere nuove nozioni.

Collins-Kreiner (2020) si sofferma sul concetto del senso del luogo, sostenendo che esso è un costrutto attitudinale ampio e comprensivo costituito da tre dimensioni: dipendenza, identità e relazioni sociali. Mentre la dipendenza dal luogo e l'identità sono le dimensioni più comuni dell'attaccamento al luogo, Kyle, Graefe e Manning (2005) hanno notato l'impatto delle relazioni sociali significative e delle esperienze condivise nel portare allo sviluppo e al consolidamento di una terza dimensione: quella relativa ai legami sociali, correlati positivamente con le iniziative di apprendimento e insegnamento, nonché con il desiderio di conoscenza delle aree naturali.

Tenendo conto delle diverse indicazioni emergenti dalla letteratura, si dovrebbero cercare di sintetizzare le differenti tipologie di *hikers*, in base alle motivazioni principali, sebbene non sempre esclusive, alla base del desiderio di intraprendere tali attività di esperienza turistica.

Svarstad (2010) suggerisce tre categorie in tal senso: quella *ricreazionale*, spinta soprattutto da sentimenti di fuga da ambienti di vita e di lavoro molto impegnativi e dal desiderio di ritemperarsi fisicamente e mentalmente; quella della *ricerca della vita all'aperto*, intesa come un ritorno a un contatto diretto con la natura, a modi di vita più semplici e meno tecnologici, quasi un'opposizione alla vita contemporanea; infine, quella della *ricerca dell'appartenenza*, della riscoperta della cultura e delle radici del passato, sollecitando un senso di riconnessione con un territorio e la sua storia.

Fariás Torbidoni (2011) similmente propone tre categorie di *hikers* in base alle attività e alle propensioni: motivati dal *desiderio di fruire della natura*, *propensi a svolgere attività sportiva*, oppure *generalisti*, ossia una categoria che non ha uno scopo definito, normalmente con una visita piuttosto breve e poca conoscenza del territorio, ma interagenti con l'ambiente circostante soprattutto mediante l'utilizzo di infrastrutture (alloggio, punti di sosta attrezzati, ecc.).

Provando a sintetizzare la rapida rassegna effettuata nei numerosi studi sulle attività a piedi intese come forma di turismo, innanzitutto si deve notare la confusione fra *walkers*, *hikers*, *thru-hikers*, *trekkers*, ma anche di altri termini non considerati (*bushwalking*, *mountaineering*, ecc.).

Una delle motivazioni comuni di tutte queste pratiche sembra essere quella del benessere personale, sia fisico sia mentale, mentre gli aspetti territoriali, pur essendo rilevanti, non sempre hanno una marcata forza attrattiva, come normalmente ci si aspetterebbe. Più di recente, un altro aspetto emergente è relativo alla creazione o al rafforzamento dei legami sociali, soprattutto verso altri partecipanti all'esperienza turistica e, quindi, meno interagente verso la comunità locale.

In tutte le forme di espressione, dunque, sembra prevalere la dimensione personale e più intima dell'esperienza di viaggio, piuttosto che quella esteriore, sebbene si constati l'emersione di tipologie di esperienze più complesse. In tali casi, vengono favorite le maggiori interazioni con la comunità locale, con la storia e la cultura del territorio attraversato, auspicabilmente creando un senso di luogo, per cui l'itinerario riesca a essere non soltanto lo scenario di un'attività interiore e personale, ma tenda a sollecitare un'esperienza completa, stimolando una riconnessione fra lo stesso, con le proprie caratteristiche, il proprio patrimonio materiale e immateriale e i propri attori, e i viaggiatori.

3.2 *Le esperienze turistiche in bicicletta*

Le esperienze turistiche a piedi prevalgono come forma di attività del cosiddetto *slow tourism*, sia per il ventaglio di potenziali fruitori sia per le diverse tipologie di percorsi e itinerari potenzialmente disponibili. Anche le motivazioni sottostanti non sono facilmente sintetizzabili, come osservato in precedenza. Negli ultimi anni si è però notata una tendenza dal passare a forme di turismo passive e contemplative a tipologie di esperienze proattive e coinvolgenti, in cui l'attività fisica, oltre che quella mentale, diventa sempre più frequente come parte dell'esperienza turistica vissuta.

In tale prospettiva, il cicloturismo tende a essere sempre più rilevante negli ultimi anni come forma di esperienza turistica principalmente legata al turismo sportivo e di avventura, sebbene in realtà i segmenti e le tipologie di cicloturisti stiano evolvendosi verso panoramiche motivazionali sempre più complesse.

L'utilizzo della bicicletta nelle pratiche turistiche sta diventando sempre più popolare come forma di vacanza particolarmente adatta per la fruizione e il conseguente sviluppo delle aree rurali, con lo scopo di osservare in libertà le testimonianze architettoniche e i peculiari paesaggi sparsi sul territorio. D'altro canto, le caratteristiche naturali delle località rurali si adattano bene al turismo anche per gli eventi e le pratiche sportive in *mountain bike* al di fuori delle strade più frequentate, potendo svolgere un ruolo si-

gnificativo nello sviluppo strategico del turismo rivolto a nuovi mercati (Ciascai, Dezsi e Rus, 2022).

In termini di mobilità, la bicicletta è un mezzo e una forma di trasporto che permette al turista di scoprire i territori in modo da connettersi con l'ambiente e con la dimensione socioculturale locale, ottenendo così benefici fisici e psicologici che costituiscono la motivazione di base del viaggio. Inoltre, la promozione dei benefici della mobilità attiva attraverso il cicloturismo è vista come una strategia di cambiamento comportamentale che copre diverse dimensioni a livello pubblico e individuale, fra cui gli impatti positivi su salute, clima, economia, ambiente e qualità dell'aria. Il cicloturismo è in grado di creare un forte valore esperienziale, fornendo un approccio diretto alla cultura, alla storia e alle tradizioni di un territorio, consentendo ai visitatori di godere e, allo stesso tempo, preservare il paesaggio attraversato. Da questo punto di vista, tale forma di turismo rientra appieno nello *slow tourism*, magari irrobustendo l'offerta con infrastrutture ricettive e complementari specifiche che si connettano alla filosofia di fruizione lenta del viaggio (Moscarelli, 2019).

I primi studi sul cicloturismo hanno segmentato le motivazioni dei diversi fruitori in base anche alle differenti caratteristiche di età ed esperienza nel gestire le diverse tipologie di biciclette.

Secondo Simonsen, Jørgensen e Robbins (1998), esistono tre tipologie di ciclisti che possono essere considerati parte della categoria cicloturistica: *ciclisti avanzati*, in grado di affrontare tutte le condizioni di viaggio; *ciclisti intermedi*, soprattutto adolescenti e giovani adulti, che non hanno molta fiducia nelle proprie capacità di affrontare il viaggio; e *bambini* che non sono abituati a pedalare nel traffico e che spesso durante il viaggio vengono accompagnati e sorvegliati dai genitori.

Sulla scorta di alcuni studi precedenti, Ritchie (1998) dapprima suddivide in due macrocategorie i cicloturisti, ossia i *ciclisti ricreazionali*, che praticano escursioni con al massimo un pernottamento fuori da casa, e i *cicloturisti veri e propri*, in cui l'esperienza ciclistica è parte essenziale del periodo di svago, che si prolunga per più di un giorno, anche relativamente lontano dal proprio luogo abituale di residenza. Sulla base di tale suddivisione l'autore procede a classificare cinque tipologie di attività: *escursioni giornaliere* (con partenze soprattutto dalla propria residenza, ma anche esperienze con la *mountain bike*), *affitto di biciclette* (ciclisti esperti e inesperti che dedicano una parte della propria vacanza per brevi escursioni), *escursioni ciclistiche pianificate* (organizzate e graduate in base alle tipologie di fruitori), *vacanze con escursioni ciclistiche organizzate in proprio* (per ciclisti con maggiore esperienza), *vacanze cicloturistiche vere e proprie* (in cui tutte le infrastrutture che si utilizzano sono in funzione dell'e-

sperienza ciclistica). L'autore ha successivamente classificato la motivazione ciclistica in sette categorie: autonomia e realizzazione (più specificamente, padronanza delle competenze), solitudine, esplorazione, sfida fisica, ricercare o evitare stimoli, interazione sociale e fuga dalla società.

Più recentemente, Rejón-Guardia, Rialp-Criado e García-Sastre (2023) hanno proposto una classificazione dei cicloturisti in cinque categorie. I "ciclisti urbani o quotidiani" si affidano principalmente alle loro biciclette per il trasporto giornaliero, spinti da motivazioni che vanno dai benefici per la salute alla sostenibilità ambientale, al risparmio sui costi e alla comodità. I "ciclisti ricreativi o per svago" danno priorità al piacere e al benessere fisico, preferendo gli eventi ciclistici sociali o ricreativi e il cicloturismo alle competizioni; le loro spese sono in genere più moderate rispetto alle altre categorie. I "cicloturisti" fondono il loro amore per il ciclismo con l'interesse per il turismo; amano esplorare nuovi luoghi e immergersi nelle culture locali e i loro investimenti in genere si estendono oltre le attività ciclistiche fino all'alloggio e ad altre esperienze turistiche, arricchendo così la loro esperienza di viaggio complessiva. I "ciclisti competitivi" partecipano a gare ed eventi, mostrando un alto grado di impegno nell'allenamento e nel miglioramento delle proprie prestazioni; investono spesso in attrezzature e tecnologie avanzate. Infine, i "ciclisti sportivi a lungo raggio" sono attratti da percorsi lunghi e impegnativi e spesso partecipano a eventi cicloturistici piuttosto impegnativi; investono in attrezzature e tecnologie che ottimizzano le prestazioni e il comfort durante i lunghi viaggi.

Haid et al. (2021) hanno studiato il cicloturismo sulle Alpi, osservando che la possibilità di avere una vacanza attiva e divertimento sono i motivi più rilevanti, seguiti dal contatto con la natura e dai motivi di benessere e salute, mentre meno importante è l'attività con altre persone. A causa dell'eterogeneità delle tipologie di ciclisti e delle loro motivazioni, la promozione del ciclismo alpino deve essere fortemente allineata ai rispettivi gruppi. In generale, la vacanza attiva, lo svago e l'esperienza del contatto con la natura sono importanti per ogni gruppo e dovrebbero essere oggetto di attenzione anche per promuovere altre attività sportive nella regione.

Rejón-Guardia, Alemany-Hormaeche e García-Sastre (2020) studiano la pratica della *mountain bike* nelle Isole Baleari, raggruppando le motivazioni dei partecipanti a questi eventi in tre categorie: fruitori con diversi scopi (*multipurpose seekers*); ricercatori di utilità e servizi (*utility and service seekers*), che dedicano maggiore attenzione anche alla ricettività, alla gastronomia, e così via; fruitori sensoriali (*sensory seekers*), con particolare propensione verso il territorio e l'ambiente.

Un segmento del cicloturismo che sta riscontrando crescente successo riguarda gli eventi sportivi competitivi (Kulczycki e Halpenny, 2014; Kru-

ger, Myburgh e Saayman, 2016), le cui motivazioni più rilevanti sono connesse all'aver un'esperienza stimolante, al realizzare una sfida fisica, al partecipare a una competizione, all'essere con persone che condividono la stessa esperienza. In tutti questi casi, gli aspetti territoriali sembrano essere meno rilevanti come fattore di attrazione.

Gli studi sul cicloturismo in generale tendono a osservare come vi sia una rilevante eterogeneità dei fruitori e anche delle pratiche. Eppure, la gran parte degli studiosi propendono nell'inquadrare le esperienze dei viaggi in bicicletta come una tipologia di turismo sportivo.

Si osserva pure che, da un segmento più limitato, tendenzialmente giovane ed esperto, la pratica del viaggio in bicicletta tende ad allargarsi a fasce di età più mature e a famiglie con bambini e ragazzi, anche grazie alla differenziazione della offerta, alla graduazione della difficoltà dei percorsi, alla specializzazione di alcune attività ricettive e di servizi dedicati ai ciclisti e all'utilizzo di nuovi mezzi più facili da utilizzare, come l'*e-bike*.

3.3 Le esperienze turistiche con altri mezzi di trasporto

Oltre alle due maggiori espressioni di valorizzazione della mobilità, ossia i percorsi a piedi oppure in bicicletta, esistono altre tipologie minori, che in alcuni contesti territoriali possono assumere anche una discreta rilevanza. Il panorama di tali tipologie di offerta non può essere esaustivo in questa trattazione; perciò, ci si limiterà ad alcune formule che hanno cominciato a trovare spazio, oltre che nella pratica turistica, anche in alcune riflessioni della letteratura scientifica.

Fra le esperienze non affidate a mezzi meccanici particolare rilevanza ha l'ippoturismo o turismo equestre, anche se non vi sono molti studi che mettono in luce le motivazioni dello stesso.

In un recente lavoro sull'ippoturismo di Tolls e Carr (2020) si sottolinea che la motivazione principale dovrebbe essere la ricerca di esperienze per conoscere l'ambiente naturale e il paesaggio, rimarcando l'importanza di immergersi nella natura incontaminata; altre motivazioni sono il rilassamento, l'evasione dai cicli di vita quotidiani e le sensazioni di romanticismo e nostalgia.

Dalle considerazioni precedenti emergono l'attività fisica e il benessere del corpo come fattori preponderanti fra le motivazioni delle forme di turismo lento; ma l'esperienza turistica legata alla mobilità si va a sostanziare anche in altre forme, in particolare quelle legate a peculiari tipologie di esperienze di viaggi con mezzi meccanici, tese a soddisfare bisogni specifici di particolari categorie di viaggiatori.

Il turismo legato ai treni e alle ferrovie, pur essendo molto limitato da un punto di vista geografico per le particolari condizioni dei tracciati, le spese di mantenimento e altre questioni locali, in alcuni casi inizia a diventare una nicchia molto interessante per i viaggiatori, anche grazie a sostegni pubblici per lo sviluppo di tale segmento.

Secondo Conlin e Bird (2014) viaggiare in treno offre l'opportunità unica di non fare altro che riflettere guardando il mondo che passa, cosa non da poco nel XXI secolo, caratterizzato da velocità e distacco.

La motivazione principale per la riscoperta del patrimonio culturale delle ferrovie e dei viaggi in treno per svago è stata associata da più autori al concetto di nostalgia (Prideaux, 1999; Stefanovic e Koster, 2014; Stevenson, 2018).

Uno dei primi studi sul turismo ferroviario condotto da Prideaux (1999) ha suddiviso le motivazioni in cinque tematiche. La "terra di speranza e gloria/la ricerca imperiale", in cui il viaggio in treno consente ai passeggeri di immergersi nei giorni gloriosi degli imperi del passato. Il "viaggiare in prima classe/vivere al di sopra della propria condizione" permette di rivivere il lusso dei treni storici. Nella categoria "il dolore del treno" l'autore gioca sul significato originario di viaggio in inglese (*travel*) derivato da travaglio (*travail*), perché il viaggiare in treno può essere un compito pieno di disagio ma allo stesso tempo un viaggio di scoperta, per esempio con paesaggi impressionanti ma faticosi da attraversare, come quelli montani. Nel "ritornare all'infanzia, giocando ai treni", il viaggio in treno potrebbe richiamare ricordi e fantasie d'infanzia. Infine, il "guardare attraverso i finestrini" significa viaggiare in treno trovandosi faccia a faccia con una varietà di ambienti difficili, mentre si è avvolti nel relativo comfort di un vagone ferroviario.

Bhati, Pryce e Chaiechi (2014) evidenziano come possano esserci due tipi distinti di visitatori legati alle attrattive ferroviarie: il visitatore generico e l'appassionato purista delle ferrovie. È più probabile che questi ultimi viaggino da soli, abbiano visitato diversi altri siti nell'anno precedente e abbiano pianificato la visita in anticipo, magari strutturando anche il loro viaggio attorno a una particolare attrazione.

Tuttavia, altri studi mostrano che, mentre alcuni visitatori sono molto interessati al mondo dei treni, molti altri sono viaggiatori generalisti, che hanno come obiettivo semplicemente quello di sperimentare e divertirsi nell'esperienza di viaggio lungo il tracciato ferroviario o in specifici punti di sosta. Gli autori mettono in luce come un'esperienza che cerchi di esaltare il patrimonio culturale del passato debba necessariamente essere percepita come autentica, anche ricostruita, ma comunque in qualche modo immersiva e coinvolgente per i viaggiatori.

Stefanovic e Koster (2014) hanno coniato un termine, *railfan*, per il particolare segmento di visitatori appassionato del mondo dei treni, che ripete

le stesse esperienze in diversi contesti, rispetto ai visitatori generalisti e casuali che possono anche decidere di non provare di nuovo un'esperienza di viaggio legata al turismo ferroviario.

Infine, il turismo su gomma attraverso mezzi individuali continua a ricevere una certa attenzione, riconoscendo che un numero crescente di persone desidera un'esperienza di viaggio libera e indipendente. Tale libertà significa che il turismo su gomma influisce sulla dispersione regionale del turismo ed è quindi particolarmente importante per le destinazioni rurali in tutto il mondo, fornendo un'alternativa economica al relativo declino dell'agricoltura in alcuni contesti.

Tuttavia, piuttosto paradossalmente, il turismo motociclistico e automobilistico possono essere visti anche non favorevolmente a causa di un'immagine negativa legata alla percezione di scarsa sostenibilità ambientale di tali forme di trasporto (Prideaux, 2020).

Infatti, il turismo con uso di motori in generale è spesso percepito come impopolare in termini di promozione a causa delle preoccupazioni legate all'uso di combustibili fossili.

Tuttavia, Cater (2017) osserva che, poiché la maggior parte delle motociclette consuma meno carburante rispetto a un'auto media, esiste il potenziale per promuovere il turismo motociclistico come forma più sostenibile del turismo automobilistico.

Secondo Frash et al. (2018) i turisti motociclisti sono (o sembrano voler essere) marcatamente individualisti, alla ricerca di una via di fuga dalla loro vita quotidiana e intrinsecamente motivati da sentimenti di libertà e appagamento quando guidano.

Almeida Ramoa, Santos Pires e Silva Añaña (2021) evidenziano sei gruppi di fattori motivazionali che influenzano un'esperienza turistica motociclistica, ossia: motivatori fisici (*relax*, sole e natura, esercizio fisico e salute), motivatori dello sviluppo personale (maggiore conoscenza, apprendimento di nuove competenze), motivatori culturali (visite turistiche, esperienza di altre culture), motivatori emotivi (nostalgia, romanticismo, avventura, evasione, fantasia, realizzazione spirituale), motivazioni di status (esclusività, moda, ottenimento di buoni affari, opportunità di spese di prestigio da ostentare) e motivazioni personali (visita ad amici e parenti, nuove amicizie, bisogno di soddisfare gli altri, ricerca di economie per chi ha un reddito limitato).

I fattori emozionali per gli autori risultano essere i più rilevanti, inducendo a ipotizzare che il turismo motociclistico vada a essere definito soprattutto come turismo di avventura piuttosto che una forma di ecoturismo che intenda valorizzare i paesaggi dei territori attraversati.

Per quanto riguarda, infine, il turismo mediante l'utilizzo di autoveicoli non vi sono molti riscontri in letteratura, ma uno dei più interessanti studi è

stato quello di Taylor e Prideaux (2008). Gli autori incentrano la propria ricerca sui veicoli a trazione integrale in Australia, in particolare per l'attraversamento delle aree desertiche dell'isola.

Si individuano innanzitutto tre principali fattori di spinta per praticare il turismo con mezzi a trazione integrale: psicologico, dove la promessa di "allontanarsi da tutto", la scoperta di sé, la socializzazione, la creazione di amicizie e l'affrontare le sfide motivano il viaggio; la ricerca del brivido, dove il viaggiatore desidera esperienze basate sull'avventura associate a testare il veicolo e le proprie capacità; l'attrazione dei luoghi e delle attività connesse, dove la motivazione principale è utilizzare il veicolo per facilitare l'accesso ai territori in cui è possibile intraprendere le attività preferite. A partire da queste motivazioni si individuano tre categorie di turisti legate agli autoveicoli a trazione integrale: gli esploratori-viaggiatori; le persone in cerca di attività; gli amanti del brivido e dell'avventura.

Gli esploratori-viaggiatori tendono a muoversi con relativa scarsa frequenza in itinerari piuttosto lunghi. I viaggi sono perlopiù con amici, parenti o membri di club e associazioni verso luoghi decisi insieme. I viaggiatori di solito hanno un'età superiore alla media. È probabile che le loro motivazioni includano la fuga, la socializzazione e la scoperta personale.

Le persone in cerca di attività sono ricreazionisti che utilizzano un veicolo a quattro ruote motrici principalmente per la sua capacità di trasportarli in luoghi dove possono svolgere altre attività ricreative, tra cui la pesca, le passeggiate, ecc. Tendono a ripetere le visite nelle destinazioni e a compiere viaggi relativamente brevi e sono motivati principalmente dal desiderio di intraprendere le attività sul posto e il mezzo di trasporto è solamente un'esperienza secondaria.

Infine, gli amanti del brivido e dell'avventura intraprendono escursioni relativamente frequenti e brevi negli ambienti circostanti che forniscono esperienze stimolanti e possono mettere alla prova le capacità del veicolo e le abilità del conducente e dei passeggeri. La modifica del veicolo è quindi considerata relativamente importante. Questo gruppo è motivato principalmente dalle sfide legate all'interazione tra terreno e veicolo, nonché dall'opportunità di applicare le competenze apprese.

4. La mobilità come esperienza di viaggio

Per cercare di fornire uno sguardo unitario sulle diverse motivazioni esposte a seconda delle modalità di viaggio intraprese, si vuole ricorrere allo schema concettuale di Pine e Gilmore (1999), riconducendo in esso le diverse motivazioni osservate in letteratura.

Si ritiene che lo schema di Pine e Gilmore, riportato alle tematiche del turismo, possa includere anche altre teorie precedenti. Nello schema concettuale di Iso-Ahola (1982) la fuga può essere vista come motivazione dei profili dell'evasione (*escapist*) e della contemplazione estetica (*aesthetic*), mentre la ricerca si riscontra nei profili del bisogno di divertimento (*entertainment*) e di apprendimento (*educational*). Anche i fattori di spinta (*push*) e di attrazione (*pull*) di Dann (1981) possono essere ricondotti alle categorie di Pine e Gilmore: i fattori di spinta prevalgono nei bisogni di evasione e di apprendimento, mentre i fattori di attrazione prevalgono nei bisogni di estetica e di intrattenimento.

Occorre comunque puntualizzare che i profili delle esperienze turistiche di Pine e Gilmore devono tenere conto di aspetti evolutivi, di mutamenti nelle condizioni fisiche e mentali dei viaggiatori che possono modificare le loro scelte di esperienza turistica; in tal senso, seppure la scala motivazionale di Pearce (1988) venga percepita come molto rigida, essa coglie l'essenza fondamentale dei cambiamenti nelle motivazioni che possono spingere le persone a intraprendere un viaggio.

Timothy e Boyd (2015) hanno proposto l'idea che gli itinerari turistici vadano a coinvolgere solo le categorie di Pine e Gilmore interessate o dal desiderio di evasione o da quello di educazione e apprendimento. Nello schema che si vuole iniziare a costruire in queste pagine, invece, si ritiene che tutte le quattro categorie di Pine e Gilmore possano essere esplorate.

Le sette tipologie di mobilità individuate si possono esplicitare nelle quattro categorie di Pine e Gilmore, prendendo spunto da alcune delle suddivisioni in base alle motivazioni prodotte in questi anni e giungendo all'elaborazione dello schema seguente (tab. 1).

Senza ripercorrere tutto quello che è stato scritto nelle pagine precedenti, appare comunque interessante notare che la componente estetica sia rilevante per tutte le tipologie di mobilità; sembra prevalere in particolare per le tipologie che possono sembrare a un primo sguardo meno attive, come il turismo ferroviario o quello con mezzi propri, ma sostanzialmente tutte hanno un grande richiamo nel rapportarsi all'estetica del viaggio, forse con la sola eccezione dei *backpackers*.

La componente del divertimento attiene soprattutto alle espressioni di socialità con le persone con cui si viaggia oppure con le comunità con cui si viene in contatto. Sembrano prevalere soprattutto le prime, venendosi a creare anche dei gruppi chiusi o semichiusi, che si confrontano sulle proprie attività, come accade nel caso degli *hikers/trekkers* e dei cicloturisti. Inoltre, i contatti con le comunità locali sono spesso filtrati e non del tutto autentici, facendo riferimento per esempio alle *performance* negli spazi urbani oppure alle animazioni a bordo dei treni turistici.

Tab. 1 – Le tipologie di itinerari in base alla scelta del mezzo di trasporto e alle categorie esperienziali

Tipo di esperienza	Riferimenti	Aesthetic	Entertainment	Educational	Escapist
<i>Backpackers</i>	Loker-Murphy (1997)	Ricreazionisti	Cercatori di emozioni	Cercatori di perfezionamento	Cercatori di successo
<i>Walking (in the city)</i>	Hall et al. (2018); Pinder (2005)	Mercificazione	Divertimento urbano	Esplorazione urbana	Romanticismo
<i>Hiking/Trekking</i>	Svarstad (2010); Farias Torbidoni (2011)	Ricreazionisti; <i>Hikers</i> generalisti	<i>Hikers</i> sportivi	Comunitari	Semplici attività all'aperto; <i>Hikers</i> in cerca di ambienti naturali Solitudine; In cerca di avere o evitare stimoli;
<i>Cicloturismo</i>	Ritchie (1998); Rejón-Guardia et al. (2020);	Esplorazione; Fisiologica e sensoriale; Pratiche utilitarie	Sfida fisica; Incontri sociali; Appartenenza a gruppi	Miglioramento delle proprie competenze	Fuga dall'ambiente societario; Edonismo e prestigio
<i>Ippoturismo</i>	Tolls e Carr (2020)	Paesaggio e natura	Esperienze con il proprio gruppo; esperienze in aziende agricole e allevamenti Viaggiare in prima classe;	Imparare competenze sul mondo animale e dei cavalli	Relax, Romanticismo, Nostalgia
<i>Turismo ferroviario</i>	Prideaux (1999)	Guardare dai finestrini; Viaggiare in prima classe	Terra di speranza e di gloria; Il dolore del treno	Terra di speranza e di gloria;	Ritornare all'infanzia
<i>Turismo con mezzi propri (motocicli e autoveicoli)</i>	Almeida Ramoa et al. (2021); Taylor e Prideaux (2007)	Esperienza di benessere fisico; Esploratori	Esperienza di benessere personale; Cercatori di attività	Sviluppo personale; Sviluppo culturale	Esperienza emozionale e di status; Cercatori di avventure

Fonte: propria elaborazione.

La fuga dalle condizioni abituali di vita e di lavoro è un'altra componente rilevante nelle motivazioni delle esperienze turistiche collegate alla mobilità, in cui i sentimenti prevalenti possono essere la nostalgia, il romanticismo, l'edonismo e il prestigio. I primi due prevalgono nelle forme più passive (a bordo dei treni d'epoca oppure nelle passeggiate in centri urbani ricchi di storia e memorie del passato), mentre i secondi si denotano mag-

giornamente quando si partecipa a imprese impegnative dal punto di vista fisico, di attività che possano diventare delle pietre miliari della propria esistenza, da condividere attraverso memorie successive con amici e familiari, ma anche attraverso i social media.

Le esperienze legate all'apprendimento e all'educazione vengono messe molto meno in risalto negli studi finora svolti: probabilmente perché spesso questi viaggi sono organizzati singolarmente o in piccoli gruppi con poche interazioni con l'ambiente antropico che si attraversa. Pertanto, si possono avere alcune forme di arricchimento di competenze soprattutto tecniche, legate alle attività che si stanno svolgendo. Nelle escursioni urbane oppure in alcune esperienze a bordo di treni è possibile avere anche un apprendimento su fatti specifici legati ai luoghi che si attraversano. Invece, nelle escursioni a piedi o in bicicletta si possono approntare narrative in grado di coinvolgere i viaggiatori in esperienze culturali più complete solo mediante la costruzione di itinerari che possano essere ben esplicitati attraverso forme scritte di narrazione o la presenza di guide.

In definitiva, le motivazioni per le diverse tipologie di mobilità lenta partono da questioni in genere personali, come il rilassamento e il benessere fisico; possono anche diventare esperienze sociali quando si interagisce con altre persone, passando da una dimensione riflessiva e contemplativa a una di divertimento, ma è possibile anche che tali esperienze siano vissute per ottenere qualche forma di ricompensa morale o di volontà di rottura degli usuali ritmi di vita. In tal senso diventano esperienze personali più appaganti e irripetibili, che permettono anche un apparente miglioramento dello status personale e sociale dei viaggiatori che le vivono.

In quasi tutti gli studi presi in considerazione, comunque, resta la sensazione che finora i collegamenti con i luoghi siano meno importanti, che spesso gli stessi siano solo territori di attraversamento, lasciando spazio piuttosto a motivazioni non geografiche oppure, al più, avendo la visione dei paesaggi come semplice scenario di sfondo alle proprie attività.

Per cambiare la prospettiva nello sguardo del turista, dunque, occorrono probabilmente maggiori stimoli lungo il cammino, tali da riuscire a creare una sensazione di immersione, forse anche di radicamento nei luoghi.

MacLeod (2017) osserva come la pianificazione degli itinerari, in particolare quelli culturali, presuppone una narrazione dei luoghi, uno *storytelling* che indirizzi lo sguardo del turista verso alcuni elementi del territorio e ne trascuri altri; tutto ciò può provocare, secondo le parole dell'autrice, una "ossificazione culturale" e una "musealizzazione del paesaggio".

Recentemente alcuni autori pongono in discussione la teoria del *tourist gaze* di Urry perché ritengono che lo sguardo sia solo uno dei sensi impegnati nell'esperienza turistica, forse il principale, ma non il solo. Il turismo

non è semplicemente il servizio offerto a visitatori acquiescenti che consumano spettacoli creati per loro dall'industria, ma è un fenomeno in cui i turisti sperimentano il luogo attraverso una varietà di sensi e impegni. Quindi, non sono semplicemente un pubblico, ma si esibiscono attivamente all'interno, e quindi creano la propria esperienza turistica.

Il punto di vista che spinge a valutare l'intera esperienza turistica, l'immersione completa nella vacanza è ben esemplificata dalle parole di Meethan (2006, p. 7): «The term narrative allows us to get away from the notion that tourism is an activity that is solely governed by and privileges visual consumption. To use the term narrative also implies a more active engagement with the social world than that of gazing. This is not to downplay the significance of the visual, rather it is to argue that other aspects of tourism which encompass forms of performance and embodiment, of self-reflection and personal autonomy are also elements worthy of further attention, the social world and being in it is more than a discourse, and place is more than just a passive container within which activities occur. By looking at the narratives of place, the stories, histories and myths that are associated with people and place, and by acknowledging the complexities involved in the ways in which people actively engage with their environment, together with the tensions between expectations and realization, we can arrive at a more nuanced understanding of the production and consumption of tourist spaces»¹¹.

Secondo tali approcci teorici, il legame che si viene a creare fra viaggiatori e luoghi deve essere multisensoriale, in modo che si sviluppino profonde connessioni, cosicché il luogo diventi vivo e vitale.

¹¹ «Il termine narrazione ci permette di allontanarci dall'idea che il turismo sia un'attività governata e privilegiata esclusivamente dal consumo visivo. L'uso del termine narrazione implica anche un impegno più attivo con il mondo sociale rispetto allo sguardo. Non si tratta di sminuire l'importanza del visivo, ma di sostenere che anche altri aspetti del turismo che comprendono forme di performance e di espressione, di autoriflessione e di autonomia personale sono elementi degni di ulteriore attenzione, il mondo sociale e l'essere in esso è più di un discorso e il luogo è più di un contenitore passivo all'interno del quale si svolgono le attività. Guardando alle narrazioni del luogo, alle storie, ai racconti e ai miti che sono associati alle persone e ai luoghi, e riconoscendo le complessità coinvolte nei modi in cui le persone si impegnano attivamente con il loro ambiente, insieme alle tensioni tra aspettative e realizzazione, possiamo arrivare a una comprensione più sfumata della produzione e del consumo di spazi turistici».

In tal senso, Crouch D. (2000, p. 68) fornisce una definizione del concetto di *embodiment*: «“Embodiment” is a process of experiencing, making sense, knowing through practise as a sensual human subject in the world. The subject engages space and space becomes embodied in three ways. First, the person grasps the world multi-sensually. Second, the body is “surrounded” by space and encounters it multi-dimensionally. Third, through the body the individual expresses him/herself through the surrounding space and thereby changes its meaning»¹².

Edensor (2000) va oltre tale visione e propone la metafora del turismo come una *performance* nei luoghi, che vanno a identificarsi sostanzialmente come palcoscenici, distinguendoli fra enclavici, a uso esclusivo dei turisti, e spazi eterogenei, in cui si mescolano comunità locale e ospiti. Inoltre, l'autore distingue fra rituali disciplinati e standardizzati del turismo, *performance* improvvisate e *performance* libere in spazi non dedicati al turismo. Gli itinerari possono rientrare in quest'ultima categoria, laddove gli incontri sociali e gli stimoli sensoriali permettono una maggiore libertà di comportamento, improvvisando delle *performance* lontane dal proprio mondo abituale.

Secondo MacLeod (2017, p. 427): «(...) it can be argued that within this paradigm, trails can contribute to a more embodied, experiential engagement with place (...). A more embodied trail experience can be deliberately incorporated at the design stage (...) One of the key characteristics of a trail is to link sites and this can be extended to include more informal, interactive attractions such as events, markets, artists' studios, pubs and street vendors (...) Central to the idea of “embodiment” is of course the engagement of the senses and trails that encourage users to touch, smell, taste and listen as well as look could profitably be encouraged»¹³.

¹² «L'incorporazione (*embodiment*) è un processo di esperienza, senso e conoscenza attraverso la pratica come soggetto umano sensibile nel mondo. Il soggetto ingloba lo spazio e lo spazio si incarna in tre modi. In primo luogo, la persona afferra il mondo in modo multi-sensoriale. In secondo luogo, il corpo è “circondato” dallo spazio e lo incontra in modo multi-dimensionale. In terzo luogo, attraverso il corpo l'individuo si esprime nello spazio circostante e ne modifica il significato».

¹³ «(...) si può sostenere che, all'interno di questo paradigma, i sentieri possono contribuire a un impegno più personalizzato ed esperienziale con il luogo (...). Una delle caratteristiche principali di un sentiero è quella di collegare i siti e questo può essere esteso per includere attrazioni più informali e interattive come eventi, mercati, studi di artisti, pub e ven-

Dunque, in una prospettiva turistica che abbia l'obiettivo di legare maggiormente il viaggiatore con i luoghi attraversati, è strategicamente necessaria una pianificazione di attrazioni e la costruzione di un adeguato, accurato e credibile *storytelling*, in cui l'ospite possa interagire con l'ambiente circostante e con la comunità locale, sentirsi parte determinante della propria esperienza di viaggio e non un semplice spettatore, seppure con uno sguardo turistico attento. È auspicabile che tali *performance* possano avvenire in spazi liberi, non delimitati per il consumo esclusivo dei turisti, ma tali da permettere una maggiore libertà espressiva dei viaggiatori, pur limitata necessariamente da regole di comportamento implicite ed esplicite per il rispetto dei luoghi e delle comunità locali.

ditori ambulanti (...) Al centro dell'idea di *embodiment* vi è naturalmente l'impegno dei sensi e potrebbero essere sostenuti sentieri che incoraggiano gli utenti a toccare, odorare, assaggiare e ascoltare oltre che a guardare».

4. Patrimonio territoriale e risorse per gli itinerari

1. Le risorse turistiche

Le attrattive turistiche assumono diverse configurazioni spaziali, generando regionalizzazioni diverse, impronte sui territori e campi di forza e polarizzazione, tramite processi che possono essere di naturale e spontanea evoluzione oppure attentamente pianificati.

Occorre dunque innanzitutto stabilire cosa si intendano per risorse e attrattive turistiche, le relazioni che fra esse si vengono a creare e quali siano, in definitiva, le potenzialità e i rischi per i territori che derivano dalla loro fruizione da parte dei visitatori.

Come ha notato Wall (1997), le attrattive turistiche vanno a configurarsi sostanzialmente in tre gruppi geometrici ben distinti. Le *risorse puntuali* hanno necessità di concentrare un rilevante numero di visitatori per poter generare un'offerta commerciale valida e consistente nel tempo e, in definitiva, creare una località turistica; una eccessiva concentrazione può però dar vita a fenomeni di *overtourism*, mettendo in pericolo i fattori dell'attrazione stessa, alimentando una concorrenza commerciale eccessiva e diminuendo la qualità dell'esperienza per i visitatori. Le *risorse lineari*, fra cui l'autore include anche gli itinerari, tendono ad avere una concentrazione minore, ma inducono i visitatori a percorrere solo predeterminati corridoi di movimento, lungo cui si concentrano le risorse commerciali. Le *aree*, infine, sono costituite soprattutto da parchi e aree protette, in cui i turisti si disperdono più facilmente, ma, in tal modo, le attività commerciali faticano a trovare una soglia di redditività minima accettabile e la loro permanenza in questi territori è molto difficile. L'autore alla fine osserva che tali tipologie sono in realtà sovrapponibili alle diverse scale, esplicando configurazioni diverse per l'assetto strategico delle risorse.

Un'intuizione molto importante viene dal contributo di Leiper (1990), in cui si propone il concetto di nucleo di attrattività turistica: «A nucleus, the central element in a tourist attraction system, might be any feature or characteristic of a place that a traveler contemplates visiting or actually visits. The needs and motivations underlying such experiences are individualistic and, therefore, nuclear elements in attraction systems are correspondingly varied»¹ (Leiper, 1990, p. 372).

L'autore approfondisce il concetto osservando che di solito in una esperienza turistica si hanno diversi fattori di attrattività e, dunque, ipotizzando che l'esperienza di viaggio sia formata da combinazioni di nuclei, denominate *nuclear mix*. Fra questi nuclei si viene a formare un rapporto di rete ma in qualche modo gerarchizzato in tre categorie: *nuclei primari*, che costituiscono i principali fattori di attrazione verso determinate località; *nuclei secondari*, conosciuti già prima del viaggio, ma non ritenuti particolarmente influenti nella scelta della destinazione; *nuclei terziari*, sconosciuti prima del viaggio, ma scoperti dal visitatore dopo l'arrivo nella località prescelta.

Inoltre, appare molto significativa l'identificazione di Leiper dei marcatori (*markers*), ossia tutti gli strumenti e le modalità di informazione della presenza di potenziali nuclei: essi possono essere contigui al nucleo da porre in evidenza, ma anche lontani dallo stesso, ossia generativi. In tale ultimo caso, essi si pongono vicino alle fonti di informazioni dei potenziali visitatori, così da influire sulla scelta delle località dove recarsi, fornendo informazioni prima del viaggio, oppure di transito, ossia posti lungo i percorsi per descrivere i nuclei a cui si può arrivare (questi ultimi particolarmente significativi per gli itinerari).

Cacomo e Solonandrasana (2002) hanno posto particolare enfasi sulle connessioni fra la lunghezza del soggiorno e i livelli di soddisfazione complessiva dei visitatori. Gli autori distinguono le attrattive turistiche in due grandi gruppi. Le “*D-Attractions*” o *discovery attractions* sono legate al desiderio di scoprire i luoghi. Esse generano tipologie di turismo piuttosto passive, in cui il turista è un mero spettatore; pertanto, non si generano par-

¹ «Un nucleo, l'elemento centrale di un sistema di attrazione turistica, può essere un qualsiasi elemento o caratteristica di un luogo che un viaggiatore contempla di visitare o visita effettivamente. Le esigenze e le motivazioni alla base di tali esperienze sono individualistiche e, di conseguenza, gli elementi nucleari dei sistemi di attrazione sono altrettanto vari».

ticolari legami con il luogo visitato, e, una volta esaurito il desiderio superficiale di scoprire il luogo, si perde il senso di attaccamento allo stesso.

Come evidenziano gli autori: «il s'agit généralement pour le touriste de découvrir et de visiter un site en particulier ou d'effectuer une activité qui le place en situation de spectateur; une fois la visite effectuée, le site perd rapidement son intérêt pour le touriste»² (Cacomo e Solonandrasana, 2002, p. 69).

Secondo gli autori l'esperienza turistica nelle *D-attractions* di solito non è isolata, ma programmata in modo che la permanenza turistica sia più lunga, così da organizzare la visita e la scoperta di diverse attrattive, che permettano, una volta esaurita l'attenzione verso una di esse, a far volgere lo sguardo del turista verso un'altra contigua, così da formare delle “*Clustered D-Attractions*”. In tali casi, è spesso necessaria una rilevante capacità pianificatoria per coordinare la fruizione delle risorse presenti nella località.

L'altra categoria di risorse, secondo Cacomo e Solonandrasana, sono le “*E-Attractions*” o *escape attractions*, in cui si vengono invece a creare legami fra la località e i turisti. Esse stimolano al coinvolgimento attivo nella esperienza di vacanza, cosicché la stessa duri molto di più, dato che i livelli di soddisfazione dei visitatori rimangono elevati e scendono molto lentamente con il passare del tempo.

Botti, Peypoch e Solonandrasana (2008) tentano di conciliare la classificazione di Leiper sulle risorse primarie e secondarie (non considerando quelle terziarie che i turisti non conoscono prima della partenza) con lo schema di Cacomo e Solonandrasana. In tal senso, le risorse primarie dovrebbero essere costituite da *E-Attractions* oppure da *Clustered D-Attractions*, mentre le risorse secondarie sono rappresentate da *D-Attractions* di breve durata. Gli autori riconoscono comunque che alcune risorse secondarie, o anche terziarie, possano diventare fattori di attrattività primaria durante la permanenza nella località, ma comunque ritengono che le motivazioni dei viaggiatori e il grado di soddisfazione durante il soggiorno siano dovuti principalmente alla fase anticipatoria, in cui si approfondisce la conoscenza delle risorse primarie e secondarie.

² «per il turista si tratta generalmente di scoprire e visitare un determinato sito o svolgere un'attività che lo pone nel ruolo di spettatore; una volta effettuata la visita, il sito perde rapidamente il suo interesse per il turista».

Più nello specifico, molti studiosi hanno cercato di comprendere quali siano le forze di attrazione dei nuclei, dei poli di attrazione del turismo. Lew (1987) evidenzia come vi sia stato finora un approccio generalmente ideografico alla conoscenza delle risorse turistiche. Dalla descrizione di siti unici, con le proprie peculiarità, l'autore evidenzia come sostanzialmente vi sia una dicotomia fra attrattive naturali e antropiche. Fra le attrattive naturali si annoverano i panorami, i punti di riferimento specifici del territorio atinenti alle caratteristiche geologiche, idrologiche e biologiche, le aree di richiamo ecologico (parchi, riserve, ecc.). I demarcatori antropologici possono essere le strutture insediative e demografiche, le infrastrutture specifiche per il turismo e le cosiddette superstrutture ricreative e culturali, risorse aggiuntive per i visitatori, ma anche per i residenti. L'interfaccia fra risorse naturali e antropiche genera nuove attrattive che possono essere contemplative, di svago nella natura (fra cui si includono anche gli itinerari) oppure partecipatorie, comprendenti le diverse formule di turismo attivo.

A tale visione prevalente l'autore affianca altri due approcci. Il primo, organizzativo, in cui propone un dualismo fra risorse individuali e separate, contrapposte a risorse collettive, connesse e integrate. Il secondo, cognitivo, basato sulle esperienze individuali dei turisti, ponendo una gamma continua di interazioni fra visitatori e località che vanno dalle situazioni più sicure a quelle più rischiose. Tali approcci rappresentano un primo tentativo di constatazione che le risorse turistiche non sono solo quelle visibili, ma hanno un grado di soggettività sia da parte degli attori territoriali, che possono decidere come organizzarsi e quale lettura proporre del proprio territorio, sia da parte dei visitatori, che possono scegliere quali attività intraprendere sul luogo di vacanza, decidendo il grado di attività e di partecipazione, la comodità e la sicurezza oppure un certo grado di rischio, ossia la scelta di calibrare le emozioni che si vogliono provare.

L'approccio ideografico ha trovato maggiore consistenza nei tentativi di classificazione dei fattori di attrattività delle destinazioni. L'obiettivo principale di tali studi riguarda l'individuazione degli elementi caratterizzanti la potenziale competitività delle località e la scelta appropriata di indicatori che siano in grado di esprimere in termini di misurabilità e comparabilità la forza polarizzante dei diversi territori.

In tal senso, la prima costruzione di un modello sistemico rilevante si deve a Crouch G.I. e Ritchie (1999). Gli autori distinguono inizialmente due fasi diverse. Una passiva, rappresentata da tutte le dotazioni iniziali che si sono stratificate in tempi diversi sui territori, definiti "vantaggi comparativi", i quali determinano le potenziali configurazioni attuali sul territorio (*resource endowments*), costituite da risorse umane, fisiche e ambientali, storiche e culturali, di conoscenze, di capitali economici, di infrastrutture di

base e specifiche (ossia sovrastrutture) per il turismo. L'altra attiva, che consiste nella messa in valore delle risorse prescelte, determinando i "vantaggi competitivi", la messa in campo di strategie di valorizzazione (*resource deployment*), dalle prime fasi di valutazione e inventario dei potenziali fattori di vantaggio, alla gestione, crescita e sviluppo degli stessi, da svolgersi con criteri di efficacia ed efficienza. Nel modello si evidenzia il ruolo strategico fondamentale delle risorse chiave (*core resources*), che gli autori identificano con la fisiografia del territorio, la cultura e la storia locale, i legami di mercato con le aree di origine dei visitatori, le attività e gli eventi speciali che vengono realizzati e, infine, le sovrastrutture turistiche, ossia tutte le infrastrutture che vengono realizzate appositamente per la clientela dei visitatori, di base ricettività e ristorazione, ma potenzialmente comprendente molte altre categorie. Vengono poi identificati altri fattori di supporto (*supporting resources*), come le infrastrutture non specifiche, i fattori di accessibilità alle località, attività che possano facilitare il soggiorno (*facilitating resources*), per esempio servizi pubblici o di istruzione, oppure il tessuto imprenditoriale locale, valutando la vitalità delle produzioni tipiche.

Dwyer e Kim C. (2003), sulla base della ricerca di Crouch G.I. e Ritchie, elaborano alcuni approfondimenti al modello: innanzitutto, distinguono fra risorse già esistenti (*endowed resources*) e risorse che vengono create appositamente (*created resources*), entrambe a formare il nucleo primario di attrattività della località. Le risorse già esistenti possono essere suddivise secondo gli autori in risorse naturali (clima, fisiografia, flora e fauna) e storico-culturali (patrimonio storico-artistico, tradizioni locali, cucina). Le risorse appositamente create, invece, sono più eterogenee e comprendono le infrastrutture specifiche per il turismo, le attività proposte, gli eventi speciali e i festival, l'intrattenimento e anche lo shopping. A queste si affiancano risorse di supporto (*supporting factors and resources*), come nel precedente modello, consistenti in infrastrutture generali, una certa qualità dei servizi offerti, accessibilità della destinazione, senso di ospitalità, legami di mercato con le aree di origine dei visitatori.

Crouch G.I. (2007) inserisce nei fattori di supporto, oltre alle infrastrutture generali, all'accessibilità, alle risorse facilitanti e al senso di ospitalità, anche il clima imprenditoriale del territorio, ossia lo stato di salute, la vitalità e il talento imprenditoriale, controbilanciati nel settore pubblico dalla volontà politica di supportare lo sviluppo del settore turistico.

Vengesai (2003) evidenzia, oltre alle risorse intrinseche e ai servizi di supporto, la necessità di valutare l'ambiente esperienziale (*experience environment*), ossia il luogo concreto dove viene fornito il servizio richiesto, richiamandosi al concetto di *servicescape* (Bitner, 1992). Esso è composto

dalla struttura fisica dove si svolge l'esperienza, il luogo dove si trova, l'ambiente di fruizione, l'atmosfera percepita e, infine, le relazioni interpersonali che si vengono a sviluppare. L'ambiente della destinazione turistica è composto, secondo l'autore, da elementi fisici e sociali, influenzati dal grado di affollamento percepito, dalle sensazioni di sicurezza, dalla preparazione e dalle abilità dei lavoratori addetti ai servizi e dal grado di cooperazione e competizione all'interno della località.

Secondo Heath (2003) un modello di sostenibilità e competitività nel turismo deve comprendere quelle che denomina "fondamenta", ossia le risorse chiave per attrarre visitatori (*key attractors*). Alcune condizioni irrinunciabili (*non-negotiables*), come la salute e la sicurezza. Le risorse per permettere lo sviluppo del turismo (*enablers*), come le infrastrutture di base e di trasporto e le capacità manageriali specifiche. Le risorse che aggiungono valore (*value-adders*), costituite per esempio da collegamenti con altre località o da nuove iniziative redditizie. Le risorse facilitatrici (*facilitators*), ossia la ricettività oppure degli efficienti mezzi di trasporto. Infine, le risorse che rafforzano l'esperienza di vacanza (*experience enhancers*), incentrate sulla qualità dei servizi e sul senso di autenticità percepita durante il soggiorno.

In tutti i modelli proposti la visione del fenomeno turistico può essere letta in chiave sistemica: pertanto, dopo avere sviluppato schemi concettuali esplicitanti le tipologie di risorse che compongono l'offerta, si formulano considerazioni riguardanti la messa in valore delle stesse, la gestione imprenditoriale, il ruolo della comunità locale e le azioni approntate dagli attori pubblici per assicurare la governabilità delle stesse. Le tematiche riguardanti le configurazioni gestionali dei sistemi turistici verranno esplicitate successivamente nella trattazione.

In questa parte si vuole, invece, innanzitutto volgere l'attenzione al processo di formazione delle risorse, che nei modelli visti viene trascurata e spesso data per acquisita già a priori, al concetto di capitale territoriale e, nel capitolo successivo, agli schemi di morfologia e configurazione territoriale che possono assumere nello specifico gli itinerari turistici.

2. Dal patrimonio territoriale alle risorse

Per definire nel concreto il grado di attrattività di una località per i visitatori in un dato momento occorre procedere a un'analisi più profonda della constatazione analitica delle risorse attualmente esistenti; innanzitutto, occorre ricostruire i processi storici dei luoghi, le reti di relazioni che si sono formate alle diverse scale e le possibili traiettorie di sviluppo future. Tale

attività deve partire dalla costruzione di un modello concettuale che sia in grado di rappresentare efficacemente la complessa realtà sistemica di un luogo. Perciò si cercherà di sviluppare uno schema logico con lo scopo di collegare fra loro i concetti di patrimonio, capitale territoriale e risorse.

Le caratteristiche del territorio, climatiche e fisiografiche, già denotano in partenza luoghi diversi, più attrattivi o più repulsivi: è indubbio che si possono enumerare particolari precondizioni naturali (clima, orografia, posizione relativa, ecc.) in grado di stimolare il desiderio di trascorrere un periodo della propria vita o una vacanza in determinati luoghi. In tal senso va il concetto di *tropismo* diffuso soprattutto fra gli autori francesi, in particolare reso noto da Miossec (1977), ma oggi insufficiente per definire i fattori di attrattività dei viaggiatori contemporanei sulla base dei soli fattori di attrazione naturali. Al giorno d'oggi il turista non è più un fruitore passivo del contesto fisico, che viene vissuto come una sorta di scenario in cui si trascorre il tempo riposandosi e contemplando il paesaggio, ma deve essere visto come un processo di interazione immersivo, in cui il luogo tende a essere parte attiva dell'esperienza dei visitatori.

La riflessione di Urbain (2010, pp. 102-103) in tal senso è significativa: «Et le tourisme et ses tropismes, dans tout cela? Si l'on pense que le tourisme est toujours le fait d'une consommation stupide d'espaces par des ahuris sightseeing sans conscience, dévoreurs de paysages et pollueurs d'environnements, nul n'est besoin alors, quant à la spatialité touristique, d'établir de subtiles distinctions pour mieux saisir la psychologie de ces voyageurs. (...) Sauf que le touriste n'est plus ce qu'il était, si tant est qu'il ait jamais été comme cela, à savoir un glouton d'espaces rassasié sitôt qu'il en a "pris plein la vue"»³.

L'ambiente fisico resta una componente essenziale da considerare nelle forze di attrattività di un territorio per i visitatori, ma occorre rimarcare come su di esso abbia operato lungo il corso del tempo una comunità locale viva e vitale, la quale ha modellato e adattato lo stesso, lo abbia trasformato

³ «E che dire del turismo e dei suoi tropismi? Se pensiamo che il turismo sia sempre il risultato di uno stupido consumo di spazio da parte di folli turisti senza coscienza, che divorano paesaggi e inquinano ambienti, allora non c'è bisogno, per quanto riguarda la spazialità turistica, di stabilire sottili distinzioni per cogliere meglio la psicologia di questi viaggiatori. (...) Se non fosse che i turisti non sono più quelli di una volta, se mai lo sono stati, cioè dei golosi di spazio, soddisfatti non appena si sono saziati».

mediante “impronte” che lo hanno arricchito, attraverso la costruzione di abitazioni e infrastrutture, oppure che lo hanno impoverito, rompendo gli equilibri preesistenti degli ecosistemi. In tutti i casi, esso è stato narrato attraverso una propria peculiare iconografia del territorio, un’identità unica e irripetibile fondata sul senso del luogo.

In tale prospettiva, si può definire il patrimonio territoriale come il risultato contingente della continua selezione di elementi ritenuti significativi, prevalentemente scelti dalla comunità locale. Le caratteristiche sono riconosciute come facenti parte di alcune specifiche tradizioni, rappresentate e tramandate secondo peculiari narrazioni modellate nel tempo. I processi di selezione operano su due livelli: il tema di fondo principale da trasmettere e, successivamente, la tutela e la valorizzazione dei segni e dei simboli più significativi destinati a rappresentare la comunità e la narrazione principale prescelta (Di Méo, 2008).

La comunità locale concretizza il naturale processo di selezione del patrimonio territoriale, sia materiale sia immateriale, in una serie di azioni continue e incessanti nel corso del tempo; ciò comporta una stratificazione progressiva dello stesso, attraverso l’inserimento di nuovi elementi, la trasformazione di altri, ma anche l’eliminazione di quelli non ritenuti più rappresentativi del territorio, in un processo di metabolizzazione nel tessuto della società generalmente piuttosto lento.

L’afflusso di visitatori, portatori di proprie istanze e interessi, può provocare in alcuni casi, spesso in verità, un’accelerazione nei ritmi di cambiamento del territorio e un’alterazione delle traiettorie di sviluppo comunitarie verso percorsi che tendano a modellare i luoghi per adattarli maggiormente alle loro istanze. Il turismo, dunque, può rafforzare solo alcune componenti dell’identità del luogo, soprattutto quelle più facilmente riconoscibili e riproducibili per lo sguardo dei visitatori, a scapito della ricchezza, varietà e profondità di sfumature, caratteristiche dell’identità del luogo. Tale processo di cambiamento può portare ad un crescente divario tra il senso del luogo proiettato e consumato dai turisti e i sentimenti radicati nella comunità locale per la loro identificazione territoriale (Ashworth, 2003).

La percezione del luogo che hanno i visitatori, gli imprenditori e la pubblica amministrazione, ma anche la veicolazione dell’immagine da parte della comunità locale, sovente tende, quasi necessariamente, a semplificare e a omogeneizzare (nei casi peggiori stereotipare) le caratteristiche riguardanti il territorio e la comunità locale. In questa fase si può assistere anche a contrapposizioni fra istanze diverse nel processo di selezione e progressiva valorizzazione delle risorse. Vi è dunque una costante opera di selezione delle risorse che vengono scelte per rappresentare le comunità e identificare le località. Le risorse specifiche di un territorio vengono eventualmente va-

lorizzate, così da consentire una potenziale crescita economica del territorio; in questo processo giocano un ruolo fondamentale gli agenti di cambiamento, ovvero individui o istituzioni capaci di influenzare le scelte della comunità (François, Hirczak e Senil, 2006; François, Hirczak e Senil, 2013).

Come sottolineano François, Hirczak e Senil (2006, p. 687): «La ressource est donc toujours relative et n'a pas de valeur en elle-même, sa valeur d'usage dépendant de sa socialisation, de son appropriation par les acteurs et de leurs interactions au sein du territoire. Le processus d'émergence est donc particulièrement tributaire de la capacité à innover et à "découvrir" ces ressources»⁴.

Secondo Colletis e Pecqueur (2018) le risorse territoriali denotano quattro caratteristiche comuni:

- la *specificità*, ossia il grado di interferenza del contesto geografico e l'evoluzione storica del territorio sullo sviluppo della stessa;
- la *potenzialità*, vale a dire il grado di valorizzazione che da essa si può ritrarre, mediante azioni concrete da parte di attori che la rivelino e la portino a conoscenza di possibili fruitori;
- il *carattere nascosto*, per cui essa può essere rivelata solo dopo approfondite analisi territoriali attraverso un'opera intenzionale da parte di attori, che procedono a valutare attentamente il territorio, diagnosticare le condizioni di sviluppo e le risorse potenzialmente da evidenziare e perseguire, di conseguenza, un'attenta azione pianificatoria;
- la *rinnovabilità*, ossia la tendenza ad ancorarsi in modo permanente al territorio ed entrare nel processo di patrimonializzazione dei luoghi, per cui le politiche pubbliche devono tenere conto delle risorse che si vanno stratificando e costruire azioni concrete per permettere la fruizione ai diversi attori territoriali e valutare costantemente l'impatto sulla comunità locale.

Il processo di scelta, valorizzazione e creazione delle risorse produce nel corso del tempo un accumulo e una sedimentazione delle stesse, un processo di patrimonializzazione che non è comunque immutabile, poiché esse,

⁴ «La risorsa è quindi sempre relativa e non ha valore in sé; il suo valore d'uso dipende dalla sua socializzazione, dalla sua appropriazione da parte degli attori e dalle loro interazioni all'interno dell'area. Il processo di emersione è quindi particolarmente dipendente dalla capacità di innovare e "scoprire" queste risorse».

allo stesso modo in cui vengono rivelate, possono anche essere dimenticate o cancellate se non ritenute più avere le caratteristiche di specificità oppure di potenzialità.

L'insieme delle risorse agglomerate in un determinato territorio va a costituire il capitale territoriale, definito come «the system of territorial assets of an economic, cultural, social and environmental nature, that determine the development potential of places»⁵ (Fratesi e Perucca, 2018, p. 244).

Il capitale territoriale è quindi la forma esterna e visibile di tutte le azioni prodotte dai diversi attori, endogeni ed esogeni, e, nel caso del turismo, la parte del patrimonio territoriale messa a valore per la fruizione da parte dei visitatori e, al contempo, ritenuta meritoria di potenziale apprezzamento da parte di tutti gli attori locali coinvolti nei processi di pianificazione e sviluppo territoriale. In sostanza, esso è essenzialmente l'espressione visibile e la caratterizzazione degli aspetti immateriali plasmata in un luogo in un determinato periodo. Per esprimere tutte le proprie potenzialità è dunque opportuno porre in essere azioni di negoziazione volte a conciliare le diverse visioni e prospettive del territorio. Ciò può avvenire solo attraverso un'attenta pianificazione delle risorse territoriali da valorizzare, operando innanzitutto un'analisi sincronica e diacronica di tutte le caratteristiche e di tutti gli attori coinvolti.

De Rubertis, Mastromarco e Labianca (2019) propongono un approccio al capitale territoriale fondato su tre livelli:

- analisi dei fattori sedimentati e di lungo termine (materiali come l'ambiente o anche immateriali come alcuni legati alla cultura) e generativi, che possono svilupparsi anche in tempi rapidi e legati agli aspetti del capitale umano e del capitale sociale;
- grado di attrattività complessiva del territorio, in base alle risorse presenti, implicando azioni di potenziale amplificazione (ma anche diminuzione), grazie all'intervento di forze interne ed esterne, con strategie di valorizzazione *bottom-up* o *top-down*;
- processo di riconoscimento e apprezzamento da parte della comunità locale, quale espressione di aderenza delle strategie messe in campo rispetto ai bisogni e alle esigenze locali, così da tentare di diffondere un'im-

⁵ «Il sistema di risorse territoriali di natura economica, culturale, sociale e ambientale, che determinano il potenziale di sviluppo dei luoghi».

magine complessiva della località coerente con i valori e le idee della comunità territoriale.

Dunque, il capitale territoriale coniuga diversi piani di lettura fra loro interrelati: da una parte vi è un sostrato consolidato nel tempo dalle dinamiche lente e di lungo periodo, a cui si sovrappongono azioni volontarie di breve e medio periodo, generanti nuovi elementi e continue interazioni fra gli attori coinvolti. La sostenibilità di tali processi sta nel definire un sistema di elementi di capitale territoriale che riescano a trovare un equilibrio dinamico fra tutte le componenti e un punto di conciliazione fra tutti gli attori coinvolti.

3. Il capitale territoriale e gli itinerari

Il primo passo concreto per valutare il capitale territoriale è rappresentato dalla sua scomposizione nei diversi fattori. Secondo lo studio di Brasili et al. (2012) si possono enucleare otto differenti tipologie di capitale territoriale: ambientale, antropico, insediativo, cognitivo, relazionale, sociale, infrastrutturale, produttivo.

Si cercherà di sviluppare in questo paragrafo tali componenti con riguardo al turismo e, più nello specifico, soffermandosi sulla tematica degli itinerari.

3.1 Il capitale ambientale

La componente naturale dei luoghi rappresenta la base fondante per analizzare il capitale territoriale, una componente modellata dal peculiare substrato fisico e dall'habitat della fauna endogena al territorio.

Certamente gli elementi naturali devono essere considerati componenti strategici di attrazione in alcuni contesti, per esempio relativamente agli itinerari legati alla natura, mentre assumono valori più sfumati in altri, laddove si vanno a esaltare soprattutto gli elementi antropici, in particolare nelle aree urbane.

Provando a schematizzare in maniera estrema, si possono ipotizzare due forme di itinerari basati sulle attrattive naturali: una più pura, riscontrabile solo nelle aree sostanzialmente non antropizzate e marginali, in cui la presenza e l'azione umana sono quasi inesistenti; un'altra che si localizza in aree in qualche modo protette, ma poste a poca distanza da contesti con marcata antropizzazione, in cui la proposta turistica diventa di fatto un atto di negoziazione continua per bilanciare le diverse esigenze.

Laddove la presenza umana è molto ridotta, la natura è una forza primigenia nel conformare il paesaggio, una forza anche marginalizzante (Pelc, 2018) che, in casi estremi, si pone come barriera allo sviluppo del turismo o di qualsiasi altra attività economica. In sostanza, dove esiste una marginalità fisica, l'attrattività dell'ambiente naturale di norma non riesce ad avere forza tale da strutturare un sistema turistico stabile e concreto a causa dell'inadeguatezza delle condizioni di vita, della mancanza di una comunità territoriale di riferimento e di attori capaci di rendere questi luoghi permanentemente accoglienti per i visitatori. Tale visione però va temperata dall'incrementarsi di fenomeni di turismo estremo di avventura, ancora di nicchia, che trovano il proprio elemento principale di forza nella sfida alle condizioni ambientali avverse.

I percorsi nelle aree più remote sono caratterizzati dal loro isolamento, dall'ambiente naturale e dalla separazione dai paesaggi apertamente modificati dall'uomo. Gran parte del fascino dei sentieri selvaggi, oltre alla bellezza paesaggistica, risiede nelle loro caratteristiche isolate e incontaminate. Secondo Timothy e Boyd (2015), natura ed ecologia sono inseparabilmente connesse alla spiritualità in generale. Le ambientazioni più estreme e selvagge veicolano immagini di luoghi spirituali per un numero crescente di persone, sia religiose che non religiose, spesso a seconda della storia personale e delle motivazioni di ciascuno.

Lo sviluppo di itinerari con attrattive ambientali è sicuramente più rilevante in termini economici nelle aree naturali adiacenti o comunque poco distanti da aree di concentrazione urbana, laddove l'antropizzazione, seppure con diversi gradi, dal più flebile al più marcato, connota ancora il territorio attraverso segni profondi sul territorio. In tali casi, con il capitale naturale vanno esaltati in pari misura anche il capitale antropico, la cultura e le tradizioni locali (Eagles e McCool, 2002).

Tali pratiche turistiche in ambienti naturali antropizzati vanno a ricadere nell'ampio alveo delle pratiche cosiddette ecoturistiche. Senza entrare in un dibattito dettagliato su questi aspetti, vale comunque precisare la sostanziale differenza di impostazione concettuale sottolineata da Björk (2007). A una prima visione sostanzialmente passiva e conservazionistica, il cui obiettivo principale è quello di minimizzare la compromissione ambientale, si è andata via via sovrapponendo e spesso sostituendo una visione attiva di protezione delle risorse anche attraverso il turismo, allargando lo sguardo pure alla sostenibilità sociale ed economica.

In tal senso, Acott, La Trobe e Howard (1998) sottolineano la differenza di approccio fra "ecoturismo profondo" (*deep ecotourism*) ed "ecoturismo superficiale" (*shallow ecotourism*). Diamantis e Westlake (2001) classificano le strategie di ecoturismo in quattro categorie in base al rapporto fra

turismo e natura: “molto deboli”, in cui l’obiettivo principale è lo sviluppo turistico, tentando solo di preservare lo stato attuale dell’ambiente naturale; “deboli”, in cui si applicano le regole di protezione ambientale solo alle nuove attività pianificate; “forti”, dove si implementa un sistema di gestione ambientale per regolare i servizi e lo sviluppo della località; “molto forti”, miranti a una preservazione totale della natura e dei servizi connessi.

L’idea di sentieri naturalistici lungo i quali gli individui potessero camminare e imparare dalla natura mediante pannelli esplicativi, da soli o con una guida, sembra sia stata sviluppata per prima negli anni Venti in America dall’entomologo Frank Lutz che lavorava all’American Museum of Natural History di New York (Matless, Watkins e Merchant, 2010). Lo scopo principale della creazione di sentieri naturalistici era il desiderio di incoraggiare una forma di accesso alla campagna, in cui le persone imparassero a conoscere la natura e capissero come comportarsi in modo corretto.

In tal senso, elementi fondamentali per poter apprezzare il capitale naturale di un luogo sono rappresentati da tutti i mezzi comunicativi che possano spiegare dettagliatamente le caratteristiche geologiche, della flora e della fauna che si vanno a visitare. I visitatori possono interpretare la natura attraverso guide scritte o, più di recente, apparecchiature audiovisive o applicazioni per telefonia fornite all’inizio del percorso. Durante l’itinerario è poi necessario marcare il territorio con segnaposti, pali e simili per aiutare nella direzione da seguire e rimarcare gli elementi più notevoli da osservare. Infine, in alcuni casi si potrebbe prevedere l’utilizzo di guide specializzate sia per costruire narrative territoriali più efficaci e legare il visitatore all’ambiente percepito, sia per sviluppare una dimensione di più forte interazione sociale.

La creazione di percorsi naturali non ha solo scopi educativi, ma può rispondere anche ad altre esigenze, in particolare quelle ricreative, o quelle di avventura e sfida dei propri limiti. Ve ne sono pure alcune rivalutate più recentemente, fra cui quelle legate agli aspetti della salute, in cui viene enfatizzato il ruolo del contatto con la natura per il recupero del benessere fisico.

Le passeggiate nella natura sono attività che non consumano risorse, avente il primario intento dello svago in un ambiente incontaminato. Nelle forme più semplici e accessibili sono attività che richiedono molto poco in termini di risorse e di sforzi fisici (Harmon e Kyle, 2020).

Capaldi et al. (2015) evidenziano che un’immersione nell’ambiente naturale è collegata a manifestazioni di crescita del benessere individuale, suggerendo che le passeggiate nella natura siano di beneficio per migliorare la salute mentale delle persone. Gli autori mettono in luce come vi siano tre principali filoni di spiegazioni in merito. La prima è la teoria della biofilia

(Kellert e Wilson, 1993), che implica l'attivarsi di una sensazione ancestrale e innata di volersi riconnettere alla natura. Poi, l'ipotesi del ristoro dell'attenzione (Kaplan R. e Kaplan S., 1989) presuppone che nella natura incontaminata vi siano molti stimoli che possano attivare l'attenzione involontaria delle persone, cosicché le stesse possano migliorare la propria concentrazione e utilizzarla per le attività che implicano sforzi di attenzione diretta e volontaria (lavoro, studio, ecc.). Infine, la terza chiave di lettura teorica presuppone che l'esposizione a certi ambienti naturali suscita la diminuzione del grado di stress percepito e promuove il recupero psicofisiologico (Ulrich, 1979; Ulrich et al., 1991).

Il capitale ambientale, in tali prospettive, diventa dunque un vero e proprio patrimonio prezioso rispetto ai ritmi della società attuale, ma la messa in valore è sempre gestita e filtrata dagli esseri umani. Pertanto, si possono ipotizzare e mettere in pratica infinite strategie di gestione, che vanno dalla tutela completa, allontanando la mano dell'essere umano e mantenendo la purezza dei luoghi, oppure cercare di adattare l'ambiente alle esigenze di fruizione della popolazione locale e dei visitatori, fino a giungere ad esiti di completa antropizzazione dell'ambiente fisico. Nel primo caso, in sostanza, il patrimonio ambientale rischia di non essere mai messo in valore e fruito dai potenziali visitatori. Nel secondo caso esso può essere eccessivamente consumato e danneggiato irrimediabilmente. Pertanto, le strategie di gestione territoriale devono essere particolarmente sensibili alla pianificazione dei luoghi naturali.

3.2 *Il capitale antropico*

Il capitale umano è fondamentale per la creazione dei sistemi turistici; esso è composto da diversi elementi che possono essere osservati sotto differenti aspetti.

Occorre pensare al capitale antropico come un prisma dalle molte facce, modellate nel corso dei secoli da tutti gli esseri umani che hanno abitato o interagito con i diversi luoghi, portatori di caratteristiche etniche, creatori e modellatori di peculiari culture. E, proprio rimanendo all'immagine del prisma, solo alcune delle sfaccettature vengono illuminate dalla luce, solo alcuni aspetti del capitale umano vengono esposti ed evidenziati; nei sistemi turistici, occorre dunque valutare le scelte degli elementi da valorizzare e delle narrative che si vogliono comunicare ai visitatori.

Il capitale antropico può essere dunque sostanzialmente suddiviso in due grandi regni da esplorare. Nel primo, che si palesa in una prospettiva sincronica, si devono tenere in conto tutti gli individui, gli attori territoriali

apportatori della propria personalità e costruttori di reti relazionali, le quali nel tempo possono ispessirsi fino a diventare reti sociali ed evolversi in società strutturate. Nel secondo, da osservare diacronicamente, si pongono tutti i legami fra le diverse generazioni che si succedono nel corso del tempo su un determinato territorio, sviluppando una propria cultura e consolidando tratti etnici distintivi.

La visione sistemica sincronica ha portato a interrogarsi innanzitutto in merito a quali attori siano coinvolti nei processi di sviluppo del territorio, ovvero quali siano i portatori di istanze che modellano nel tempo il capitale umano dei luoghi. In un secondo momento occorre osservare le reti di interrelazioni che si vengono a formare, consolidare, deteriorare o perfino scomparire fra i diversi attori. Sulle reti di relazioni fra i soggetti che interagiscono su un determinato territorio si fornirà un quadro teorico successivamente. In questo capitolo si cercheranno di identificare gli attori territoriali mediante l'osservazione di alcuni schemi teorici proposti recentemente in letteratura.

Il nucleo fondante del capitale antropico di un determinato territorio è innanzitutto costituito dalla comunità locale, che normalmente seleziona e conserva nel tempo le caratteristiche culturali ed etniche di substrato dei luoghi. Eppure, nei tempi attuali il capitale umano non può più affermarsi esser generato esclusivamente da coloro che vivono stabilmente nei territori, ma anche da altri attori che con lo stesso interagiscono.

Shafer, Lee B.K. e Turner S. (2000) evidenziano come nella progettazione di percorsi turistici si debba tenere conto innanzitutto della qualità della vita della comunità locale (*Quality of Life, QOL*), che si presenta come un'interazione continua fra tre componenti: la comunità delle persone (l'ambiente sociale), l'ambiente fisico e l'economia (costituito da tutte le occasioni di variazioni di reddito, posti di lavoro, trasferimento di beni). Tali tre sistemi si sovrappongono per creare un certo livello della qualità della vita per gli individui e per la comunità nel suo insieme. Innanzitutto, l'ambiente fisico deve essere di buona qualità per permettere la vita della comunità locale. Inoltre, dal punto di vista sociale deve esserci un certo grado di convivialità fra gli attori. Infine, il sistema economico deve essere connesso per alimentare i flussi all'interno dei territori, pertanto la mobilità, la circolazione e la connettività materiale e immateriale devono essere garantite. La qualità della vita di una comunità è dunque frutto della costante interazione fra questi tre sistemi, che a loro volta interagiscono anche parzialmente fra loro. Il rapporto fra ambiente e comunità locale va visto nell'ottica dell'abitabilità dei luoghi, dell'attrattività degli stessi non solo per i turisti, ma anche per coloro che vivono ogni giorno in essi. Il rapporto fra ambiente ed economia deve prevedere che lo sviluppo economico sia so-

stenibile e non comprometta il paesaggio fisico. Infine, il rapporto fra comunità ed economia attiene alle interconnessioni fra i luoghi, ossia alla possibilità di accedere ai luoghi di studio e di lavoro per i residenti, ai luoghi di svago per i visitatori e alle aree commerciali per entrambi i gruppi.

La visione del capitale antropico come sistema plasmato esclusivamente dalla comunità locale è comunque diventata sempre più una prospettiva debole; diversi studi evidenziano come nel turismo vi siano solitamente molti attori coinvolti e che essi si rapportino fra loro mediante tensioni oppure condivisioni di interessi, in un'incessante opera di distruzione e re-invenzione creativa di nuovi sentieri di sviluppo che modellano continuamente il capitale antropico.

Ad esempio, Yang J., Ryan e Zhang L. (2013) evidenziano come vi siano quattro forze coinvolte nello sviluppo dei sistemi turistici: i turisti, gli imprenditori, il governo e la comunità locale. Secondo gli autori, i turisti sono animati da diversi scopi che comunque vanno a influenzare i comportamenti della società locale. Gli imprenditori hanno come scopo principale il profitto e, perciò, tutte le altre motivazioni diventano secondarie rispetto all'ottenimento di benefici economici. Il governo cerca soprattutto di rendere attrattive le località, in qualche modo standardizzando la cultura etnica locale per renderla gradevole allo sguardo dei turisti. La comunità locale, infine, per gli autori viene sovente marginalizzata nelle decisioni in merito allo sfruttamento delle risorse e allo sviluppo delle attività turistica. Le interazioni fra queste forze di *stakeholders* e anche le interazioni all'interno dei gruppi possono creare tensioni fino a generare competitività e ostilità. Allo scopo di mantenere il sistema in vita, i sentimenti negativi dovrebbero essere confinati a una minoranza dei gruppi, posto che in una società complessa si deve accettare un'estrema eterogeneità delle persone e dei loro comportamenti. Se si riescono a superare o a contenere le reazioni negative e a contemperare e bilanciare le esigenze delle diverse forze in campo possono nascere auspicabili forme di cooperazione e alleanza fra i gruppi oppure, al contrario, se permangono le ostilità all'interno o fra i gruppi, si possono manifestare tensioni crescenti che possono portare perfino alla disgregazione del sistema. In entrambi i casi, il capitale antropico viene plasmato continuamente dalle tensioni e dalle alleanze che si vengono a generare fra i gruppi e all'interno degli stessi.

Nel loro schema teorico Halkier e Therkelsen (2013) escludono invece la comunità locale come soggetto attivo del sistema turistico, limitandosi a un modello tripartito in cui si hanno i turisti (la domanda), gli operatori turistici (l'offerta o *providers* nella terminologia originale) e il governo (*regulators*), quest'ultimo con lo scopo di mediare fra le esigenze degli altri due gruppi. Secondo gli autori, in una fase iniziale si instaurano rapporti di

mercato, basati sulla semplice interazione fra turisti e operatori; lo stesso si regola in base all'offerta di servizi ed esperienze e alla tensione competitiva fra i diversi operatori, anche esterni alla località. Queste relazioni orizzontali e spontanee possono diventare estremamente complesse nei sistemi più maturi, dove il numero di attori cresce sensibilmente. In tal caso, intervengono gli attori di governo, i regolatori, che tendono a rendere più gerarchico e rigido il sistema di interazione, emanando specifiche regole di comportamento, oppure interagendo non gerarchicamente con gli altri, collaborando con i turisti, attraverso la comunicazione e la promozione di attività oppure fornendo servizi ulteriori, e con gli operatori, mediante azioni di pianificazione delle attività, formazione del personale e contribuendo alla innovazione sistemica, anche mediante *partnership* pubblico-private. Gli autori, dunque, osservano come il ruolo degli attori pubblici sia necessario per l'evoluzione dei sistemi turistici, specialmente nei contesti più frammentati, ma anche più esposti alle influenze di attori esterni, con lo scopo ultimo di incoraggiare la creazione di esperienze uniche in grado di far intraprendere sentieri di sviluppo favorevoli alla località, cosicché la stessa possa far distinguere la propria offerta rispetto alle altre.

Ma e Hassink (2013) semplificano ulteriormente il quadro degli attori che interagiscono in un sistema turistico, laddove non rappresentano neanche i turisti, ma solamente i settori privati e il comparto pubblico. Al di là dell'eccessiva riduzione della complessità, è interessante notare l'approccio co-evolutivo che inquadra due livelli, uno macro-evolutivo ed esogeno e l'altro micro-evolutivo ed endogeno.

Dal punto di vista macro-evolutivo, l'ambiente istituzionale e gli ambienti esterni sono considerati una fonte di influenze vincolanti o abilitanti per l'evoluzione dei settori e dei prodotti turistici. Essi determinano le normative specifiche applicate ai settori in relazione ai diversi segmenti di mercato e alla fornitura di nuovi prodotti e servizi. Allo stesso modo, l'evoluzione dei prodotti e dei settori turistici genera anche richieste di cambiamenti nel contesto istituzionale. Inoltre, i prodotti turistici svolgono un ruolo significativo nella definizione dei settori turistici come trasporti, alloggi, attività ricreative, vendita al dettaglio, agenzie turistiche e agenzie governative. I comparti facenti parte del sistema turistico, a loro volta, guidano l'ulteriore sviluppo e l'innovazione dei prodotti e dei servizi turistici.

A livello micro-evolutivo lo sviluppo dell'attrattività è correlato al marketing, all'immagine e alla strutturazione dei prodotti. Inoltre, i servizi turistici interagiscono intensamente con le attrazioni. In secondo luogo, l'evoluzione delle imprese è correlata alle dinamiche delle dimensioni, delle capacità, della rete, delle prestazioni e della competitività dell'impresa nel tempo. Le imprese turistiche sono fortemente collegate al settore pubblico

tramite le attività di definizione delle politiche, gestione, pianificazione e cooperazione. In terzo luogo, l'evoluzione delle istituzioni è ampiamente correlata ai cambiamenti nelle regole sociali, nelle norme, nei regolamenti, nella struttura economica, nella base educativa e così via. Allo stesso modo, l'attrattività è ovviamente correlata anche ai cambiamenti nell'ambiente esterno, come per esempio i fenomeni di globalizzazione che vanno a incidere sui sistemi turistici.

Un modello teorico più interessante e organico è stato elaborato da Prats, Guia e Molina (2008), proposto in un'ottica sistemica di analisi delle innovazioni locali in campo turistico. Gli autori così ideano un modello di "Sistema di Innovazione Locale del Turismo" (*TLIS, Tourism Local Innovation System* nell'acronimo in lingua inglese) che si identifica con quattro componenti di base: gli agenti del turismo (imprese, amministrazioni pubbliche, comunità locali, centri di ricerca e addestramento, agenti esterni e agenti ausiliari); gli aspetti relazionali che si vanno a instaurare fra i diversi attori; il macro-ambiente esogeno che influenza in diversi modi i comportamenti e le decisioni a livello locale; gli esiti delle dinamiche, ossia delle diverse interazioni fra gli attori, che, in un'ottica positiva, possono comportare innovazioni, vantaggi competitivi, benessere collettivo e sostenibilità sistemica.

La connotazione del territorio come sistema sociale è messa ben in evidenza dagli autori: «in the model, we understand territory as a collective construction, rather than simply as geographical proximity. Territory is seen as a space where there are conflicts, bargaining, formal and informal cooperative agreements, resolutions of conflicts or regulation between and among different agents and other processes (...) the territory should be understood as an agglomeration of relevant agents, assuming that an innovation system has no precise physical or political boundary»⁶ (Prats, Guia e Molina, 2008, p. 182).

Osservando meglio le categorie di attori tratteggiati da Prats, Guia e Molina (2008), non sorprende la presenza, ancora una volta, della comunità

⁶ «Nel modello, intendiamo il territorio come una costruzione collettiva, piuttosto che come una semplice prossimità geografica. Il territorio è visto come uno spazio in cui si verificano conflitti, contrattazioni, accordi di cooperazione formali e informali, risoluzioni di conflitti o regolamentazioni tra diversi agenti e altri processi (...) il territorio dovrebbe essere inteso come un agglomerato di agenti rilevanti, partendo dal presupposto che un sistema di innovazione non ha un confine fisico o politico preciso».

locale, che riveste un ruolo essenziale, delle imprese private del settore e degli attori istituzionali di governo. Nuova è invece la previsione di centri di ricerca, sviluppo e formazione, che, ad avviso degli autori, rappresentano elementi chiave per la competitività delle imprese e delle destinazioni turistiche, sebbene siano, in genere, poco utilizzati e considerati. Mentre le quattro categorie descritte rappresentano gli attori chiave, il nucleo portante del sistema locale, nel modello sono inseriti altri gruppi, gli agenti ausiliari, ossia qualsiasi altro agente non turistico della destinazione, che supporta le attività di alcuni o di tutti i principali attori turistici, e gli agenti esterni, attori turistici come ad esempio i *tour operator*, che si trovano al di fuori della destinazione, ma mantengono una sorta di stretto rapporto con gli attori turistici interni.

Tutti gli attori, ossia gli agenti territoriali che vanno a interagire in ben determinati luoghi nel corso del tempo, generano diacronicamente una stratificazione culturale.

La semplificazione in gruppi sopra proposta va temperata con la constatazione che in realtà tutti i gruppi si possono atomizzare in una serie di comportamenti individuali, frutto delle diverse personalità dei componenti, i quali possono in molte o in alcune circostanze trovare sentimenti e pensieri comuni all'interno dei gruppi, fra i gruppi o anche all'esterno dell'ambiente del sistema locale di riferimento, in modo da permettere traiettorie di sviluppo condivise.

La metafora della boa di Lozato-Giotart (2009, p. 68), pur nella sua semplificazione della situazione di vita reale, aiuta a comprendere le interazioni fra individui e società. Egli immagina una boa di segnalazione in mezzo al mare ancorata al suolo e paragona la stessa ai comportamenti individuali rispetto alle stimolazioni della società in cui vive. Come la boa, gli individui sono in qualche modo ancorati inconsciamente dalle strutture sociali che si sono create nel corso del tempo, ossia i valori etnici, culturali, religiosi, familiari, e così via; a differenza dell'autore si può commentare che questa impronta culturale può anche essere rifiutata, la corda della boa può allentarsi o anche spezzarsi, permettendo agli individui di plasmare o ricostituire una propria base culturale e morale. Ogni individuo ha dunque una propria personalità, un proprio profilo psicologico che, attraverso fattori espliciti o impliciti, come espressione cosciente o inconscia dell'animo, esprime delle motivazioni ad agire e a prendere delle scelte decisionali. Le motivazioni individuali si traducono in attitudini e atteggiamenti verso il mondo esterno, gli altri soggetti, l'ambiente circostante, i luoghi. Motivazioni e attitudini rimangono, secondo Lozato-Giotart, al di sotto della superficie del mare, ossia, fuor di metafora, sono fattori che vengono raramente esplicitati e perciò difficili da intuire al di fuori della sfera individua-

le. La stessa società non è immutabile nel corso del tempo: essa varia a seconda di fenomeni contingenti e temporanei, le mode, oppure attraverso fenomeni di lungo periodo, che vanno a stratificarsi in elementi e fattori etnici, sociali, culturali ed economici, paragonate dall'autore ai movimenti del mare. In base al livello delle acque, allo stato della società, possono emergere opinioni e comportamenti individuali espliciti, che vanno a interagire con gli altri soggetti, in alcuni casi potendo anche influire sulla società in sé (si pensi per esempio agli *opinion leader*, ecc.).

Il capitale antropico non è dunque limitato alla sola componente umana materiale, legata ad alcune caratteristiche demografiche, ma attiva anche gli altri tre capitali immateriali, ossia le caratteristiche cognitive, relazionali e sociali.

Il capitale cognitivo discende da ciò che sta nascosto, sotto la superficie del mare secondo la metafora di Lozato-Giotart; l'eredità socio-culturale, le motivazioni e le attitudini che portano nel corso del tempo a sollecitare cambiamenti nella società. Si può affermare dunque che esso è l'espressione visibile delle identità individuali e collettive, ossia tradizioni, idee ed espressioni culturali e simboliche. Wang S. e Xu (2015) evidenziano i principi che portano alla costruzione dell'identità dei luoghi, discendente dalla formazione del capitale cognitivo: il senso di distinzione e unicità; il desiderio di preservare le proprie caratteristiche nella prospettiva della continuità dei valori espressi; la percezione di autostima, la positiva valutazione individuale e del gruppo a cui si appartiene; lo sviluppo di sentimenti di autoefficacia (che comunque dipendono dalle caratteristiche e capacità individuali e collettive), ossia la convinzione che le proprie abilità permettano di gestire e affrontare situazioni, circostanze ed eventi che vanno ad alterare il sistema in cui si vive.

Le interrelazioni fra gli attori che si sviluppano nel corso del tempo permettono ai territori di costruire, consolidare e intrattenere una rete di interscambi all'interno della comunità territoriale, con tutti gli *stakeholder* stabilmente coinvolti nei luoghi e gli attori esterni, in un'ottica di arricchimento reciproco e di interscambio del proprio capitale cognitivo individuale. Merinero-Rodríguez e Pulido-Fernández (2016) sottolineano la necessità di indagare più a fondo le dinamiche delle relazioni nel turismo, considerando soprattutto di osservare quattro aspetti fondamentali: i fattori e le condizioni che rendono possibili le interazioni fra gli elementi e le componenti del sistema turistico; gli elementi strutturali delle relazioni; i legami che si instaurano a livello di processi produttivi a partire dalle componenti eventualmente frammentate dell'offerta turistica in senso stretto; i risultati e gli effetti delle relazioni, in modo da poter ipotizzare eventuali modifiche che possano migliorare l'atmosfera generale del sistema turistico.

Dal capitale cognitivo e dal capitale relazionale discende il capitale sociale, inteso come espressione della comunità locale, che affonda le proprie radici nella solidarietà reciproca fra gli attori territoriali, i quali, auspicabilmente, dovrebbero costruire nel corso del tempo interfacce essenziali per le politiche di gestione dei luoghi. Il capitale sociale è instabile nel corso del tempo, un prodotto contingente delle tensioni e della cooperazione fra i diversi attori territoriali, non un'idiomatica assunzione di solidarietà, ma uno stato di equilibrio più o meno stabile nel corso del tempo fra le diverse istanze individuali, le quali necessariamente dovrebbero contemperarsi per perseguire scopi ritenuti di comune interesse. Moscardo et al. (2017) propongono uno schema teorico per suggerire i sentieri di sviluppo necessari alla costruzione di un solido capitale sociale. Gli autori propongono innanzitutto di partire dalla necessità di avere un clima di fiducia nella comunità declinata in varie attitudini, ossia fiducia personale e diretta, fiducia generalizzata verso persone che non si conoscono, fiducia istituzionalizzata verso organizzazioni e gruppi, fiducia politica verso un sistema di indirizzo e di governo. Ovviamente esse esprimono generalmente dei gradi differenti, in cui la fiducia verso persone conosciute e con cui si hanno rapporti diretti di solito è più forte rispetto ai sistemi più complessi come i governi. La fiducia crea attività di cooperazione e, quando si consolida, reti di interrelazione stabili; a partire dalle stesse, gli autori affermano che il capitale sociale comunitario può svilupparsi solo se vi sia effettivamente un coinvolgimento dei residenti nei processi di pianificazione turistica, nelle effettive attività e nel ritrarre i benefici dalle stesse.

Tramite il consolidamento del capitale sociale, il variegato mosaico derivante dalla frammentazione degli spiriti e delle personalità individuali può comunque essere ricomposto in un unico quadro d'insieme che muta, ma allo stesso tempo permane nel corso del tempo, determinando il formarsi degli elementi culturali distintivi di un territorio.

Nel tempo si va dunque a consolidare una determinata cultura in ogni luogo, che si connota e distingue dal resto proprio per i suoi tratti specifici di civilizzazione antropica.

Il lungo dibattito e le diverse scuole di pensiero che si sono avvicinate nel corso del tempo sui rapporti fra territorio, cultura e geografia non possono essere riprodotti in questa sede.

Vale comunque citare alcuni pensieri fra i più interessanti e ricchi di significato, iniziando per prima con la definizione di cultura data da Bonne-maison (2000, p. 66-67): «la culture signifie le développement de l'esprit, sa maturation, son accomplissement, un peu à l'image d'une plante dont l'énergie vitale doit être canalisée, contrôlée et constamment entretenue pour qu'elle donne le meilleur d'elle-même et développe toutes ses poten-

tialités. C'est le fruit d'un dressage, d'une activité, d'une action constructive qui n'est ni spontanée ni "naturelle", c'est-à-dire qu'elle ne va pas de soi. Elle est création humaine et affaire de volonté; la plus élevée dans l'ordre de l'esprit, du savoir et de la croyance. Elle se construit au sein d'une civilisation et se transmet d'une génération à l'autre»⁷.

Secondo Bonnemaison (2000) la cultura presenta una profonda dualità di forze fra spirito e materialità, la prima che muove inizialmente tutti gli individui e che modella la personalità di ogni essere umano e la seconda come espressione esteriore della prima in cui ogni persona agisce per costruire un proprio *milieu* nello spazio quotidiano in cui vive.

Claval (2012, p. 48) sottolinea la necessità dell'integrazione fra la scala individuale e quella collettiva mediante le diverse tecniche di comunicazione e i conseguenti flussi di informazione: «La culture est la somme des comportements, des savoir-faire, des techniques, des connaissances et des valeurs intériorisés par les individus durant leur vie, et, à une autre échelle, accumulés par l'ensemble des groupes dont ils font partie. Elle se présente comme un héritage transmis d'une génération à la suivante, mais qui n'est pas figé: la communication à l'œuvre dans les groupes sociaux la transforme sans cesse; une image fixe ne peut en rendre compte – il y faudrait un film. La culture génère des flux d'informations qui en font une réalité vivante et rendent possible le fonctionnement de la société. Ces flux la modèlent, car ils assurent la diffusion des innovations, font connaître de nouvelles attitudes, provoquent des réactions d'acceptation ou de refus»⁸.

⁷ «La cultura è lo sviluppo della mente, la sua maturazione, la sua realizzazione, un po' come una pianta la cui energia vitale deve essere incanalata, controllata e costantemente nutrita perché possa dare il meglio di sé e sviluppare tutto il suo potenziale. È il frutto di una formazione, di un'attività, di un'azione costruttiva che non è né spontanea né "naturale", in altre parole non è evidente. È una creazione umana e una questione di volontà; la più elevata nell'ordine della mente, della conoscenza e della fede. Si costruisce all'interno di una civiltà e si trasmette da una generazione all'altra».

⁸ «La cultura è l'insieme dei comportamenti, delle abilità, delle tecniche, delle conoscenze e dei valori interiorizzati dagli individui nel corso della loro vita e, su un'altra scala, accumulati da tutti i gruppi a cui appartengono. È un'eredità trasmessa da una generazione all'altra, ma non è statica: la comunicazione in atto nei gruppi sociali la trasforma continuamente; un'immagine fissa non può catturarla, ci vorrebbe un film. La cultura genera flussi di informazioni che la rendono una realtà viva e permettono alla società di funzionare. Questi flussi plasmano la società, diffondendo innovazioni, pubblicizzando nuovi atteggiamenti e provocando reazioni di accettazione o rifiuto».

Montella (2015) pone in luce il cambiamento di interpretazione dei beni culturali: secondo la concezione classica i prodotti dell'ingegno da tutelare erano solo quelli oggettivamente rispondenti a criteri di eccellenza, artisticamente puri e che si pongono gerarchicamente al vertice, in una concezione, dunque, economicistica e utilitaristica. Tale nozione di cultura limita geograficamente e storicamente lo sguardo a una ben determinata etnia, che sostanzialmente va a celebrare i simboli del proprio etnocentrismo. Ma in un'ottica sistemica e complessa, di riconosciuta universalità dei valori, la cultura attiene a tutta la civilizzazione umana in ogni sfaccettatura possibile, sia materiale sia immateriale, cosicché da risultare in molti casi non valorizzabile.

La definizione di cultura dell'autore in tale prospettiva è dunque la seguente (Montella, 2015, pp. 7-8): «(...) the notion of culture concerns the supply of material and intangible resources, including symbols and values, by which a community and individuals respond to tangible and intangible needs and desires that they experience in a particular time and place. The perception of needs and desires is itself intended to be conditioned by the system of values and knowledge»⁹.

La prospettiva sistemica della cultura implica che essa sia il prodotto contingente e temporaneo della combinazione di elementi, attori e fattori della stratificazione del capitale demografico, cognitivo, relazionale e sociale in un determinato luogo.

A tal proposito, Tunbridge e Ashworth (1996) introducono il concetto di *dissonant heritage*, in cui mettono in luce come necessariamente in ogni momento il patrimonio culturale venga riconosciuto e finisca per appartenere a qualcuno, ma poi possa essere apprezzato anche da altri al di fuori del luogo di creazione dello stesso (ossia messo in valore e "mercificato" in alcuni casi) e, infine, possa anche essere sconosciuto quando il senso di appartenenza e l'apprezzamento dello stesso da parte del gruppo etnico originale vadano ad affievolirsi o persino a scomparire.

Un passaggio degli autori sulla dissonanza dell'eredità appare molto interessante (Tunbridge e Ashworth, 1996, p. 21): «It is not an unforeseen

⁹ «la nozione di cultura riguarda l'offerta di risorse materiali e immateriali, compresi i simboli e i valori, con cui una comunità e gli individui rispondono ai bisogni e ai desideri tangibili e intangibili che sperimentano in un particolare tempo e luogo. La percezione dei bisogni e dei desideri è di per sé condizionata dal sistema dei valori e delle conoscenze».

and unfortunate by-product of the heritage assembly process that can be removed by improving the production process itself. It is inevitable in some form or other in a system where selection is unavoidable. At its simplest, all heritage is someone's heritage and therefore logically not someone else's: the original meaning of an inheritance implies the existence of disinheritance and by extension any creation of heritage from the past disinherits someone completely or partially, actively or potentially»¹⁰.

La cultura deve sempre tenere conto dell'incessante fluire della storia e, dunque, essa si può formare solo coagulandosi nel tempo e radicandosi in "luoghi della memoria" come li ha definiti Nora (1984).

La spiegazione dei luoghi della memoria, del loro rapporto con la storia e della loro essenziale funzione nel caratterizzare i territori può essere sintetizzata in un passaggio particolarmente significativo (Nora, 1984, pp. XXXIV-XXXV): «Ils sont lieux, en effet, dans les trois sens du mot, matériel, symbolique et fonctionnel, mais simultanément, à des degrés seulement divers. (...) Ce qui les constitue est un jeu de la mémoire et de l'histoire, une interaction des deux facteurs qui aboutit à leur surdétermination réciproque. Au départ, il faut qu'il y ait volonté de mémoire. (...). En revanche, il est clair que si l'histoire, le temps, le changement n'intervenaient pas, il faudrait se contenter d'un simple historique des mémoriaux. Lieux donc, mais lieux mixtes, hybrides et mutants, intimement noué de vie et de mort, de temps et de éternité: dans une spirale du collectif et de l'individuel, du prosaïque et du sacré, de l'immuable et du mobile»¹¹.

¹⁰ «Non è un sottoprodotto imprevisto e sfortunato del processo di assemblaggio del patrimonio che può essere eliminato migliorando il processo di produzione stesso. È inevitabile, in una forma o nell'altra, in un sistema in cui la selezione è necessaria. Nella sua forma più semplice, tutto il patrimonio è di qualcuno e quindi logicamente non è di qualcun altro: il significato originario di eredità implica l'esistenza della diseredazione e, per estensione, qualsiasi creazione di patrimonio dal passato disereda qualcuno in tutto o in parte, in modo attivo o potenziale».

¹¹ «Sono luoghi, infatti, nei tre sensi della parola, materiale, simbolico e funzionale, ma contemporaneamente, solamente in misura diversa (...). Ciò che li costituisce è un gioco tra memoria e storia, un'interazione tra i due fattori che porta alla loro reciproca sovradeterminazione reciproca. Da un lato, deve esserci la volontà di ricordare. (...). D'altra parte, è chiaro che, se non intervenissero la storia, il tempo e il cambiamento, dovremmo accontentarci di una semplice storia dei memoriali. Luoghi, dunque, ma luoghi misti, ibridi e mutants, intimamente intrecciati con la vita e la morte, il tempo e l'eternità: in una spirale di collettivo e individuale, di prosaico e sacro, di immutabile e mobile».

Per quanto attiene agli itinerari, dunque, la costruzione dei percorsi deve tenere conto della cultura, della storia e della memoria dei luoghi, in modo che ogni territorio sia collegato agli altri, permettendo la percezione di una narrazione comune.

Secondo Tunbridge e Ashworth (1996), si può costruire un modello di produzione del patrimonio culturale (fig. 1), che per l'occasione viene adattato per allargare lo sguardo a una visione più aderente all'ottica sistemica e partecipativa. Tutti gli agenti del sistema turistico, non solo la comunità locale, ma anche gli attori diretti del turismo, le amministrazioni pubbliche e, in misura forse minore, gli agenti esterni estraggono continuamente dal patrimonio storico, di per sé mutevole nel corso del tempo, risorse che ritengono possano sollecitare la memoria dei potenziali visitatori. Ogni risorsa storica viene poi "confezionata" dandole un'interpretazione, magari per andare incontro al pubblico a cui viene rivolta e, in alcuni casi, aggiungendo altri elementi e risorse per irrobustire la narrazione. Infine, vi è una fase di proposta dell'offerta sui mercati, andando a definire una immagine mirata a beneficio di segmenti specifici di clientela, costruendo dal lato dell'offerta un'industria turistica che possa esaltare le risorse storiche scelte e soddisfare le esigenze della clientela, immergendola nella narrazione sviluppata.

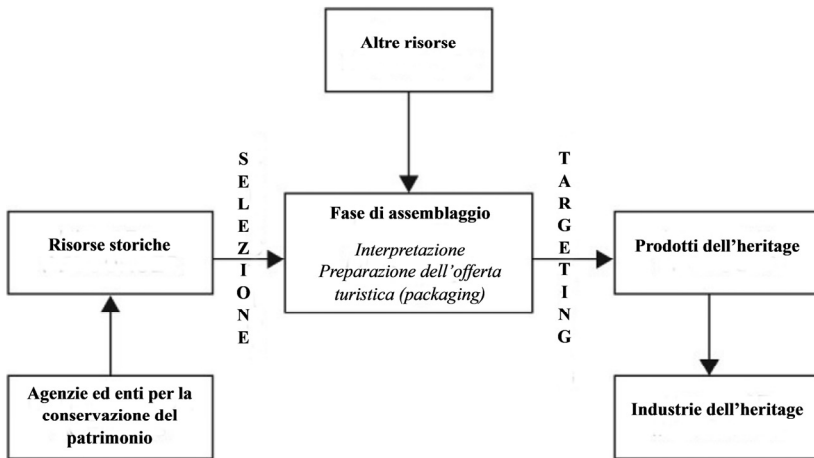


Fig. 1 – Modello teorico di produzione del patrimonio culturale (Fonte: elaborazione da Tunbridge e Ashworth, 1996, p. 7).

Partendo dalle Linee Guida Operative per l'Implementazione della Convenzione del Patrimonio dell'Umanità (UNESCO, 2023a), Ramsay e Tru-

scott (2003) hanno fornito una categorizzazione degli itinerari in base alla loro evoluzione storica e al loro patrimonio culturale.

Gli itinerari “organicamente evoluti” sono percorsi che si sono sviluppati fin dall’antichità per lo spostamento delle persone, di risorse naturali o merci, per poi evolversi in modo differente, come sentieri per usi diversi, perfino sviluppando, a seconda della interazione fra i centri che essi attraversano, una gerarchia stradale.

Gli itinerari “disegnati e intenzionalmente costruiti” dagli esseri umani hanno uno scopo funzionale secondo gli autori, ossia soprattutto per esigenze di collegamento più veloci (come le ferrovie e le autostrade per esempio) oppure per trasportare risorse da uno specifico punto; in verità, esse possono anche avere un carattere estetico, che può incrementare il valore attrattivo delle stesse (per esempio vi sono tracciati ferroviari o stradali con alte qualità paesaggistiche o possono esservi opere ad alto valore scenografico come ponti, ecc.).

Infine, vi sono gli itinerari “con valori associativi”, laddove possano essere ricondotti a paesaggi pressoché naturali e con scarse impronte umane, senza tracce significative della cultura materiale, ma densi di significati immateriali, etnici, religiosi e artistici, che arricchiscono simbolicamente i luoghi.

Timothy e Boyd (2015) sottolineano come vi possano essere aree con percorsi già storicamente sviluppatasi nel corso del tempo, ma che comunque necessitano di una sorta di “attivazione”, ossia che intervengano delle opportunità per cui i centri, i nodi che li compongono, siano effettivamente animati e visitati.

Gli stessi autori ipotizzano poi che vi siano “itinerari intenzionali”, ossia sviluppati attraverso una pianificazione, seppure con diverse gradazioni e sfumature; in sostanza, a partire da un’area geografica che ha dei centri in cui si sono sviluppate tematiche di interesse comune (per esempio legate alla storia locale, al cibo e al vino, a eventi storici, a personaggi famosi, ecc.), si può ipotizzare lo sviluppo di un percorso che tocchi tutti i nodi o solo alcuni, a seconda del potenziale di attrazione di ogni polo.

Secondo MacLeod (2017) gran parte degli itinerari ormai sono pianificati con lo scopo di indirizzare con più precisione lo sguardo del turista su determinati luoghi e su tematiche e narrative predeterminate. Ciò è esemplificato dalla seguente frase (MacLeod, 2017, p. 424): «As linear visitor attractions, trails organise the environments that they inhabit and create new tourist spaces using selected themes and stories. The trail’s task is therefore to create a sequence of sites to be visited and in doing so it creates a sense of order and a structured, chronological narrative. This means of producing space creates a unifying frame through which the diversity of place can be

viewed. The trail as narrative is a useful means of conceptualising these tourism products – like a literary text, the trail presents events and sites in chronological order to make sense of the place and tell a coherent story»¹².

Dunque, il capitale umano è la forza più complessa e plasmante nei luoghi e il fattore di sviluppo principale per i territori. Gli esseri umani, nel loro continuo processo di civilizzazione, creano, alimentano e cancellano elementi culturali ed etnici. Il capitale umano è, al contempo, una forza stabilizzante, ma al suo interno si attua un gioco di equilibri complessi fra i vari elementi, le diverse persone, con le loro mutevoli caratteristiche psicologiche, sociali e relazionali.

Nello sviluppo dei sistemi turistici basati sugli itinerari la componente umana deve sviluppare una pianificazione del percorso e, soprattutto, una narrativa che coinvolga gli attori locali e i visitatori; in tal senso, la creazione di percorsi turistici deve necessariamente passare per una fase di valorizzazione del capitale umano in tutti i suoi aspetti, sia materiali sia immateriali. Traducendo nel concreto, occorre incidere sull'ambiente naturale attraverso una antropizzazione dello stesso, ossia attraverso la tutela e il miglioramento del capitale insediativo, la generazione e il rafforzamento del capitale infrastrutturale e la promozione e il consolidamento del capitale economico.

3.3 *Il capitale insediativo*

L'impronta dell'antropizzazione, del capitale umano sull'ambiente fisico, ossia il capitale ambientale, è data da quello che può essere sinteticamente indicato come capitale insediativo in senso stretto, ossia tutti gli edifici che vanno a comporre parte del paesaggio, a cui si aggiungono, in una

¹² «Come attrazioni lineari, i sentieri organizzano gli ambienti che abitano e creano nuovi spazi turistici utilizzando temi e storie selezionate. Il compito del sentiero è quindi quello di creare una sequenza di siti da visitare e nel farlo crea un senso di ordine e una narrazione strutturata e cronologica. Questo modo di produrre spazio crea una cornice unificante attraverso la quale si può vedere la diversità del luogo. Il sentiero come narrazione è un mezzo utile per concettualizzare questi prodotti turistici: come un testo letterario, il sentiero presenta eventi e siti in ordine cronologico per dare un senso al luogo e raccontare una storia coerente».

visione allargata, il capitale infrastrutturale, tutti gli elementi fisici e immateriali destinati funzionalmente a soddisfare le esigenze degli attori territoriali, e il capitale economico e produttivo, costituito da tutte le attività destinate a produrre ricchezza e ad alimentare il benessere materiale dei luoghi.

Da una prospettiva di osservazione dei sistemi turistici, il capitale insediativo è l'interfaccia principale che i visitatori hanno per interagire con il sistema territoriale di cui sono ospiti; esso indirizza l'esperienza di viaggio e pone dei filtri percettivi allo sguardo dei turisti. Inoltre, tali componenti del capitale territoriale sono quelle maggiormente oggetto di modifiche anche nel breve periodo, diventano oggetto di pianificazione in molti elementi, in modo diretto, come per esempio la costruzione di infrastrutture specifiche, ma anche in maniera indiretta, ad esempio con l'incentivazione allo sviluppo di particolari attività economiche. Dunque, il capitale insediativo è una componente superficiale e più mutevole nel corso del tempo, ma strategicamente essenziale per l'interazione fra gli attori territoriali e per l'estrazione delle risorse, ossia di particolari elementi dalle due componenti più profonde, vale a dire il capitale ambientale e il capitale antropico.

In tal senso, l'assetto morfologico e le possibili configurazioni delle componenti imprenditoriali riguardanti gli itinerari saranno oggetto dei successivi capitoli; pertanto, si svolgeranno in tale paragrafo solo alcune considerazioni generali.

Crouch G.I. (2007) suddivide il capitale insediativo fra attività centrali, caratterizzanti l'offerta turistica, e risorse e fattori di supporto. Nelle prime si ha una componente immateriale, costituita dalle attività disponibili in una determinata località (che possono essere influenzate dal clima, dalla morfologia e dalla cultura locale), dalle diverse forme di intrattenimento per gli ospiti, e dagli eventi speciali, e una componente materiale, composta dalla cosiddetta superstruttura, ossia dalla quantità e qualità dell'ambiente costruito appositamente per le attività turistiche (ricettività, ristorazione, strutture ricreative, attrazioni specifiche come parchi tematici, musei e gallerie d'arte, ecc.). Le risorse e i fattori di supporto, invece, sono costituiti dalle infrastrutture di base e non specifiche a servizio delle attività sociali ed economiche della comunità locale (ossia tutte le infrastrutturazioni di comunicazione e trasporto, i sistemi igienici, i sistemi idrici, i servizi pubblici, i servizi di governo, i servizi sanitari, educativi, finanziari, legali, ecc.), dalle condizioni di accessibilità alla località turistica, ma anche da componenti immateriali come le risorse umane presenti, il senso di ospitalità, il clima imprenditoriale e le caratteristiche della politica locale.

Nella costruzione teorica di Crouch G.I. viene in qualche modo trascurato il ruolo fondamentale del capitale insediativo. Eppure, lo sguardo del tu-

rista viene per prima catturato da tale elemento, ossia una stratificazione e una congerie di stili architettonici, frutto di una serie di tracce dei diversi cicli storici vissuti dal territorio e delle espressioni costruttive delle diverse civiltà che si sono insediate nei luoghi.

Si possono enucleare alcune tematiche di riflessione sul patrimonio materiale (de la Torre, 2013): il valore dei luoghi del patrimonio culturale non è mai intrinseco, ma attribuito da qualcuno che abbia particolari interessi in essi; i luoghi del patrimonio culturale hanno valori molteplici per differenti ragioni e molteplici portatori di interessi che li possono interpretare diversamente; i valori del patrimonio culturale, per le ragioni sopra esposte, possono variare nel corso del tempo; i valori dei luoghi del patrimonio culturale sono incommensurabili, anche se, talvolta, nell'ottica della promozione turistica, ad alcuni può essere attribuito un valore preminente rispetto ad altri; infine, gli interessi confliggenti e l'attribuzione di valori diversi conducono in diversi casi a una conflittualità sull'interpretazione degli stessi.

Tale concezione del capitale insediativo riguarda soprattutto ciò che è ritenuto patrimonio monumentale, ovvero quella parte ancora oggi conservata delle testimonianze delle civiltà passate e che si ritiene di dover avere memoria, conservare, anche preservare mediante vincoli di tutela legislativi e, infine, valorizzare (Davallon, 2002). In effetti, ogni civiltà costruisce simboli etnici, politici e religiosi simbolici della propria cultura. Ove questi riescano a sopravvivere ai cicli del tempo, a processi di distruzione o cancellazione per le più diverse cause, diventano concreti punti di riferimento dei luoghi, travalicando la loro antica funzione per cui sono stati costruiti per assumere valenza culturale ed etnica intergenerazionale.

Accanto ai monumenti simbolici e di riconosciuto valore universale, si deve però sottolineare anche il patrimonio edilizio ordinario, quello utilizzato quotidianamente, che fornisce una trama della vita dei luoghi, fino a costituire l'ordito paesaggistico del territorio. Esso risponde a criteri e a esigenze spesso funzionali, la necessità di abitazioni, gli edifici pubblici, i servizi per la comunità e così via. Ma può anche essere che il crescente afflusso di visitatori incoraggi la costruzione di nuove infrastrutture a beneficio anche della popolazione locale, oppure a esclusivo uso della clientela turistica. In tal caso, esse tendono a consumare spazio, fino a un eccesso di artificializzazione del territorio, pensando, per esempio, a un'eccessiva proliferazione di strutture ricettive di grandi dimensioni o al fenomeno, estremamente diffuso, delle seconde case. Non bisogna d'altro canto dimenticare come in alcuni luoghi vi siano fenomeni di spopolamento e di abbandono delle abitazioni. Pertanto, si presenta l'ulteriore problematica del potenziale degrado del patrimonio insediativo non utilizzato, possibile fattore di repulsione della località da parte dei visitatori, legata all'incuria dei luoghi. Con-

tro tale fenomeno si possono ipotizzare politiche mirate per la riqualificazione e il riuso del patrimonio abbandonato, anche con scopi differenti da quelli iniziali.

Il capitale infrastrutturale può essere generalmente riconnesso a due tipologie funzionali: la prima è quella di soddisfare esigenze della comunità locale e degli altri attori che sono presenti per un certo lasso di tempo su un determinato territorio; la seconda è quella di connettere i luoghi fra loro.

In tal senso, nei sistemi turistici l'attenzione degli studiosi si è incentrata soprattutto sulle reti di trasporto e comunicazione che possano permettere gli interscambi di persone e merci da un luogo all'altro.

Però, il ventaglio degli elementi e delle funzioni da ricomprendere si è notevolmente ampliato negli ultimi anni, in molti casi andando a espandersi rispetto alla tipologia, alla quantità e alla qualità delle infrastrutture necessarie alle esigenze della comunità territoriale di riferimento e delle interrelazioni con gli attori esterni sviluppatasi nel corso del tempo. Il rapido sviluppo di un sistema turistico, in effetti, comporta nuove infrastrutture oppure il potenziamento di quelle esistenti per soddisfare le esigenze anche dei visitatori e degli ospiti temporanei. Così, sorge anche la necessità di un'attenta pianificazione nell'ottica della condivisione, della fruizione contemporanea ed eventualmente della contemperazione delle diverse esigenze della popolazione residente e degli ospiti.

Il capitale infrastrutturale è composto da numerose attività non facilmente definibili univocamente e variabili nei diversi contesti territoriali. Vi è però una suddivisione per macrocategorie generalmente accettata in letteratura, fra infrastrutture economiche e sociali (Snieska e Šimkūnaitė, 2009) oppure, con significato più o meno simile, fra infrastrutture *hard* e *soft* (Cantù, 2017).

Le infrastrutture economiche o *hard* si riferiscono a grandi reti fisiche necessarie alla promozione delle attività e a mantenere il sistema territoriale in funzione. Esse comprendono generalmente i trasporti, le telecomunicazioni, i sistemi di energia, i sistemi idrici e di igiene e i servizi di rifiuti (Cantù, 2017). Tali servizi sono indispensabili per il progresso socioeconomico delle comunità e, quindi, per lo sviluppo dei sistemi turistici.

Le infrastrutture sociali o *soft* si riferiscono ad attività sociali, culturali e politiche per supportare lo sviluppo di una comunità; esse coprono un ampio campo di azione non facilmente definibile, ma che comprendono sanità, educazione, residenzialità sociale e sicurezza.

Naturalmente, entrambe le tipologie devono essere declinate alle differenti scale, da quella locale a quella internazionale, e devono essere valutate nelle loro dimensioni quantitative, qualitative e di accessibilità e fruibilità.

Più specificatamente, nei sistemi turistici il capitale infrastrutturale *hard*,

il nucleo di base fisico su cui poggiare l'intera struttura di offerta, è costituito sicuramente dal sistema dei trasporti e della mobilità, mediante la predisposizione di una rete di vie di comunicazione e nodi di interscambio (aeroporti, porti, stazioni, ecc.), a cui si affiancano con una sempre maggiore rilevanza le reti di comunicazioni, in particolare le telecomunicazioni.

Mentre sulla rilevanza dei trasporti per il turismo si è discusso nel primo capitolo, si deve porre in evidenza l'importanza strategica assunta dalle tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) per lo sviluppo dei sistemi turistici a partire soprattutto dalla seconda metà degli anni Novanta.

Tale rivoluzione può essere sostanzialmente suddivisa in due distinte ere (Xiang, 2018): l'era della digitalizzazione (dagli anni Novanta fino ai primi anni Duemila) e l'era dell'accelerazione (dai primi anni Duemila a oggi). Durante la prima, le tecnologie ICT erano costituite da semplici mezzi per comunicare digitalmente i contenuti dell'informazione tradizionale, mentre la seconda è invece caratterizzata dalla produzione di contenuti informativi più dinamici e interattivi, tali da permettere la produzione di nuove informazioni e scambi commerciali sui mercati globali, senza sostanziali vincoli spaziali.

Sullo sviluppo delle tecnologie ICT comunque non sono mancate critiche per gli impatti che le stesse possono causare sui mercati tradizionali. In uno dei primi studi in tal senso (Buhalis e Zoge, 2007), si osserva che il potere di negoziazione dei fornitori di servizi e dei consumatori si incrementa grazie alle tecnologie ICT a spese, però, degli intermediari, agenzie di viaggio e *tour operator*; inoltre, i mercati virtuali sono facilmente accessibili e ciò comporta l'aumento della rivalità fra gli attori dell'offerta, la minaccia di nuovi ingressi sul mercato e, dunque, di sostituzione degli attuali attori.

Gössling (2021) evidenzia come in realtà vi siano state finora quattro fasi del rapporto fra turismo e ICT. La prima fase di opportunità (1985-1995), in cui compaiono i primi sistemi di prenotazione (per esempio per le compagnie aeree), l'utilizzo dei canali informatici per vendere i pacchetti vacanza e i primi siti aziendali per promuovere le proprie attività. La seconda fase di distruzione (1996-2006), con l'avvento delle piattaforme specializzate (*platform economy*), in cui i canali di distribuzione telematici si vanno a contrarre poiché le transazioni passano con scambi diretti fra offerenti e clienti attraverso siti specializzati e l'introduzione di sistemi di valutazione dell'offerta da parte della clientela che vanno a incidere profondamente sui mercati. La terza fase di immersione (2007-2015) è stata caratterizzata dall'assorbimento delle tecnologie ICT nella vita quotidiana, grazie all'avvento degli *smartphone* e alle tecnologie mobili, in grado di collazionare dati degli utenti di diversa natura, utilizzabili per scopi di mercato e per la

profilazione della clientela. La quarta fase di usurpazione (dal 2015 a oggi) può essere intesa come l'espansione di meccanismi di potere e controllo da parte di un numero limitato di piattaforme dominanti su scala globale, con un focus sul consumatore individualizzato, grazie all'accesso a dati che riescono a definire valutazioni economiche, salute, opinioni e personalità di chi accede ai mezzi di comunicazione (*social media*, ecc.). Per quanto attiene agli itinerari turistici, senza entrare nei dettagli, si può comunque sottolineare l'importanza delle ICT per costruire offerte sempre più interattive, grazie alle tecnologie mobili, in grado di gestire l'orientamento lungo i percorsi (grazie al sistema di posizionamento globale, GPS), ma anche eventualmente l'interazione audiovisiva a supporto dello *storytelling* e di una maggiore immersività nell'esperienza del percorso intrapreso.

Fra gli elementi delle infrastrutture *hard* dei sistemi turistici vanno comprese anche le attività legate alla ricettività e alla ristorazione; sebbene queste vadano generalmente ricomprese fra le infrastrutture *soft* nel quadro complessivo dei sistemi territoriali, la loro rilevanza nella creazione dello spazio turistico, nel processo di territorializzazione e, in diversi casi, nella connessa questione del consumo di spazio le pongono necessariamente al centro dei processi di creazione e sviluppo delle località.

Il capitale infrastrutturale *soft* nel turismo, più difficile da definire, è stato meno studiato in letteratura. Pearce P.L. e Wu (2015) evidenziano come esso sia costituito da servizi attinenti a tre forze fra loro mutualmente interagenti, ossia l'ospitalità, l'interpretazione e i contatti diretti fra le persone. In sostanza, esso è frutto, da una parte, della predisposizione di servizi di accoglienza degli ospiti da parte degli attori dell'offerta turistica, ma, al contempo, essa deriva da contatti individuali più o meno spontanei di ogni turista, ossia attiene alla esperienza individuale di viaggio.

Gli autori individuano le seguenti componenti delle infrastrutture *soft* nel turismo: coinvolgimento emotivo dei lavoratori, in modo che negli ospiti vengano suscitati sentimenti positivi in un ambiente possibilmente amichevole; professionalità e servizi di qualità; capacità di interagire con gli ospiti, grazie anche all'utilizzo di un linguaggio appropriato; utilizzo di *performance* e spettacoli; immersione e partecipazione attiva degli ospiti nelle attività; ascolto di autentiche voci del luogo e contatto con la comunità locale; gestione del sovraffollamento nei momenti di massimo afflusso.

Per una concreta efficacia del capitale infrastrutturale *soft* nell'accezione proposta da Pearce e Wu occorre che esso sia continuamente implementato da tutti gli attori territoriali in contatto con gli ospiti, non solo i lavoratori e i professionisti del turismo, ma anche i membri della comunità locale maggiormente coinvolti negli interscambi socioculturali con i visitatori.

Infine, il capitale economico produttivo è da considerarsi la prima interfaccia fra sistema locale territoriale e il mondo esterno; nel caso del turismo, nelle prime nozioni si faceva riferimento solo ai settori strettamente connessi alle attività turistiche, ma tale interpretazione va comunque allargata nelle prospettive. Inoltre, nel capitale economico e produttivo dovrebbero essere anche ricompresi gli attori della *governance* ai diversi livelli, i quali possono incidere profondamente nella direzione intrapresa per lo sviluppo economico dei territori.

Sulle configurazioni del sistema economico per i sistemi turistici, in particolare le ipotesi che si possono formulare per la gestione degli itinerari, si ritornerà più avanti, mentre si possono svolgere in queste pagine alcuni cenni generali. La definizione del capitale produttivo nel turismo è stata studiata da molti autori così da formare un tema di analisi consolidato e ormai ben sviluppato.

Una delle prime definizioni da tenere in conto è quella di Jafari (1983), che ha definito le attività orientate al turismo, ossia ricettività, ristorazione, trasporto, agenzie di viaggio, attività ricreative e di intrattenimento e altre attività economiche commerciali specificatamente rivolte ai turisti.

Questa definizione stretta del capitale produttivo viene allargata da Uysal (1998), il quale osserva come la permanenza dei turisti in un determinato luogo per un tempo sufficientemente esteso, possa permettere loro di usufruire di alcune attività normalmente orientate a soddisfare prevalentemente la comunità locale, come per esempio alcuni negozi (alimentari, abbigliamento, ecc.) oppure servizi alla persona, o anche servizi sanitari. Secondo l'autore, con l'estensione del periodo di permanenza e cominciando a usufruire di attività economiche non direttamente rivolte ai visitatori, gli ospiti possono cominciare ad apprezzare appieno gli elementi di sfondo del turismo, in realtà le principali attrattive delle località, sia quelle naturali, sia quelle socio-culturali e sia, anche, quelle artificiali, ossia progettate e costruite dagli esseri umani.

A tal proposito, si deve sottolineare una frase di Jafari (1983, p. 77) sulla necessità del rafforzamento dell'industria turistica in armonia con la comunità locale: «The image of a community as a tourism destination will be strengthened when the nature of the travel industry is understood, and the objectives of the industry and the host community are in harmony. Also, the attractions of the host community, the reasons that tourists visit that area, must be recognized and protected. And when all components of the tourism industry acknowledge their interdependence and coordinate their efforts to produce high quality goods and services, the result will be the growth of that community as a popular tourist destination. In other words, all those involved in the tourism industry must first understand and

strengthen the structure of tourism before the industry can effectively reach out to attract and maintain a constant flow of tourists»¹³.

Smith S.L.J. (1994) ha proposto uno schema concettuale del prodotto turistico in un'ottica sostanzialmente fordista, che però risulta utile per analizzare alcuni elementi di strutturazione del capitale economico. Per l'autore il nucleo centrale da cui partire per l'analisi è definito come "l'impianto fisico", ossia un sito, delle risorse naturali, alcuni elementi di attrattività, ma anche edifici e costruzioni, condizionati da alcuni fattori quali il clima, la qualità dell'ambiente e delle acque, il grado di affollamento, ecc. A questo nucleo fisico si devono affiancare dei servizi che intrattengano gli ospiti, ossia che in sostanza aumentino il grado di attrattività della località, agendo in modo molto simile al capitale infrastrutturale *soft* come definito in precedenza. Nelle fasi successive si ha un consolidamento attraverso la professionalizzazione dei servizi e l'incremento del senso di ospitalità. In una fase avanzata, l'aumento delle proposte di offerta comporta anche un senso di libertà di scelta per gli ospiti tra le varie opzioni a disposizione. Infine, il rafforzamento delle interazioni fra gli attori del capitale produttivo e i visitatori permette un maggiore coinvolgimento di questi ultimi nell'esperienza di viaggio.

Lo stesso autore propone un ulteriore modello di sviluppo (Smith S.L.J., 1998) in cui evidenzia quattro fasi per la creazione del prodotto turistico. La prima è costituita dagli *input* primari, ossia dalle risorse primarie, il territorio, l'acqua, il capitale a disposizione, la forza lavoro disponibile, i prodotti agricoli, la capacità costruttiva. La seconda è costituita dagli *input* intermedi, ossia dal processo di creazione di risorse specifiche, come ricettività, ristorazione, musei, parchi. La terza è quella degli *output* intermedi, ossia i servizi, come l'intrattenimento, le guide turistiche, i servizi di allog-

¹³ «L'immagine di una comunità come destinazione turistica sarà rafforzata quando si comprenderà la natura dell'industria turistica e gli obiettivi dell'industria e della comunità ospitante saranno in armonia. Inoltre, le attrattive della comunità ospitante, le ragioni per cui i turisti visitano quell'area, devono essere riconosciute e protette. Quando tutte le componenti dell'industria turistica riconoscono la loro interdipendenza e coordinano i loro sforzi per produrre beni e servizi di alta qualità, il risultato sarà la crescita di quella comunità come destinazione turistica popolare. In altre parole, tutti coloro che sono coinvolti nell'industria turistica devono innanzitutto comprendere e rafforzare la struttura del turismo prima che l'industria possa raggiungere efficacemente l'obiettivo di attrarre e mantenere un flusso costante di turisti».

gio, la preparazione di pasti. La quarta e ultima è costituita dagli *output* finali, ossia le esperienze che i visitatori traggono dal periodo di vacanza vissuto.

In sostanza, il capitale produttivo ed economico è un atto volontario di creatività che dovrebbe tendere a esaltare e a rafforzare la naturale attrattività di alcuni siti, non solo per renderli fruibili a una potenziale clientela, ma anche per fare in modo che i visitatori in qualche modo si leghino alle località attraverso esperienze memorabili.

Tale processo di sviluppo della creatività e dell'imprenditoria deve comunque tenere conto delle condizioni socio-culturali esistenti; in altre parole, il clima imprenditoriale è fortemente influenzato dalla comunità locale, da cui deriva l'assetto delle politiche pubbliche espresse e il ventaglio di opzioni di intervento sul territorio in generale e, nello specifico, in materia di turismo.

In tal senso, si riporta un passaggio di Hall (2009, p. 245): «One of the key points of such a structural and institutional approach is that location matters, and that entrepreneurship needs to be understood as embedded in a place and in the set of socio-cultural, economic and political structures that operate there. (...). The state, and its associated set of policy, regulatory and financial interventions, is therefore an essential ingredient of tourism entrepreneurship»¹⁴.

Il capitale insediativo, dunque, nonostante nei primi studi sia stato percepito come estremamente semplice da rappresentare, ossia come l'espressione fisica e concreta di quanto prodotto sul territorio dal capitale ambientale e dal capitale antropico, in realtà esso è il frutto di un continuo interagire di forze, di interessi privati e di ragioni pubblici; in tal senso, la ricerca di un assetto equilibrato delle risorse e delle forze in campo è l'obiettivo primario per generare una struttura stabile di accoglienza per i visitatori, in grado di appagare appieno la loro permanenza con un'esperienza memorabile.

¹⁴ «Uno dei punti chiave di questo approccio strutturale e istituzionale è che l'ubicazione conta e che l'imprenditorialità deve essere intesa come incorporata in un luogo e nell'insieme di strutture socioculturali, economiche e politiche che vi operano. (...). Lo Stato, e la serie di interventi politici, normativi e finanziari ad esso associati, è quindi un ingrediente essenziale dell'imprenditorialità turistica».

4. Alcune considerazioni su patrimonio territoriale e risorse

Il lungo excursus delle pagine precedenti ha lo scopo principale di evidenziare come i sistemi turistici abbiano un grado di complessità molto elevato non facilmente schematizzabile.

L'assunto di base da cui partire è che ogni territorio ha delle potenziali risorse, ma la loro valorizzazione o la creazione di nuove attrattive non è un fatto spontaneo. Occorre che vi sia una precisa volontà di selezione del patrimonio territoriale, la costruzione di un vero e proprio sistema, lo sviluppo del capitale territoriale, attraverso le azioni di soggetti diversi, di attori locali ed esterni, per sviluppare un sistema turistico di richiamo per i visitatori. Il sistema turistico, dunque, può crearsi, sviluppare e continuamente trasformarsi solo grazie a una precisa volontà umana, al disegno di traiettorie e percorsi che devono essere costantemente accompagnati non solo da attività imprenditoriali, ma anche dalla condivisione delle scelte e delle strategie da parte della comunità locale e dalla attività pianificatoria e incentivante promossa dalla *governance* pubblica.

In tal senso, per gli itinerari turistici, anche quelli con una componente naturale molto marcata, la valutazione iniziale del patrimonio territoriale, delle risorse da valorizzare e poi del capitale territoriale da attivare, costruire e sviluppare, con tutti gli eterogenei elementi che lo compongono, è la prima fase necessaria per la pianificazione di proposte legate a tali forme di turismo, osservando che i percorsi, per loro stessa natura, vanno a regionalizzarsi, a mettere a sistema diverse località e numerosi attori, così da rendere necessaria la ricomposizione in un unico quadro del complesso mosaico territoriale.

5. La configurazione territoriale degli itinerari

1. Premessa

La configurazione spaziale delle risorse turistiche, dei nuclei di attrazione, per utilizzare la terminologia di Leiper (1990), è un tema di ricerca molto interessante, che risponde ad alcune questioni fra cui la magnitudine di ognuno di essi, in base al proprio patrimonio territoriale e alla risorse che si sono riuscite ad attivare, la generazione di campi di forza, di disturbo e di concorrenza che si vengono a creare in base alla distanza fisica e funzionale, o, al contrario, la creazione di rapporti di interscambio, di reti di collaborazione e complementarità.

Più nello specifico, gli itinerari rappresentano sistemi turistici estremamente complessi, in cui si hanno necessariamente configurazioni polinucleari e multipolari, che devono però tenere conto di due fattori fondamentali.

Il primo è la ricerca di un necessario equilibrio, per cui le attrattive di un nucleo non devono essere eccessivamente preponderanti rispetto al resto del sistema, altrimenti la sua stessa esistenza viene a essere compromessa, poiché vi sarebbe un eccesso di attrazione verso la località principale che potrebbe oscurare il resto del territorio.

Successivamente si dovrebbe avere la creazione e il consolidamento di un tema di fondo, una narrativa che legghi i diversi nuclei di attrazione, condiviso dagli attori locali e apprezzabile da parte dei visitatori, così da fungere, dunque, da collante e da volano di regolazione e bilanciamento all'interno del sistema turistico disegnato per proporre un itinerario.

Nel prosieguo della trattazione si cercherà, dunque, di delineare la configurazione territoriale dei centri in base ad alcuni spunti teorici finora proposti in letteratura.

2. I modelli per la valorizzazione del patrimonio territoriale

Partendo dalla proposta metodologica di Bonerandi (2005), si può tentare di estrapolare e valutare le differenti configurazioni territoriali delle località turistiche, con uno schema piuttosto semplice, ma estremamente efficace nella rappresentazione (fig. 1).

Nel modello proposto, si parte dalla configurazione più semplice, che presuppone un polo turistico isolato. Tale situazione può verificarsi nelle prime fasi di sviluppo, nelle cosiddette stazioni pioniere del modello di Miossec (1977), oppure in aree che hanno peculiari caratteristiche del proprio patrimonio territoriale non riscontrabili nei luoghi contigui. Cersosimo e Donzelli (2000) ipotizzano la cosiddetta “sindrome dell’oasi” per aree naturalistiche di particolare bellezza che, però, non comunicano con il territorio circostante; per gli autori analoga situazione si ha con i beni culturali, quella che viene definita in questo caso “sindrome del capolavoro”, opere dell’ingegno umano che spesso vengono presentate slegate dal loro contesto territoriale, seppure concentrate, per vari accadimenti storici, in un unico centro.

Di solito i poli isolati hanno una configurazione territoriale legata alla piccola dimensione demografica; ma può capitare che vi siano ricomprese anche grandi città che abbiano una tale forza attrattiva rispetto al proprio *hinterland*, così da creare un effetto ombra sul resto del territorio e non permettere effetti diffusivi intorno a essa.

Quando, invece, cominciano a svilupparsi effetti diffusivi sul territorio, inizialmente nelle aree periurbane e urbane, gli stessi vanno a prevalere sulle forze centripete o, comunque, riescono a integrarsi all’attrattività dei luoghi di primo interesse, in modo da poter avere un rilevante sviluppo territoriale, così da fungere in questo caso da “località motrice” (parafrasando le teorie perrousiane) e da modello di riferimento per il resto del territorio.

Le connessioni fra i territori, però, possono anche non sorgere, magari per questioni di campanilismi ed eccessive spinte localistiche, cosicché possono crearsi dei poli di attrazione similari nell’offerta e in concorrenza fra loro, che non dialogano e non mettono in campo azioni di coordinamento e collaborazione; in tal caso, le azioni programmatiche tendono a disperdersi e si affievoliscono ulteriormente le capacità di coesione, amplificando i rischi di frammentazione e, a lungo andare, di implosione delle società e delle economie locali.

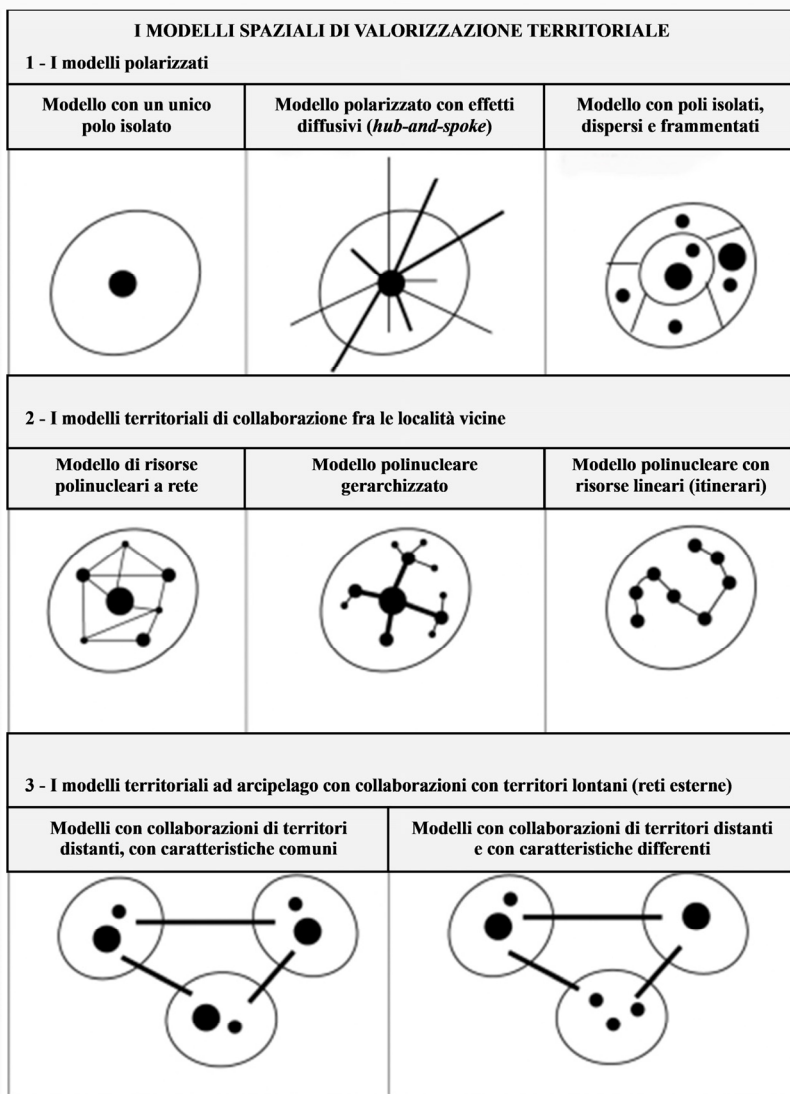


Fig. 1 – I modelli spaziali di valorizzazione patrimoniale (Fonte: elaborazione da Bonerandi, 2005)

Il modello opposto a quello del polo isolato è costituito dall'ipotesi della messa a risorsa delle località già ideando la configurazione di una risorsa polinucleare, che metta a rete le diverse attrattive di un territorio. Si tratta di

un progetto territoriale che riunisce un insieme di siti collegati tra loro, valorizzando il principio di connettività per consentire scambi e interazioni in modo da sviluppare un *milieu*, una certa atmosfera creativa. Lo sviluppo di una rete di interrelazioni mira a garantire l'innervazione del territorio attraverso un'organizzazione policentrica. Tale configurazione appare molto più matura e contemporanea, non può nascere da fenomeni spontaneistici, ma da un'attenta analisi, cura, preparazione e sviluppo pianificatorio che deve precedere lo sviluppo del progetto territoriale. Bisogna, inoltre, assicurare l'equilibrio fra i diversi poli di attrazione e la rappresentatività di tutti gli attori interessati. Si deve, in altre parole, generare e continuamente rinnovare una sentita e partecipe "coralità produttiva" (Becattini, 2015), nel senso più ampio del termine, in grado di creare un vivo e vivace paesaggio culturale in cui il visitatore possa immergersi, esaltando le caratteristiche e le narrative tematiche comuni a tutte le località.

Può essere che le località non abbiano la stessa configurazione demografica, sociale o economica, oppure la stessa capacità attrattiva; pertanto, si può allora immaginare un'organizzazione gerarchica. In tale caso, però, il centro più importante deve unificare e permettere le interconnessioni fra tutte le località, rinunciando alla propria egemonia a beneficio di uno sviluppo equilibrato, a pena di ritrovarsi con un modello gerarchico configurato come un *hub and spoke*, dove la vitalità del sistema territoriale sarebbe di fatto demandata alla sola località principale.

Gli itinerari sono una conformazione particolare di risorsa polinucleare in cui la connessione fra i luoghi non si rappresenta come una densa rete, ma dove ogni località, ogni tappa, va a legarsi solo a quella successiva, tenendo ben presente, comunque, tutte le risorse a disposizione nell'intero sistema territoriale.

Vi è infine l'eventualità che si possano creare reti associazionistiche con lo scopo di promuovere progetti o istanze comuni di territori fra loro distanti. In tal caso, l'attenzione si sposta dal territorio alla rete esterna, che va a sostenere i collegamenti fra luoghi disgiunti secondo un modello che si può definire come un "arcipelago". Tale modello si basa sugli scambi di competenze e la condivisione di esperienze a distanza, favoriti anche dalla diffusione delle tecnologie di comunicazione e informazione.

Le reti territoriali che si vengono a creare possono raggruppare luoghi distanti, ma con caratteristiche simili oppure realtà diverse fra loro, ma comunque interessate a collaborare su specifiche questioni. Possono essere sviluppate specifiche tematiche di attrattività (città del vino, città dell'olio, borghi autentici, ecc.) oppure possono essere utili per risolvere questioni comuni (ad esempio comuni di montagna, ecc.). Rispetto allo schema complessivo proposto, la configurazione spaziale migliore per gli itinerari è

quella che permette una regionalizzazione polinucleare, che prospetti la possibilità di sviluppare coralmemente l'intero territorio. Può accadere comunque che si possano creare degli itinerari *hub and spoke*, laddove un centro molto attrattivo tende a creare un proprio intorno e a generare effetti diffusivi dei flussi turistici, che possano poi strutturarsi in itinerari, eventualmente in circuiti con base di partenza e di arrivo nella località principale.

Occorre però domandarsi come in effetti si possa generare una proposta di itinerario e come possano crearsi reti collaborative che eliminino o comunque attenuino eventuali tensioni e rivalità fra i vari attori e le località in favore della ricerca di un equilibrio proattivo, che possa permettere la fertilizzazione di idee e buone pratiche in favore dell'intero sistema turistico, così da trarne benefici e vantaggi per tutti gli attori coinvolti.

3. La bioregione urbana e il turismo

Il paradigma progettuale della bioregione urbana proposto da Magnaghi (2014) presenta diversi spunti di riflessione, che potrebbero essere posti alla base dell'ideazione di sistemi turistici regionalizzanti, come nell'ipotesi della creazione e sviluppo di itinerari.

Innanzitutto, occorre precisare che, come lascia intendere la parola bioregione, il concetto è stato inizialmente proposto in letteratura scientifica come idea progettuale per sviluppare un approccio ecologista alla pianificazione territoriale.

Solo successivamente la bioregione ha iniziato ad avere prospettive sociologiche in un'ottica di sostenibilità; Magnaghi amplia ulteriormente le prospettive di analisi, pervenendo a un concetto territorialista, che valorizzi gli aspetti peculiari dei luoghi.

In tal senso, l'autore evidenzia come sia necessario: «affermare il principio di co-evoluzione fra luogo (*place*), lavoro (*work*) e abitanti (*folk*); valorizzare la peculiarità e l'unicità identitaria (*uniqueness*) di ogni regione e di ogni città; mettere in atto analisi di lunga durata (*reliefs and contours*) per scoprire le relazioni coevolutive (naturali e culturali) “al lavoro” in ogni regione; evidenziare i principi coevolutivi di lunga durata che promanano da queste relazioni (*Regional Origins*) come guida per scoprire le regole invariante (genetiche e di trasformazione) che consentono nel tempo la riproduzione dei caratteri identitari della “bioregione”» (Magnaghi, 2014, p. 9).

Attraverso questi passaggi teorici si perviene alla definizione di bioregione, ossia: «la bioregione urbana è un sistema territoriale locale dotato di

forme di autogoverno finalizzate all'autosostenibilità del sistema stesso e al benessere degli abitanti e che, a tal fine, attivano sistemi produttivi a base locale fondati sulla valorizzazione delle risorse patrimoniali di lunga durata (beni comuni ambientali, territoriali, paesaggistici, socioculturali) e promuovono politiche ambientali finalizzate alla chiusura locale tendenziale dei cicli delle acque, dei rifiuti, dell'alimentazione, dell'energia» (Magnaghi, 2014, pp. 10-11).

Alla definizione di Magnaghi si può comunque muovere una critica importante nel momento in cui si evidenzia come sostanzialmente la bioregione urbana sia definita come un sistema chiuso, in cui gli scambi con l'esterno non siano affatto valorizzati e le finalità principali si limitino essenzialmente alle politiche di preservazione dell'ambiente e al benessere dei soli abitanti.

Lo stesso autore, però, poi osserva come si debba mettere in relazione dinamica il patrimonio territoriale con i sistemi produttivi, ipotizzando che questi ultimi debbano essere in grado di trasformarsi al fine di poter realizzare una bioregione urbana.

I mutamenti di approcci nei sistemi produttivi devono necessariamente tenere conto di due paradigmi: promuovere un approccio *place-based*, cercando di valorizzare le produzioni locali e il consumo di risorse autoprodotte per contenere l'impronta ecologica; incentivare lo sviluppo di attività produttive che valorizzino le qualità specifiche dei patrimoni territoriali peculiari ad ogni bioregione, nella loro caratterizzazione di patrimoni materiali e immateriali.

Per garantire la vitalità della bioregione urbana il primo principio cardine è quello della definizione delle funzioni e della esaltazione delle unicità e tipicità di ogni località: «the more the functions of each centre of this multipolar system have their own specific identity and differ from the other centres, and the more the mutual relations among the centres increase, the stronger each centre will become»¹ (Magnaghi, 2020, p. 47).

Un sistema bioregionale urbano in grado di sviluppare le peculiarità di ogni centro riesce a rafforzare relazioni e reti multipolari, ma si deve comunque cercare di evitare la formazione di marcate gerarchizzazioni fra i

¹ «quanto più le funzioni di ciascun centro di questo sistema multipolare hanno una propria identità specifica e si differenziano dagli altri centri, e quanto più aumentano le relazioni reciproche tra i centri, tanto più ogni centro diventerà forte».

luoghi: «the design principles of a bioregional settlement system have to respond to two contrasting requirements: the need to strengthen the identity of each node in the network, without which multipolar relationships cannot develop, and the need to avoid this reinforcement disrupting the dynamic equilibrium between centres, so the system does not veer towards a hierarchical system of relations where dependency relationships develop between peripheral centres and the central city»² (Magnaghi, 2020, p. 47).

Nel concreto, il disegno di un sistema bioregionale urbano (fig. 2) deve partire da un approccio partecipativo per la conoscenza sociale dei luoghi che contribuisca, attraverso approcci multidisciplinari, all'identificazione e rappresentazione del patrimonio territoriale.

In una seconda fase, dopo aver analizzato attentamente l'intero patrimonio territoriale, si vanno a identificare le caratteristiche strutturali dei luoghi, la stratificazione di modi di vita e di regole condivise che possano fungere da base per la fase pianificatoria successiva.

La fase successiva prevede la costruzione di scenari progettuali che vadano a porre attenzione sugli equilibri idro-geomorfologici, la qualità della rete ecologica, la qualità degli insediamenti umani, i sistemi produttivi agro-forestali e i sistemi produttivi ed energetici locali. Infine, si ha una fase di elaborazione progettuale tesa a incoraggiare il governo locale dei territori, sia attraverso pianificazioni sistemiche e integrate, sia con piani e progetti specifici e settoriali; in tale fase, è fondamentale il coinvolgimento della comunità locale nelle pianificazioni e nelle azioni concrete per consentire la fruizione delle risorse per tutti gli attori.

In tal senso, la creazione di un sistema turistico potrebbe configurarsi come bioregione urbana, con una prima fase tesa ad esaltare le caratteristiche di ricerca e rappresentazione del patrimonio territoriale, incentivando il coinvolgimento della comunità locale mentre, in una fase successiva, si dovrebbero sviluppare pianificazioni specifiche, le quali, però, potrebbero avere anche riflessi sistemici sull'intera regione.

² «I principi di progettazione di un sistema insediativo bioregionale devono rispondere a due esigenze contrastanti: la necessità di rafforzare l'identità di ogni nodo della rete, senza la quale non si possono sviluppare relazioni multipolari, e la necessità di evitare che questo rafforzamento interrompa l'equilibrio dinamico tra i centri, in modo che il sistema non viri verso un sistema gerarchico di relazioni in cui si sviluppano rapporti di dipendenza tra i centri periferici e la città centrale».

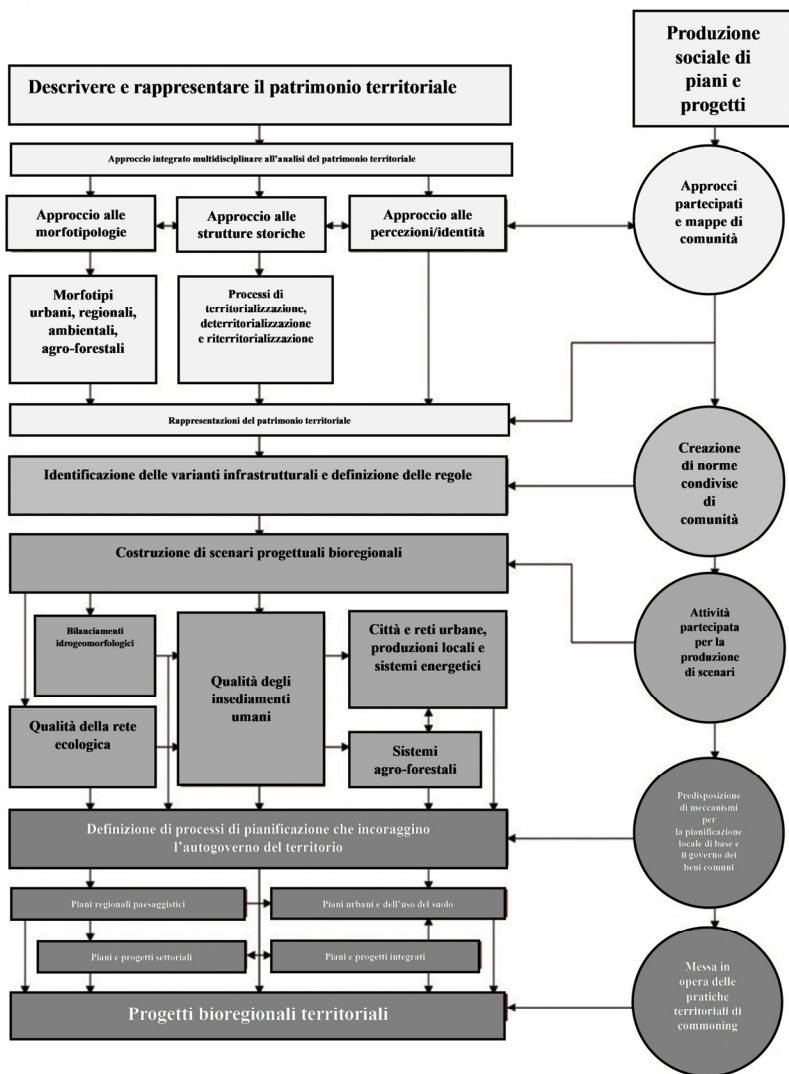


Fig. 2 – I processi pianificatori della bioregione urbana (Fonte: elaborazione da Magnaghi, 2020, p. 43).

L’approccio ecologico e territorialista proposto nel paradigma della bioregione urbana si inserisce in un ampio filone di studi già consolidati in tema di approcci sostenibili ai sistemi turistici, arricchendoli e collocandoli sotto uno sguardo d’insieme di pianificazione di medio e lungo periodo.

4. La progettazione degli itinerari

La progettazione degli itinerari turistici può essere suddivisa in diverse fasi da sviluppare: allo scopo di esporre brevemente alcuni di questi passaggi si proporrà una rivisitazione degli schemi metodologici proposti recentemente da López Sánchez, Linares Gómez del Pulgar e Tejedor Cabrera (2022) e Linares Gómez del Pulgar et al. (2024), tenendo conto anche dello schema di Magnaghi (2020) descritto sommariamente in precedenza.

L'approccio teorico che si va brevemente a illustrare ha maggiore aderenza con i contesti aperti e rurali, siano essi con un predominio del capitale naturale sia se vi sia una forte impronta antropica. Nei contesti urbani, invece, le fasi pianificatorie sono necessariamente più limitate e adattate al paesaggio fortemente antropizzato, ma comunque necessarie per sviluppare dei solidi sistemi turistici.

4.1 *La prima fase: l'analisi del patrimonio territoriale*

La prima fase da porre in campo riguarda l'analisi del patrimonio territoriale in una prospettiva multidisciplinare e diacronica, in particolare tenendo conto di tutti i processi di territorializzazione, de-territorializzazione e ri-territorializzazione (Raffestin, 2012) che lasciano nel corso del tempo le proprie impronte nei luoghi, li rendono unici, creano e disfano morfotipi ambientali, insediativi, infrastrutturali ed economici, producono e modellano paesaggi che rappresentano la parte visibile di tutte le forze che hanno vissuto e vivono il territorio

Come sottolineato nel capitolo precedente, l'identità di una comunità locale si fonda su elementi che possono tramandarsi nel corso del tempo, oppure essere creati *ex novo*, distrutti od obliterati, riscoperti in una prospettiva di recupero delle proprie radici etniche.

In tutti questi processi, l'analisi del patrimonio territoriale, delle risorse ancora esistenti e della scoperta o eventuale riscoperta di ulteriori attrattive deve tenere conto dei tratti identitari, della percezione dei diversi elementi, dei significati simbolici a essi associati, dei paesaggi e delle conseguenti sensazioni che essi trasmettono.

Uno schema (fig. 3) proposto da Alvarado-Sizzo (2023) illustra come una componente territoriale possa assumere un certo significato e valore identitario, socio-politico, storico, naturalistico o artistico e così entrare a far parte del capitale territoriale, ma, successivamente, la crescita dell'interesse da parte dei turisti, le rappresentazioni dell'elemento attraverso la letteratura, la pittura, la musica e altri mezzi di comunicazione e, infine, lo

sviluppo di materiali comunicativi per i visitatori (i cosiddetti marcatori territoriali per l'autrice) trasformano tali elementi in icone turistiche.

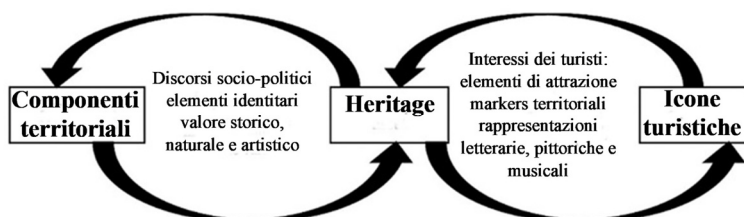


Fig. 3 – Le rappresentazioni del circolo turistico del patrimonio territoriale (Fonte: elaborazione da Alvarado-Sizzo, 2023, p. 476).

L'autrice critica la trasformazione degli elementi identitari in prodotti turistici, come sottolineato nel seguente passaggio: «Such attention is due not only to the beauty, exoticism, antiquity or rarity of heritage assets, but also, and remarkably so, to the fact that they have become attractions that (...) are more than artefacts, natural sites or cultural expressions: they represent a concept; more than objects, they are signs. (...). If those places are worth a visit, it is not so much for their intrinsic historical and cultural value as for their value as signs and for the markers that underlie them. (...). This very mechanism strips sites and artefacts from their essence as cultural-historic assets and/or identity elements, and turns them into tourist icons, objects of desire held in all kinds of pictures and representations, in short, a sort of tourist trophy»³ (Alvarado-Sizzo, 2023, p. 476).

Nella scelta delle componenti territoriali da far conoscere e fruire da parte dei visitatori, dunque, si deve cercare di permettere uno sguardo com-

³ «Tale attenzione è dovuta non solo alla bellezza, all'esotismo, all'antichità o alla rarità dei beni del patrimonio, ma anche, e in modo notevole, al fatto che essi sono diventati attrazioni che (...) sono più che manufatti, siti naturali o espressioni culturali: rappresentano un concetto; più che oggetti, sono segni. (...). Se quei luoghi meritano una visita, non è tanto per il loro valore storico e culturale intrinseco, quanto per il loro valore di segni e per i marcatori che li sottendono. (...). Questo stesso meccanismo toglie ai siti e ai manufatti la loro essenza di beni storico-culturali e/o di elementi identitari e li trasforma in icone turistiche, oggetti di desiderio racchiusi in immagini e rappresentazioni di ogni tipo, insomma in una sorta di trofeo turistico».

plussivo ai luoghi, non solo ad alcune sue parti, che possono restituire una immagine distorta delle località, delle “sineddoche territoriali” come le denomina Alvarado-Sizzo (2023).

Il primo passo è dunque quello di condurre un attento studio sull’evoluzione e la storia del paesaggio culturale per comprendere come si sia strutturata la sua rete di risorse patrimoniali, con un approccio diacronico e multidisciplinare che ponga il paesaggio come oggetto centrale di studio e interpretazione.

Tale prima fase è applicabile a tutti i contesti: negli itinerari legati alla natura potrebbero essere individuate le aree più sceniche, oppure particolari elementi morfologici o, ancora, appartenenti alla biosfera (piante, animali, ecc.); negli itinerari a connotazione antropica, sia urbani sia rurali, ovviamente si valuteranno i beni culturali materiali (architettura, siti archeologici, infrastrutture, ecc.), il patrimonio immateriale (feste popolari, artigianato, folclore, ecc.) e la visione complessiva dei paesaggi culturali.

4.2 La seconda fase: lo sviluppo delle reti e delle narrazioni

In una seconda fase, la conoscenza fornita dallo studio diacronico e multidisciplinare del paesaggio dovrebbe consentire di rilevare diverse idee e forze territoriali legate a pratiche culturali, religiose, produttive, ecc. Ossia, si vengono a disvelare interrelazioni, campi di forza e di attrazione fra i diversi elementi territoriali, alcuni evidentemente già noti e consolidati, ma altri scoperti, riscoperti o da riscoprire, oppure anche da creare. Si potranno pertanto delineare delle linee tematiche, che potranno generare delle reti patrimoniali che integrino tutti gli elementi associati a quel tema. Le reti saranno dunque utili per sintetizzare, organizzare e coordinare le risorse patrimoniali e per strutturare lo spazio turistico che si sta formando.

Le reti creano pertanto connessioni interpretative tra gli elementi del patrimonio territoriale. Tali connessioni portano a una comprensione più profonda di come le società umane abbiano, nel tempo, compreso, vissuto, sfruttato e organizzato il territorio, e di come queste relazioni tra le persone e il territorio abbiano prodotto il paesaggio attuale. Queste connessioni interpretative possono essere trasmesse come narrazioni. L’analisi e la costruzione narrativa non sono metodi estranei alla pianificazione turistica; sono fondamentali per promuovere un turismo mirato alla comprensione dell’ambiente complessivo al di là dei singoli elementi patrimoniali che lo compongono. Oltre al potenziale di trasmissione della conoscenza da parte delle narrazioni, esse possono essere utilizzate con particolare attenzione al loro potenziale relazionale fra comunità locale e ospiti. Le narrazioni, inol-

tre, sono anche una risorsa utile per la formalizzazione di un territorio come destinazione turistica, poiché da esse si può creare un'immagine e un marchio riconoscibile.

Prima della fase di strutturazione dei percorsi e degli itinerari sul territorio, l'utilizzo di una narrativa di fondo, di uno *storytelling* dei luoghi, può risultare strategicamente importante per vari motivi: innanzitutto, si può riformulare una storia dei luoghi che li renda più appetibili ai visitatori, dunque per strategie di *marketing*; più in profondità, si possono creare e rafforzare interazioni sociali fra ospiti e ospitanti, condividendo esperienze comuni e trasmettendo valori, magari legati al rispetto dei luoghi e alla sostenibilità delle pratiche turistiche; ancora più in fondo, si possono trasmettere simbolismi e memorie, generando un senso di appartenenza al territorio visitato.

Nel modello proposto (fig. 4) da Bassano et al. (2019), si prospetta una prima fase preliminare di costruzione della storia (*storybuilding*), in cui, partendo dalla società locale e dagli *stakeholder*, dalla cultura, dai valori dei luoghi e dagli eventi storici del passato, ossia quella che viene definita come "personalità del luogo", si può costruire un'analisi autobiografica basata sugli aspetti unici e distintivi dei luoghi, esaltando eventuali fattori di successo e di originalità. Dopo aver individuato l'autobiografia dei luoghi, occorre costruire una trama, uno schema narrativo che esalti gli elementi salienti, pensando anche al modo e al tono con cui raccontare le diverse storie. Infine, si ha la creazione di una storia dei luoghi da diffondere anche a tutti gli *stakeholder*, in modo che essa sia condivisa da tutti coloro che interagiscono con il territorio narrato.

La seconda fase è quella della narrazione della storia attraverso la diffusione mediante i diversi canali di comunicazione, lo *storytelling* vero e proprio; in questa fase è necessario pianificare la portata dei messaggi da diffondere, scegliendo fra diverse scale da quella locale a quella internazionale, le tipologie di mezzi di comunicazione da usare e di narrativa da creare.

L'ultima fase è quella del monitoraggio dell'efficacia della storia narrata presso il pubblico, che viene chiamata *storylistening*, in cui viene valutata la popolarità e il successo presso il pubblico della narrazione attraverso i *feedback* dei visitatori, per esempio tramite questionari e gruppi di discussione anche mediante i *social media*. Tale fase deve essere attentamente seguita dagli organi di *governance* locali, in modo da apportare eventuali modifiche e migliorie, gestire le parti non gradite o non interpretate correttamente dal pubblico, fino alla rimozione di contenuti sgraditi, in un'ottica di co-creazione dell'esperienza turistica.

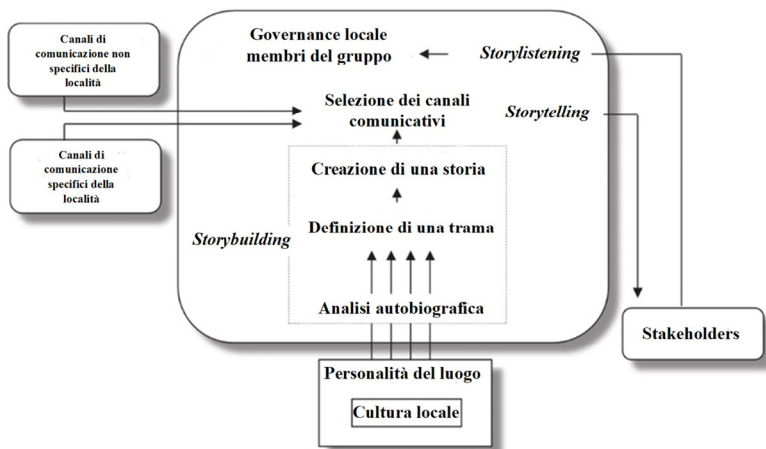


Fig. 4 – Le tre fasi del place storytelling (Fonte: elaborazione da Bassano et al., 2019, p. 12).

Bassano et al. (2019) pongono l'accento sulla necessità di una consonanza interna fra tutti gli attori per arrivare a una costruzione della storia condivisa con una visione comune del luogo e di ciò che si vuole narrare, ponendo attenzione su caratteristiche valoriali e informative da valutare attentamente, al fine di restituire un'immagine sistemica del territorio da poter diffondere attraverso i canali di comunicazione.

Inoltre, nella fase di ascolto a valle della diffusione dello *storytelling* prescelto, per aumentare la reputazione dei luoghi, potrebbe essere importante allinearsi, quantomeno in parte, alle esigenze e ai sentimenti degli ospiti, in modo da creare una consonanza esterna con il pubblico che fruisce della narrazione, rispondendo dinamicamente agli stimoli dei visitatori.

4.3 La terza fase: la diagnosi di attrattività del paesaggio

Successivamente si dovrà sviluppare una fase di diagnosi dell'attrattività e della leggibilità del paesaggio. Si tratta di un processo che, da un lato, individua i potenziali elementi strutturali del territorio. Tali elementi sono i punti di vista paesaggistici e la rete di mobilità, al fine di stabilire se sia possibile creare collegamenti visivi e fisici tra le risorse del patrimonio a partire da essi. Dall'altro lato, la diagnosi studia il livello di appartenenza delle risorse del patrimonio alle dinamiche turistiche. Si dovrà tenere conto di alcuni aspetti, per esempio se le risorse siano attualmente visitabili oppure se siano parzialmente aperte alle visite o, infine, se attualmente siano to-

talmente estranee alle dinamiche turistiche. La diagnosi stabilisce anche una classificazione gerarchica delle risorse del patrimonio basata su due parametri: il loro livello di riconoscimento sociale e la loro presenza nelle guide turistiche locali.

Lo schema ideografico di Lew (1987) suddivide le caratteristiche attrattive di un territorio in tre categorie: la prima è quella degli “ambienti generici”, consistenti in panorami, paesaggi produttivi e insediamenti, che esistono a prescindere dallo sviluppo del turismo; la seconda è quella delle caratteristiche specifiche, che si sviluppano in determinati luoghi con una forte propensione all’attrazione dei visitatori; infine, vi sono gli ambienti inclusivi, laddove si sviluppano specifiche strutture e attività che esaltino la partecipazione attiva dei visitatori. Sulla base di tale schema, gli itinerari dovrebbero sicuramente includere inizialmente gli ambienti generici, mediante l’attraversamento di punti scenici per appagare lo sguardo del turista, soprattutto nei percorsi in cui si sviluppa il capitale ambientale (Dorwart, Moore e Leung, 2009), magari prevedendo di creare nuovi percorsi o modificando quelli storici; inoltre, nelle aree di concentrazione delle risorse patrimoniali è importante pianificare delle tappe e delle aree di sosta.

L’immersione nell’esperienza turistica relativa agli itinerari attiene alle pratiche di pianificazione delle località e, quindi, a una fase successiva di sviluppo, ma occorre notare che le attività di coinvolgimento dei visitatori debbano esaltare le percezioni positive e le preferenze degli stessi (Dorwart Moore e Leung, 2009); pertanto, una volta individuate gerarchicamente i punti di maggiore attrazione, si dovrebbero prevedere, almeno in tali siti, forme di coinvolgimento degli ospiti, per lasciare impresse esperienze memorabili e incrementare l’attrattività dei luoghi.

4.4 La quarta fase: la creazione degli itinerari

In tale fase, le risorse del patrimonio territoriale di ciascuna rete vengono connesse attraverso le infrastrutture di mobilità esistenti, o il recupero di altre dismesse o in disuso, oppure, infine, la creazione di nuove.

In tale momento sostanzialmente si vanno a spazializzare le reti del patrimonio territoriale in percorsi tematici che riflettono l’identità e le narrative prescelte. Le reti di itinerari devono essere pensate per esaltare le diverse forme della mobilità lenta, così da collegare tra loro diversi beni patrimoniali e di trasmettere, attraverso il cammino, la dimensione territoriale e paesaggistica di tali beni. Dunque, i percorsi si concretizzano in tale fase, diventando una strategia utile per la progettazione di uno spazio turistico su larga scala e contribuendo attivamente all’equilibrio nel territorio.

Il modello di Timothy e Boyd (2015), che si fonda su una precedente teorizzazione di Murray e Graham (1997), evidenzia come gli itinerari storici si evolvono organicamente nel corso del tempo e possono anche essere adattati per scopi turistici; tale semplificazione modellistica evidenzia come l'attrattività e la fruibilità degli elementi componenti l'itinerario mutino nel corso del tempo per fattori contingenti oppure pianificati (fig. 5).

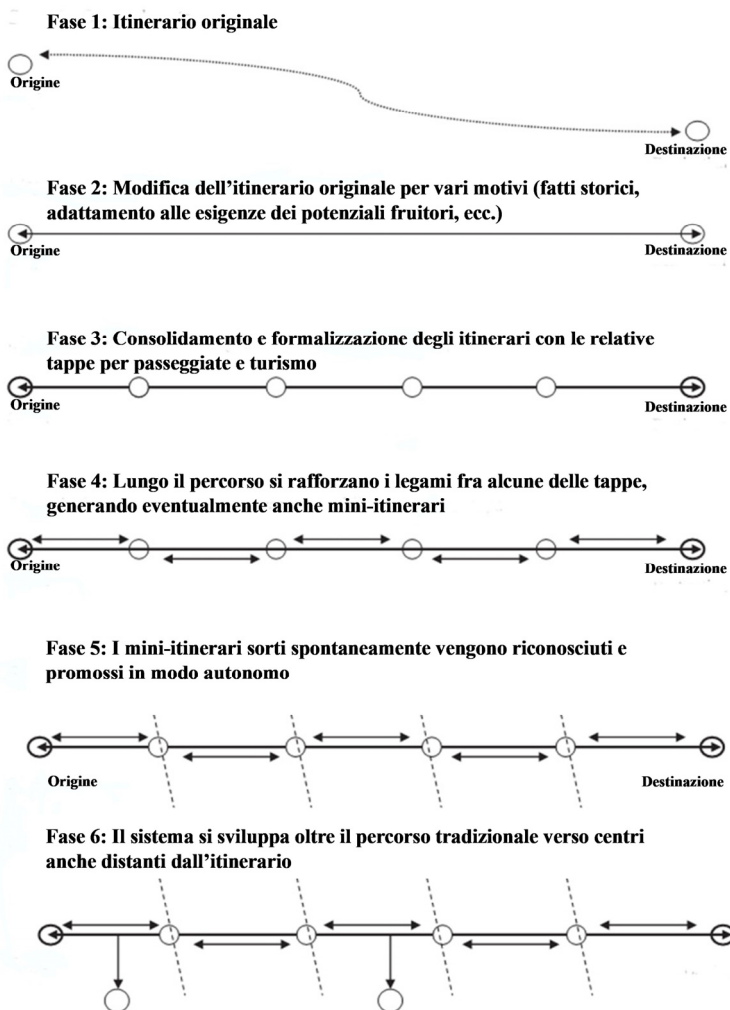


Fig. 5 – Evoluzione degli itinerari dai tracciati originali ai percorsi evoluti (Fonte: elaborazione da Timothy e Boyd, 2015, p. 23).

In tale modello, la prima fase riguarda lo sviluppo dell'itinerario storico, che di solito connette solo la località di partenza con quella di arrivo per diverse ragioni, quali gli scambi commerciali, l'uso militare, ecc.

Durante la seconda fase, iniziano ad apparire infrastrutture di supporto, come sentieri segnalati, ponti, ostelli, locande e altri servizi per i viaggiatori; lo sviluppo di località intermedie fa sì che la meta finale del percorso divenga meno importante man mano che i viaggiatori vengano attratti dalle infrastrutture che sorgono lungo il cammino

Nella terza fase, la strutturazione spaziale cambia in una configurazione multi-ingresso; i viaggiatori possono accedere al percorso da diverse posizioni e partecipare all'esperienza in forme diverse, a seconda dei vincoli di tempo e delle opzioni di accessibilità. Durante questa fase, l'antica predominanza di un percorso dal punto di origine a quello di destinazione viene sostituita da più punti di ingresso, maggiore mobilità, maggiore diversità di utenti del sentiero e usi più vari del corridoio, sebbene l'uso del sentiero sottolinei ancora un movimento unidirezionale verso la destinazione. Il numero di nodi intermedi aumenta. Le città e i centri storici iniziano a dominare le aree di sosta e i punti di ingresso lungo il percorso; vengono inoltre offerti più servizi agli utenti dell'itinerario, tra cui alloggio, ristorazione e informazioni turistiche. Il numero di utenti aumenta e le parti meno attraenti del percorso vengono aggirate a favore di località più interessanti.

Nelle fasi successive i luoghi lungo il percorso diventano più importanti della destinazione finale per molti visitatori. Il percorso è diventato multiuso e il suo scopo originale diventa secondario rispetto al suo utilizzo per fini turistici. Durante la quarta fase il sentiero non solo diventa costellato di molteplici punti di accesso, ma è anche caratterizzato da molteplici direzioni da e per l'origine e la destinazione, nonché tra i nodi del sentiero. I circuiti e l'uso multidirezionale sono ormai all'ordine del giorno, così come le molteplici modalità di trasporto. I servizi di accoglienza si estendono ben oltre il sentiero fisico, anche se sono sviluppati in relativa prossimità, perché la loro ragion d'essere diventa la fruizione del percorso.

La fase finale dell'evoluzione è caratterizzata dalla diversificazione dell'offerta attraverso nuovi prodotti e sforzi di espansione del mercato. Il percorso diventa un corridoio per i servizi turistici, ma l'ambito spaziale del turismo si estende ben oltre il sentiero originale.

Oltre il modello evolutivo descritto, si possono sviluppare anche degli itinerari *ex novo*, che non abbiano retaggi storici e traiettorie organiche nel corso del tempo; in tali casi le fasi sono ovviamente più complesse perché occorre selezionare le risorse, i punti di attrazione e disegnare i percorsi.

Le prime azioni consistono nel dotare delle risorse necessarie gli ele-

menti del patrimonio affinché siano accessibili, visitabili e interpretabili. Tali azioni possono essere sviluppate in un piano apposito, che potrebbe anche eventualmente valutare interventi di maggiore entità sulle risorse del patrimonio che si trovano in uno stato di conservazione carente.

Dopo l'azione di valutazione e valorizzazione delle risorse locali, si vanno a individuare i nodi fondamentali di attrazione sul territorio, ossia quelli che addensano le risorse ritenute più rilevanti per i visitatori. Questa fase consente di selezionare le aree con la più alta concentrazione di risorse patrimoniali, ossia i poli di attrazione turistica. Sapere dove si trovano questi poli è utile per individuare i punti centrali da dove partire per il disegno del nuovo spazio turistico, nonché eventualmente per bilanciare la strategia turistica, in modo che la stessa sia equilibrata sul territorio.

Le azioni successive sono volte a tracciare itinerari turistici nella rete di mobilità tali da materializzare la rete virtuale ideata per connettere il patrimonio territoriale. Questi itinerari, attentamente pianificati, includeranno una rete di punti di vista con lo scopo di consentire l'accesso ai diversi elementi e risorse nonché il riconoscimento del paesaggio durante il viaggio. Gli itinerari sono, quindi, prodotti turistici che non devono sempre coincidere con gli itinerari culturali storici ipotizzati da Timothy e Boyd. Questi ultimi si basano su processi storici che li hanno trasformati in elementi con un valore patrimoniale sedimentato nel corso del tempo. Gli itinerari turistici, d'altra parte, sono specificamente mirati a strutturare l'offerta patrimoniale di una destinazione culturale e le reti di mobilità costituiscono il supporto di detti itinerari. A partire da esse vengono definiti itinerari tematici che collegano risorse patrimoniali che possono essere ritenute fra loro simili. Possono essere inoltre elaborati itinerari trasversali, volti a collegare risorse vicine, ma associate a reti diverse. Infine, si possono anche creare itinerari di collegamento che vadano a intersecare diversi itinerari tematici trasversalmente.

4.5 La quinta fase: la creazione di servizi di supporto

Lungo il corso degli itinerari potrebbe essere utile la creazione di infrastrutture per i servizi di supporto, come per esempio centri di informazione, punti di ristoro, aree di sosta e strutture di alloggio.

La localizzazione di tali servizi dovrebbe seguire alcuni criteri fra loro sovrapponibili: collegamento con le aree di maggiore interesse ambientale e culturale; connessione con i centri più popolati del territorio interessato; prossimità ai poli di attrazione principali e alle aree ambientali di maggiore pregio; accesso alle infrastrutture di trasporto e mobilità veloci, che permet-

tano la fruizione dei luoghi anche ai più lontani bacini emettitori di flussi di visitatori.

Vi sono tre componenti principali per i sentieri escursionistici: il punto di partenza, il corridoio e gli altri elementi. Tutti questi devono essere considerati insieme, perché tutti sono importanti nell'esperienza ricreativa. Gli elementi di supporto dei sentieri ricreativi in genere includono attrazioni come campeggi e aree picnic, punti panoramici attrezzati, servizi igienici, servizi per la mobilità lenta, come punti di locazione e di sosta per biciclette, maneggi, ecc., cartelli esplicativi delle attrazioni, punti di approvvigionamento dell'acqua e così via.

Fra i servizi di supporto, si deve notare come la previsione di segnali e segnavia svolgono diversi scopi importanti. Il ruolo più importante dei segnavia è quello di indicare il percorso di un sentiero, di una strada secondaria o di un altro corridoio lineare. Sono particolarmente importanti per gli utenti che non hanno mai percorso l'itinerario e per tutti gli utenti in incroci che possono indurre a confusioni o dove il percorso prescritto potrebbe essere difficile da discernere. Il secondo scopo della segnaletica del sentiero è quello di avvertire le persone di condizioni difficili, pendenze o dislivelli pericolosi, o di stare attenti alla fauna selvatica o alle piante velenose. I segnali di attenzione sono particolarmente importanti per aiutare i visitatori a evitare incidenti, ridurre gli infortuni e diminuire la responsabilità dei proprietari del sentiero. I segnali di inizio sentiero che mostrano pendenze, condizioni del terreno e livelli di difficoltà di varie parti del sentiero aiutano gli utenti a determinare autonomamente se siano in grado o meno di utilizzare il sentiero o quali parti possano visitare. L'interpretazione è il terzo obiettivo della segnaletica. La segnaletica interpretativa è importante per fornire informazioni e istruzione sul percorso visitato e sulla rilevanza di siti specifici lungo di esso. In quarto luogo, una buona segnaletica può aiutare a indirizzare le persone lontano da punti sensibili o aree affollate verso luoghi più resilienti e zone meno affollate. I segnali possono anche essere utilizzati per controllare il traffico intenso su percorsi panoramici o di accesso in alta stagione.

L'accessibilità è un altro elemento di progettazione che richiede attenta considerazione e pianificazione. L'accesso può essere visto da almeno due prospettive: accesso fisico al percorso da parte del pubblico in generale e accessibilità per tutti, comprese le persone con disabilità fisiche.

In primo luogo, il percorso dovrebbe essere accessibile da quante più direzioni possibili. Ciò contribuirà a creare una base di mercato più ampia e a ridurre le distanze che le persone devono percorrere per partecipare all'esperienza. In secondo luogo, una segnaletica stradale di buona qualità indirizza i visitatori ai nodi di attrazione lungo il percorso, per assicurare che

siano sulla strada giusta e per fornire informazioni. In terzo luogo, in attrazioni specifiche (siti culturali, musei, edifici rurali, ecc.), alcune caratteristiche di progettazione sono importanti anche per il successo dei percorsi. Ad esempio, le strutture dovrebbero essere abbastanza grandi da gestire gruppi di turisti, oltre a individui e piccoli gruppi. Ogni sito dovrebbe inoltre avere un parcheggio adeguato con ampio spazio per parcheggiare e fare inversione. La previsione di servizi igienici è ovviamente essenziale per i visitatori del percorso. Inoltre, le strutture (aree di accoglienza, negozi, punti di ristoro, strutture ricettive, ecc.) devono essere adatte ai turisti e accessibili, anche per gli utenti con disabilità.

Sulla natura dei servizi di supporto adatti per i sentieri non è comunque possibile fornire un panorama completo, perché gli stessi si devono adattare alle esigenze dei territori, alla cultura dei luoghi, alla comunità locale e al gradimento dei fruitori.

Infine, occorre sottolineare come l'immagine dell'itinerario veicolata all'esterno e, dunque, il successo dell'iniziativa dipendano da tutte le fasi descritte, in cui la comunità locale deve essere sempre partecipe e la direzione pianificatoria deve essere sempre esplicita e attenta alla cura di ogni aspetto e questione che possa emergere, sia che essa si coaguli attorno a iniziative promosse dalla *governance* pubblica sia che si sviluppi sulla base di progetti ideati da imprenditori privati.

5. La morfologia degli itinerari turistici

Il tracciato degli itinerari sul territorio, ossia la morfologia orizzontale che i percorsi assumono concretamente nello spazio turistico, dovrebbe essere oggetto di attenta analisi, ma in realtà è una tematica quasi del tutto trascurata in letteratura. Comunque, alcuni spunti di ricerca interessanti hanno provato recentemente a modellizzare i movimenti dei turisti che viaggiano tra le loro aree di residenza e di destinazione o tra diverse destinazioni in circuiti e tappe. Da tali approcci teorici si proveranno a ricavare alcune indicazioni che possano essere utili anche per classificare le diverse tipologie di tracciati degli itinerari.

Il primo modello da analizzare è quello di Flognfeldt (2005) che va a distinguere cinque tipologie paradigmatiche di movimenti turistici (fig. 6): escursioni giornaliere (*day trip*), movimento unico verso la meta di vacanza (*resort trip*), vacanza in una località con escursioni nelle aree circostanti (*base holiday trip*), itinerari a circuito (*roundtrip*) e itinerari lineari (*passing through*). Inoltre, Flognfeldt schematizza le diverse tipologie in cui si possono andare a collocare i siti turistici (fig. 7).

Inizialmente i flussi sono generati dai bacini emettitori, in genere le grandi città, verso i poli di attrazione maggiore. Lungo il percorso, possono esserci attrattive intermedie, che, se hanno una intensità piuttosto bassa, possono essere semplicemente oltrepassate senza attrarre visitatori. Le località minori possono diventare, però, mete escursionistiche e cominciare a sviluppare anche una propria ricettività. In alcuni casi, la località prima considerata minore può addirittura diventare meta residenziale di vacanza.

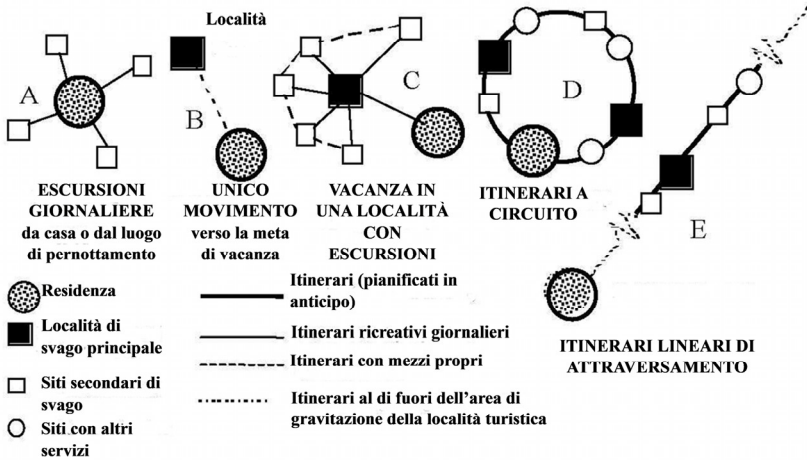


Fig. 6 – Schema delle modalità di viaggio (Fonte: elaborazione da Flognfeldt, 2005).

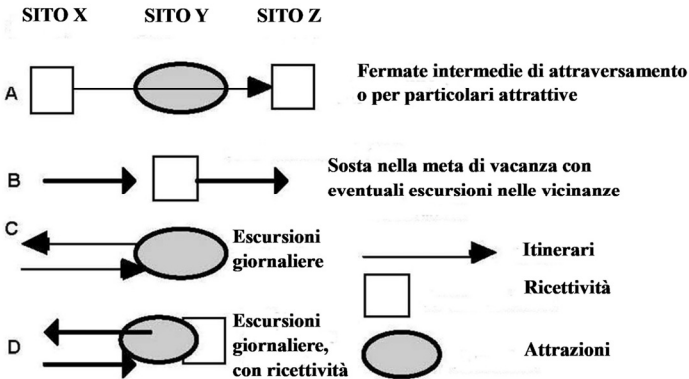


Fig. 7 – Schema della rilevanza dei siti lungo gli itinerari (Fonte: elaborazione da Flognfeldt, 2005).

Beritelli, Reinhold e Laesser (2020) introducono il paradigma della geografia variabile nei percorsi turistici; gli autori propongono tre concetti chiave, ossia i corridoi, le traiettorie e i flussi dei visitatori.

I *corridoi* rappresentano i passaggi costituiti da attrazioni e attività, che mirano ad attrarre visitatori verso oggetti specifici (come edifici o aree) e a svolgere azioni specifiche (come scattare una foto, scoprire di più su una riserva naturale o acquistare un prodotto artigianale locale). Le attrazioni non bastano di per sé, poiché le attività sono necessarie per realizzare i servizi specifici che vanno a costituire le fondamenta e la struttura per sviluppare il potenziale esperienziale delle destinazioni. Consapevolmente o meno, i viaggiatori si muovono lungo diversi corridoi mentre viaggiano nello spazio di destinazione, generando continuamente momenti di interazione. Le attività e le attrazioni lungo un percorso di lunghezza indeterminata fungono da punti di riferimento per i visitatori e potenzialmente possono costituire il loro programma di svago se ci si limita a forme di escursionismo all'interno dell'arco di una giornata.

Il concetto di *traiettoria*, a differenza dei corridoi attiene alla soggettività dei comportamenti dei viaggiatori e alla loro personale decisione su dove e come spostarsi. I visitatori si adattano agli stimoli mentre costruiscono il proprio ambiente di viaggio (rispondendo a scelte in base alle preferenze personali rispetto alle attività e alle attrazioni situate nei corridoi), ma creano anche nuovi impulsi, condizionano e sono condizionati dall'interazione con altre persone lungo la loro traiettoria. Dunque, le destinazioni non sono né spazi né punti collegati da linee rette: le traiettorie effettive hanno molte curve e anse mentre i visitatori si fanno strada nel tempo e nello spazio.

I *flussi* di visitatori, il terzo elemento del modello, sono esperienze collettive di tipo simile che vengono eseguite simultaneamente o sequenzialmente da più visitatori, siano essi in relazione oppure non siano correlati. I visitatori facenti parte di un flusso non lo sperimentano alla stessa maniera; tuttavia, questi flussi possono essere identificati in termini di caratteristiche di viaggio relativamente stabili, come il gruppo di viaggio (ad esempio il profilo anagrafico e sociale), la durata del soggiorno, il mezzo di trasporto, il modello di spesa e il tipo di vacanza e di attività da svolgere.

Andando a osservare alcuni modelli più specifici riguardanti i percorsi intrapresi dai viaggiatori, Mings e McHugh (1992) hanno identificato quattro tipi di itinerari turistici intrapresi da persone che hanno visitato il Parco Nazionale di Yellowstone. Tre dei modelli di itinerario prevedono esclusivamente viaggi in automobile, mentre il quarto ipotizza una combinazione fra trasporto aereo e automobilistico. Le quattro tipologie sono: la traiettoria diretta (*direct route*) dal luogo di residenza alla meta di vacanza; l'orbita parziale (*partial orbit*), un viaggio diretto fino alla meta di vacanza dove si

comincia a viaggiare in circolo, visitando località fra loro vicine; l'orbita completa (*full orbit*), un lungo itinerario in cui si parte da un luogo, si toccano varie attrazioni, per poi tornare al proprio luogo di partenza secondo un percorso diverso da quello dell'andata; infine, l'ultimo, di volo e guida (*fly/drive*) è simile all'orbita parziale, ma l'arrivo è tramite un volo per poi guidare un mezzo per visitare le diverse località.

Lue, Crompton e Fesenmaier (1993) hanno concentrato la loro ricerca sui viaggi multi-destinazione; tuttavia, nel farlo, hanno riconosciuto che gli individui potevano anche intraprendere viaggi diretti verso una sola destinazione. Gli autori descrivono quattro tipi di itinerari multi-destinazione. L'itinerario "lungo la strada" (*en-route*), in cui i viaggiatori desiderano compiere una serie di brevi soste durante il loro viaggio verso (o da) una destinazione principale, con un modello di viaggio simile a quello dell'itinerario diretto, in quanto il turista segue lo stesso percorso da e per la destinazione principale, con possibili deviazioni verso destinazioni vicine. Il modello del "campo base" (*base camp*), in cui i turisti si stabiliscono in una destinazione principale e poi si muovono da quella destinazione per una serie di brevi esplorazioni giornaliere verso attrazioni e destinazioni vicine. Nel modello del "tour regionale" (*regional tour*), i turisti viaggiano verso una regione di destinazione, ma anziché stabilirsi in una località, si fermano per la notte in diversi posti, attuando uno schema sequenziale prima di tornare a casa. Infine, lo schema della "catena di viaggio" (*trip-chaining*), il quale prevede un viaggio turistico multi-obiettivo con visita a diverse destinazioni sequenziali e concatenate, in una sorta di circuito.

Oppermann (1995), concentrandosi sui viaggi internazionali, ha identificato sette possibili tipi di itinerario. I primi cinque coincidono con quelli precedentemente menzionati, ossia destinazione singola (*single destination*), campo base (*base camp*), viaggio a tappe (*stopover pattern*), circuito orbitale (*full loop*) e orbita parziale (*destination area loop*). A essi aggiunge altri due possibili itinerari: l'*open jaw loop* e il *multiple destination areas loop*. Il modello *open jaw loop* si configura quando i turisti entrano in uno Stato attraverso un punto di entrata e ne escono attraverso un altro; nel frattempo, intraprendono un *tour* lineare che collega i due *gateway*. Il modello di itinerario *multiple-destination areas loop* è il più complesso: questo tipo di itinerario riconosce che alcuni turisti a lungo raggio visiteranno molti Paesi o regioni all'interno di grandi Paesi e percorreranno un itinerario esteso attraverso tali diverse destinazioni, potendo applicare in ogni percorso uno o più dei modelli precedenti.

Lew e McKercher (2002) hanno esaminato gli itinerari dal punto di vista della destinazione. La loro ricerca ha dimostrato che una destinazione potrebbe svolgere fino a cinque ruoli contemporaneamente, a seconda del

volume turistico. Potrebbe essere vista come una destinazione unica e principale da alcuni turisti (*single destination*). Potrebbe essere il punto di accesso per un viaggio turistico più esteso (*gateway destination*). Potrebbe essere il punto di uscita o il punto di imbarco per tornare a casa alla fine del viaggio (*egress destination*). Potrebbe anche funzionare come destinazione turistica o di sosta tra le destinazioni principali (*touring point*). Infine, potrebbe fungere da destinazione centrale per escursioni giornaliere nelle aree vicine oppure da *hub* per viaggi verso altre destinazioni (*point of return*).

In base ai modelli sopra descritti McKercher e Law (2004) pervengono a una schematizzazione che sintetizza gli stessi in quattro tipologie principali (fig. 8).

Il tipo di itinerario più semplice prevede un viaggio di andata e ritorno con una sola destinazione che può includere o meno delle deviazioni in altri luoghi lungo il percorso. Un secondo tipo di itinerario prevede una tappa di transito verso l'area di destinazione, seguita da una escursione circolare all'interno della destinazione, con soste notturne in luoghi diversi. Un terzo tipo prevede un unico movimento circolare con o senza più punti di accesso e uscita. Infine, gli itinerari *hub-and-spoke* si concretizzano quando i turisti si stabiliscono in un'area di destinazione ma compiono movimenti verso altre destinazioni. Nel loro contributo gli autori individuano successivamente tre modalità basilari di transito, ossia andata e ritorno lungo lo stesso percorso, andata su un percorso e ritorno su un altro, oppure movimento circolare. Inoltre, si hanno tre tipologie di polarizzazioni che possono influenzare o essere influenzate nel loro sviluppo dalle modalità di spostamento, ossia la destinazione singola, la modalità *hub-and-spoke* e le destinazioni di pernottamento multiple.

Lew e McKercher (2006) hanno successivamente schematizzato le variazioni nelle distanze che i turisti percorrono dal loro luogo di alloggio.

La distanza relativa di movimento è rappresentata dagli anelli che circondano il punto di alloggio. In tal modo si hanno quattro situazioni schematiche (fig. 9): un movimento estremamente limitato o anche nullo, un movimento comodo e legato a utilità con spostamenti molto brevi, un movimento di esplorazione concentrico, per viaggiatori che iniziano a conoscere pian piano il luogo di vacanza e, infine, un movimento completamente illimitato, per coloro che già hanno visitato il territorio, sebbene valgano sempre le regole di decadimento dell'attrattività con l'aumentare della distanza.

In base a tale modellizzazione, gli autori approfondiscono i modelli dei movimenti dei viaggiatori in tre tipologie di base, ossia lineare, circolare e complesso (fig. 10).

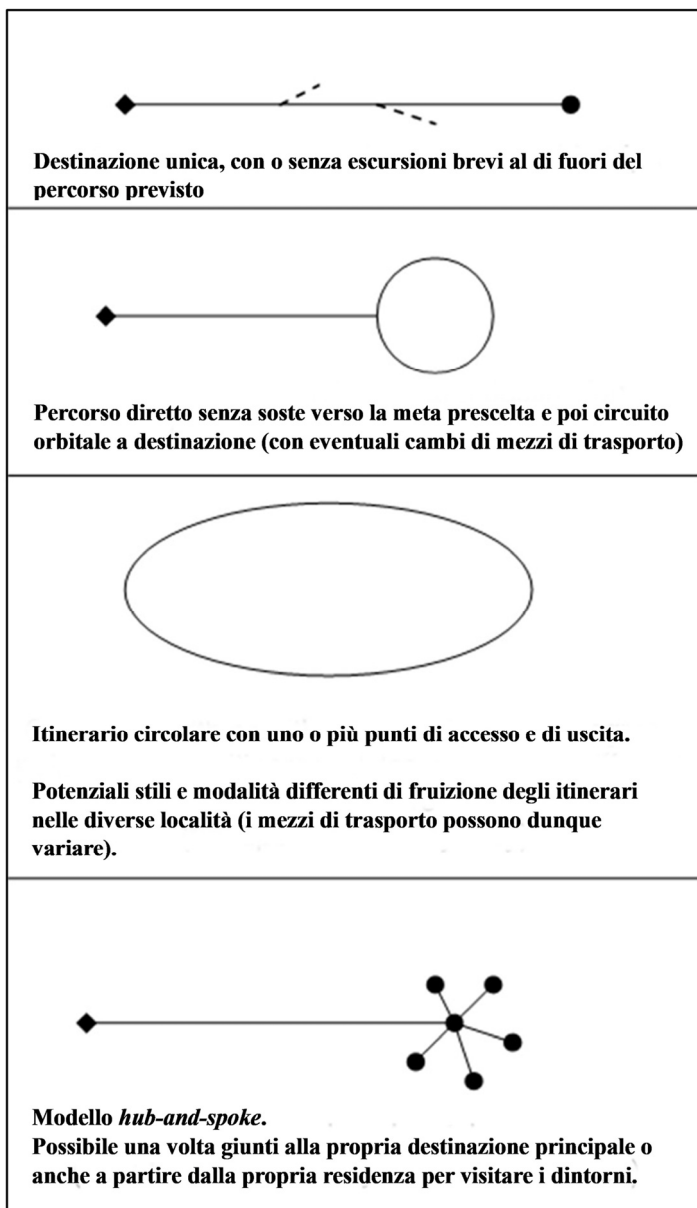


Fig. 8 – Tipologie di itinerari (Fonte: elaborazione da McKercher and Lew, 2004, p. 39).

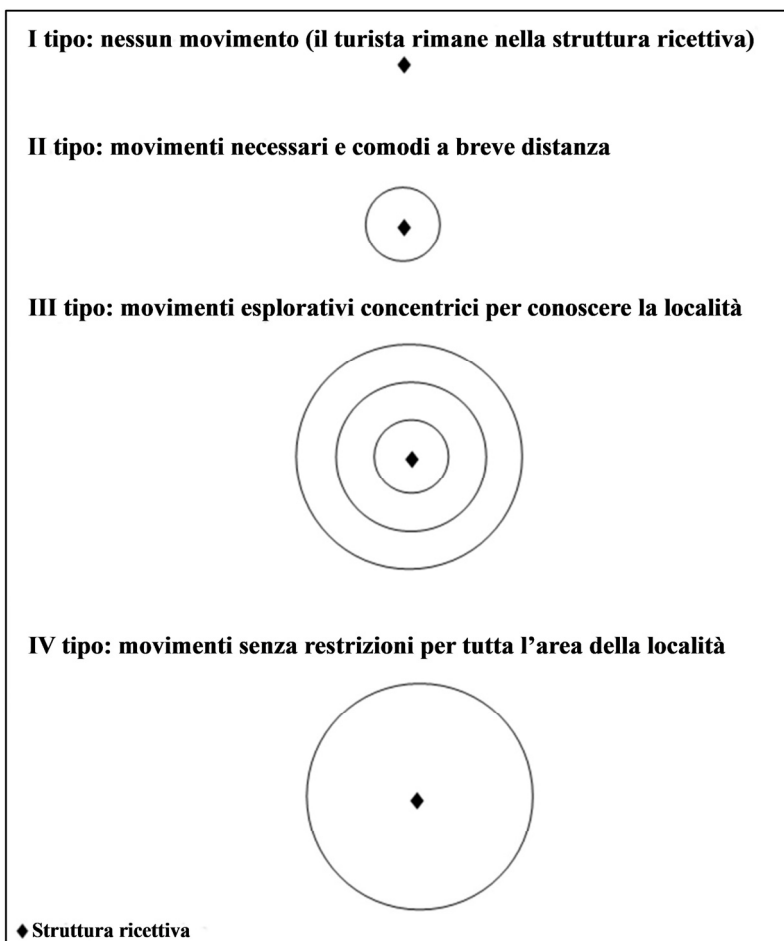


Fig. 9 – Modelli territoriali di comportamento dei turisti nelle località visitate (Fonte: elaborazione da Lew and McKercher, 2006, p. 414).

I *modelli lineari* sono quelli che generalmente si riscontrano più comunemente e vengono suddivisi dagli autori a loro volta in tre tipologie: i modelli semplici da un'origine a una destinazione, i modelli origine-destinazione ripetitivi, per esempio quando si visita la stessa località diverse volte l'anno o comunque con una certa frequenza e, infine, il modello a tappe, tipico degli itinerari, con diverse soste lungo il percorso.

I *modelli concentrici* vengono suddivisi in due tipologie: il movimento circolare, con partenza dalla località di soggiorno o dal luogo di residenza effettuando diverse soste e tornando al punto di partenza; il modello “a ste-

lo e petalo” molto simile al precedente presuppone, un primo tratto lineare dalla base di partenza fino a un punto iniziale di partenza di un circuito.

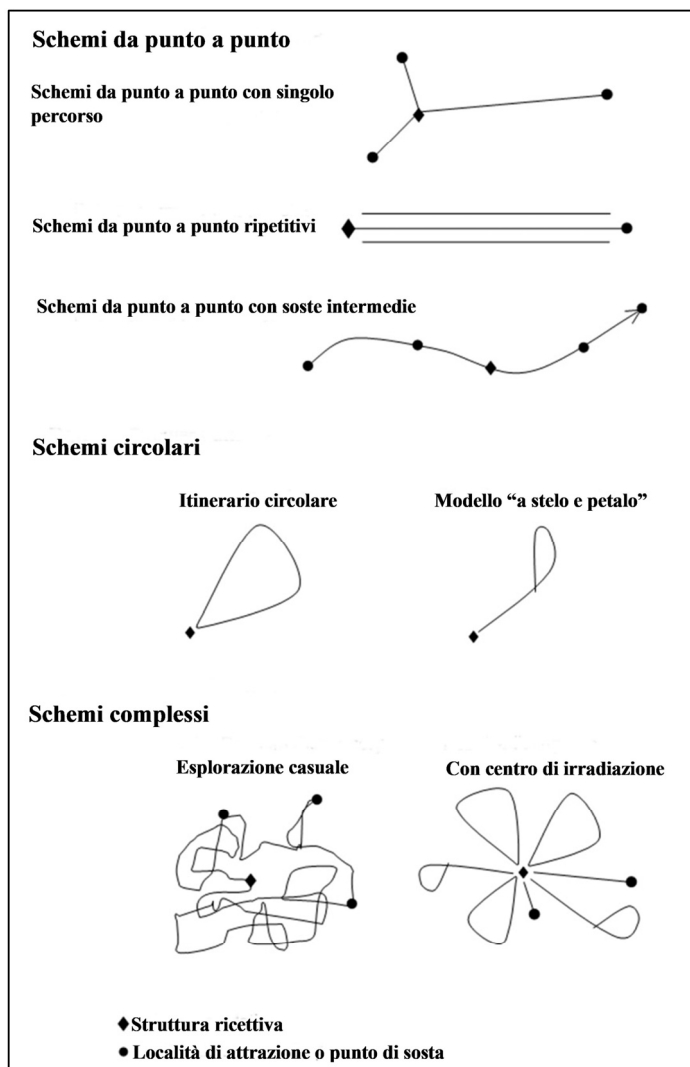


Fig. 10 – Modelli delle traiettorie dei turisti nelle località visitate (Fonte: elaborazione da Lew and McKercher, 2006, p. 415).

Infine, i *modelli complessi* vengono schematicamente rappresentati da due tipologie: il modello di esplorazione casuale, e il modello di irradiazione-

ne da un *hub* centrale. Nel primo, i turisti, perlopiù allocentrici, che intendono evitare le aree eccessivamente turisticizzate potrebbero avere una maggiore tendenza a girovagare fuori dagli schemi tradizionali. Mentre in superficie il modello può sembrare caotico, potrebbe esserci una logica di fondo nei loro movimenti, che vengono definiti dalla conoscenza dei luoghi. Il secondo schema dei modelli complessi è uno dei più comuni, insieme a quello lineare da punto a punto. La maggior parte dei turisti che hanno a disposizione una quantità ragionevole di tempo in una destinazione effettuerà diversi viaggi dal loro alloggio. Alcuni di questi possono essere da punto a punto, ma altri saranno modelli circolari ad anello e “a stelo e petalo”, anche con la possibilità di una o più esplorazioni casuali. Il luogo di alloggio, dunque, funge da base per diversi viaggi di lunghezza e motivazione variabili.

Lau e McKercher (2006) ipotizzano uno schema di movimenti che non si discosta da quelli precedentemente esaminati, suddividendo in tre categorie: a singolo movimento (a punto singolo), a movimenti multipli (con sito di base, itinerario con fermate, a circuito) e a movimenti complessi (con arrivo a destinazione e successivo movimento a circuito oppure con movimenti complessi, adottando sostanzialmente diverse delle tipologie di movimento precedenti).

Infine, McKercher e Lau (2008) effettuano uno studio all'interno di una grande città per stabilire gli schemi di movimento nella destinazione turistica, individuando ben 78 schemi che vengono ridotti in 11 stili di movimento, avendo tutti come base di partenza la struttura ricettiva presso cui si sceglie di alloggiare (fig. 11).

Il primo stile è quello della mancanza di movimento, ossia l'ospite non si sposta dalla struttura ricettiva dove alloggia. Il secondo stile prevede brevi movimenti senza mete specifiche a partire dalla struttura ricettiva con un raggio molto contenuto (500 metri). Nel terzo stile, i movimenti sono sempre di breve raggio, ma vengono fissate le mete dove fermarsi. Nel quarto tipo si fissa come meta un singolo luogo piuttosto distante dall'alloggio. Nel quinto tipo si hanno differenti mete, tutte distanti dalla struttura ricettiva, che vengono visitate prima di tornare al luogo di temporanea residenza. Nel sesto tipo si ha una esplorazione locale vicino alla struttura ricettiva e una meta prescelta più distante. Nel settimo tipo si ha una esplorazione locale e diverse mete prescelte, lontane dalla struttura ricettiva. Nell'ottavo tipo si hanno differenti mete prescelte, ma vengono visitate ognuna singolarmente, quindi con diversi viaggi dalla struttura ricettiva a ogni singola attrazione. Nel nono tipo si prefigura un'escursione di una giornata in una località diversa da quella in cui si alloggia. Nel decimo schema si ipotizza la fruizione di un *tour* a pagamento con partenza e ritorno nella struttura

ricettiva, con l'obiettivo di osservare elementi significativi del patrimonio ambientale e culturale locale, anche svolgendo eventualmente peculiari attività. Nell'undicesimo schema ipotizzato, si delinea una serie di movimenti giornalieri lontano dalla struttura ricettiva, con diverse escursioni, di cui almeno una configurata come *tour* organizzato.





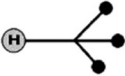
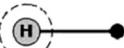

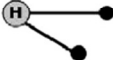



 <p>Nessun movimento</p>	 <p>Esplorazione locale</p>	 <p>Esplorazione locale con soste specifiche</p>
 <p>Unica sosta distante dalla struttura ricettiva</p>	 <p>Soste multiple distanti dalla struttura ricettiva</p>	 <p>Esplorazione locale e unica sosta distante</p>
 <p>Esplorazione locale con soste multiple e distanti</p>	 <p>Viaggi multipli con escursioni giornaliere e movimenti pendolari da e per la località di alloggio</p>	 <p>Escursione giornaliera in una località vicina</p>
 <p>Partecipazione a un tour organizzato con o senza partecipazione ad altre attività</p>	 <p>Viaggi giornalieri multipli compreso un tour organizzato</p>	

Fig. 11 – Modelli degli stili di movimento nelle località visitate (Fonte: elaborazione da McKercher and Lau, 2008, p. 366).

Gli schemi rappresentati, come si può notare, sono molto articolati e, seppure quasi tutti non specifici per prevedere gli schemi di movimento degli itinerari, forniscono utili basi per provare sinteticamente a costruire alcune ipotesi.

Partendo dagli itinerari in aree aperte, ossia l'ipotesi più tradizionale, ri-

facendosi al contributo di Lew e McKercher (2006) che sintetizza molte delle ipotesi precedenti, si possono provare a delineare alcune riflessioni.

Il modello lineare, il più semplice, è applicabile solo se si ipotizzano percorsi dal luogo di residenza verso mete piuttosto vicine, con spostamenti attraverso forme di mobilità dolce, venendo a svilupparsi forme di *slow travel* e di turismo di prossimità, in una sorta di periferia di svago a partire dai grandi centri, di solito fruibile per escursioni giornaliere senza pernottamento nella località raggiunta.

Una forma più evoluta di turismo di prossimità si può ipotizzare quando, a partire dal bacino emettitore di flussi turistici, si vengono a creare dei veri e propri circuiti turistici che vanno a coinvolgere diverse località attrezzate per la ricettività, magari semplice e informale (agriturismi, B&B) e per la ristorazione, con aree di sosta e altri servizi di utilità, eventualmente abbinando le pratiche di *slow travel* a forme di *slow tourism*.

A partire dalle aree di emissione dei flussi turistici si possono ipotizzare ovviamente anche itinerari piuttosto distanti; in tali casi, si può pensare a un primo spostamento effettuato con mezzi veloci (automobile, treno, aereo) per poi praticare escursioni ed itinerari con forme di mobilità lenta.

La forma più comune che viene a disegnarsi è quella dell'itinerario lineare con soste intermedie prima della meta finale; il tempo a disposizione è generalmente maggiore delle forme precedenti, di solito si ha una tematica di fondo che lega le varie tappe del percorso e ogni punto di sosta deve avere un solido sistema di accoglienza, che possa permettere la realizzazione dell'intero sistema.

La forma "a stelo e petalo" o semiorbitale, implica uno spostamento veloce dal luogo di residenza al punto prescelto come base di partenza, magari attrezzato con ricettività e servizi migliori; da questo si possono intraprendere itinerari circolari anche lunghi, ma più spesso sono brevi, nell'arco della giornata o al massimo di pochi giorni. L'esigenza di circuiti che ritornino alla base di partenza può essere anche necessaria per alcune tipologie di mobilità turistica, ad esempio l'ippoturismo oppure il cicloturismo ove non vi siano attrezzature e servizi specifici nelle tappe intermedie.

Infine, il modello *hub-and-spoke* si presta a essere implementato soprattutto quando vi è una località di forte attrazione turistica che decide di valorizzare le aree circostanti al fine di evitare congestionamenti e forme di *overtourism* e, al contempo, offrire sui mercati formule diverse di attrattività, eventualmente anche legate a politiche di stagionalizzazione.

Gli itinerari nelle città possono essere invece visti secondo l'ottica del modello di McKercher e Lau (2008).

Nelle forme più comuni si potrebbe fare riferimento a itinerari, in genere organizzati, per cogliere peculiarità della cultura e nel tessuto insediativo

urbano, che possano essere a breve distanza dalla struttura ricettiva. Possono anche svilupparsi itinerari personali e autonomi se si ha ovviamente una buona conoscenza della città.

L'esplorazione urbana può anche consistere in una serie di tappe e soste all'interno dello spazio cittadino, ma a una certa distanza dalla struttura ricettiva se i punti di attrazione principali sono lontani. In tal caso, possono esserci varie tipologie, da quelle non organizzate a quelle ormai standardizzate (come, per esempio, i bus turistici previsti da diverse amministrazioni comunali in genere nelle città di taglia maggiore).

Si possono ipotizzare anche escursioni giornaliere al di fuori dei confini cittadini, ma, in genere, chi sceglie di trascorrere un periodo di vacanza in una città tende a esplorare solo il perimetro urbano, trascurando l'intorno o, comunque, magari sviluppando solo escursioni in singole località entro la giornata, non intraprendendo itinerari periurbani, che richiederebbero tempistiche di svolgimento piuttosto lunghe e problemi organizzativi di varia natura. In caso, invece, si decida di utilizzare la città solo come base di partenza per esplorare i luoghi intorno, allora, naturalmente, si va a configurare un sistema orbitale o semiorbitale come evidenziato in precedenza.

6. La gestione degli itinerari turistici

1. L'approccio teorico alla gestione dei sistemi turistici

L'organizzazione degli itinerari turistici implica una complessità rilevante, pertanto ci si affida allo studio di alcune basi concettuali, in particolare riguardanti il ruolo delle comunità locali, l'eventuale e auspicabile creazione di reti di interazioni fra gli attori e l'approccio multi-livello.

In generale, si può osservare che gli itinerari, nella loro stessa essenza, presuppongono una maggiore dispersione dei visitatori e la necessità di sviluppare una rete fisica, ma anche una serie di collegamenti immateriali, un fondamentale processo di interscambio di idee, pratiche e accordi fra attori che possono operare a differenti scale. Ciò implica la costruzione e la continua revisione di uno schema di pianificazione e gestione delle località turistiche in grado di strutturare le traiettorie di sviluppo presenti e future.

Nello schema di Crouch G.I. (2007), una volta definite le risorse territoriali a disposizione, vengono individuate due fasi molto importanti: la gestione della destinazione turistica e, a un livello più elevato, le politiche di sviluppo del sistema turistico.

In tale schema, innanzitutto al fine di costruire le politiche di gestione si devono definire il sistema turistico, gli attori e i decisori coinvolti; in generale nelle prime fasi potrebbero esservi pochi soggetti, ma nel prosieguo si dovrebbe avere un riconoscimento esplicito di tutte le parti interessate, in modo da confrontare le diverse idee, punti di vista e prospettive.

Una volta definito il quadro degli attori coinvolti e l'estensione del sistema turistico, occorre valutare i valori, le filosofie e le strategie ipotizzate da ciascuno, per poi pervenire a un sistema valoriale condiviso, il quale successivamente permetta di fissare gli obiettivi prioritari da perseguire.

La terza fase delle politiche di gestione è in sostanza la sintesi del pro-

cesso avviato con la seconda fase, la quale va a definire la “visione”, ossia come i portatori di interesse, dopo aver trovato accordi fra loro, ritengano di veicolare l’immagine della località turistica, quali valori trasmettere e far apprezzare ai turisti e quali narrative sviluppare.

La quarta fase riguarda il posizionamento di mercato e il cosiddetto *branding*: una volta individuata la *visione* della località che si vuole veicolare, si dovrebbero identificare i potenziali segmenti di clientela, in modo da sviluppare campagne d’informazione che possano attrarre visitatori interessati al messaggio che si è trasmesso, coerente con la visione sistemica sviluppata collettivamente.

Successivamente si dovrebbe avere una fase di sviluppo in cui si applicano le politiche progettate per governare e valorizzare il sistema turistico. In tal senso, per ottenere un riscontro di competitività del sistema turistico e dell’efficacia delle politiche di sviluppo intraprese, occorre che le azioni innescate vadano a coinvolgere tutti gli attori in gioco, avendo come obiettivo fondamentale l’integrazione e la coesione sistemica. Tutte le persone che operano nel comparto turistico dovrebbero tendere alla cooperazione piuttosto che alla conflittualità per ottenere la *vision* ipotizzata. Le politiche di sviluppo devono anche trovare un equilibrio appropriato tra sotto- e sovra-regolamentazione e affrontare la gamma delle questioni che possono incidere sulla competitività della destinazione.

Un altro passaggio pianificatorio importante riguarda l’analisi della competitività, ossia la valutazione delle relazioni con altre destinazioni alle diverse scale, da quella locale a quella internazionale. Attraverso il confronto delle proprie politiche e dell’andamento di altre località paragonabili, si possono ripensare le strategie e rafforzare eventuali punti di debolezza riscontrati. Valutare esempi di casi di successo e imparare da buone pratiche di altri non significa ovviamente imitare pedissequamente le loro strategie; occorre infatti valutare attentamente le stesse e adattare alla propria realtà. Dunque, reinterpretare con realismo e creatività le modalità di approccio dei sistemi turistici presi in considerazione e valutare l’eventuale adattamento delle proprie politiche di sviluppo, tenendo conto delle similitudini, ma anche delle differenze fra le diverse destinazioni.

Occorre comunque considerare che, nonostante la pianificazione possa essere stata attenta e curata, i sistemi turistici locali sono immersi in un mondo complesso, in cui vi possono essere componenti variabili e instabili. Pertanto, è fondamentale una fase di successiva costante osservazione dell’efficacia concreta delle politiche poste in essere. In tal modo, si possono ipotizzare eventuali aggiustamenti e miglioramenti, oppure perfino il drastico ripensamento delle strategie varate laddove le circostanze fossero così radicalmente mutate da non garantire più il successo delle stesse.

Infine, periodicamente tutti gli attori coinvolti nella definizione delle politiche di sviluppo delle località turistiche devono prevedere una fase di verifica, in cui si valutano i punti di forza e di debolezza, le sfide e i problemi, le strategie passate e presenti messe in campo, l'andamento complessivo e i margini di miglioramento. Tali informazioni devono essere veicolate a tutti gli attori coinvolti nel sistema turistico locale, in modo da costituire un indirizzo fondamentale per creare e mantenere una destinazione competitiva. Dunque, il processo di revisione deve essere periodico, indipendente e sistematico.

Per quanto attiene, invece, alla concreta gestione quotidiana delle destinazioni turistiche, alla capacità di implementare nella realtà gestionale quanto elaborato nella fase pianificatoria, occorrono attente e precise valutazioni riguardanti l'organizzazione, il *marketing*, la qualità dei servizi e l'esperienza offerta ai visitatori, la raccolta di informazioni e la ricerca di nuovi elementi di valutazione, il reclutamento e la formazione delle risorse umane, l'analisi delle fonti di finanziamento, la gestione degli afflussi di visitatori e il loro impatto sull'ambiente e sulla comunità locale, l'elaborazione di strategie per ovviare a periodi negativi, a crisi e ad eventi imprevisti e, infine, la gestione oculata delle risorse a disposizione,

Senza entrare nel dettaglio delle attività di gestione quotidiana delle località turistiche, lo schema fornito evidenzia le varie fasi da seguire per lo sviluppo di un sistema turistico.

La prima essenziale fase per lo sviluppo resta però quella della valutazione iniziale degli attori coinvolti, sia direttamente sia indirettamente, osservando sia la situazione attuale sia eventuali prospettive future di breve e medio periodo. In tal senso, occorre determinare i rapporti e le interazioni fra gli stessi, siano esse naturali e involontarie oppure pianificate e volontarie, nell'intento di costruire reti di relazioni fra gli stessi. I rapporti e le forze in campo possono variare nel corso del tempo; pertanto, l'assetto del sistema deve essere visto come costantemente in divenire.

Una volta definiti gli attori coinvolti, occorre anche valutare quali strategie si possano applicare per esaltare le risorse territoriali selezionate, come esaminato nel quarto capitolo. Esse possono variare nel corso del tempo, anche grazie ai meccanismi di valutazione sopra menzionati, ma comunque tendono a lasciare un'impronta stratificata notevole sul territorio e sulla comunità locale.

Secondo François, Hirczak e Senil (2013) vi possono essere quattro strategie fondamentali per la costruzione delle traiettorie di sviluppo territoriali, ognuna con riflessi differenti sulla valorizzazione e utilizzo delle risorse individuate.

La prima strategia che viene esposta dagli autori è la *traiettoria generi-*

ca, maggiormente applicabile alle produzioni agricole e industriali dove si può avere: la standardizzazione dei prodotti, l'utilizzo di tecnologie specifiche per migliorare la produttività, la territorializzazione funzionale, ossia un'azione di miglioramento delle condizioni fisiche dei luoghi per favorire le attività intraprese (ad esempio l'accessibilità ai fattori di produzione) e, infine, un tendenziale scarso coinvolgimento degli attori locali con conseguente accentramento del potere decisionale su pochi soggetti, spesso forze esogene al territorio. Nel turismo tale traiettoria può essere osservata in alcune località che hanno mantenuto strategie basate esclusivamente su fattori fisici (mare, montagna, ecc.) e in cui gli attori locali hanno scarsa incidenza sulle strategie di sviluppo. Potrebbero essere collocate in una fase iniziale di sviluppo o in una fase di maturità avanzata, probabilmente tendente o al declino per scarsa capacità di rinnovamento oppure al mantenimento di una certa attrattività sui mercati, soprattutto grazie ai bassi prezzi praticati o ai bassi costi di gestione.

La strategia contrapposta viene denominata *traiettoria specifica*, la quale si fonda invece sull'attivo coinvolgimento degli attori locali e la valorizzazione di prodotti peculiari del territorio. In tal senso, è importante lo sviluppo di economie esterne di relazione fra gli *stakeholder*, una sinergia che coinvolga attori pubblici e privati, in modo da ottenere mutui benefici. La marcata produttività e l'intenso ricorso alle tecnologie, che contraddistinguono la prima traiettoria, in questo caso hanno scarso peso, mentre è fondamentale il fattore umano per connotare con elementi immateriali unici ciò che viene venduto, siano essi prodotti oppure servizi. Nei sistemi turistici tutto ciò si traduce in un'esaltazione delle peculiarità dei luoghi, siano esse materiali oppure immateriali e culturali. Per ottenere ciò, occorre che vi sia un forte accordo fra gli attori e che vi sia una *governance* condivisa, in grado di promuovere un'immagine comune, che attragga i visitatori verso la località, facendo leva su fattori immateriali di promozione.

A differenza di quella appena esposta, la *traiettoria di specificazione* consiste nel promuovere un territorio nel suo insieme, anche con prodotti non specifici, ma che comunque si collegano funzionalmente al territorio. Lo stesso è dunque visto soprattutto in un'ottica utilitaristica, un mezzo per promuovere determinate produzioni, esaltando la dimensione locale. Tale forma di promozione attiene alle varie tecniche di *marketing* territoriale, in cui non vengono esaltati i diversi elementi specifici delle località, come nel caso precedente, ma il territorio come insieme. Nel caso dei sistemi turistici, può essere visto come una fase successiva a quella della traiettoria generica, in cui gli attori territoriali riescono a sviluppare un proprio modello specifico di gestione, che permetta di differenziare la strategia rispetto ad altre località simili, non tanto per l'originalità dell'of-

ferta, quanto nel veicolare ai potenziali visitatori la percezione di una marcata identità locale.

Infine, la *traiettoria di banalizzazione* è invece un'evoluzione della traiettoria specifica, quando i tratti caratteristici dei prodotti e della cultura locale vengono eccessivamente patrimonializzati, ossia vi è un processo di mercificazione degli elementi di richiamo peculiari del territorio. Ciò può avvenire anche per intenti positivi di esaltazione e tutela delle caratteristiche di diversità, come per esempio nel riconoscimento di marchi territoriali per i prodotti alimentari. Ma alla lunga può comportare la perdita di autenticità del prodotto e la normalizzazione dello stesso, per esempio a causa della necessità di stabilire regole certe e procedure specifiche, come accade nei prodotti alimentari tutelati all'origine. Nel campo del turismo, il radicamento di un'immagine specifica di un territorio può comportare la ripetizione, quasi la standardizzazione di modelli culturali non più sentiti come autentici dalla comunità locale, ma ripetuti a uso e consumo dei turisti; per esempio, potrebbe essere il caso di alcune manifestazioni culturali. In tal modo, la cultura locale può apparire semplicemente come la fotografia di un preciso momento storico ormai lontano dalla realtà quotidiana, ma che viene riprodotto continuamente solo per accontentare lo sguardo del visitatore, venendo meno i requisiti fondamentali della spontaneità dei comportamenti e dell'autenticità di espressione della comunità territoriale di riferimento.

In sintesi, gli itinerari turistici sono necessariamente sistemi complessi, che coinvolgono diverse località e attori, in cui le fasi relative alle politiche di gestione esposte da Crouch G.I. (2007) e le strategie ipotizzate da François, Hirczak e Senil (2013) in merito alle traiettorie evolutive delle risorse territoriali dovrebbero essere applicate a un mosaico articolato di località diverse, con caratteristiche comuni, essenza stessa della progettazione dei percorsi, ma in cui comunque emergono le peculiarità di ogni componente, aumentando così la difficoltà nel tracciare politiche di gestione comune.

Dunque, nei prossimi paragrafi si cercherà di proporre uno schema interpretativo per la valutazione e la modellizzazione teorica delle possibili configurazioni di gestione e *governance*, prendendo spunto e rielaborando alcune considerazioni finora svolte in letteratura.

2. Gli attori nei sistemi turistici: l'analisi multi-livello

La prospettiva di un'analisi multi-livello (*multi-level perspective*, MLP) è un'interfaccia promettente per provare a svelare i complessi rapporti fra gli attori coinvolti nelle dinamiche ambientali, sociali, economiche e tecno-

logiche dei sistemi turistici (Niewiadomski e Brouder, 2022); pertanto si vuole applicare tale approccio concettuale a un settore che per molti versi sfugge alle regole rigide dell'economia, a cui si sono applicati i primi approfondimenti teorici di tale paradigma interpretativo.

In effetti, le prime teorie riguardanti la prospettiva multi-livello (Geels, 2002) denotano un approccio sensibilmente improntato al ruolo svolto dalla evoluzione tecnologica nella sua dimensione di mutua e costante influenza con i sistemi socio-culturali alle differenti scale. Le critiche più rilevanti sono dovute alla carenza di attenzione verso la dimensione culturale, all'irrelevante ruolo del potere e delle politiche pubbliche e alla mancata contestualizzazione territoriale delle analisi condotte (Geels, 2019).

Solo più recentemente la prospettiva multi-livello ha varcato la barriera concettuale della sua eccessiva concezione lineare dello sviluppo, quasi del determinismo tecnologico, per iniziare a comprendere anche aspetti delle dimensioni culturale, politica e geografica.

In un'epoca di globalizzazione da un lato e di riscoperta del localismo dall'altro, si possono avere contemporaneamente processi *top-down* e istanze *bottom-up* in cui le continue interconnessioni fra i diversi livelli possono fluire dai livelli più elevati, in modo che quelli più in basso si adattino alle istanze culturali globali, oppure possono favorire una risalita di idee localistiche, che possono diffondersi e radicarsi ai livelli più elevati (Erez e Gati, 2004). La dimensione culturale viene esplorata da Geels (2010), facendo riferimento alla teoria del discorso e alla legittimazione degli attori. In tal senso, il livello più elevato, il *landscape*, si configura come sede della strutturazione profonda della cultura consolidata, radicata e riconosciuta dalla maggioranza delle persone. Al livello immediatamente inferiore, il *regime*, gli attori cercano di alimentare la legittimazione della cultura consolidata, anche contrastando eventuali critiche insorgenti oppure problematiche emergenti. Infine, al livello più basso, la *nicchia*, gli attori cercano di sviluppare innovazioni e azioni specifiche per la loro legittimazione culturale, evidenziando le novità da loro propuginate; possono anche assumere posture critiche verso i livelli superiori, tentare di delegittimare i profili culturali più stabili e radicati e a loro volta subire critiche per le novità promosse.

La dimensione politica si configura anch'essa sostanzialmente in due schemi evolutivi ideali (Roberts e Geels, 2019). Il primo modello è dettato da una crisi generale che coinvolge gli attori a tutti i livelli a causa di *shock* esterni (a livello di *landscape*), che sconvolgono il regime socio-tecnico esistente. La reazione a tali *shock* dovrebbe condurre a un rapido cambiamento delle agende politiche e delle definizioni dei problemi. Se è disponibile un'alternativa valida a livello di nicchia, i responsabili politici si riorienteranno verso di essa e introdurranno strumenti politici per accelerarne

la diffusione. Il secondo modello corrisponde all'approccio agenziale e distributivo del potere, in cui i regimi politici subiscono pressioni esterne da parte di due coalizioni, una associata al regime socio-tecnico esistente e una associata alla nicchia di innovazione. Le condizioni per un cambiamento politico importante sorgono gradualmente da due traiettorie che si intersecano: le richieste di cambiamento politico legate alla nicchia, che aumentano a causa di dinamiche espansive di *empowerment*, e l'indebolimento alle pressioni stabilizzatrici dei regimi socio-tecnici, caratterizzati da problemi persistenti o dall'insoddisfazione della comunità di riferimento.

La dimensione geografica è stata introdotta da alcuni autori che si sono mostrati particolarmente critici con le scarse considerazioni sulla spazialità svolte nel contesto dell'analisi multi-livello (Coenen, Bennenworth e Truffer, 2012; Hansen e Coenen, 2015). Sui meccanismi che influenzano spazialmente i diversi livelli e sulle modalità di trasmissione degli stessi si ha ancora poco riscontro nella ricerca. Sicuramente il livello di maggiore influenza delle caratteristiche dei territori è quello della nicchia, laddove particolari dotazioni di risorse e di capitale territoriale (nel senso ampiamente esposto nel capitolo quattro) riescono a coagularsi con elementi di innovazione e di potere socio-culturale tali da consolidarsi e imporsi all'attenzione anche dei livelli più elevati. La riscoperta della dimensione localistica e il suo inserimento nelle prospettive paradigmatiche dell'analisi multi-livello sono proposte concettuali molto interessanti da sviluppare, ma minore attenzione è stata posta sulle influenze della spazialità a livello di regime, concentrandosi in particolare sulle specificità territoriali e sulla scala di influenza dei fenomeni geografici.

Un ulteriore arricchimento dello schema concettuale deriva dalla considerazione che la tradizionale tripartizione della prospettiva multi-livello proposta originariamente (*nicchia, regime e landscape*) può non essere in grado di cogliere le interrelazioni tra i diversi attori, gli scambi anche casuali e informali che generano un clima adatto allo sviluppo di stimoli creativi. Prevedere un livello minimo ulteriore, comprendente i singoli attori, permette di considerare le interrelazioni locali e la territorialità dei processi decisionali. Pertanto, le risorse, formate da elementi tangibili e intangibili, derivano innanzitutto dalle capacità individuali, dalle identità, dalle missioni, dagli schemi cognitivi e dalle politiche normative (Farla et al., 2012).

Amore, Prayag e Hall (2018) vanno proprio a individuare un nuovo livello, ovvero quello dei singoli attori, allo scopo di valutare le dinamiche individuali. Questo arricchimento concettuale permette di inquadrare più in profondità le interrelazioni fra i diversi attori come sottolineato da Amore, Prayag e Hall (2018, p. 239): «Though within each of the landscape, regime, and niche levels there are different types of actors, with the tourism

system it is important to also highlight how the decision-making role of the individual – be it tourists, residents, or individual business people or policy-makers – can impact the other three levels»¹.

Pertanto, partendo dallo schema presentato dagli autori, si propone inizialmente un’elaborazione dello stesso (fig. 1), che viene presentata nello schema seguente e fungerà da filo conduttore per l’esposizione analitica che si intende sviluppare.

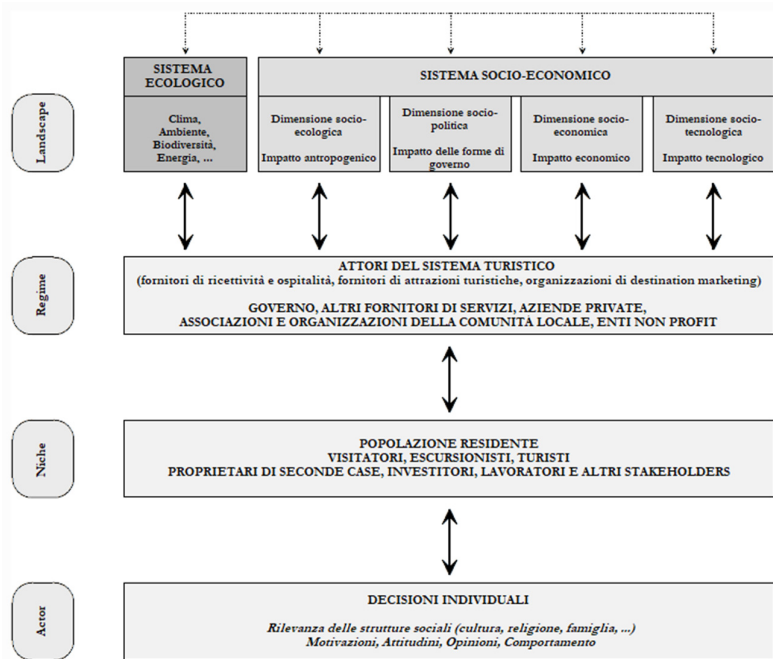


Fig. 1 – Gli attori del turismo secondo la prospettiva multi-livello (Fonte: elaborazione da Amore, Prayag e Hall, 2018, p. 239).

¹ «Sebbene all’interno di ciascuno dei livelli del *landscape*, del regime e della nicchia vi siano diversi tipi di attori, nel caso del sistema turistico è importante evidenziare anche come il ruolo decisionale del singolo - sia esso turista, residente, o singolo imprenditore o decisore politico - possa avere un impatto sugli altri tre livelli».

Tale schema teorico verrà comunque arricchito dal tentativo di comprendere attraverso altri apporti teorici paradigmatici, la reale valenza di ogni livello, i legami che si vengono a formare all'interno degli stessi e i rapporti d'influenza e di reciprocità che si instaurano fra gli stessi, al fine di fornire una visione sistemica, seppure necessariamente schematica, delle interrelazioni fra gli stessi.

3. Il livello individuale

Gli attori individuali possono essere raggruppati in differenti tipologie sociali, quali residenti, turisti, imprenditori, politici, intermediari, ecc. (Fischer e Newig, 2016; Amore, Prayag e Hall, 2018).

Fischer e Newig (2016) dividono gli attori in tre gruppi, ossia quelli di mercato, di governo e della società civile, per poi osservare le caratteristiche di ogni gruppo nei tre livelli di nicchia, regime e *landscape*. Gli autori osservano come le interazioni fra gli attori avvengano tramite meccanismi di transcalarità, in cui giocano un ruolo fondamentale gli intermediari, in grado di veicolare informazioni e collegare gli attori alle diverse scale di interazione. Inoltre, ogni attore può avere un proprio ruolo come forza di supporto alle tendenze in atto o come opposizione e contrasto alle stesse, eventualmente proponendo idee e modelli di sviluppo alternativi, finanche a potere o dovere cambiare la propria funzione nel tempo.

In tale ottica, occorre evidenziare le attività che ogni attore può o potrebbe svolgere all'interno del sistema, naturalmente potendo evolversi o cambiare nel corso del tempo. Nel quarto capitolo si è già posto in evidenza il ruolo fondamentale del capitale cognitivo e del capitale relazionale, che insieme plasmano il capitale sociale. Attraverso lo sviluppo della personalità e della cultura di ogni singolo individuo, si vanno a formare, modificare o consolidare le diverse funzioni di ognuno, agendo insieme ad altri come forza di stabilizzazione oppure di cambiamento.

Come evidenziano Fischer e Newig (2016), proprio la continua interazione, anche involontaria, fra gli attori genera anche dei tratti di dipendenza degli individui. Ognuno agisce liberamente, ma è condizionato, in maniera consapevole oppure inconsapevole, dal compimento di funzioni da parte di altri attori. Pertanto, ogni attore dipende in un modo o nell'altro dal comportamento degli altri attori. Dunque, nel turismo le interazioni fra gli attori nascono da due momenti diversi: a livello di ogni singolo individuo, la formazione ed evoluzione del capitale cognitivo, mentre, in un momento

successivo, si viene a formare il capitale relazionale fra gli attori, generando meccanismi di interdipendenza reciproci.

Nel capitale cognitivo, come già esplicitato nel quarto capitolo, entrano componenti individuali di formazione culturale e professionale, che vanno a disegnare nel corso del tempo le funzioni di ciascun attore. Uno dei tratti caratteristici più interessanti per gli attori del turismo riguarda la creatività.

Il dibattito sul ruolo sociale ed economico della creatività prende spunto inizialmente grazie alla teorizzazione di Florida (2002) in merito all'avvento della cosiddetta classe creativa. Secondo l'autore, a livello globale si riscontra un cambiamento paradigmatico nel vantaggio economico, dalle tradizionali leve legate ai fattori produttivi tradizionali (materie prime e lavoro) verso il rafforzamento della creatività umana. Nonostante tale teorizzazione abbia ricevuto molte critiche, essa ha seminato diverse riflessioni scientifiche, alimentando il dibattito verso la formazione delle cosiddette industrie creative.

A livello di singoli individui nella rivisitazione del proprio lavoro a distanza di dieci anni, Florida (2012) raggruppa i tratti caratteristici della classe creativa. Innanzitutto, una caratteristica importante è la marcata individualità; gli attori più creativi sono riluttanti a conformarsi alle direttive organizzative o istituzionali e resistono alle norme tradizionali orientate verso la collettività.

Il secondo aspetto su cui si concentra l'autore è la meritocrazia; i componenti della classe creativa hanno una propensione a fissare obiettivi e a raggiungerli. Vogliono fare carriera perché sono bravi in quello che fanno, ma in tal senso si apre anche un lato oscuro, un rovescio della medaglia di tale atteggiamento mentale. Spesso essi confidano nella coltivazione delle proprie conoscenze tecniche e delle proprie attitudini mentali, che possono essere sviluppate e affinate mediante vantaggi culturali ed educativi. In tal modo, possono smentirsi proprio quei valori di meritocrazia a causa del perpetuarsi di una rigidità di atteggiamento culturale, in cui vanno a distinguersi le persone solamente attraverso le lenti della propria cultura e formazione, trascurando le qualità intrinseche degli individui. La terza caratteristica è l'apertura mentale e l'accettazione della diversità; esse vanno collegate alle prime due caratteristiche, sebbene l'autore vada a sottolineare che in alcuni casi questa apertura mentale sia solo di facciata e che possa creare forme di elitarismo.

Richards e Wilson (2007, p. 15) sono fra i primi autori ad applicare il concetto di creatività al turismo: «(...) creativity is above all about developing new ways of thinking and doing, which explains the close link often made between creativity and innovation. In this sense, creativity could be applied to tourism through the development of new products or experienc-

es; of new forms of consumption or new tourism spaces. Arguably, any form of tourism which is related to imagination, whether the imaginative capabilities of the producers or consumers of tourism, could be considered to fall within the sphere of “creative tourism”»².

Il fenomeno dell'applicazione della creatività alle strategie economiche, il cosiddetto *creativity turn* (Richards, 2011), ha alimentato nuove proposte originali e uniche di turismo.

Una delle prime definizioni di turismo creativo è quella enunciata da Richards e Raymond (2000, p.18): «Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken»³.

Nell'ottica più stretta, dunque, gli attori dell'offerta turistica sono i protagonisti della trasmissione di proprie idee ed esperienze ai visitatori, mediante la formazione e lo sviluppo di proposte di svago derivanti dai loro processi di creatività. In una fase successiva, gli stessi vanno a coinvolgere i turisti, stimolando la partecipazione attiva dei visitatori nelle fasi di concreta produzione dell'esperienza turistica. Dunque, in tale prospettiva, la creatività è un processo che coinvolge in massima parte solo gli attori dell'offerta turistica.

Vi è dunque minore coinvolgimento della clientela, che partecipa attivamente solo nella parte finale della catena produttiva, nella fase in cui il prodotto o servizio è stato già predisposto dall'azienda, ed è stato già stabilito il ruolo del cliente nell'esperienza concreta. In tal senso si utilizza il termine di *co-produzione*, le cui caratteristiche principali sono evidenziate nello schema seguente (tab. 1).

² «(...) la creatività consiste soprattutto nello sviluppo di nuovi modi di pensare e di fare, il che spiega lo stretto legame che spesso viene fatto tra creatività e innovazione. In questo senso, la creatività potrebbe essere applicata al turismo attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti o esperienze, di nuove forme di consumo o di nuovi spazi turistici. Probabilmente, qualsiasi forma di turismo legata all'immaginazione, che si tratti delle capacità immaginative dei produttori o dei consumatori di turismo, potrebbe essere considerata come rientrante nella sfera del “turismo creativo”».

³ «Il turismo che offre ai visitatori l'opportunità di sviluppare il proprio potenziale creativo attraverso la partecipazione attiva a corsi ed esperienze di apprendimento caratteristici della destinazione di vacanza in cui vengono effettuati».

Tab. 1 – La co-produzione e la co-creazione nel turismo

Caratteristiche	Co-produzione	Co-creazione
Creazione di valore	Il cliente partecipa alla creazione dell'offerta principale attraverso l'inventiva e la progettazione condivisa.	L'attenzione è rivolta all'uso, al consumo, al valore d'uso (ossia il valore che si verifica al momento dell'uso, del consumo o dell'esperienza).
Ruolo del cliente	Il ruolo del cliente è relativamente passivo	I clienti sono considerati partner attivi nel processo di produzione
Partecipazione del cliente	Principalmente al termine della catena produttiva	Interazioni e transazioni ripetute su più canali
Il cliente come risorsa	Il cliente è considerato una fonte di informazioni per la personalizzazione del risultato, ma ha un controllo trascurabile sul processo di produzione dopo che le informazioni rilevanti sono state condivise.	Il cliente è una risorsa operativa definita da conoscenza, abilità, competenza, capacità e tempo disponibile
Aspettative del cliente	I bisogni del cliente non sono sempre soddisfatti. Il cliente si adatta a ciò che è disponibile	Le esigenze dei clienti vengono soddisfatte attraverso un maggior grado di coinvolgimento degli stessi. La centralità del cliente/esperienza si basa sul livello di coinvolgimento. Dunque, ci si aspetta la co-creazione dei prodotti e servizi con la clientela.
Focus produttivo	La centralità dell'azienda è intrinseca a questo approccio	La centralità del cliente e dell'esperienza sono i punti focali di questo orientamento
Innovazione	Condotta dall'azienda	Co-innovare e co-progettare con i clienti. Imparare dai clienti (<i>opinion leader</i> e <i>trend setter</i>) e dal processo
Comunicazione	La co-produzione è meno trasparente per quanto riguarda la comunicazione e il dialogo con il cliente.	Il dialogo bidirezionale tra l'azienda e i suoi clienti (e gli altri <i>stakeholder</i>) è il fulcro di questo processo

Fonte: elaborazione da Chatoth et al., 2013, p. 15.

La definizione di Chatoth et al. (2013, p. 11) è la seguente: «co-production, which emphasises a firm-centric view of customer involvement during service production, is informed by the traditional view referred to as “goods-dominant logic”. It is defined as an exchange of products and services between customers and firms which is built on a platform of simulta-

neous production and consumption. Inherent in this definition is an excessive focus on the firm's value creation activities with customers playing a passive role»⁴.

Negli ultimi anni si sta provando a fare strada una nuova logica che si allontana dall'inquadramento economicistico e funzionalista, in cui l'esperienza turistica è vista come prodotto, per cercare di avviare un dialogo con la clientela che porti i visitatori a un ruolo attivo, di progettazione di esperienze uniche e personali. In questo caso, si è formato il concetto di co-creazione, le cui caratteristiche si contrappongono a quelle di co-produzione, come si evince dal confronto fra le due distinte logiche.

Il processo di co-creazione è definito nel seguente modo da Kristensson, Matthing e Johansson (2008, pp. 475-476): «co-creation refers to the involvement of the customer as an active collaborator right from the beginning of the innovation process. In the process of co-creating value, the customer may suggest innovative ideas for the company's forthcoming products or, alternatively, he or she might share consumption experiences in such a way that the company feels obligated to re-organize its current portfolio of products and services»⁵.

Essenziale per questo approccio co-creativo è l'intensa e continua interrelazione fra le aziende e i clienti, descritto appunto come necessità da Payne, Storbacka e Frow (2008, p. 85): «the need to view the relationship between the provider and the customer as a longitudinal, dynamic, interactive set of experiences and activities performed by the provider and the customer, within a context, using tools and practices that are partly overt and deliberate, and partly based on routine and unconscious behavior»⁶.

⁴ «La coproduzione, che enfatizza una visione centrata sull'impresa e sul coinvolgimento del cliente durante la produzione del servizio, è conformata dalla visione tradizionale denominata "logica dominante dei beni". È definita come uno scambio di prodotti e servizi tra clienti e imprese che si basa su una piattaforma di produzione e consumo simultanei. Questa definizione è caratterizzata da un'eccessiva focalizzazione sulle attività di creazione di valore dell'impresa, mentre i clienti interpretano un ruolo passivo».

⁵ «La co-creazione si riferisce al coinvolgimento del cliente come collaboratore attivo fin dall'inizio del processo di innovazione. Nel processo di co-creazione di valore, il cliente può suggerire idee innovative per i prossimi prodotti dell'azienda o, in alternativa, può condividere le esperienze di consumo in modo tale che l'azienda si senta obbligata a riorganizzare il suo attuale portafoglio di prodotti e servizi».

⁶ «La necessità di considerare la relazione tra fornitore e cliente come un insieme longi-

Nella progettazione di itinerari turistici il passaggio a una logica di maggior coinvolgimento della clientela è una tappa fondamentale per lo sviluppo delle narrative di viaggio. Al livello dei singoli attori, la diffusione di informazioni e lo sviluppo di processi creativi a una platea sempre più vasta, che coinvolga altri attori al di là della logica binaria azienda-cliente, può essere il tratto caratteristico affinché la conoscenza e i modi produttivi si vadano a coagulare al livello più elevato della nicchia.

La creatività e la logica produttiva della co-creazione delle esperienze, però, seppure siano da considerarsi la forza motrice principale per addensare il variegato mosaico degli attori presenti nei sistemi turistici, non bastano da sole, perché esse devono trovare canali di veicolazione, intesi come persone in grado di affermare e consolidare le idee che si vanno a generare.

Occorre che gli attori siano effettivamente coinvolti nei processi, in quella che viene definita *agentività* (o *agency*) definita da Emirbayer e Mische (1998, p. 970) come: «the temporally constructed engagement by actors of different structural environments – the temporal-relational contexts of action – which, through the interplay of habit, imagination, and judgment, both reproduces and transforms those structures in interactive response to the problems posed by changing historical situations»⁷.

Gli stessi autori sottolineano più avanti il ruolo pervasivo nel corso del tempo svolto dagli attori: «Actors are always living simultaneously in the past, future, and present, and adjusting the various temporalities of their empirical existence to one another (and to their empirical circumstances) in more or less imaginative or reflective ways. They continuously engage patterns and repertoires from the past, project hypothetical pathways forward in time, and adjust their actions to the exigencies of emerging situations»⁸ (Emirbayer e Mische, 1998, p. 1012).

Nel conciliare le teorie della prospettiva multi-livello con il paradigma dell'*agency*, Geels (2020) evidenzia come le traiettorie di sviluppo sono il risultato di interazioni ricorsive tra agentività e struttura: gli attori sono

tudinale, dinamico e interattivo di esperienze e attività svolte dal fornitore e dal cliente, all'interno di un contesto, utilizzando strumenti e pratiche che sono in parte palesi e intenzionali, e in parte basate su comportamenti routinari e inconsapevoli».

⁷ «L'impegno costruito nel tempo da parte degli attori di diversi ambienti strutturali – ossia i contesti temporali e relazionali dell'azione - che, attraverso l'interazione di abitudini, immaginazioni e giudizi, riproduce e trasforma tali strutture in risposta interattiva ai problemi posti da situazioni storiche mutevoli».

⁸ «Gli attori vivono sempre contemporaneamente nel passato, nel futuro e nel presente e adattano le varie temporalità della loro esistenza empirica l'una all'altra (e alle loro circostanze empiriche) in modi più o meno fantasiosi o riflessivi. Impiegano continuamente schemi e repertori del passato, proiettano ipotetici percorsi in avanti nel tempo e adattano le loro azioni alle esigenze delle situazioni emergenti».

concettualizzati come orientati verso altri attori e sistemi socio-tecnici. L'implicazione più ampia di questa concettualizzazione è che l'*agency* va osservata sempre in relazione alle reti sociali, ai contesti istituzionali e ai processi in corso.

Il concetto di *agency* si combina e si esplica con quello di potere (*power*), che, rispetto alla prima, è sempre da considerarsi un'azione intenzionale di influenzare la volontà altrui. Una classificazione delle tipologie di potere da un punto di vista sociologico è stata elaborata da Wrong (1979), con una categorizzazione che comprende quattro modalità differenti: la forza (fisica o psichica), la manipolazione, la persuasione e l'autorità.

Pur riconoscendo che a livello dei singoli attori l'esercizio del potere coinvolge tutte le possibili manifestazioni, da quelle maggiormente coercitive a quelle più collaborative e consensuali, nel turismo particolare attenzione va posta alle interrelazioni in cui si manifestano maggiori possibilità di dialogo.

Escludendo, dunque, l'uso della forza o la manipolazione degli attori, ci si potrebbe confrontare con le due tipologie meno invasive, ossia la persuasione e l'autorità.

Per quanto attiene alle forme di persuasione, lo stesso Wrong riconosce che sono metodi indiretti di potere e comunque relativamente deboli: «where A presents arguments, appeals or exhortations to B, and B, after independently evaluating their content in light of his own values and goals, accepts A's communication as the basis of his own behaviour, A has successfully persuaded B. Because B's choice of whether or not to accept A's arguments is in principle unconstrained by considerations of penalties, rewards or any felt obligation to do what A wants, and because, again in principle, B is free to present A with counterarguments of his own and thus to reverse the roles of persuader and persuaded, persuasion is often not regarded as a form of power at all. Formally, it lacks the asymmetry of power relations. (...) I have nevertheless classified persuasion as a form of power because it clearly represents a means by which an actor may achieve an intended effect on another's behaviour»⁹ (Wrong, 2017, p. 32).

⁹ «Quando A presenta argomenti, appelli o esortazioni a B e B, dopo averne valutato autonomamente il contenuto alla luce dei propri valori e obiettivi, accetta la comunicazione di A come base del proprio comportamento, A ha persuaso B con successo. Poiché la scelta di B di accettare o meno le argomentazioni di A non è, in linea di principio, vincolata da con-

Wrong (1979) focalizza poi i suoi ragionamenti sui differenti aspetti dell'esercizio di autorità, che, a differenza della persuasione, si ha laddove il ragionamento di una persona non viene contestato dall'altra, ma anzi esso viene utilizzato come propria fonte riconosciuta, non esprimendo un proprio giudizio o una propria controproposta come avviene nei meccanismi di persuasione. Essa viene classificata dall'autore in cinque diverse tipologie: coercizione, legittimazione, induzione, competenza ed esercizio di rapporti personali.

In campo turistico, secondo Saito e Ruhanen (2017) si possono evidenziare tutte le forme di autorità, tranne quella basata sui rapporti personali. L'autorità coercitiva è esercitata soprattutto dagli organi di governo, che possono imporre alcune prescrizioni, anche ai fini del bene comune e del miglioramento della qualità della vita, per esempio legate alla tutela ambientale e alla sostenibilità. L'autorità legittima viene esercitata non solo dagli organi di governo, ma da tutti i portatori di interesse che vengono riconosciuti come autorità, per esempio organismi misti pubblici e privati oppure imprese; esse si esprimono attraverso diversi strumenti non coercitivi, come la pianificazione turistica, il *marketing*, la formazione professionale, l'implementazione di strategie e progetti territoriali, ecc. L'autorità indotta viene tradotta come autorità economica dagli autori; dunque, il potere è riservato agli attori, pubblici e privati, che hanno sufficienti capitali da investire in attività turistiche o in infrastrutture più generiche, finanziano propri progetti o sovvenzionano progetti di terzi, offrono compensi e ricompense, ecc. Infine, l'autorità per competenza è di coloro che sono riconosciuti esperti o specialisti per alcune tematiche, che offrono collaborazioni e consigli in merito a strategie da implementare, come università, enti di formazione e società di consulenza.

Dunque, attraverso il potere si attivano dei meccanismi che incanalano alcune idee e sono in grado di far convergere il pensiero dei diversi attori verso una visione comune, così da formarsi eventuali nicchie d'azione e, successivamente, eventuali strategie di governo.

A fare da contraltare al concetto di potere, negli ultimi anni si sta sviluppando in ambito turistico il concetto di fiducia (*trust*), elemento fondamentale per consolidare il capitale sociale e accettare le forme di esercizio

siderazioni relative a sanzioni, ricompense o qualsiasi obbligo di fare ciò che A vuole, e poiché, sempre in linea di principio, B è libero di presentare ad A le proprie controargomentazioni e quindi di invertire i ruoli di persuasore e persuaso, la persuasione spesso non è considerata affatto una forma di potere. Formalmente, manca l'asimmetria delle relazioni di potere. (...) Ho tuttavia classificato la persuasione come una forma di potere perché rappresenta chiaramente un mezzo con cui un attore può ottenere un effetto desiderato sul comportamento di un altro».

di potere (Nunkoo, 2017). La fiducia e il potere sono gli elementi portanti per lo sviluppo dei rapporti collaborativi e la formazione di reti sociali e, in un passaggio successivo, anche per l'esercizio di una efficiente ed efficace *governance*, riconosciuta da tutti gli attori territoriali (fig. 2).

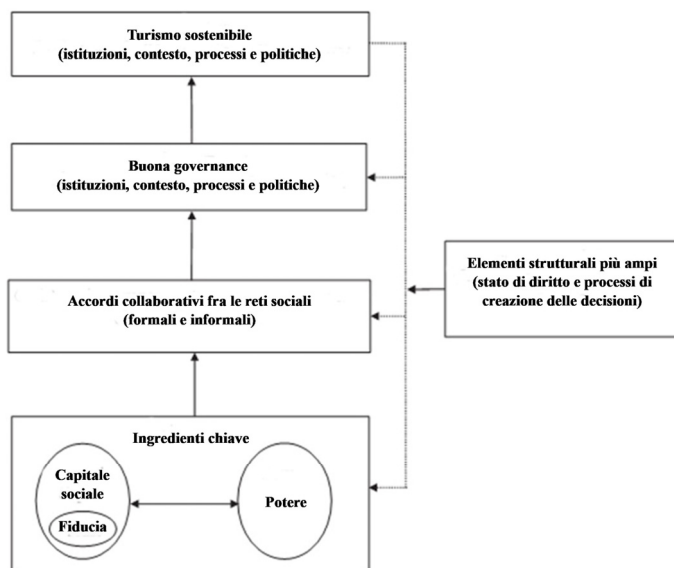


Fig. 2 – Interrelazioni fra fiducia, capitale sociale, potere e turismo sostenibile (Fonte: elaborazione da Nunkoo, 2017, p. 278).

Secondo una visione più stretta, di matrice psicologica, la fiducia può avere la seguente definizione: «trust is a psychological state or orientation of an actor (the trustor) toward a specific partner (the trustee) with whom the actor is in some way interdependent to attain valued outcomes or resources»¹⁰ (Nunkoo, 2017, p. 278).

Eppure, questa definizione ignora le influenze emotive e sociali sulle

¹⁰ «La fiducia è uno stato psicologico o un orientamento di un attore (chi pone la fiducia, il *trustor*) nei confronti di un *partner* specifico (il fiduciario, il *trustee*) con il quale l'attore è in qualche modo interdipendente per ottenere risultati o risorse di valore».

decisioni in merito alla fiducia. Pertanto, la fiducia dovrebbe essere indagata di volta in volta in termini di comportamenti individuali di scelta nelle diverse situazioni di dilemma, potendo la stessa variare nel corso del tempo (Nunkoo, 2017).

In tal senso si prospetta la definizione di fiducia secondo Robbins (2016, p. 976) in termini di approccio relazionale: «a belief about another person's trustworthiness with respect to a particular matter at hand that emerges under conditions of unknown outcomes»¹¹.

La valenza sociale della fiducia per prevenire i potenziali conflitti, per esempio esercitati tramite il potere, emerge dalle seguenti parole di Robbins (2016, p. 973): «trust promotes cooperation and eases social interaction – regardless of the goals or what is at stake – in social life. With trust, social order is possible; without trust, social conflict is probable»¹².

Per sintetizzare quanto espresso finora, si denota una necessità di maggiore indagine riguardo al livello dei singoli attori nel turismo, che formano il capitale antropico dei diversi territori.

Schematicamente si può riassumere come la prima forza motrice sia la *creatività*, intesa, ricollegandosi a quanto scritto in precedenza, alla dimensione del capitale cognitivo e alla prima fase di sviluppo degli itinerari, ossia l'analisi del patrimonio territoriale.

Dalla sfera cognitiva personale occorre che si sviluppino dinamiche di *agentività*, che permettano l'instaurarsi di interrelazioni fra gli attori e la formazione del capitale relazionale; l'*agentività* ha, come osservato, anche una prospettiva diacronica, legando eventi e attitudini culturali del passato, del presente e del futuro, attraverso una fase di sviluppo delle reti e delle narrazioni. Ma tali interrelazioni vanno anche canalizzate e consolidate verso il livello successivo, quello di *nicchia*, e, perché ciò avvenga, occorre che alcuni attori abbiano la *fiducia* degli altri e che possano esercitare un determinato *potere* in modo da veicolare la propria visione, costruire e consolidare un progetto, andando a rinforzare il capitale sociale locale. A questo punto si vengono a formare delle nicchie di azione, che raggruppano

¹¹ «Una fiducia sull'affidabilità di un'altra persona in relazione a una particolare questione, che emerge in condizioni dagli esiti sconosciuti».

¹² «La fiducia promuove la cooperazione e facilita l'interazione sociale, indipendentemente dagli obiettivi o dalla posta in gioco, nella vita sociale. Con la fiducia, l'ordine sociale è possibile; senza fiducia, il conflitto sociale è probabile».

tutti gli attori che operano collettivamente attraverso meccanismi di collaborazione, in base alla fiducia reciproca o al potere esercitato da alcuni, allo scopo di sviluppare modelli socio-economici regionali, che possano consolidarsi nel corso del tempo.

4. Il livello di nicchia

Nello schema paradigmatico dell'analisi multi-livello le nicchie hanno un ruolo essenziale in termini di innovazione; secondo Geels (2002) è il livello in cui si generano le innovazioni radicali.

Sulla base delle conoscenze e delle capacità si introducono novità nelle nicchie che poi possono essere incorporate e funzionalizzate per i livelli superiori. Secondo Geels (2002), all'inizio sono attività di piccole dimensioni, caratterizzate da elevati costi e scarsi profitti, ma importanti per la costruzione degli spazi sociali.

Nello specifico, nel turismo bisogna sottolineare il ruolo delle nicchie in merito alle capacità innovative e di resilienza come delineato da Amore, Prayag e Hall (2018, p. 244): «From a tourism system perspective (...) change can emerge anywhere, from tourists, second-home owners, residents, and community leaders among others. At the niche level, because there is no dominant design in how to configure resilience-building activities that benefit the destination as a whole, the efforts can go in all directions leading to a variety of structures and systems coexisting»¹³.

Al livello delle nicchie gli aspetti della connettività e della socialità dei diversi attori devono emergere, in particolare per quanto attiene ai sistemi turistici, instaurando rapporti di cooperazione e collaborazione fra i diversi portatori di interessi. I due termini sono spesso usati come sinonimi, ma Jamal e Getz (1995) sottolineano che hanno differenti accezioni: la cooperazione attiene a un lavoro comune per un determinato fine, mentre la col-

¹³ «Da una prospettiva di sistemica del turismo (...) il cambiamento può emergere ovunque, dai turisti, dai proprietari di seconde case, dai residenti e dai *leader* delle comunità, tra gli altri. A livello di nicchia, poiché non esiste un progetto dominante su come configurare le attività di costruzione della resilienza a beneficio della destinazione nel suo complesso, gli sforzi possono andare in tutte le direzioni e portare a una varietà di strutture e sistemi che coesistono».

laborazione sottintende rapporti più complessi e più variegate condizioni necessarie per il loro instaurarsi.

Secondo la definizione di Wood e Gray B. (1991, p. 146): «collaboration occurs when a group of autonomous stakeholders of a problem domain engage in an interactive process, using shared rules, norms, and structures, to act or decide on issues related to that domain»¹⁴.

Jamal e Getz (1995, p. 188) adattano la definizione al turismo in questi termini: «collaboration for community-based tourism planning is a process of joint decision-making among autonomous, key stakeholders of an inter-organizational, community tourism domain to resolve planning problems of the domain and/or to manage issues related to the planning and development of the domain»¹⁵.

I processi di collaborazione sono necessari per la risoluzione di problematiche complesse, le cui soluzioni sono difficili da raggiungere con i soli sforzi individuali.

In tal senso, Gray B. e Purdy (2018, p. 8) sottolineano l'interdipendenza delle relazioni fra gli attori: «Collaboration establishes a give and take among the stakeholders that is designed to produce solutions that none of them working independently could achieve. Because each one's actions to address the problem have implications for the others, they need to understand how their interdependent relationships work in order to forge a collective solution»¹⁶.

Wood e Gray B. (1991) evidenziano alcune caratteristiche essenziali del processo di collaborazione: i portatori di interessi sono indipendenti e collaborano volontariamente; le soluzioni emergono da processi di riconcilia-

¹⁴ «La collaborazione si verifica quando un gruppo di soggetti autonomi di un dominio probabilistico si impegna in un processo interattivo, utilizzando regole, norme e strutture condivise, per agire o decidere su questioni relative a quel dominio».

¹⁵ «La collaborazione per la pianificazione turistica comunitaria è un processo decisionale congiunto tra soggetti chiave autonomi di un ambito turistico comunitario inter-organizzativo per risolvere i problemi di pianificazione dell'ambito e/o per gestire le questioni relative alla pianificazione e allo sviluppo dell'ambito stesso».

¹⁶ «La collaborazione stabilisce un dare e avere tra le parti interessate che ha lo scopo di produrre soluzioni che nessuno di loro, lavorando in modo indipendente, potrebbe raggiungere. Poiché le azioni di ciascuno per affrontare il problema hanno implicazioni per gli altri, essi devono capire come funzionano le loro relazioni interdipendenti per forgiare una soluzione collettiva».

zione costruttiva delle differenze delle loro visioni e opinioni; il processo e le decisioni intraprese sono comuni a tutti i partecipanti; i portatori di interessi si assumono collettivamente la responsabilità della direzione e degli esiti delle strategie e dei processi intrapresi; i processi di collaborazione possono diventare più stabili nel corso del tempo a motivo della crescente complessità delle problematiche da affrontare, così da comportare una evoluzione gestionale fino a giungere alla creazione di nuove organizzazioni.

La collaborazione presuppone lo sviluppo di organizzazioni in cui il ruolo di perno centrale dovrebbe essere tenuto dalla comunità locale di uno specifico territorio, come ricordato da Jamal e Getz (1995, p. 200): «(...) collaboration may provide an effective mechanism for community involvement in tourism planning, through selection of key stakeholders to represent the various public interests. (...). In emerging tourism domains, it may be necessary to specifically implement a collaborative community-based planning process and form referent organizations to manage the tourism development affairs of the community and the region»¹⁷.

Dalla constatazione che la collaborazione fra gli attori territoriali possano trarsi notevoli benefici, tenendo però conto anche delle inevitabili conflittualità che si possono generare fra gli stessi, nascono iniziative in campo turistico cosiddette *community-based*, pratiche in uso da tempo, ma consolidate negli ultimi anni, sebbene dal punto di vista interpretativo vi siano ancora differenze sostanziali (Ishihara, 2021).

Una visione ristretta del *community-based* tourism è fornita da Blackstock (2005, p. 39): «Community based tourism (CBT) centres on the involvement of the host community in planning and maintaining tourism development in order to create a more sustainable industry (...). The tourism industry is dependent on local resident involvement, through their role as employees or local entrepreneurs, and on resident goodwill towards tourists»¹⁸.

¹⁷ «(...) la collaborazione può fornire un meccanismo efficace per il coinvolgimento della comunità nella pianificazione turistica, attraverso la selezione di soggetti chiave che rappresentino i vari interessi pubblici. (...) Nei settori turistici emergenti, può essere necessario implementare in modo specifico un processo di pianificazione collaborativo basato sulla comunità e formare organizzazioni di riferimento per gestire gli affari concernenti lo sviluppo turistico della comunità e della regione».

¹⁸ «Il *community-based tourism* (CBT) è incentrato sul coinvolgimento della comunità

Tale visione è sintetizzata da Goodwin e Santilli (2009, p. 12): «CBT can therefore be defined as tourism owned and/or managed by communities and intended to deliver wider community benefit»¹⁹.

Al suo estremo, tale prospettiva ristretta sembra presupporre una prefirgurazione della comunità come attore unico con pieno controllo sul sistema turistico. A tale visione se ne contrappongono altre che valutano la presenza di attori esterni, in qualche modo impegnati a cooperare per il raggiungimento di obiettivi concordati con la comunità locale. L'integrazione fra attori rappresenta infatti un passaggio fondamentale per Timothy (1998), che pone in luce diverse tipologie di cooperazione, fra cui quella tra le agenzie del settore pubblico, tra i diversi livelli di governo, tra settore pubblico e privato, andando a comprendere in essi anche gli enti del volontariato.

In tal senso Mtapuri e Giampiccoli (2016) evidenziano come vi sia la necessità di aprire ad attori esterni, proponendo una visione più ampia del *community based tourism*. Gli autori affermano: «Although CBT should be a fully community-embedded endogenous development process, CBT projects initiated independently by communities are rare, especially in the initial stages (...). CBT usually requires external support (...) with partners providing marketing and assistance while not sharing ownership of the venture (...). As such, CBT can be locally or externally initiated (the latter being more likely). While various external entities, including the private sector, NGOs and government can be the initial facilitators/proposers of a CBT development project (...), the government should play a central role in CBT development (...)»²⁰ (Mtapuri e Giampiccoli, 2016, p. 156).

Mtapuri e Giampiccoli (2016) propongono alcune evoluzioni del CBT. La prima forma è quella di un legame spontaneistico informale fra gli attori della comunità che rimane tale in base a consolidati rapporti interpersonali e che necessariamente rimane a scala contenuta e di modesta entità. Il se-

ospitante nella pianificazione e nel mantenimento dello sviluppo turistico, al fine di creare un'industria più sostenibile (...). L'industria turistica dipende dal coinvolgimento dei residenti locali, attraverso il loro ruolo di dipendenti o imprenditori locali, e dalla buona volontà dei residenti nei confronti dei turisti».

¹⁹ «Il CBT può quindi essere definito come le attività turistiche possedute e/o gestite dalle comunità e destinate a produrre benefici più ampi per la comunità».

²⁰ «Sebbene il CBT dovrebbe essere un processo di sviluppo endogeno pienamente integrato nella comunità, i progetti CBT avviati autonomamente dalle comunità sono rari, soprattutto nelle fasi iniziali (...). Il CBT di solito richiede un sostegno esterno (...) con *partner* che forniscono *marketing* e assistenza senza condividere la proprietà dell'impresa (...). In quanto tale, il CBT può essere avviato localmente o esternamente (quest'ultima è più probabile). Mentre varie entità esterne, tra cui il settore privato, le ONG e il governo possono essere i facilitatori/propositori iniziali di un progetto di sviluppo del CBT (...), il governo dovrebbe svolgere un ruolo centrale nello sviluppo del CBT (...)».

condo tipo di CBT è un'evoluzione del precedente, in cui si rimane a una scala ridotta di comunità, ma le collaborazioni vengono formalizzate in accordi espliciti. La terza modalità è quella che permette un allargamento della scala formale ad altri attori, per esempio con un'organizzazione "ombrello" e diversi piccoli circuiti di CBT (Mtapuri e Giampiccoli, 2013). Invece, se l'iniziativa per la creazione del CBT viene da attori esterni, i legami saranno necessariamente formali, potendo poi evolvere a scala maggiore, o, meno probabilmente, rimanere un fenomeno a scala contenuta.

L'analisi della evoluzione del *community-based tourism* ha costituito negli ultimi anni oggetto di indagine fra diversi studiosi per comprendere come esso possa contribuire pienamente allo sviluppo locale.

In tal senso, secondo Naik (2014) si possono stabilire delle priorità per lo sviluppo del *community-based tourism*. Innanzitutto, si deve capire quali risorse possano essere messe in campo dalla comunità e cercare di coinvolgere quanti più attori possibili nel progetto di sviluppo. In seconda istanza, occorre informare la comunità di tutti i benefici e i costi che il progetto comporta dopo un'attenta analisi, in modo da pervenire a un piano condiviso che metta in chiaro gli obiettivi, conformi la struttura organizzativa e abbia la condivisione e il supporto di tutti gli attori; infine, a valle di tali processualità, si devono individuare le figure di riferimento del progetto. Come terza priorità, occorre sviluppare programmi educativi e formativi per la comunità e fare in modo che le istituzioni di riferimento diano una concreta assistenza alla popolazione locale.

Okazaki (2008) ha proposto un modello evolutivo più complesso, che spiega le diverse declinazioni del concetto di *community-based tourism* nel corso del tempo (fig. 3).

Tale costruzione teorica, sulla scorta del classico modello stadiale di Butler (1980), evidenzia una fase iniziale in cui viene coinvolto un numero limitato di interlocutori, soprattutto nelle delicate fasi di fissazione delle problematiche comuni da risolvere (*problem setting*) e degli obiettivi di massima che si intendono raggiungere (*direction setting*). Nel momento del consolidamento dell'offerta (*structuring*) vengono a essere coinvolti attori diversi, con competenze auspicabilmente più ampie, in modo da costruire un sistema turistico attrattivo, in grado di rispondere a diverse esigenze e questioni, così da rimanere stabile nei propri equilibri interni nel corso del tempo. Al raggiungimento di livelli più elevati di consolidamento dei sistemi turistici, il numero di attori che partecipano alle reti di interconnessione tende a essere sempre più elevato, ma tende anche a stabilizzarsi, con ingressi di nuovi soggetti sempre più ridotti.

L'autore ritiene che il grado di partecipazione comunitaria ottimale sia quello della *partnership*, che si può definire lo stadio in cui si possono rie-

quilibrare gli squilibri nella distribuzione dei poteri decisionali: «negotiation is conducted between citizens and power holders, thereby redistributing, in practice, the power and responsibilities for planning and decision-making»²¹ (Okazaki, 2008, p. 513).

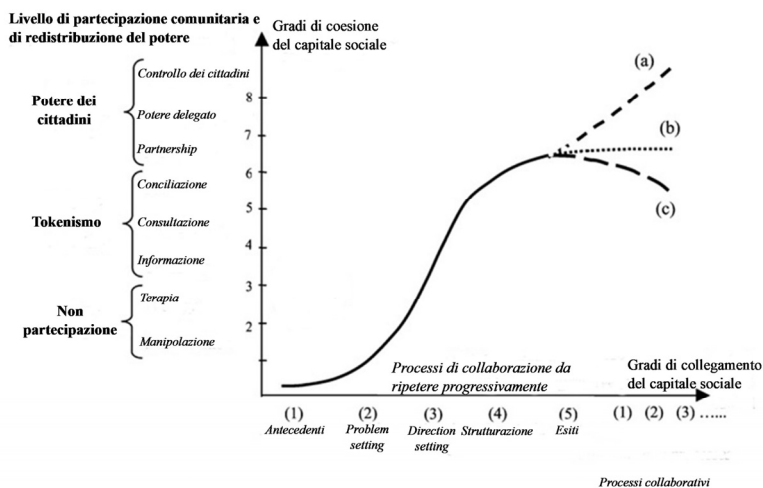


Fig. 3 – Modello di community-based tourism (Fonte: elaborazione da Okazaki, 2008, p. 513).

Il raggiungimento di un alto grado di partecipazione comunitaria, pur essendo piuttosto stabile, non è comunque immutabile nel corso del tempo. Si possono esemplificare tre possibili esiti. Nel primo caso, il successo del dialogo fra gli attori comunitari spinge a un ulteriore incremento di partecipazione, fino ad arrivare a forme di controllo più marcate da parte dei cittadini, riducendo il ruolo dei tradizionali attori di potere (enti pubblici e attori economici). Un secondo esito prevede la soddisfazione della situazione attuale da parte della comunità locale e il mantenimento stabile della situazione venutasi a creare. Nel terzo caso, l’emergere di conflittualità fra gli attori e l’insoddisfazione rispetto agli obiettivi della pianificazione condivi-

²¹ «La negoziazione è condotta tra i cittadini e i detentori del potere, redistribuendo così, nella pratica, il potere e le responsabilità della pianificazione e del processo decisionale».

sa comportano la riduzione del numero dei partecipanti fino all'eventuale ripensamento di un nuovo sistema da parte di alcuni attori, che ripartono dal valutare tutto quello che è avvenuto nel passato (nuova fase di valutazione degli antecedenti) per poi ipotizzare nuovi schemi di *problem setting* e *direction setting*. In ogni processo comunitario vi possono essere attori che, in momenti diversi, facilitino oppure inibiscano la collaborazione all'interno di un sistema territoriale (Jamal e Getz, 1995).

Secondo Okazaki (2008) le conflittualità emergono quando mancano le condizioni per collegare i diversi strati sociali, in una visione istituzionale verticale, e vi è una contemporanea carenza nella creazione di ponti fra gli attori, in un'ottica di creazione di reti orizzontali. In questi casi, dunque, occorre rinforzare da un lato i meccanismi di governo del territorio e dall'altro sviluppare la coscienza collettiva e la collaborazione fra gli attori, in modo da rafforzare il capitale sociale.

Uno schema relativo alle tappe evolutive del *community-based tourism* specifico per gli itinerari è stato proposto da Mnguni e Giampiccoli (2017), riportato nella fig. 4. Gli autori avvertono che per tale tipologia turistica sarebbe auspicabile la gestione soprattutto da parte di attori all'interno della comunità, mentre quelli esterni dovrebbero essere presenti solo con un ruolo di supporto.

«It is fundamentally important that this process be carried out from its first initial stage by the community members themselves although external facilitators will often be required to facilitate the process. The facilitators should remain within the facilitative parameters, therefore, not becoming the owners of the process but just to facilitate and assist the community members in the process (the process should remain owned by the community members). Government bodies, (...), could assist in funding and specific legal requirement that could assist the establishment and growth and sustainability of the trail»²² (Mnguni e Giampiccoli, 2017, p. 10).

²² «È di fondamentale importanza che questo processo sia portato avanti, fin dalla prima fase iniziale, dagli stessi membri della comunità, anche se spesso saranno necessari dei facilitatori esterni per agevolare il processo. I facilitatori dovrebbero rimanere all'interno dei parametri di facilitazione, quindi non diventare i proprietari del processo, ma solo facilitare e assistere i membri della comunità nel processo (il processo dovrebbe rimanere di proprietà dei membri della comunità). Gli enti governativi, (...), potrebbero contribuire al finanziamento e a specifici requisiti legali che potrebbero aiutare la creazione, la crescita e la sostenibilità del sentiero».

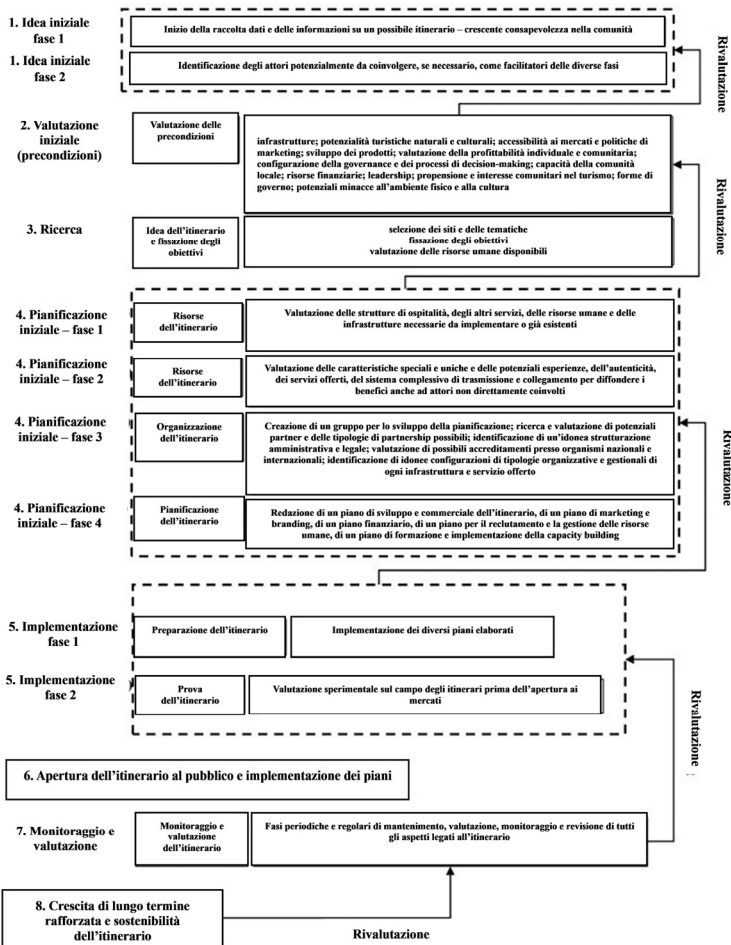


Fig. 4 – Modello di pianificazione di itinerari basati sulla comunità locale (Fonte: elaborazione da Mnguni e Giampiccoli, 2017, p. 10).

Nella prima fase, relativa alla idea iniziale, occorre far insorgere e incrementare la consapevolezza nella comunità locale e, successivamente, individuare i possibili agenti facilitatori esterni. La seconda fase attiene alla valutazione delle precondizioni, fra cui le infrastrutture a disposizione, l'analisi di mercato, e così via. Successivamente, si deve sviluppare la ricerca sul tipo di sistema turistico che si intende implementare. Segue una fase di pianificazione e sviluppo concreto, in cui si pianifica e organizza l'itinerario. Una volta concretizzato l'itinerario, si passa alla sua implementa-

zione e sperimentazione. A questo punto il percorso può essere promosso sui mercati e, dunque, valutato nella sua concreta efficacia. Infine, si deve sempre puntare allo sviluppo a medio e a lungo termine del sistema turistico, pertanto occorre una periodica valutazione delle *performance* dell'itinerario, allo scopo di apportare eventuali correttivi e migliorie.

Per il consolidamento del turismo comunitario e per creare il livello di nicchia occorre che si formino reti di attori (*networks*), in grado di coagulare le diverse istanze dei singoli individui.

La definizione di rete viene fornita da Gibson, Lynch P.A. e Morrison (2005, p. 88): «a network can be defined as a set of relationships between individuals acting in an organizational and/or private capacity to achieve a particular purpose»²³.

Gli autori evidenziano come le reti possano essere: *formali*, in cui gli obiettivi sono esplicitati, in cui le interazioni sociali sono minimizzate a favore di quelle istituzionali; *semi-formali*, in cui gli obiettivi sono esplicitati, ma le relazioni sociali restano informali, anche se, comunque, possono essere ampiamente valorizzate all'esterno; *informali*, gestite sulla base di relazioni sociali, senza obiettivi chiaramente identificati, ma occasionalmente coinvolte anche in peculiari scopi economici.

Gibson, Lynch P.A. e Morrison (2005) hanno anche provato ad enucleare i possibili benefici nella creazione di reti, sostanzialmente raggruppabili in: occasioni di interscambio di opinioni e conoscenze, che permettano un incremento del livello di apprendimento degli attori, al fine di una migliore implementazione della progettualità intrapresa; collaborazioni nelle attività economiche, in modo da favorire le iniziative imprenditoriali e la qualità dell'esperienza offerta ai visitatori; interscambi di comunità, che permettano di consolidare, rinnovare o reinventare il senso di comunità e il clima di cooperazione all'interno dei territori.

Van der Zee e Vanneste (2015) sottolineano che gli studi sulle reti del turismo hanno riguardato soprattutto i legami che si vengono a creare per gestire attività economiche oppure per stabilire concrete azioni politiche.

Wang Y. e Fesenmaier (2007) evidenziano come la partecipazione alle reti porti all'apprendimento organizzativo, alla creazione di capitale sociale

²³ «Una rete può essere definita come un insieme di relazioni tra individui che agiscono a titolo organizzativo e/o privato per raggiungere uno scopo particolare».

e alla formazione di strategie commerciali comuni. Secondo gli autori, le organizzazioni del turismo e le imprese entrano in relazioni di collaborazione per tre motivazioni di base: orientamento di strategie, orientamento all'apprendimento e sviluppo del capitale sociale.

Lemmetynen e Go (2009) assumono una posizione diversa, ribaltando la relazione fra dinamiche imprenditoriali e collaborazioni fra gli attori al contrario rispetto al punto di vista di Wang Y. e Fesenmayer. Gli autori affermano che le relazioni interpersonali e la loro gestione precedono lo sviluppo delle attività economiche e sono la prima ragione del loro successo. Quando in una destinazione si è in grado di creare un livello di collaborazione di rete tra i suoi *stakeholder* turistici, l'ulteriore cooperazione tra le imprese turistiche può essere un risultato dovuto al consolidamento della rete relazionale. Questo livello di cooperazione può portare alla creazione e alla diffusione di conoscenze comuni, all'aumento delle prestazioni delle singole imprese e della destinazione, all'integrazione del settore turistico e all'offerta di un'esperienza turistica integrata per i visitatori. In altre parole, l'aumento dei livelli di cooperazione è un risultato importante delle reti turistiche, che sono rappresentate come un organismo fluido, continuamente in evoluzione, che addensa interazioni orizzontali tra gli *stakeholder* con uno o più obiettivi comuni.

La cooperazione fra attori ha però un contrappeso nella naturale competizione e rivalità che si tende a creare in un sistema economico; tale sistema diadico, governato da queste due forze contrapposte, dovrebbe trovare una fase di sintesi in un nuovo paradigma concettuale, sintetizzato dal neologismo *coopetition*.

Bengtsson e Kock (2000, pp. 414-415) spiegano il concetto di *coopetition*: «it is argued that one single relationship can comprise of both cooperation and competition, that two firms can compete and cooperate simultaneously. In any specific relationship elements of both cooperation and competition can be found, but one or the other of these elements can in some cases be tacit. If both the elements of cooperation and competition are visible, the relationship between the competitors is named coopetition»²⁴.

²⁴ «Si sostiene che una singola relazione può comprendere sia la cooperazione che la concorrenza, che due imprese possano competere e cooperare contemporaneamente. In ogni specifica relazione si possono trovare elementi sia di cooperazione che di concorrenza, ma l'uno o l'altro di questi elementi può in alcuni casi essere tacito. Se entrambi gli elementi di

Il rapporto tra cooperazione e concorrenza può assumere forme diverse a seconda del grado di cooperazione e del grado di concorrenza. Da un lato, si può avere una relazione tra due concorrenti che consiste solo nella cooperazione, ossia una relazione cooperativa tradizionale. Dall'altro lato, si può avere una relazione tra due concorrenti che consiste semplicemente nella competizione, ossia una relazione competitiva. Tra queste due fattispecie estreme si potranno avere almeno tre diversi tipi di relazioni legate alla *coopetizione* a seconda del grado di cooperazione e di concorrenza: prevalenza della cooperazione, relazione bilanciata fra cooperazione e concorrenza, prevalenza della concorrenza (Bengtsson e Kock, 2000).

In una revisione sistematica della letteratura sulla *coopetizione*, Chim-Miki e Batista-Canino (2017) individuano due principali correnti di pensiero. In primo luogo, la coopetizione è l'intervento della cooperazione in una struttura competitiva per espandere il mercato e ottenere migliori rendimenti. Questo tipo di coopetizione si verifica quando soggetti concorrenti cooperano per obiettivi comuni. In secondo luogo, la coopetizione è l'intervento della concorrenza nella struttura della cooperazione per bilanciare la distribuzione dei benefici fra gli attori; tale situazione si verifica quando i collaboratori competono per assicurarsi parti del beneficio creato dalla loro cooperazione. La coopetizione è, dunque, un processo altamente dinamico, derivante dalla cooperazione tra imprese concorrenti o tra gruppi e *stakeholder* in conflitto e dalla competizione o conflitto tra più *partner* con interessi diversi.

Secondo Chim-Miki e Batista-Canino (2017, p. 1209) i sistemi turistici sono un importante campo di indagine sulla coopetizione: «when we focus on the tourist, there is also a common goal among the firms: They need to improve the tourism attractiveness and productivity; however, at the same time, they compete for the tourist's individual budget. In summary, the tourism destination is a unit of analysis that forms a strategic network with a shared goal, representing a collective enterprise. That is why it can be considered a suitable context to generate coopetition networks»²⁵.

Fra i fattori che possono portare allo sviluppo della coopetizione in campo turistico si evidenziano: alto numero di piccole e medie imprese, che tendono a creare delle reti di affari; elevata presenza di attività che offrono

cooperazione e concorrenza sono visibili, la relazione tra i concorrenti prende il nome di *coopetizione*».

²⁵ «Quando ci concentriamo sul turista, c'è anche un obiettivo comune tra le imprese: Esse devono migliorare l'attrattiva turistica e la produttività; tuttavia, allo stesso tempo, competono per il *budget* individuale del turista. In sintesi, la destinazione turistica è un'unità di analisi che forma una rete strategica con un obiettivo condiviso, rappresentando un'impresa collettiva. Per questo motivo può essere considerata un contesto adatto a generare reti di coopetizione».

servizi e prodotti complementari, creando interdipendenza fra esse; forme di governo che favoriscono il dialogo fra gli attori; prossimità culturale e interconnessione fra gli attori; elevato grado di competizione esterna, che impone una certa unità di intenti fra gli attori comunitari per fronteggiare le insidie dei mercati; elevata competizione interna, che non permette di escludere le tensioni fra le aziende nonostante un certo spirito di cooperazione (Chim-Miki e Batista-Canino, 2017).

Nguyen, Johnson e Young (2022) hanno delineato quattro tipi di coope-
tizione. L'emergere della coope-
tizione si afferma sotto forma di relazioni
fra reti (governo e imprese, imprese e comunità, fra diverse destinazioni) e
relazioni all'interno delle reti. La prima tipologia si ha quando si instaura
un rapporto di cooperazione fra competitori, di solito del tipo *business-to-
business*, ossia una coope-
tizione all'interno di una rete di attori economici
conflittuali, che trovano un accordo per cooperare fra loro. La seconda tipo-
logia di coope-
tizione avviene quando aumenta la conflittualità all'interno di
un quadro di cooperazione abituale, fra attori di una specifica rete o fra gli
attori di diverse reti (per esempio fra rete pubblica e attori privati). La terza
tipologia prevede la nascita di processi cooperativi fra attori o reti di attori
in conflitto (per esempio fra aziende e comunità locale). Infine, la quarta
tipologia si delinea quando località in competizione riescono a costruire un
assetto cooperativo fra loro.

Dalle considerazioni sopra esposte, emerge la necessità di indirizzare e
coordinare gli attori mediante un'appropriata *governance* delle reti di attori,
in grado di sviluppare strategie comuni e attenuare le conflittualità.

Provan e Kenis (2008) individuano alcune tipologie di *governance* sulla
base del grado di mediazione delle funzioni e della delega ad altri soggetti;
nelle modalità di governo mediate si possono inoltre avere gestioni parteci-
pative oppure gestioni esterne alla rete.

La forma più semplice e comune è la *governance partecipativa*. Questa
forma è governata dagli stessi membri della rete, senza un'entità di governo
separata e unica. La *governance* in questa forma può essere realizzata in
modo formale, ad esempio attraverso riunioni regolari di rappresentanti or-
ganizzativi designati, o in modo più informale, attraverso gli sforzi conti-
nui, ma tipicamente non coordinati, di coloro che sono interessati al succes-
so della rete. Le reti governate dai partecipanti possono anche essere alta-
mente decentralizzate, coinvolgendo la maggior parte o tutti i membri della
rete che interagiscono su base relativamente paritaria nel processo di ge-
stione.

Sebbene la *governance* condivisa e partecipativa possa coinvolgere
molti o tutti i membri della rete, ci sono molte situazioni che potrebbero
non essere favorevoli a tale autogoverno collettivo e decentralizzato. In

particolare, le inefficienze della *governance* condivisa possono far preferire un approccio centralizzato. Dunque, la *governance* della rete può avvenire anche attraverso quella che può essere denominata *organizzazione guida*: essa agisce quando uno degli attori detiene un potere di organizzazione e gestione molto più forte degli altri attori, che, in paragone, risultano più deboli.

Una terza forma di *governance* della rete è il modello della cosiddetta *Network Administrative Organization (NAO)*. L'idea di base è che venga istituita un'entità amministrativa separata, appositamente per governare la rete e le sue attività. Sebbene i membri della rete continuino a interagire tra loro, come nel modello della *lead organization*, il modello NAO è centralizzato. Il mediatore della rete (in questo caso, la NAO) svolge un ruolo chiave nel coordinare e sostenere la rete. A differenza del modello della *lead organization*, tuttavia, il modello NAO non è un'altra entità che fornisce i propri servizi. Al contrario, la rete è governata dall'esterno e la NAO è stata istituita, per mandato o per volontà dei membri stessi, con lo scopo esclusivo di governare la rete. La NAO può essere un ente governativo o un'organizzazione non profit, il che avviene spesso anche quando i membri della rete sono aziende a scopo di lucro.

Beaumont e Dredge (2009) hanno sviluppato tale schema nel turismo e hanno rilevato che l'applicazione pratica delle diverse modalità di *governance* genera alcune tensioni nelle scelte gestionali. Innanzitutto, l'esigenza di un approccio inclusivo di tutti gli attori va spesso in contrasto con la necessità di essere efficienti e reattivi come nei modelli con pochi decisori. Inoltre, una rete deve essere riconosciuta sia all'esterno che all'interno come credibile e rappresentativa degli interessi dei membri. Se una rete non ha una legittimità sia esterna che interna, non avrà il pieno impegno dei propri membri e le sue azioni e iniziative non saranno riconosciute dalla comunità in generale. Infine, le tensioni emergono dal compromesso tra la stabilità e la capacità di affrontare rapidamente i problemi. La stabilità di una rete nel tempo contribuisce alla sua legittimità, ma può anche significare che le strutture, i processi e le culture si radichino e siano difficili da cambiare, riducendo la flessibilità del sistema in caso di crisi o di *shock*.

La maggiore collaborazione in campo turistico permette di esplorare nuove forme di *governance* come la *co-gestione adattativa (Adaptive Co-Management o ACM)*.

La definizione della co-gestione adattativa di Armitage et al. (2009, p. 95) è la seguente: «One emerging and interdisciplinary approach that holds promise for complex social-ecological systems is adaptive co-management. This approach explicitly links learning (experiential and experimental) and

collaboration to facilitate effective governance, defined here as the public and private interactions undertaken to resolve societal challenges, and the institutions and principles which mediate those interaction»²⁶.

Secondo Islam, Ruhanen e Ritchie (2018), i principi cardine della co-gestione adattativa sono la comunicazione e la collaborazione fra gli attori, l'apprendimento sociale, la condivisione di diritti, responsabilità e potere decisionale e lo sviluppo di capacità di adattamento e di resilienza ai diversi eventi che possono occorrere nel sistema.

Fabricius e Currie (2015) evidenziano gli attributi di una *governance* in grado di sollecitare le capacità di resilienza dei sistemi, ossia essere: partecipativa, policentrica, responsabile, deliberativa, multilivello ed equa.

La diversa capacità di adattamento delle comunità locali condiziona la qualità della *governance* del territorio. Fabricius e Currie (2015) ipotizzano tre tipologie di comunità, in base alla capacità di adattarsi alle nuove situazioni e alle capacità di governo. La prima tipologia riguarda i cosiddetti “spettatori impotenti” (*powerless spectators*), che hanno una bassa capacità di adattamento e una debole capacità di governare, non dispongono di opzioni finanziarie o tecnologiche e mancano di risorse naturali, competenze, istituzioni e reti. La seconda tipologia sono gli “attori che fanno fronte alla crisi” (*coping actors*), che hanno la capacità di adattarsi, ma non gestiscono i sistemi socio-ecologici perché mancano di capacità di *governance* per carenza di *leadership*, di visione e di motivazione, così le loro risposte sono tipicamente a breve termine. Infine, vi è la categoria dei “gestori adattivi” (*adaptive managers*), che hanno la capacità di adattarsi e di sviluppare una *governance* per sostenere e internalizzare gli adattamenti; essi investono nella gestione a lungo termine dei sistemi, consapevoli delle minacce e pronti a intraprendere azioni appropriate per la sostenibilità durevole.

Provando a sintetizzare il percorso esposto per il livello della nicchia, si può ripartire dai concetti di agentività, fiducia e potere come fattori primi creatori di rapporti sociali che conducono alla cooperazione e alla collabo-

²⁶ «Un approccio emergente e interdisciplinare che promette bene per i sistemi socio-ecologici complessi è la co-gestione adattiva. Questo approccio collega esplicitamente l'apprendimento (esperienziale e sperimentale) e la collaborazione per facilitare una *governance* efficace, definita qui come le interazioni pubbliche e private intraprese per risolvere le sfide della società e le istituzioni e i principi che mediano tali interazioni».

razione. In un'ottica sistemica si dovrebbe consolidare un turismo basato sulla comunità locale, intesa nel senso più ampio possibile, come viene ultimamente interpretata, ossia coinvolgendo tutti gli attori che abbiano concreto interesse nello sviluppo di un sistema turistico in un determinato territorio. La formazione di reti di collaborazione è un passaggio fondamentale da gestire perché può portare alla successiva formazione di gruppi consolidati che permettono di risalire al livello successivo, ossia quello del regime. In particolare, l'avvio di reti di collaborazione deve sempre tener conto delle possibili conflittualità e competizioni fra gli attori e, in tal caso, si è invocato il concetto paradigmatico della coesistenza.

Ad attenuare le eventuali conflittualità vi deve necessariamente essere una certa capacità di gestione e adattamento, in particolare mediante una *governance*, che sappia essere flessibile e in grado di stimolare le capacità di resilienza del sistema. Ovviamente, bisogna anche possedere delle condizioni strutturali che favoriscano i processi di adattamento della comunità locale, in base, soprattutto, alle conoscenze, alle tecnologie e alle disponibilità economiche.

5. Il livello di regime

Una località turistica deve tenere conto di tre parametri fondamentali per avere un successo sistemico e duraturo: la piena consapevolezza e la conseguente mappatura delle risorse a disposizione (*destination's capabilities*); la necessità di strutturare le relazioni tra gli attori per facilitare il coordinamento; l'opportunità di stabilire collegamenti efficienti con altre destinazioni che possano contribuire allo scambio di informazioni e conoscenze (Haugland et al., 2011).

A livello di regime vi è la necessità di consolidare le reti di interrelazioni fra gli attori interni al sistema, coagularli e coordinarli in un quadro univoco che si vada a orientare verso traiettorie specifiche di sviluppo. In tal senso, occorre individuare le forme di gestione e di *governance* più adatte ed efficaci in base al numero e alla tipologia di attori, al loro grado di collaborazione e interdipendenza e alle loro caratteristiche, in particolare quelle socio-culturali, economiche e tecnologiche.

Secondo la definizione di Geels (2002, p. 1260) i “regimi socio-tecnici” sono: «(...) the semi-coherent set of rules carried by different social groups. By providing orientation and co-ordination to the activities of relevant actor groups, ST-regimes account for the stability of ST-configurations. This stability is of a dynamic kind, meaning that innovation still occurs but is of an incremental nature»²⁷.

I regimi esistenti sono spesso caratterizzati da effetti di *lock-in* e *path dependence*, dunque orientati verso cambiamenti incrementali lungo traiettorie prevedibili piuttosto che verso un’innovazione radicale (Geels, 2010; Amore, Prayag e Hall, 2018).

In tal senso, Hall, Prayag e Amore (2018, p. 155) osservano: «(...) the focus needs to be not so much on finding new ways to do things but on making sure that the strategies that we know work and helping to ensure that tourism businesses, employees and destinations survive and grow: collaboration; providing a decent standard of living and quality of life for employees and managers; developing trust and talking between actors; and caring about customers, staff and the community»²⁸.

Mentre le innovazioni possono generarsi a livello dei singoli attori, attraverso lo stimolo della creatività individuale e dei rapporti di interscambi sociali, andandosi successivamente a disegnarsi in reti durature, il livello di regime intende regolare le fasi di cooperazione, collaborazione o conflittualità fra gli attori attraverso forme di gestione stabili, che si possono protrarre nel tempo e radicare in determinati territori.

Negli ultimi anni diversi autori hanno sviluppato modelli alternativi di *governance* del turismo. Pur nella differenza di impostazioni, si possono comunque trovare fra essi alcuni punti in comune, innanzitutto l’indi-

²⁷ «(...) L’insieme semi-coerente di regole trasmesse da diversi gruppi sociali. Nel fornire orientamento e coordinamento alle attività dei gruppi di attori rilevanti, i regimi socio-tecnici tengono conto della stabilità delle configurazioni socio-tecniche. Tale stabilità è di tipo dinamico, il che significa che l’innovazione continua a svilupparsi, ma solo in forma incrementale».

²⁸ «(...) l’attenzione non deve essere tanto rivolta alla ricerca di nuovi modi di fare le cose, quanto piuttosto ad assicurarsi che le strategie che conosciamo funzionino e ad aiutare a garantire che le imprese turistiche, i dipendenti e le destinazioni sopravvivano e crescano con la collaborazione, il fornire uno standard di vita dignitoso e una buona qualità della vita per dipendenti e dirigenti, lo sviluppare fiducia e dialogo tra gli attori e prendersi cura dei clienti, del personale e della comunità».

duazione di due schemi di *governance* archetipici e contrapposti, il *community-based* e il *corporate-based* (Beritelli, Bieger e Laesser, 2007).

Beritelli, Bieger e Laesser (2007) evidenziano in uno schema riassuntivo le sostanziali differenze fra i due modelli, ponendo in luce alcune caratteristiche (tab. 2): costi di transazione, asimmetrie nel potere, interdipendenza, fiducia e controllo, conoscenza, connessioni informali e personali.

Tab. 2 – Le caratteristiche dei modelli comunitario

<i>Dimensione</i>	<i>Modello comunitario</i>	<i>Modello aziendalistico</i>
Costi di transazione	Generalmente alto, a seconda del numero di attori e istituzioni.	Generalmente basso, limitato all'impresa (imprese) dominanti e ai suoi (loro) partner commerciali
Asimmetrie di potere	Diverse, a seconda della capacità di formare coalizioni o gruppi di interesse e delle tipologie di proprietà	Forte concentrazione sulle imprese dominanti, con possibile forte influenza da parte delle istituzioni pubbliche.
Gradi di interdipendenza	Diversi, a seconda del grado di integrazione dei servizi, nonché della diversità del portafoglio di mercato	Forte legame tra l'impresa o le imprese dominanti e il comune/istituzione pubblica
Fiducia/controllo	Forte necessità di fiducia reciproca, per giungere a decisioni e azioni; controllo sociale almeno altrettanto forte di quello istituzionale	La fiducia è assicurata da meccanismi di controllo e contratti formali, sia all'interno dell'azienda o delle aziende dominanti, sia tra l'azienda o le aziende e il comune/istituzione pubblica.
Conoscenza	Diffusa e generale, rilevante per il contesto storico e per le relazioni istituzionali e individuali	Dettagliata e specifica, rilevante per le strategie aziendali e per rapporti di affari specifici
Connessioni informali e personali	Numerose, a rete	Limitate, fra pochi attori

Fonte: elaborazione da Beritelli, Bieger e Laesser, 2007, p. 98.

Secondo alcuni autori (Beritelli e Bieger, 2014) si deve auspicare una transizione gerarchica, passando dalla *destination governance* al più marcato modello della *destination leadership*, in cui uno o più attori assumono un ruolo di indirizzo e direzione, riconosciuto dagli altri attori, in modo da irrobustire e stabilizzare l'intero sistema turistico in una direzione univoca, capace di contrastare le turbolenze congiunturali.

A tal proposito Beritelli e Bieger (2014, p. 34) sottolineano le differenze con una direzione di tipo aziendale: «Systemic destination leadership builds not on the organizational structures and the given hierarchies of an enter-

prise but on the wider context of a community of which all actors are part and in which all find their identity. Hence, destination leadership emerges from a fragmented, deferred, multi-layered setting in which different individuals are called to action, generating influence and in which they seize opportunities fostered in an environment of mutual trust and effective communication»²⁹.

All'estremo opposto, Nordin e Svensson (2005) notano nei sistemi turistici uno spostamento di potere e influenza dal pubblico al privato e un secondo spostamento di equilibri dagli attori locali a quelli esterni. Tutto ciò comporta innanzitutto la restrizione progressiva dei flussi di informazione e dei livelli decisionali, che vanno a coagularsi nelle poche imprese private, al limite in dialogo con alcuni attori istituzionali. Questo può essere compensato da una maggiore propensione innovativa e una migliore efficacia nell'allocazione delle risorse, rafforzando almeno il quadro economico locale. Più preoccupante per gli attori è, però, il progressivo sbilanciamento del potere decisionale verso l'esterno, in cui la capacità di influenza e potere della comunità locale può affievolirsi fin quasi a scomparire. Al fine di superare tali potenziali criticità, gli autori auspicano che si creino e si irrobustiscano le relazioni di fiducia tra pubblico e privato, attraverso l'assunzione congiunta di rischi, le strutture informali e il consenso strategico, in modo che possano avere un impatto positivo sul livello di innovazione delle destinazioni e creare un durevole schema di *governance a rete*.

Al di là della semplice contrapposizione fra modello comunitario e aziendale, è necessario ipotizzare un'articolazione della *governance* a livello turistico, in particolare per gli itinerari; in tal senso, si può provare a elaborare uno schema concettuale a partire da alcuni modelli già espressi in letteratura.

Il primo modello preso in considerazione è quello di Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) per le stazioni sciistiche invernali. In esso vengono valutate due proprietà strutturali delle reti: la densità relazionale e il grado di centralizzazione della *governance*. La densità relazionale è il numero di

²⁹ «La *leadership* sistemica della destinazione non si basa sulle strutture organizzative e sulle gerarchie definite di un'impresa, ma sul contesto più ampio di una comunità di cui tutti gli attori fanno parte e in cui ognuno trova la propria identità. Pertanto, la *leadership* della destinazione emerge da un contesto frammentato, differito e multistrato in cui diversi individui sono chiamati ad agire, generando una certa influenza e cogliendo le opportunità che si creano in un ambiente di fiducia reciproca e comunicazione efficace».

connessioni effettivamente attivate tra gli attori che compongono il sistema sul valore massimo di connessioni teoriche attivabili. La centralizzazione sistemica riguarda la distribuzione del potere organizzativo nel sistema: alta centralizzazione significa che il sistema ha un singolo o pochi attori in posizione centrale privilegiata, rispetto agli altri attori; bassa centralizzazione, invece, significa che non ci sono attori in posizione privilegiata, ossia si ha un buon equilibrio tra gli attori in termini di potere organizzativo.

Secondo Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004), incrociando le due dimensioni relative alla densità relazionale e al grado di centralizzazione, si possono dunque porre in luce quattro modelli di *governance* delle località turistiche: il modello “comunitario” con bassa densità delle relazioni e bassa centralizzazione, il modello “aziendale” con elevata densità relazionale ed elevata centralizzazione, il modello “governato”, con basso grado di densità relazionale ed elevata centralizzazione e, infine, il modello “a costellazione”, con elevata densità relazionale e bassa centralizzazione.

Un altro modello interessante viene proposto da d’Angella, De Carlo e Sainaghi (2010), poggiando l’analisi innanzitutto sui meccanismi di coordinamento della *governance*, che possono essere forti o deboli, e sulle funzioni organizzative, che possono essere disperse oppure centralizzate. Anche in questo caso, confrontando i due paradigmi considerati, si possono porre in luce quattro configurazioni. Il primo modello, denominato “normativo”, si basa sulla centralità di un’ autorità locale che assicura la rappresentanza politica locale degli interessi delle diverse categorie di *stakeholder* sulla base di rigide regole di partecipazione. Il secondo modello è definito “imprenditoriale” perché la sua creazione e il suo sviluppo si basano sull’adesione volontaria dei diversi *partner* coinvolti nel sistema di offerta turistica locale; le strutture e i meccanismi di *governance* sono definiti dai *partner* e sono facilmente modificabili. Il terzo modello è denominato “impresa leader” perché la *governance* della destinazione si basa su un’unica entità rappresentata da un’impresa o un’istituzione locale *leader* che svolge un ruolo chiave nell’attrazione dei turisti o nella distribuzione delle risorse finanziarie; in tale contesto, i meccanismi di coordinamento tra gli *stakeholder* sono tipicamente deboli. La quarta, definita “frammentata”, è caratteristica di destinazioni che hanno conosciuto uno sviluppo turistico spontaneo, grazie a opportunità legate a specifici segmenti di domanda o alla presenza di un abbondante patrimonio artistico e di risorse naturali; in questo modello sono carenti i processi strategici di attrazione e allocazione di risorse finanziarie, la condivisione di informazioni, la collaborazione fra gli attori e la strutturazione dei meccanismi della *governance*.

In base a queste due proposte si prospetta uno schema concettuale incentrato sulla *governance* e sul grado di partecipazione della comunità (fig.

5). Tali tipologie possono essere interpretate inizialmente come modello teso a contrapporre idee e visioni differenti riguardo alle strategie di gestione delle località e ai percorsi di sviluppo. Tenendo però conto dei processi evolutivi sulla base delle esperienze di gestione e su fatti e accadimenti concreti, esse possono anche essere viste come una serie di possibili momenti differenti di un continuo temporale, in cui si possono, da un lato, radicare e consolidare tipologie di organizzazione stabili nel corso del tempo, mentre, dall'altro, è possibile rilevare mutamenti nelle formule di gestione a seconda delle diverse fasi evolutive, a seguito di nuove spinte al cambiamento provenienti da istanze dal basso oppure come forme di reazione a sollecitazioni dal macroambiente (compresi eventi imprevisti e di shock), a seconda della plasticità dei sistemi e al loro grado di flessibilità.

		GOVERNANCE	
		DEBOLE	FORTE
GRADO DI PARTECIPAZIONE	SCARSO	<i>MOSAICO</i>	<i>IMPRENDITORIALE</i>
	ELEVATO	<i>COMUNITARIO</i>	<i>GOVERNATIVO</i>

Fig. 5 – Schema concettuale dei modelli di governance (Fonte: elaborazione propria).

Le proprietà scelte per rappresentare i diversi sistemi di *governance*, in base alle teorizzazioni sopra esposte, sono basate sulla presenza forte o debole della *governance* territoriale e sul grado di partecipazione degli attori territoriali. In base a tali caratteristiche, si possono avere: il *modello a mosaico*, con debole *governance* e basso grado di interazione e partecipazione al sistema turistico; il *modello imprenditoriale*, con una *governance* forte e accentrata, ma con scarso grado di partecipazione di molti attori; il *modello governativo*, con una *governance* solida e un elevato grado di partecipazione; infine, il *modello comunitario*, con un grado di partecipazione rilevante e un modello di *governance* piuttosto debole.

5.1 *Il modello a mosaico*

Il modello a mosaico è tipico di piccole località nelle prime fasi di sviluppo del turismo.

In tale contesto, all'inizio può essere composto da pochi attori, compresi, dunque, nel livello più basso nella prospettiva multi-livello. In genere si basa inizialmente sulla creatività di singoli attori o piccoli gruppi, che, sfruttando un ruolo di *agency* sul territorio, possono persuadere altri *stakeholder* in base alla fiducia o al potere che detengono, così da iniziare a delineare il quadro del mosaico.

Dopo le prime fasi, esso può svilupparsi in due modi contrapposti. Infatti, in un esito favorevole si potrebbe avere un sistema tendenzialmente a forte coesione, ove le forze in campo siano in grado di creare una comunità, una nicchia ed eventualmente anche un regime.

Tale configurazione può richiamare il *modello a costellazione* (Bodega, Cioccarelli e Denicolai, 2004), che pone in enfasi le collaborazioni informali fra gli attori, con il pregio della flessibilità.

Esso deve però essere sorretto dalla costruzione progressiva di un substrato socio-culturale che favorisca il dialogo fra i diversi attori.

Alla scala opposta, in caso di esito negativo nello sviluppo delle reti di interrelazioni fra gli attori, esso potrebbe essere caratterizzato da un numero di attori piuttosto elevato, ma con scarsi legami e forme di interazione.

Quest'ultimo può essere ricondotto al modello frammentato (d'Angella, De Carlo e Sainaghi, 2010), contraddistinto da una carenza di strategie e prospettive a medio e lungo termine che può condurre anche alla disgregazione del sistema e al fallimento dei progetti posti in essere.

L'approccio spontaneistico *bottom-up* tipico di questa forma di *governance* sarebbe comunque da incoraggiare perché potrebbe fornire i prodotti per future collaborazioni e aggregazioni dell'offerta turistica.

Al contrario, perdurando la scarsa integrazione degli attori territoriali (che pure potrebbero arricchire l'offerta, per esempio in termini di ristorazione e ricettività) e l'assenza di coordinamento fra le diverse proposte, possono risultare come il modello a più flebile tipologia di *governance* e, pertanto, non durevole nel medio e lungo periodo.

Dunque, tale modello potrebbe evolvere verso forme di coordinamento basilari, per esempio con l'adozione di marchi comuni, generando così un assetto a rete oppure gerarchico; quest'ultimo se iniziano a prevalere alcuni attori rispetto ad altri. Nel primo caso si tende al *modello comunitario*, nel secondo a quello *imprenditoriale*.

5.2 *Il modello imprenditoriale*

Il modello imprenditoriale può nascere anche come impulso di un singolo soggetto economico privato, in grado di organizzare da solo un intero sistema turistico, assumendo in genere carattere di stabilità e di attenta pianificazione volta al profitto. Tale modello può essere accostato al *modello aziendalistico* di Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) e a quello dell'*impresa leader* di d'Angella, De Carlo e Sainaghi (2010).

Certamente, le problematiche legate alla rigidità dell'offerta, alla scarsa flessibilità organizzativa, allo scarso coinvolgimento di altri attori, anche di quelli più contigui territorialmente, ne rappresentano i punti di vulnerabilità. Nella progettazione degli itinerari, tale modello risulta di difficile attuazione da parte di un singolo soggetto, per la difficoltà di governare tutti i complessi ed eterogenei fattori che compongono un itinerario.

In una visione multi-livello, i singoli attori imprenditoriali non possono, dunque, restare isolati nel medio e lungo termine, poiché, anche involontariamente vanno a interagire con altre tipologie di *stakeholder* (comunità locale, enti di governo, turisti, altri attori economici, ecc.).

Prendendo in prestito la schematizzazione dei distretti industriali elaborata da Markusen (1996) e adattandola al contesto dei sistemi turistici, vi possono essere due esiti principali: il modello *hub-and-spoke* e il modello *satellite platform*.

Nel primo caso, si riesce a generare un sistema locale in cui l'impresa principale riesce a fare da perno del sistema, ma altre, più piccole, riescono a svilupparsi in funzione della prima, fornendo prodotti e servizi complementari non offerti ai visitatori nella proposta di base. Tale sistema è marcatamente gerarchico, in cui il controllo, la programmazione e l'esito dell'intero sistema dipendono dal soggetto *leader*, che accentra creatività, *agency* e potere. In tal senso, l'attore principale si prende carico dell'organizzazione del progetto principale, delegando ad altri, mediante accordi, alcuni ulteriori aspetti, per esempio ricettività, ristorazione, mobilità. Il modello *hub-and-spoke* permette anche una certa diffusione delle conoscenze fra gli attori; pertanto, esso potrebbe evolvere verso forme meno accentrate, sviluppando reti di interconnessione, che possono beneficiare di diversi effetti di *spillover* (Kim Y.R. et al., 2021). Tale configurazione potrebbe dunque evolvere verso il *modello imprenditoriale* di d'Angella, De Carlo e Sainaghi (2010).

Il modello della *satellite platform* prevede che l'azienda si localizzi e interagisca in un determinato luogo solo sulla base di legami funzionali strettamente essenziali, ossia. nel caso turistico, la valorizzazione o lo sfruttamento del patrimonio territoriale. Il territorio viene visto come piattaforma

per la mera attività economica nella visione classica industriale, laddove il capitale e le interazioni dell'impresa si pongano al di fuori del contesto locale e non vengano coinvolti attori appartenenti alla comunità di residenti. Seppure si possa a un primo impatto giudicare negativamente tale situazione poiché non permette di sviluppare reti di interazione, si deve notare che i legami all'esterno possono essere sviluppati non solo su una base economica, ma anche di rafforzamento di altri aspetti, come per esempio le conoscenze specifiche. A tal proposito, si possono porre in luce alcuni consorzi volontari con marchi territoriali diffusi su territori distanti ed eterogenei, come nel caso dei "modelli ad arcipelago" di Bonerandi (2005), in cui i singoli attori hanno scarsa interazione fra loro, ma che beneficiano comunque di informazioni condivise e di una certa atmosfera creativa comune.

5.3 *Il modello governativo*

A fronte di una classe imprenditoriale debole o, comunque, non in grado di organizzare il territorio, allora può essere utile che il ruolo centrale venga affidato a un ente pubblico, concretizzando così un *modello governativo* efficiente ed efficace, in grado di superare le problematiche di programmazione e di sostenere, anche con incentivi economici, il sostrato socio-produttivo, preservando potenzialmente un ambiente con piccole imprese. Allo stesso tempo, però, tale modello tende ad irrigidire notevolmente la strutturazione dell'offerta e a ridurre le interazioni fra i diversi attori e, con essi, nel medio e lungo termine, anche le capacità d'innovazione del territorio. I modelli di Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) e di d'Angella, De Carlo e Sainaghi (2010) prevedono entrambi tale tipologia, denominata dai primi come "modello governato" e dai secondi come "modello regolatorio o normativo".

In tale prospettiva, il coordinamento fra attori pubblici e privati, laddove gli attori siano piuttosto deboli, frammentati e con scarse capacità di iniziativa, potrebbe essere più efficacemente raggiunto tramite l'assunzione di un ruolo preminente da parte di una organizzazione che accentri su di sé i compiti di indirizzo e gestione, come ipotizzato da Provan e Kenis (2008) nel modello dei *Lead Organization-Governed Networks*.

Secondo Hall (2000, p. 164) l'azione degli interventi pubblici in campo turistico risiedono soprattutto in vantaggi economici: «Government helps shape the economic framework for the tourism industry (...), helps provide the infrastructure and educational requirements for tourism, establishes the regulatory environment in which business operates, and takes an active role in promotion and marketing. In addition, tourism may be politically and

economically appealing to government because it can potentially give the appearance of producing results from policy initiatives in a short period of time in terms of visitor numbers and/or employment generation»³⁰.

Ruhanen (2013, p. 80) allarga la prospettiva di visione ad altri aspetti, fra cui la sostenibilità delle destinazioni: «Governments have tended to adopt a more interventionist approach to tourism relative to other service sectors. Initially this stemmed from an ardent interest in tourism's economic (...). Yet over time, governments' involvement extended beyond economic concerns and revenue generation to address the physical and social ramifications of tourism activity»³¹.

Fra gli aspetti più importanti che possono essere stimolati in una destinazione turistica dalle azioni di un ente governativo, Baum e Szivas (2008) evidenziano lo sviluppo del capitale umano, in particolare della formazione e gestione specifica delle persone in grado di operare nel contesto turistico.

L'azione governativa può anche svolgere un ruolo fondamentale nel promuovere il cosiddetto *destination branding*, allo scopo di far percepire l'intero sistema turistico come unitario e integrato.

Una definizione di tale concetto viene fornita da Blain, Levy e Ritchie (2005, p. 337): «Destination branding is the set of marketing activities that (1) support the creation of a name, symbol, logo, word mark or other graphic that readily identifies and differentiates a destination; that (2) consistently convey the expectation of a memorable travel experience that is uniquely associated with the destination; that (3) serve to consolidate and reinforce the emotional connection between the visitor and the destination; and that (4) reduce consumer search costs and perceived risk. Collectively, these ac-

³⁰ «Il governo contribuisce a definire il quadro economico per l'industria turistica (...), contribuisce a fornire le infrastrutture e i requisiti formativi per il turismo, definisce il contesto normativo in cui operano le imprese e svolge un ruolo attivo nella promozione e nel *marketing*. Inoltre, il turismo può essere politicamente ed economicamente attrattivo per il governo perché può potenzialmente dare l'impressione di produrre risultati dalle iniziative politiche in un breve periodo di tempo in termini di numero di visitatori e/o creazione di posti di lavoro».

³¹ I governi tendono ad adottare un approccio più interventista al turismo rispetto ad altri settori dei servizi. Inizialmente, ciò derivava da un vivo interesse per gli aspetti economici del turismo (...). Tuttavia, nel tempo, il coinvolgimento dei governi si è esteso oltre le preoccupazioni economiche e la generazione di entrate, per affrontare le implicazioni fisiche e sociali dell'attività turistica».

tivities serve to create a destination image that positively influences consumer destination choice»³².

Secondo Hudson e Ritchie (2009) si può sviluppare un modello di *destination branding* in quattro fasi: valutazione della situazione attuale del marchio territoriale; sviluppo dell'identità e di quanto promette e trasmette il marchio; comunicazione di ciò che promette il marchio; misurazione dell'efficacia del percorso di sviluppo del marchio.

Più in generale, Nunkoo (2015) evidenzia come le forme di governo a livello locale abbiano diverse qualità utili per essere i perni centrali del sistema turistico: sono in una posizione migliore rispetto ad altre istituzioni che operano ai livelli superiori di governo; hanno il compito precipuo di elaborare politiche di pianificazione territoriale e di regolamentare lo sviluppo locale; sono nella posizione migliore per gestire il turismo grazie alle loro conoscenze dei territori rispetto alle istituzioni governative più distanti.

Per contro, lo stesso Nunkoo (2015) sottolinea anche alcuni aspetti negativi. Tali enti non sempre promuovono approcci democratici e partecipativi, o non operano nell'interesse della società, oppure non favoriscono gli obiettivi del turismo sostenibile. Inoltre, talvolta attuano politiche turistiche a breve termine, prive di una direzione e di un coordinamento generale. Accade poi che coinvolgano solo in modo passivo le comunità locali.

Secondo Gill e Williams (2017), il governo di un territorio si confronta costantemente fra alcune forze che tendono a mantenere il sentiero di sviluppo già consolidato, legato al prevalere di effetti di *lock-in* di tipo strutturale ed economico, cognitivo o politico, ed altri fattori che spingono verso il cambiamento, forze endogene ed esogene, o fatti che avvengono; ovviamente, per valutare tali forze occorre analizzare i rapporti di *agency*, che si vengono a creare e a plasmare lungo il corso del tempo.

³² «Il *destination branding* è l'insieme di attività di *marketing* che (1) supportano la creazione di un nome, un simbolo, un logo, un marchio denominativo o un altro elemento grafico che identifichi e differenzi prontamente una destinazione; che (2) trasmettano in modo coerente l'aspettativa di un'esperienza di viaggio memorabile e associata in modo univoco alla destinazione; che (3) servano a consolidare e rafforzare il legame emotivo tra il visitatore e la destinazione; e che (4) riducano i costi di ricerca e il rischio percepito dal consumatore. Nel complesso, queste attività contribuiscono a creare un'immagine della destinazione che influenza positivamente la scelta del consumatore».

5.4 Il modello comunitario

L'ultimo modello, quello *comunitario*, implica una forte interrelazione fra gli attori e al contempo una forma di governance, che può essere interna oppure affidata a un organo esterno, comunque espressione degli attori locali. Nel modello di Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) esiste un “modello comunitario” in cui si evidenzia il carattere spontaneistico e la scarsa coordinazione degli attori: «generally (...) operators do not pay great attention to the evolution of tourists' needs: sensitive offers tend towards “spontaneity” based on consolidated and wide availability of resources»³³.

In sostanza, vi sono alcuni sistemi turistici che riescono a detenere, per vari motivi, elementi di attrattività già fruibili, permettendo la creazione di piccole imprese, che, però, possono non riuscire a coordinarsi e a dialogare fra di loro. In caso ci riescano, si potrebbe determinare un “modello a costellazione”, in cui la flessibilità diventa uno strumento essenziale per plasmare l'offerta nel corso del tempo.

La prospettiva di d'Angella, De Carlo e Sainaghi (2010), invece, ipotizzando un “modello imprenditoriale”, si incentra poco sugli aspetti sociali per rimarcare, invece, esclusivamente gli aspetti economici.

La maggiore strutturazione del modello comunitario può essere ipotizzata sulla base della *Network Administrative Organization* (NAO) suggerita da Provan e Kenis (2008).

Più specificatamente, in ambito turistico, tale entità centralizzata, che dovrebbe essere istituita per coagulare le istanze dei singoli attori, viene denominata in vari modi e assume caratteristiche e sfumature diverse.

Dredge (2006, p. 270), denomina tali organizzazioni *Local Tourism Organisations* (LTO), sottolineando la valenza di tale tipologia di enti nel dialogare con i governi locali e nello sviluppo dell'imprenditoria: «in most destinations the LTO is the industry's peak body, which is in turn supported by sets of formal and informal networks that span public and private sectors. These may include sector specific sub-networks and other localised sub-networks of interest based around a locality, an issue or a similar

³³ «In genere (...) gli operatori non prestano grande attenzione all'evoluzione dei bisogni dei turisti: le offerte sensibili tendono alla “spontaneità” basata su una consolidata e ampia disponibilità di risorse».

worldview. The linkages between the LTO and local government represent one of the most important and influential networks shaping the development of the industry at the local level»³⁴.

Valente, Dredge e Lohmann (2015, p. 128) denominano tali enti *Regional Tourism Organizations* (RTO) e pongono in luce il ruolo di leadership che essi possono assumere: «The capacity of an RTO to lead tourism in a destination and to harness the collective power of stakeholders to achieve common goals depends on an organization's ability to perform certain tasks. These tasks include engaging with industry and community interests; achieving consensus regarding shared goals; and resilience building to meet new challenges»³⁵.

Gli enti creati appositamente per la gestione vengono denominati più comunemente in letteratura come *Destination Management Organization* (DMO), termine che pone in luce in particolar modo le attività di gestione.

Una definizione di DMO viene offerta da Pechlaner, Volgger e Herntrei (2012, p. 155): «Tourism destinations can be regarded as strategic business units, which are, at least in the case of community orientation, characterized by numerous formally autonomous service providers. Following the destination management approach, the DMO is held responsible for the improvement of a destination's competitiveness. Thus, the DMO assumes the destination's central management functions, namely, strategic planning and destination development as well as product development and marketing»³⁶.

³⁴ «Nella maggior parte delle destinazioni, la LTO è l'organismo di punta del settore, a sua volta supportato da una serie di reti formali e informali che abbracciano il settore pubblico e privato. Queste possono includere sottoreti settoriali specifiche e altre sottoreti per peculiari scopi basate su una località, una questione o una visione del mondo simile. I collegamenti tra la LTO e l'amministrazione locale rappresentano una delle reti più importanti e influenti che plasmano lo sviluppo del settore a livello locale».

³⁵ «La capacità di un RTO di guidare il turismo in una destinazione e di sfruttare il potere collettivo degli *stakeholder* per raggiungere obiettivi comuni dipende dalla sua abilità a svolgere determinati compiti. Questi compiti includono il coinvolgimento negli interessi dell'industria turistica e della comunità, il raggiungimento del consenso su obiettivi condivisi e la costruzione di prospettive di resilienza per affrontare nuove sfide».

³⁶ «Le destinazioni turistiche possono essere considerate unità economiche strategiche, caratterizzate, almeno nel caso di un orientamento comunitario, da numerosi fornitori di servizi formalmente autonomi. Seguendo l'approccio di gestione della località, la DMO è ritenuta responsabile del miglioramento della competitività di una destinazione. Pertanto, la DMO assume le funzioni di gestione centrale della destinazione, ovvero la pianificazione

Presenza, Sheehan e Ritchie (2005) evidenziano come le funzioni principali delle DMO siano quelle relative al marketing esterno (*External Destination Marketing* o EDM), ossia tutte le attività mirate all'attrazione dei visitatori verso la destinazione o allo sviluppo interno (*Internal Destination Development* o IDD), teso alla gestione delle risorse, al rafforzamento del capitale umano, all'amministrazione delle risorse economiche e finanziarie, alle risposte a eventuali crisi, al coordinamento degli *stakeholders*, all'accoglienza degli ospiti e alla progettazione delle traiettorie di sviluppo futuro della località.

Volgger e Pechlaner (2014) elencano i fattori che le DMO devono sviluppare per ottenere successo: la creazione e la gestione di una rete, che per gli autori passa per i concetti di potere e di accettazione, ovvero la fiducia nel loro operato; la trasparenza nelle procedure e nella gestione dei rapporti con i diversi attori; la dotazione di risorse, la loro fruizione e il loro eventuale sviluppo futuro; la gestione professionale delle attività per offrire una esperienza di qualità ai visitatori.

6. Il livello del *landscape*

Il livello del *landscape* rappresenta il contesto esogeno in cui possono avvenire eventi ad ampia scala con ripercussioni sui contesti locali, i quali a loro volta possono essere influenzati con opportunità o minacce.

Tali influenze sono sintetizzate da Amore, Prayag e Hall (2018, p. 237): «At this level, the major forces and trends within a social system including economic, technological revolutions, population changes and political movements, are perceived as having a profound influence on consumers and businesses»³⁷.

Gli eventi possono essere fenomeni a lenta evoluzione e meno prevedibili nell'esito finale, quindi in qualche modo contrastabili (come il cambiamento climatico) oppure eventi a rapida insorgenza, meno fronteggiabili, ma di solito di breve durata (ad esempio, la pandemia del Covid-19) o, infine, *shock* improvvisi (quali crisi finanziarie e guerre), in cui la capacità di ripresa dipende dalle condizioni di robustezza del sistema (Geels, 2019).

Come sottolineato da Amore, Prayag e Hall (2018), il livello del *landscape* è formato dalla continua interazione tra elementi ed eventi del

strategica e lo sviluppo della destinazione, nonché lo sviluppo del prodotto e del *marketing*».

³⁷ «A questo livello, le principali forze e tendenze all'interno di un sistema sociale, incluse le rivoluzioni economiche e tecnologiche, i cambiamenti demografici e i movimenti politici, sono percepite come aventi una profonda influenza sui consumatori e sulle imprese».

sistema ecologico e componenti del sistema socio-tecnico, formando quattro dimensioni strettamente interconnesse: socio-ecologica, socio-politica, socio-economica e socio-tecnologica.

Le quattro dimensioni evidenziate possono generare alcuni eventi a rapida insorgenza in tempi brevi, con conseguenze generalmente più drammatiche e che richiedono una risposta immediata, pubblica e privata, per ripristinare, almeno parzialmente, la situazione *ex ante*. Possono anche svilupparsi in un periodo più lungo, causando eventi a lenta insorgenza, meno percepibili, spesso trascurati nelle politiche pubbliche, perché non sembrano causare danni eccessivamente immediati (Tosun e Howlett, 2021). Tuttavia, sono più persistenti nel tempo, provocando cambiamenti radicali e definitivi e richiedendo, quindi, una strategia di risposta coordinata e mirata in grado di mitigarne le conseguenze.

I fattori che condizionano cambiamenti non previsti e non desiderati possono dipendere da elementi di varia origine (Lew, 2018): atmosfera, biodiversità, paesaggio naturale e umano, salute e igiene pubblica, situazione sociale, condizioni economiche, dinamiche culturali.

Il verificarsi di eventi impreveduti e di *shock* che comportano una deviazione dalla traiettoria di sviluppo pianificata sono contrastati dalla capacità di resilienza del sistema. Il concetto di resilienza può essere inteso in tre modi diversi (Martin e Sunley, 2015a). I territori resilienti sono regioni che hanno la capacità di riprendersi dagli *shock* e di tornare allo stato o alla traiettoria precedente all'evento (*bounce back*), oppure sono in grado di rimanere stabili a fronte dei vari cambiamenti economici, ambientali e perturbazioni sociali (*ability to absorb*), o, infine, mostrano una capacità di adattamento positiva in previsione o in risposta agli *shock* (*bounce forward*).

Lew (2014) ha elaborato uno schema concettuale sulla resilienza nei sistemi turistici (fig. 6), prendendo in considerazione la velocità dei cambiamenti (lenti o improvvisi) e l'impatto degli stessi (ossia, se gli stessi incidono solo sul comparto turistico oppure sull'intera comunità locale).

Per i cambiamenti lenti, a livello di offerta complessiva o di singola impresa turistica, le preoccupazioni principali riguardano il mantenimento delle strutture e dei servizi. Entrambi sono destinati a deteriorarsi nel tempo se non vengono regolarmente mantenuti, migliorati e modificati per soddisfare i desideri dei mercati in evoluzione, con effetti significativi sulla loro capacità di resilienza.

Lew (2014, p. 5) afferma: «The individual entrepreneur or tourism facility needs to manage the persistent changes associated with the predictable deterioration of facilities from the entropy of gradual wear and tear over time and the need to upgrade or otherwise modify services to meet the less

predictable changing tastes of tourists (type 1). The challenges of these types of changes are, for the most part, slow and emerging, but they must be addressed through a consistent management plan for long-term viability and success»³⁸.



Fig. 6 – Scala, cambiamento e resilienza nel turismo (Fonte: elaborazione da Lew, 2014).

A livello comunitario, le sfide principali consistono nell'affrontare gli impatti dei cambiamenti climatici e della globalizzazione economica e culturale, cercando di attenuare il potenziale di distruzione delle risorse turistiche locali. Queste risorse includono le caratteristiche ambientali naturali, la cultura tradizionale e il senso del luogo che rende ogni luogo speciale nella propria esperienza.

La forma di resilienza che va a coinvolgere gli interessi della comunità nell'affrontare i fattori di cambiamento lento e i loro impatti deve dunque

³⁸ «Il singolo imprenditore o la struttura turistica devono gestire i cambiamenti persistenti associati al prevedibile deterioramento delle strutture, dovuto all'entropia della graduale usura nel tempo e alla necessità di aggiornare o modificare i servizi per soddisfare i gusti meno prevedibili dei turisti (tipo 1). Le sfide di questi tipi di cambiamenti sono, per la maggior parte, lente ed emergenti, ma devono essere affrontate attraverso un piano di gestione coerente per la sostenibilità e il successo a lungo termine».

essere in grado di applicare alle diverse scale approcci sostenibili alle politiche gestionali.

In questo caso osserva Lew (2014, p. 5): «The type 2 context comprises slow change challenges that a community or collective must address, beyond the interests of any one individual or enterprise. These are more in the realm of the public commons and may exist at geographies ranging from a neighborhood, to a city, a region or a country. The slow change public issues faced in this context include shifts in ecosystems that are often imperceptibly gradual and confusingly nonlinear from a human lifetime scale, as well as the impacts that neoliberal globalizing economic policies have had on economies and cultures in even the most remote regions of the globe today»³⁹.

A un certo punto il tasso di cambiamento dell'ambiente naturale o sociale può superare una soglia (o punto di rottura) dopo la quale viene percepito come un evento *shock*. Questo può anche essere definito come un disastro o un'anomalia del sistema. La consapevolezza dell'evento *shock* può essere immediata ed evidente (come nel caso di un grande terremoto o di un'alluvione) o può emergere in un periodo di tempo più lungo (come nel caso di una crisi economica o politica o di una pandemia).

Per le imprese turistiche, in un contesto di *shock*, la preoccupazione maggiore è la perdita di accesso alle principali attrazioni turistiche o ai mercati turistici primari a causa di interruzioni infrastrutturali, economiche, politiche o di altro tipo.

Alla scala della comunità pubblica, i grandi disastri naturali e umani e le crisi hanno impatti che vanno ben oltre il settore turistico, e la pianificazione preparatoria deve tenerne conto. Tale pianificazione dovrebbe adottare un approccio volto alla resilienza della gestione delle emergenze, che comprenda la riduzione della vulnerabilità dei principali sistemi sociali e am-

³⁹ «Il contesto del tipo 2 comprende le sfide del cambiamento lento che una comunità o una collettività deve affrontare, andando oltre gli interessi di un singolo individuo o di un'impresa. Si tratta di beni comuni pubblici che possono estendersi in ambiti geografici che spaziano da un quartiere a una città, una regione o uno Stato. I problemi comuni a lento cambiamento che si presentano in questo contesto includono mutamenti negli ecosistemi che sono spesso impercettibilmente gradualmente e confusamente non lineari rispetto alla scala della vita umana, così come gli impatti che le politiche economiche neoliberaliste globalizzanti hanno avuto sulle economie e sulle culture anche nelle regioni oggi più remote del globo».

bientali, la costruzione di capacità di risposta alle esigenze previste e la predisposizione di un piano di recupero a lungo termine.

Dunque, i cambiamenti legati a *shock*, difficilmente prevedibili, si fondano sulla capacità di risposta dei sistemi, basata sulle abilità programmatore e sul coordinamento degli attori, cercando di minimizzare gli effetti degli stessi.

I mutamenti a lenta insorgenza hanno d'altro canto bisogno di una pianificazione specifica, poiché essi, di solito, incidono sul medio e sul lungo periodo.

Secondo Lew (2018) si possono ipotizzare alcune fasi necessarie per contrastare i cambiamenti lenti: definizione della scala spaziale del sistema, definizione del sistema dei fattori di cambiamento, definizione della scala temporale dei cambiamenti, identificazione delle variabili che determinano il cambiamento esterno (lento e veloce), identificazione delle variabili interne (lente e veloci) del sistema, valutazione della capacità di resilienza del sistema, elaborazione di politiche e strategie per la resilienza, rivalutazione e ridefinizione periodica del percorso intrapreso.

Lew et al. (2017) approfondiscono il modello precedente introducendo una separazione fra frequenza degli eventi (rari oppure ricorrenti) e portata degli stessi (a bassa oppure ad elevata magnitudine).

In tal senso, i fattori di cambiamento “persistenti” sono pressioni al mutamento ad alta frequenza e incrementali che di solito sono di bassa entità (impatto) e che sono per lo più previsti e quindi gestibili se si pianificano risorse sufficienti. I fattori di cambiamento “eventuali” sono episodi infrequenti e spesso imprevisi, di solito gestibili con un certo sforzo e un certo costo, derivanti, per esempio, da impreviste e occasionali situazioni climatiche e ambientali. I fattori di cambiamento “cronici” si verificano quando un fattore di cambiamento persistente raggiunge un livello tale da richiedere sforzi di gestione anomali; a livello di imprese può essere il mancato intervento in strategie di miglioramento che comportano una cronicizzazione e un declino dell’offerta, mentre a livello comunitario può derivare dalla insufficiente preparazione a mutamenti ambientali, socio-culturali o economici. I fattori di cambiamento “disastrosi” si verificano quando viene superata una soglia di eventi di cambiamento rapidi e spesso imprevisi che richiedono una risposta gestionale ampia e coordinata, sia all’interno del settore turistico sia nell’intera comunità. La pianificazione per questo tipo di eventi aumenta a livelli più alti nella gerarchia spaziale, perfino a livello globale, in risposta ai timori di impatti di eventi che possono coinvolgere l’intero pianeta.

Sheppard (2017) pone in evidenza quali debbano essere le caratteristiche fondamentali di una comunità turistica resiliente: *governance* forte, ef-

ficace ed efficiente; visione condivisa, valori e mentalità unica; *partnership* forti, collaborazione e coinvolgimento della comunità; memoria comunitaria e aziendale, ossia creazione di una “saggezza storica”; cura delle questioni sociali, attraverso lo sviluppo e il rafforzamento di una rete solidale; buona dotazione di risorse (naturali, infrastrutturali, finanziarie ed economiche, sociali); senso del luogo e connessione, rafforzato dagli stili di vita, dalle condizioni ambientali e dalla pianificazione; passione, orgoglio e attitudine proattiva, tali da incoraggiare la confidenza nei propri mezzi e le capacità innovative di ognuno.

Il concetto di resilienza deve essere inquadrato anche nell’ottica della cosiddetta *Evolutionary Economic Geography* (EEG), in particolare ponendo in luce la dualità concettuale fra *path dependence* e *path plasticity*.

Come ipotizzato da Martin e Sunley (2006), esistono tre versioni principali e interconnesse della *path dependence*. Nella prima accezione essa deriva da un *lock-in* tecnologico, particolarmente diffuso in specifici settori di attività. La seconda è il risultato di successivi *rendimenti crescenti*, in cui varie esternalità e meccanismi di apprendimento operano per produrre effetti di retroazione positivi, rafforzando così i percorsi di sviluppo esistenti, in modo da non ravvisare necessità di cambiamenti. Il terzo approccio riguarda l’*isteresi istituzionale*, che si riferisce alla tendenza a mantenersi e a replicarsi nel tempo da parte delle istituzioni formali e informali, degli accordi sociali e delle forme culturali, limitando la proposizione di strategie comunitarie innovative.

A fronte di effetti che incoraggiano il mantenimento delle situazioni attuali, si potranno invece delineare istanze di creazione ed esplorazione di nuovi sentieri di sviluppo. Ciò potrebbe essere dovuto a una complessa combinazione di azioni deliberate e di fatti accidentali e non intenzionali (Martin e Sunley, 2010). Come attività deliberata e intenzionale, gli agenti possono cercare opportunità per una nuova crescita o, in alternativa, possono intervenire per interrompere i percorsi esistenti o superare i blocchi. Per quanto riguarda invece l’emergenza di accadimenti non intenzionali, gli incidenti e gli eventi possono servire a innescare la creazione di nuovi percorsi o *shock* esterni imprevisi, mentre gli eventi casuali possono interrompere i percorsi esistenti e crearne di nuovi, più vantaggiosi delle traiettorie di sviluppo finora seguite.

Ma e Hassink (2013) hanno costruito un modello evolutivo relativo al turismo in cui osservano due traiettorie opposte.

Da un lato, si può evidenziare una *path dependence*, in cui i percorsi di sviluppo possono tendere a uno stato stabile attraverso il rafforzamento dell’offerta turistica predominante e l’irrigidimento dell’assetto degli attori e delle istituzioni. In tal caso, si possono consolidare importanti successi nel

breve e medio periodo, ma si espone il sistema a una minore capacità di resilienza e a una maggiore vulnerabilità agli effetti dovuti a cambiamenti e *shock* esterni. Alla scala opposta, le traiettorie di sviluppo possono essere intese come processi dinamici, che permettano una certa *path plasticity* o, perfino, la creazione di nuovi sentieri (*path creation*). Tale approccio va inquadrato in un'ottica coevolutiva di rinnovamento progressivo dei percorsi di sviluppo. D'altronde, tali strategie necessitano di continui aggiustamenti, che sollecitano profondamente le capacità adattative e di creatività di tutti gli attori coinvolti; pertanto, possono dimostrare anche una elevata soglia di incertezza e insuccesso, una fragilità sistemica iniziale, superabile solo grazie alle capacità sistemiche di miglioramento e perfezionamento delle strategie approntate.

Sanz-Ibáñez, Wilson e Anton Clavé (2017) sviluppano la tematica dei “momenti” nel turismo, ossia particolari eventi che determinano opportunità di scelte di diversa natura in un dato periodo.

La definizione fornita è la seguente: «we put forward the notion of “moments”, conceived of as given points in time (and space) signalling shifts in the development pathways of tourism places. (...) moments are proposed as path-shaping evolutionary inflection points that cause a particular path (trajectory) to shift in direction and focus, rather like a join-the-dots exercise»⁴⁰ (Sanz-Ibáñez, Wilson e Anton Clavé, 2017, p. 85).

In tal senso, secondo gli autori, non bisogna semplicemente osservare il momento, ma innanzitutto analizzare la fase precedente (*pre-moment scape*), valutando le precondizioni del sistema e gli eventuali fattori scatenanti l'avvio del “momento”, ossia i *trigger discourses*. Nella fase di accadimento del “momento” bisogna poi valutare le caratteristiche intrinseche, ossia l'intensità del cambiamento, la durata, la scala e la velocità delle modifiche intervenute. Successivamente, si dovrebbe valutare la fase susseguente agli eventi, il *post-moment scape*, osservando gli impatti sulle traiettorie di sviluppo, siano esse migliorative (*upgrading/upscaling*), peggiorative (*downgrading/dowscaling*) oppure anche di conversione, ristrutturazione o meta-

⁴⁰ «Proponiamo la nozione di “momenti”, concepiti come punti fissati nel tempo (e nello spazio) che segnalano cambiamenti nei percorsi di sviluppo dei luoghi turistici. (...) i momenti sono proposti come punti evolutivi di inflessione che modellano il percorso e che causano uno spostamento di direzione e focus di un particolare percorso (traiettoria), quasi come un esercizio di “unisci i puntini”».

morfosi del sistema. Alla fine del processo del “momento” si potranno dunque osservare le post-condizioni del sistema turistico.

In questo quadro concettuale, le possibili forme di gestione degli itinerari turistici messe in evidenza in precedenza possono avere ovviamente capacità di risposta diversa a seconda della loro natura, delle condizioni ambientali, socio-culturali ed economiche.

In ogni caso, il modello a mosaico ha di solito uno scarso grado di coesione fra gli attori e una *governance* debole, pertanto il grado di resilienza agli eventi esterni dovrebbe essere molto scarso, ma comunque potrebbe più facilmente favorire una transizione che porti alla completa metamorfosi del sistema, una sorta di “distruzione creativa” schumpeteriana, che solleciti il rinnovamento e la creatività degli attori territoriali.

Il modello imprenditoriale dovrebbe denotare un grado di resilienza maggiore sugli eventi locali a medio-lungo termine attraverso le pianificazioni e le analisi di mercato, ma probabilmente è in grado di rispondere in modo limitato rispetto ad eventi di natura sistemica, che vanno oltre la natura economica delle questioni. Potrebbe anche non ritenersi prioritario l’interessamento a questioni che riguardano la sostenibilità complessiva del sistema, privilegiando spesso una visione egoistica tesa alla sopravvivenza e al miglioramento aziendale.

Il modello governativo dovrebbe avere i pregi e i mezzi economici tipici degli attori pubblici, perciò dovrebbe garantire una risposta sistemica ad eventi perturbativi, coordinando gli sforzi sul piano ambientale, sociale, economico e infrastrutturale, ma il rovescio della medaglia potrebbe essere un’eccessiva rigidità delle procedure, un’isteresi istituzionale, che potrebbe portare a mantenere un certo immobilismo di fronte ai cambiamenti per mantenere i privilegi acquisiti dalle *élite* locali.

Infine, il modello comunitario potrebbe rappresentare la configurazione sistemica ideale, ma la comunità locale dovrebbe assommare molte delle caratteristiche prese in considerazione da Sheppard (2017) e sopra illustrate, in particolare la “saggezza storica”, valori di base condivisi e una visione più unitaria possibile, in modo da rafforzare le reti sociali e collaborative e affrontare collettivamente, con l’apporto culturale ed economico di tutti gli attori, le sfide dovute ai cambiamenti. Laddove l’evento accaduto abbia tanta forza da disgregare le reti comunitarie locali, allora il sistema potrebbe al contrario frantumarsi, trasformando il territorio in un mosaico fortemente indebolito e non in grado di proseguire nelle proprie traiettorie di sviluppo.

7. *Gli itinerari: alcuni casi di studio*

1. **La scelta degli itinerari da narrare**

In questo capitolo si intende riflettere su alcuni casi concreti relativi alle proposte di itinerari, dovendo innanzitutto constatare che negli ultimi anni si sono sviluppati molti progetti in merito, eterogenei nei loro aspetti concreti, ma comunque tutti tendenti alla visione di un turismo maggiormente legato alla libertà di movimento, all'esperienzialità dei viaggiatori e all'attenzione verso la cura del territorio, in una visione prospettica di sostenibilità.

Nelle prossime pagine si cercherà di rappresentare sinteticamente alcune iniziative relative a itinerari, scegliendo innanzitutto l'Italia come territorio di analisi. Tale scelta dell'Italia deriva da diversi motivi: la varietà delle tematiche ideate, da quelle ambientali a quelle culturali, fra cui meritano particolare attenzione alcuni interessanti aspetti di creatività e originalità, registrando il crescente apprezzamento dei visitatori verso tali proposte.

In tal senso, Gavinelli (2022, pp. 25-26) afferma: «L'Italia è sicuramente una terra di cammini: pensiamo soltanto al detto popolare celeberrimo in base al quale “tutte le strade portano a Roma”, un modo familiare per ricordare l'esistenza, già in epoca antica, di grandi vie consolari affiancate da una fitta rete di strade secondarie, ai grandi itinerari medioevali (la Via Francigena e la Romea) a testimonianza di un prototurismo costituito da persone in movimento, a piedi oppure a cavallo, a seconda delle possibilità economiche, attraverso valli, montagne e pianure, attraversando frontiere (...)».

Dopo aver svolto una prima analisi riguardante diverse tipologie di itinerari presenti in Italia, si è scelto di inserire alcune proposte cercando di cogliere aspetti innovativi, quali le forme di gestione, da ricondurre alle ri-

flessioni teoriche esposte nel quinto capitolo, le sollecitazioni narrative che esse inducono, le tipologie di mobilità lente che si vanno a utilizzare e, soprattutto, i contesti ambientali in cui esse vanno a immergersi.

2. Il Cammino dei Briganti in Sicilia

Le prime fasi di progettazione di un itinerario hanno necessità di poter contare sulla creatività di singoli attori, da cui possono scaturire idee innovative, oltre che da un certo supporto tecnico-scientifico per iniziare a sviluppare nel concreto quanto immaginato.

In tal senso, in una prima fase gli itinerari possono sovente nascere apparentemente meno solidi, sistemi che non ancora riescono a formarsi pienamente, a interconnettere i diversi attori territoriali potenzialmente interessati al progetto, ma che comunque riescono a tracciare una via di evoluzione, nonostante non siano in grado ancora di lasciare impronte marcate nei luoghi prescelti.

Un esempio molto recente è dato dal Cammino dei Briganti in Sicilia, un'idea di *heritage tourism* “dissonante” per ritornare a quanto ipotizzato da Tunbridge e Ashworth (1996) e discusso nel quarto capitolo. L'idea nasce da un Progetto di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN) del 2017 dal titolo “Il brigantaggio rivisitato. Narrazioni, pratiche e usi politici nella storia dell'Italia moderna e contemporanea”, più specificatamente dalla Unità Locale di Catania. Essa ha visto quali principali promotori Vincenzo Asero, ricercatore dell'Università di Catania, e Giovanni Nicolosi, guida ambientale escursionistica ed esperto di brigantaggio sulle Madonie.

Il progetto è stato presentato attraverso la produzione di un libro e la creazione di un sito internet nel 2024, allo scopo di riscoprire le tracce del passato di un periodo importante della storia siciliana, in particolare delle aree delle Madonie e dei Nebrodi.

Gli autori spiegano le motivazioni della propria scelta: «Già da alcuni anni, l'attenzione verso la dimensione antropologico-culturale del brigantaggio ha innescato nuovi processi di rilettura del fenomeno che vanno oltre lo studio delle sue connotazioni storiche, socioeconomiche e politiche. Su questa scia, il brigantaggio è entrato a far parte delle riflessioni sulla natura e sul ruolo del patrimonio culturale nella costruzione della memoria storica e dell'identità di una comunità. Un patrimonio che si struttura e intreccia con racconti, pratiche e varie forme di rappresentazione» (Asero e Nicolosi, 2024, Introduzione).

Il cammino dei briganti in Sicilia si articola in cinque tappe con quattro pernottamenti, lungo un percorso di circa 105 km. L'itinerario inizia a San

Mauro Castelverde, in provincia di Palermo, all'interno del Parco delle Madonie, e si conclude a Cesarò, in provincia di Messina, nel Parco dei Nebrodi, dopo avere attraversato i comuni di Gangi in provincia di Palermo, Sperlinga, Nicosia e Troina in provincia di Enna e Capizzi in quella di Messina.

L'area attraversata dall'itinerario presenta caratteristiche di pregio sia dal punto di vista ambientale, essendo il tragitto perlopiù collocato in aree protette, sia storico-culturali, andando a ripercorrere eventi storici locali legati al brigantaggio dall'Unità d'Italia fino agli anni Venti, arricchendo la narrativa con documenti storici, che permettono di ripercorrere i fatti con maggiore precisione.

Vi è però da sottolineare che l'idea iniziale, sicuramente originale e interessante, debba essere supportata dal superamento di alcune questioni importanti da evidenziare.

Innanzitutto, l'area interessata dal cammino detiene finora una ricettività piuttosto modesta: nel 2023 complessivamente essa poteva contare su 45 esercizi e 815 posti letto, perlopiù extra-alberghieri. Inoltre, all'interno dei sette comuni, Sperlinga non registrava strutture ricettive e Capizzi solo un piccolo esercizio.

Conseguentemente, l'area attira solo flussi minori di visitatori, appena quattordicimila arrivi e ventinovemila presenze nel 2023 (in tutta la Sicilia si erano registrati nello stesso anno cinque milioni e mezzo di arrivi e sedici milioni e mezzo di presenze). Tutto ciò nonostante l'area abbia attrattive naturalistiche importanti già sviluppate attraverso i Parchi delle Madonie e dei Nebrodi, a cui si aggiunge un ricco patrimonio gastronomico, storico e immateriale legato ad alcune radicate tradizioni locali.

Allo stato attuale, la *governance* della proposta di cammino dovrebbe innanzitutto tendere a costruire una sorta di cabina di regia, in cui un ruolo essenziale dovrebbe essere assegnato ai tanti attori pubblici con competenza sul territorio interessato dall'itinerario: l'ente regionale, le province, gli enti Parco, i comuni.

Per contro, la scarsa capacità imprenditoriale finora presente in questi comuni non induce a pensare che vi possa essere nel breve periodo un'iniziativa imprenditoriale endogena efficace ed efficiente.

Si potrebbe, dunque, ipotizzare alternativamente: un modello governato, in cui potrebbero essere protagonisti gli enti pubblici (in particolare gli enti Parco); un modello imprenditoriale, in cui l'iniziativa probabilmente dovrebbe essere di natura esogena, forse però con la conseguenza di alterare in parte la proposta iniziale; un modello comunitario, in cui la popolazione locale inizi a sostenere e sviluppare l'idea progettuale.

In quest'ultimo caso, che potrebbe essere preferito per rilanciare le ini-

ziative locali, ci si dovrebbe però porre un'altra questione, ossia come si pone l'atteggiamento della comunità rispetto alla controversa memoria dei fatti di brigantaggio esposti nel progetto.

Tale progetto va dunque al momento collocato nell'alveo degli itinerari con una *governance* ancora debole e piuttosto frammentata, in realtà un modello a mosaico la cui figura d'insieme deve ancora essere disegnata in base alla orditura iniziale, dovendo necessariamente superare una fase di confronto con attori pubblici e privati eventualmente interessati al coinvolgimento concreto nel progetto.

3. La Ferrovia dei Parchi in Abruzzo

La gestione degli itinerari attraverso il modello imprenditoriale, improntato su poche attività che curano tutti gli aspetti dell'offerta, non è molto diffusa per la complessità stessa del sistema, necessariamente composto da numerosi ed eterogenei elementi materiali e immateriali che lo compongono e dai numerosi attori locali e agenti esterni, entrambi portatori di interessi e istanze personali e collettive.

Comunque, un caso molto interessante di gestione imprenditoriale riguarda la programmazione nazionale per il recupero del patrimonio ferroviario delle tratte dismesse dai flussi regolari di viaggiatori, ma ritenute da rivalorizzare e promuovere dal punto di vista turistico per alcune peculiarità intrinseche di costruzione e per l'attrattività dei territori e dei paesaggi attraversati.

Il progetto di recupero del patrimonio ferroviario italiano prende corpo nel 2017 attraverso il riconoscimento e la disciplina delle ferrovie turistiche nell'ordinamento giuridico italiano.

Con provvedimenti del 2017 e del 2022 sono state individuate ventisei linee di interesse nazionale, fra cui, fin dall'inizio, due segmenti della linea Sulmona-Isernia, ossia Sulmona-Castel di Sangro e Castel di Sangro-Carpinone.

Mentre il patrimonio utilizzato a scopi turistici rimane ovviamente nella disponibilità dei soggetti proprietari e concessionari, il servizio può essere affidato anche a soggetti diversi (come aziende del settore turistico, associazioni o *tour operator*), ma sotto la diretta supervisione di imprese ferroviarie per garantire i livelli di sicurezza necessari.

La ferrovia Sulmona-Isernia è una linea ferroviaria progettata nel 1885 e portata a completamento e inaugurata nel 1897. L'opera si rivelò molto importante dal punto di vista ingegneristico perché prevedeva di superare dislivelli molto rilevanti in tratti anche piuttosto brevi, di costruire gallerie, in

specie paravalanghe per ovviare all'inclemenza climatica nel periodo invernale, e viadotti per superare punti di difficile connettività. La tratta ferroviaria ha una lunghezza di circa 129 km, accostandosi ad alcune delle vette più rilevanti del sistema montuoso della Maiella fino a raggiungere i 1268 m s.l.m. della Stazione di Rivisondoli-Pescocostanzo (la terza per altitudine in Italia). La tratta che si sviluppa in Molise ha anche essa diverse attrattive paesaggistiche, gallerie e passaggi vicino ad alcuni rilievi montuosi, ma oggi è meno utilizzata per fini turistici.

La ferrovia Sulmona-Isernia dal secondo dopoguerra divenne progressivamente meno remunerativa per il basso numero di passeggeri e merci, così nell'ottobre 2010 le Ferrovie Italiane hanno sospeso il servizio interregionale nel tratto Castel di Sangro-Carpinone, con la motivazione di urgenti lavori di manutenzione, ma in realtà sospendendo il servizio a tempo indefinito. A quel punto, rimaneva in esercizio il solo tratto regionale fra Sulmona e Castel di Sangro a carico dell'Ente Regione Abruzzo, che però decise di sospendere il servizio a dicembre 2011 perché impossibilitata a sostenere l'esborso dei costi di gestione.

Eppure, come ferrovia di montagna, essa ha attratto l'immaginario di molti per gli scorci paesaggistici ammirabili dall'interno e per lo sviluppo costruttivo peculiare del tracciato.

In tal senso, nel novembre 1980 la ferrovia viene descritta sulla rivista *Gente Viaggi* dal giornalista Luciano Zeppegno come "la piccola Transiberiana" a causa delle abbondanti nevicate nel periodo invernale, nome che resterà nell'immaginario collettivo e che la identifica ancora oggi.

Nel 2002, pochi anni prima della chiusura al traffico, Paolo Rumiz descrive così il suo viaggio in treno da Sulmona a Castel di Sangro, poi raccolto nel libro *L'Italia in seconda classe* (Rumiz, 2010): «Incontriamo paesi a forma di liuto, si sporgono da promontori rocciosi come la prua di una nave. Hanno murate, oblò e boccaporti. Il treno compie arcane circumnavigazioni, scava un mezzacosta ventoso, ci porta in quota fin dentro a un faggeto immenso, sotto la Maiella che strapiomba. Poi corre di nuovo sul velluto, fra prati e greggi, fin dentro la piana delle Cinquemiglia, chiusa dalle montagne, punto culminante del viaggio».

Con tali premesse, lo sviluppo di un concetto di ferrovia turistica sulla tratta Sulmona-Isernia è avvenuto in tempi piuttosto rapidi e in modo quasi spontaneo come espressione della volontà di una comunità, di un territorio che ha visto la ferrovia come simbolo identitario proprio nel periodo in cui si decise la sospensione del traffico regolare.

Nel 2007 si costituisce l'associazione culturale "Amici della Ferrovia LeRotaie-Molise" con lo scopo di organizzare manifestazioni pubbliche soprattutto nell'Alto Molise, dedicate ad esposizioni legate al modellismo

ferroviario; con la chiusura della tratta ferroviaria a marzo 2010 e poi di nuovo a marzo 2011, per sensibilizzare la valorizzazione del percorso, si organizzano camminate a piedi lungo il tracciato.

A marzo 2012, per la V Giornata Nazionale delle Ferrovie Dimenticate, l'associazione crea un evento rilevante: un treno storico Campobasso-Isernia-Sulmona, con circa 500 posti a sedere. Dopo un periodo di incertezza e la rinuncia a un progetto di linea ferroviaria turistica da parte della Ferrovia Sangritana (gestore della linea, ora in gran parte dismessa, fra Castel di Sangro e Marina di San Vito Chietino), a maggio 2014 la Fondazione FS (nata nel 2013), in accordo con il Parco della Maiella, organizza un calendario di treni turistici, da Sulmona a Castel di Sangro. Nel 2015 viene sancita un'apposita convenzione con Fondazione FS Italiane da parte dell'Associazione LeRotaie, stilando un calendario annuale di iniziative e garantendo al contempo una serie di lavori di ripristino delle stazioni lungo la tratta.

Negli ultimi anni il servizio si struttura sempre più, denominando l'iniziativa come "Transiberiana d'Italia" e, successivamente, "Ferrovia dei Parchi". Nel 2019 viene previsto per la prima volta in Italia un servizio turistico cadenzato, con partenza ogni domenica dell'anno più ulteriori partenze in occasione di giorni festivi o particolari manifestazioni. Sono state calendarizzate molte partenze, sperimentando anche alcune tratte diverse, come il servizio turistico con treni storici di due giorni in partenza da Roma Termini. Molti dei percorsi non vengono effettuati lungo l'intera tratta, ma crescono i momenti "a terra" attraverso l'interazione con la comunità locale, per esempio prevedendo degli spazi per la degustazione di prodotti tipici, oppure anche spettacoli dal vivo.

Negli ultimi anni si organizzano anche pacchetti di offerte aggiuntive che prevedono attività ed escursioni, utilizzando guide e mezzi diversi come autobus turistici per visitare i piccoli centri urbani posti lungo la tratta ferroviaria. Si sta avviando anche un'integrazione con un itinerario a piedi, il "Cammino degli Altipiani Maggiori", di circa quattro ore complessive.

Oltre alla maggiore integrazione dei momenti a terra nell'esperienza turistica, vi sono alcune iniziative di animazione durante il tragitto mediante rappresentazioni teatrali itineranti con una parte degli spettacoli che si svolge sul treno e altri nei borghi di sosta, organizzate da alcune associazioni culturali sostenute dal contributo economico di enti istituzionali, fra cui l'ente regionale abruzzese, e di finanziatori privati.

Attraverso anche la Pallenium Tourism & Service (sempre facente capo alla stessa organizzazione), che cura la parte commerciale dell'offerta, si gestiscono anche pacchetti integrati con pernottamenti in alberghi e B&B (di solito per soggiorni brevi).

Il numero dei passeggeri registrato dalla Ferrovia dei Parchi nel 2024 si stima essere attorno a trentasettemila, in linea con gli anni precedenti, una soglia massima oggettiva dovuta alla tipologia di offerta che non permette la sostenibilità di un incremento ulteriore dei viaggiatori.

La storia, ancora recente, della ferrovia turistica Sulmona-Isernia, ormai quasi sempre limitata alla tratta abruzzese, può far trarre alcuni spunti di riflessione. Innanzitutto, si può osservare il relativo successo di un'iniziativa all'apparenza difficile da sviluppare proprio per le difficoltà organizzative che possono insorgere. Inoltre, si deve pensare che la stessa si svolge in un'area, quella degli Altipiani Meridionali d'Abruzzo, con una discreta infrastrutturazione turistica, ma legata soprattutto agli impianti sciistici e alla concentrazione della domanda nel periodo invernale.

Nelle fasi iniziali l'offerta era ridotta al semplice viaggio in treno; tale esperienza espone al rischio di una scarsa interazione con il territorio circostante. In tal modo, i turisti possono avere una percezione ristretta e passiva dell'area, sentirsi come semplici osservatori verso qualcosa di distante da loro e che scorre rapidamente davanti ai loro occhi. Invece, il sistema di offerta dell'itinerario negli ultimi anni si va evolvendo verso una forma di *hub-and-spoke*, in cui gioca ancora un ruolo di controllo la società privata di riferimento insieme alla Fondazione FS, ma al contempo si va aprendo a forme integrate di turismo che consentano una più profonda immersione nel paesaggio non solo ambientale, ma anche culturale dell'area.

4. Il Sentiero delle Foreste Sacre nel Casentino

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è stato istituito nel 1993 ed è situato nell'Appennino tosco-romagnolo, lungo il confine delle regioni Emilia-Romagna e Toscana, a cavallo tra le province di Forlì-Cesena, Arezzo e Firenze, sviluppandosi nei territori di undici comuni.

Dal 2017 la riserva e le faggete vetuste all'interno del Parco sono state inserite dalla Commissione UNESCO nel Patrimonio dell'Umanità all'interno delle "Primeval Beech Forests of the Carpathians and Other Regions of Europe".

L'area del Parco è da sempre caratterizzata da un'elevata antropizzazione, anche per via della relativa vicinanza a Firenze, testimoniata dai numerosi edifici religiosi e dagli stessi boschi, che si sono consolidati a partire dal Medioevo proprio per volontà dei monaci che gestivano quei territori.

In tal senso, il passaggio narrativo di Zannoner (2017, p. 50) è significativo: «(...) il legame era la ricchezza del Casentino, il principale commer-

cio dei monaci allevatori di alberi bianchi (...) I benedettini operosi ne piantavano migliaia ogni anno, (...) che poi venivano tagliati, portati sui carri trascinati da buoi fino all'Arno».

La gestione del Parco deve, dunque, necessariamente amministrare l'importante patrimonio ambientale, ma dall'altra anche tenere conto dell'afflusso di visitatori dai centri abitati più grandi e relativamente vicini (Firenze, Arezzo, Forlì, Cesena, Siena, Perugia, Bologna sono tutte nel raggio dei cento chilometri dal Parco) e dell'importanza religiosa e culturale di alcuni monasteri (si possono citare fra gli altri Camaldoli, La Verna, San Benedetto in Alpe, Badia Prataglia).

L'ente gestore del Parco ha sviluppato una serie di iniziative per incoraggiare la visita dello stesso attraverso diversi itinerari a piedi o in bicicletta (anche attraverso le *e-bike*), al contempo inserendo una serie di rigide prescrizioni per la fruizione e disegnando il tracciato dei sentieri mediante segnaletica, ma anche una app specifica, la "PNFC Trekking Map" che permette l'orientamento nella rete dei sentieri del Parco.

L'inclusività dell'accesso al Parco ha orientato alcune scelte di *governance* verso il maggiore utilizzo della *e-bike*, come è stato sottolineato dall'allora presidente dell'Ente Parco Luca Santini nell'introduzione al volume "La foresta del silenzio" (Santini, 2017, p. 7): «La e-bike si apre davvero a tutti: a chi è debilitato, a chi è anziano, a chi non è abbastanza allenato per affrontare l'immersione in natura attraverso l'esperienza "sui pedali" nella sua versione tradizionale».

Sono stati suggeriti venti percorsi in bicicletta, con gradi differenti di difficoltà, oltre a un più impegnativo itinerario "La Transparco in MTB" da Tredozio a La Verna, che attraversa in più giorni tutta l'area parco attraversando crinali e dislivelli piuttosto impegnativi.

Per quanto attiene agli itinerari a piedi, invece, il più importante e articolato è il Sentiero delle Foreste Sacre, che si svolge in sette tappe, da Lago di Ponte di Tredozio a La Verna, con la possibilità di una tappa iniziale aggiuntiva da Marradi al Lago di Ponte.

Il sentiero è stato pensato per far visitare e far apprezzare i luoghi sacri che si snodano lungo il percorso: Camaldoli e La Verna principalmente, ma anche Gamogna, Trebbana, San Benedetto in Alpe, Castagno d'Andrea e il Lago degli Idoli per la sua storia di religiosità precristiana. Naturalmente tali luoghi sono inestricabilmente immersi in un paesaggio naturale che viene anch'esso esaltato, come gli abeti bianchi di Camaldoli, i faggi e gli aceri di La Verna o la cascata dell'Acquacheta a San Benedetto in Alpe. Sono anche previste alcune eventuali visite a luoghi secondari, ma interessanti, posti a poca distanza dal percorso principale del Sentiero.

Oltre all'attenta pianificazione dei sentieri e della fruizione del territo-

rio, in un'ottica proattiva l'ente Parco ha promosso, a partire dal 2023, lo sviluppo di marchi del Parco per le aziende agricole e trasformatrici di prodotti ("Azienda consigliata"), per le guide turistiche ("Guida consigliata") e per gli esercizi ricettivi ("Esercizio consigliato").

Come si legge nella declaratoria, l'obiettivo del programma "Aziende consigliate dal Parco" è quello di favorire la creazione di una rete sinergica tra il Parco, le aziende agricole che operano all'interno dei confini dei territori comunali dell'Area Protetta e quelle che sul territorio regionale operano nella trasformazione dei relativi prodotti. Non si ha l'intenzione di creare un marchio di qualità né di prodotto né di produttore; pertanto, si basa su semplici principi e obiettivi che tutti i soggetti saranno tenuti a rispettare per dimostrare di condividere le stesse finalità di tutela e rispetto ambientale oltre che quelle legate alla valorizzazione del territorio attraverso la tutela e promozione dei prodotti tipici e locali e dei relativi aspetti culturali.

Il marchio di cui si possono fregiare le aziende inserite nell'albo delle Aziende Consigliate rappresenta alcuni prodotti tipici del Parco, ossia un bovino (per le carni di razza Romagnola e Chianina), una castagna e un'arnia (per i mieli e le melate).

Fra gli obblighi imposti dal programma, l'azienda agricola deve coltivare i prodotti (o pascolare gli animali) in terreni ubicati all'interno dei comuni del Parco. Per le aziende trasformatrici, invece, si ha obbligo di avere sede nei territori regionali del Parco ed utilizzare prodotti agricoli di base provenienti oppure originati da aziende consigliate dal Parco, utilizzandoli per la realizzazione di prodotti trasformati con elevata percentuale di produzioni del Parco.

Le aziende, inoltre, si impegnano nella promozione del Parco e del turismo, concedendo la realizzazione nel territorio aziendale di eventuali percorsi pedonali e ciclabili, l'ospitalità nei terreni aziendali di eventuali visite accompagnate, la partecipazione a eventi e manifestazioni organizzate dall'ente Parco, la fornitura dei propri prodotti agli esercizi consigliati, la formazione dei dipendenti sulle iniziative a favore della sostenibilità.

A marzo del 2025 sono 20 le aziende inserite nell'albo delle Aziende Consigliate dal Parco, soprattutto costituite da attività agricole o produzioni artigianali.

Per quanto attiene agli esercizi consigliati, l'ente Parco ha ritenuto importante sostenere e qualificare l'attività di chi opera al suo interno con attività agricole, turistiche e commerciali connesse al turismo. Per le strutture ricettive i requisiti fondamentali sono: ovviamente l'ubicazione della sede operativa all'interno dei confini del Parco, ma soprattutto avere aderito alle procedure avviate dal Parco per l'ingresso nella fase 2 della Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS), oppure di impegnarsi ad avviare la proce-

dura di ingresso in CETS entro sei mesi dall'inserimento nell'albo degli Esercizi Consigliati. Le strutture che invece erano già aderenti alla CETS (sia Fase 1 che Fase 2) alla data di approvazione del programma degli Esercizi consigliati sono ammesse anche se aventi sede fuori dal Parco.

Il marchio per gli esercizi consigliati è rappresentato da una casa e un abete, a sottolineare il legame fra natura e ospitalità.

Fra i requisiti specifici delle strutture ricettive, vi è l'obbligo nella ristorazione e nelle prime colazioni di offrire prodotti del Parco; inoltre, ci si deve impegnare a promuovere escursioni guidate per gli ospiti e a fornire attrezzature specifiche per le stesse.

Come si è accennato prima, il requisito più stringente è l'adesione ai protocolli CETS per la sostenibilità, tanto che a giugno del 2025 solo sette esercizi sono riusciti a ottenere il marchio.

Il Parco ha avviato nel 2014 e concluso nel 2015 il percorso CETS-Parte 1 volto ad attestare la capacità di un'area protetta di coinvolgere le aziende turistiche e produttive locali nella progettazione e messa in atto di un Piano per lo sviluppo del turismo sostenibile che rispetti le proprie peculiarità ambientali e culturali.

Successivamente si è avviata la fase molto impegnativa della CETS-Parte 2, riguardante l'individuazione di una serie di requisiti per certificare le imprese turistiche presenti sul territorio, al fine di valorizzare l'importanza della collaborazione con il Parco e la comunità locale, nell'ottica della riduzione degli impatti ambientali e del miglioramento della qualità della propria offerta.

Nel concreto, ai fini della candidatura CETS-Parte 2, gli attori territoriali coinvolti, guidati dall'ente Parco, hanno approvato la Strategia e il Piano delle Azioni delle Foreste Sacre, composto da 93 schede, ovvero progetti da realizzare sul territorio nel periodo 2021-2024. La strategia, denominata "Le Foreste Sacre... visitatori, viandanti, pellegrini ed escursionisti", è composta da tre assi strategici: "Diversità" come ricchezza qualificante, "Qualità" come sfida decisiva e "Cammino" come viaggio interiore.

Per cercare una sintesi di quanto esposto, si può evidenziare come il modello governato del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna abbia avviato ormai da tempo una politica di forte propensione allo sviluppo turistico, in base ai parametri della mobilità, della valorizzazione delle risorse locali e della sostenibilità, in particolare quella ambientale, compito principale dell'ente. Sicuramente si può riscontrare un buon successo delle iniziative finora intraprese, l'inserimento come sito naturalistico UNESCO e l'avvio delle procedure di riconoscimento CETS, oltre al coinvolgimento della comunità locale e all'incremento dei

flussi di visitatori, in particolare di quelli di prossimità provenienti dalle aree urbane vicine, prima fra tutte Firenze.

Occorre comunque notare come le attrattive naturali e culturali, in particolare religiose, fungano da elemento di attrazione anche al di là delle politiche intraprese, ma che le stesse possano essere viste come momento di coagulazione sistemica dell'offerta complessiva.

Le regole sempre più stringenti che il Parco ha intrapreso negli ultimi anni rischiano però di creare percorsi di valorizzazione che invece vadano a irrigidire le procedure, a indirizzare eccessivamente lo sviluppo socio-economico. In tal senso, il fatto che il marchio del Parco per gli esercizi ricettivi e ristorativi abbia un numero molto contenuto di adesioni può generare nel medio o nel lungo termine squilibri nell'offerta.

In definitiva, da una parte si deve apprezzare la propensione a politiche di valorizzazione territoriale partecipate, dall'altra occorre comunque riflettere sull'eventuale eccesso di procedure che può fungere da fattore deterrente dello sviluppo territoriale atteso.

5. La Via degli Dei dell'Appennino toscano-emiliano

La Via degli Dei è una via storica, percorsa fin dall'antichità da Etruschi e Romani e utilizzata da mercanti e viaggiatori per tutto il Medioevo, segnata profondamente anche dagli eventi della Seconda Guerra Mondiale poiché molti luoghi lungo il percorso recano tracce della Linea Gotica.

Il tracciato della Via degli Dei è stato formalizzato nel 2014 da un protocollo d'intenti che stabilisce: «la Via degli Dei è l'antico percorso etrusco – utilizzato anche in epoca romana e medievale – che, partendo da Piazza Maggiore a Bologna e giungendo a Piazza della Signoria a Firenze, attraversa i comuni di Bologna, Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Firenzuola, Barberino del Mugello, Scarperia-San Piero a Sieve, Borgo San Lorenzo, Vaglia, Fiesole e Firenze».

Il tragitto, lungo circa 130 km, può essere percorso a piedi in cinque o sei tappe (se ne consigliano sei) oppure in bicicletta in due o tre tappe (se ne consigliano tre).

Il nome del tragitto deriva dalla presenza di numerosi toponimi che richiamano antiche divinità, come sottolineato in un passo narrativo di Ciampi (2017): «Bella già nel nome, la Via degli Dei, così chiamata per le diverse cime che conservano la memoria di antiche divinità. Monzuno stesso pare che non faccia eccezione, malgrado l'incertezza: Mons Jovis oppure Mons Iunonis? (...) Non distante il Monte Venere, a richiamare amore e bellezza, e anche questo mi sembra di buon auspicio. Così come il Monte

Lunario, da Lua, la dea a cui gli antichi romani dedicavano parte delle armi dei nemici sconfitti, in segno di espiazione per il sangue versato. E che dire del Monte Adone, consacrato al giovinetto che più di tutti rappresenta la bellezza, ma una bellezza diversa da quella, quasi scontata, di Venere? Adone, in realtà divinità complessa, misteriosa, in qualche modo connessa con i culti dell'egizio Osiride e dell'etrusco Atunnis (...).».

Essendo compreso fra due grandi città come Bologna e Firenze, il tracciato ha avuto uno sviluppo iniziale spontaneo, con un progressivo successo per escursionisti, *trekkers* e ciclisti, che in pochi giorni possono affrontare l'itinerario.

Nel racconto scritto nel 2010 da Wu Ming 2 (pseudonimo di Giovanni Cattabriga), intitolato "Il Sentiero degli Dei", così si esprime sulla contrapposizione fra grandi città di partenza e paesaggio naturale della Via degli Dei: «Esistono due diversi modi per uscire a piedi da una città e lasciarsela alle spalle. Il primo è come venire fuori da una bolla di sapone, che piano piano si allunga, si deforma, pare non volerti lasciare e poi invece esplose in una nuvola di gocce e ti accompagna ancora per un bel pezzo, con il suo odore di cemento e polveri sottili. Il secondo è trovare una via di fuga, una porta girevole tra l'urbe e il contado, di solito un parco, una strada secondaria, una pista ciclabile sull'orlo della metropoli».

Il percorso è nato dallo spirito di un gruppo di escursionisti bolognesi del C.A.I. che volevano raggiungere Firenze attraversando l'Appennino, soprattutto per iniziativa di Domenico Manaresi, morto nel 2007.

Nel racconto di Wu Ming 2 si narra così la vicenda: «A dare il benvenuto sul sentiero ci pensano le mitiche *dau bal zali*, le due palle di vernice gialla spruzzate dal gruppo di amici che tracciò per primo la Via degli Dei. (...) Racconta la leggenda che negli anni Cinquanta, un bambino di nome Domenico rimase talmente colpito da quel nome divino sui cartelli stradali da rimuginarselo in testa per quarant'anni, fino a convincere alcuni sodali a tentare l'impresa: segnare un percorso a piedi da Bologna alla Futa, e poi a Firenze, mettendo in fila sentieri e carrarecce anonime, non ancora indicati coi segni del Cai».

La gestione attuale del sentiero è di tipo comunitario, affidata al consorzio di enti pubblici che hanno sottoscritto il protocollo di intenti nel 2014, designando il comune di Sasso Marconi al coordinamento, mediante il proprio Ufficio Turistico InfoSASSO.

Lungo il percorso sono state coinvolte diverse aziende, in particolare della ricezione e della ristorazione, elencate sul sito dell'itinerario; il coinvolgimento riguarda soprattutto l'ideazione della "credenziale di viaggio", acquistabile presso i punti di distribuzione oppure richiedendola *online* con spedizione direttamente a casa. Durante il cammino ci si può recare presso

le strutture accreditate per ricevere il timbro: ottenendo almeno cinque timbrature (per i percorsi a piedi) o tre (se percorsa in MTB) si può ritirare il manifesto numerato all'arrivo. La Via degli Dei non è un cammino religioso e per questo motivo la credenziale non è un documento di pellegrinaggio, ma una testimonianza e un ricordo per i viaggiatori.

Il coinvolgimento degli attori pubblici e privati si è rafforzato nella procedura per ottenere il certificato di sostenibilità del *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC), un'organizzazione senza fini di lucro che stabilisce gli *standard* per lo sviluppo sostenibile del settore turistico a livello globale.

La consultazione delle parti interessate ha visto la partecipazione a diversi eventi per un totale di centosei soggetti coinvolti, elaborando una strategia condivisa di gestione della destinazione e conseguente elaborazione di un piano d'azione in cinque obiettivi di fondo, articolati in azioni specifiche: destagionalizzare, differenziare l'offerta, migliorare il tracciato e la segnaletica, definire un livello qualitativo di base con focus sulla sostenibilità per le strutture ricettive e sull'educazione del fruitore. A dicembre 2024 il GSTC ha concesso la certificazione di sostenibilità alla Via degli Dei tramite la *Appennino Slow Scarl*, la società consortile nata per la promozione territoriale e la commercializzazione di pacchetti turistici improntati alla filosofia dello *slow tourism*. Il percorso di sviluppo avviato per promuovere la Via degli Dei è testimoniata da alcuni dati riscontrabili nel Report 2023: il numero dei camminatori si attesta sui ventiduemila (similmente al 2022), ma il numero delle credenziali è sceso a poco più di diecimila dalle quattordicimila del 2022; il fatturato per i pernottamenti è stimato in incremento a 5,8 milioni, mentre quello per l'indotto complessivo (compresi i prodotti di *merchandising*) si attesta sui 10,45 milioni, anch'esso in deciso aumento negli ultimi anni.

Nel report si tracciano anche alcuni tratti del profilo dei viaggiatori in base alle credenziali: prevalenza del genere maschile (53,4%), età media 39 anni, viaggio soprattutto in compagnia di amici (44,2%), pernottamento quasi esclusivamente in strutture (84,2%), mercato ancora marcatamente nazionale (93,5%).

In pochi anni, dunque, un'iniziativa nata da pochi sostenitori è stata sviluppata grazie all'intervento di attori pubblici che curano la direzione strategica, demandando, però, la gestione operativa alla società cooperativa *Appennino Slow*, che cura anche l'analisi di mercato e di eventuali minacce e fattori di vulnerabilità.

Gli obiettivi futuri dovrebbero essere il rafforzamento della struttura interna, su cui si è già in parte intervenuti, ma soprattutto dei legami economici con gli operatori privati del turismo, da coinvolgere maggiormente nello sviluppo del territorio. Questo obiettivo passa anche per un appron-

dimento dei contenuti culturali e delle narrazioni delle località attraversate, di grande potenzialità, ma non ancora del tutto ben tratteggiate. Infine, come parametro di base rispetto a tutte le azioni intraprese, si deve tenere in grande attenzione la cura dell'ambiente e la valutazione delle condizioni climatiche, essendo una zona molto fragile e soggetta a eventi meteorologici a volte estremi.

6. Alcune riflessioni sugli itinerari descritti

I casi presentati sono stati ritenuti significativi di diversi modelli di *governance* e di gradi differenti di evoluzione dei sistemi di offerta, come anche del gradimento da parte dei visitatori.

Di fondo, dopo questi brevi tratteggi, si ha la sensazione che vi sia un gran fermento su tutto il territorio italiano rispetto a offerte legate ai sentieri, in gran parte iniziative autonome, che partono da pochi soggetti, ma poi devono necessariamente trovare sostegno in altre persone, enti e aziende per potersi sviluppare.

Ogni territorio ha le proprie peculiarità, perciò non si può valutare il tipo ideale di *governance*, il numero dei soggetti da coinvolgere, la funzionalità degli attori, gli elementi dell'offerta da proporre ai visitatori.

Eppure, in questa eterogeneità di proposte, si possono comunque porre in evidenza alcuni tratti comuni che nel futuro potrebbero contribuire all'irrobustimento delle stesse, come l'attenzione verso il territorio inteso come complesso sistema socio-culturale, il coinvolgimento degli attori locali, anche se in misura differente, la tutela ambientale e la sostenibilità.

Come riflessione conclusiva, la breve analisi dei casi studio presentati lascia la sensazione che l'organizzazione di itinerari sia un'operazione molto complessa e che necessita costanti attenzioni e innovazioni, miglioramenti e aggiustamenti per rendere maggiormente fruibile e godibile l'esperienza per i viaggiatori.

Al di là della tipologia di *governance* scelta si denota una particolare e necessaria cura verso il paesaggio naturale, che non rappresenta più un metro scenario di sfondo come nel turismo di consumo e di massa, ma l'oggetto di attenzione principale dello sguardo dei visitatori. Inoltre, seppure in una fase iniziale la comunità locale possa non essere coinvolta nei progetti di sviluppo degli itinerari, i residenti e gli attori territoriali non sono o non devono essere considerati come semplici figuranti, ma devono diventare protagonisti e parte integrante dell'offerta, dunque necessariamente interagire con gli ospiti, al fine di ingenerare esperienze, emozioni e ricordi personali duraturi ai viaggiatori.

8. *Gli itinerari urbani*

1. Il comportamento dei visitatori nelle città

L'attenzione sulla città negli studi urbanistici dominanti nel Novecento si concentra soprattutto sulla razionalità e sull'efficienza degli spazi in un'ottica marcatamente funzionalista.

Il parametro di riferimento sono stati gli studi della "scuola di Chicago" (Park e Burgess, 1925) con il loro approccio all'ecologia umana, intesa come processo continuo di competizione e selezione che incessantemente modifica le interrelazioni umane, formando spazi di vita ben precisi, in qualche modo segmentando la città a seconda degli individui che quotidianamente la vivono.

I processi di razionalizzazione e pianificazione urbana sono, dunque, da un lato, il frutto della sedimentazione degli spazi di vita, riconoscendo il ruolo che già si è storicamente attribuito ai luoghi cittadini, ma, dall'altro, il tentativo di modificare il profilo e l'assetto urbano, rinnovando la visione e le traiettorie di sviluppo dei quartieri e distretti all'interno della città.

In tal senso, Lynch K. (1960) ha definito, quasi in maniera geometrica, la città sotto un'ottica strettamente funzionalista, enucleando l'immagine pubblica della stessa, fatta di percorsi, confini, distretti, nodi e punti di riferimento. Nella visione dell'autore, l'immagine pubblica va a sovrapporsi e a coagulare tutte le visioni urbane individuali.

Dal punto di vista turistico, si possono porre in luce soprattutto due definizioni, che vanno a connotare la città turistica funzionalista.

La prima riguarda i punti di riferimento (*landmarks*) che attraggono lo sguardo del visitatore: «Landmarks, the point references considered to be external to the observer, are simple physical elements which may vary widely in scale. (...) Since the use of landmarks involves the singling out of

one element from a host of possibilities, the key physical characteristic of this class is singularity, some aspect that is unique or memorable in the context. Landmarks become more easily identifiable, more likely to be chosen as significant, if they have a clear form; if they contrast with their background; and if there is some prominence of spatial location»¹ (Lynch, 1960, pp. 78-79).

La seconda considerazione riguarda i percorsi (*paths*), ossia le traiettorie di collegamento fra i vari punti della città, che si presentano piuttosto rigidi nella loro configurazione: «Paths are the channels along which the observer customarily, occasionally, or potentially moves. They may be streets, walkways, transit lines, canals, railroads. For many people, these are the predominant elements in their image. People observe the city while moving through it, and along these paths the other environmental elements are arranged and related»² (Lynch, 1960, p. 41),

Discende da tale impostazione una visione della città fisicamente molto rigida, in cui gli spazi di movimento individuali sono condizionati dalla creazione di percorsi, dai punti di riferimento e, infine, dalla strutturazione di una vera e propria distrettualizzazione della città.

In tal senso, un filone di studi turistici urbani si è andato a concentrare sull'ecologia urbana dei visitatori, notando che gli stessi sovente percepiscono lo spazio urbano in un modo molto più semplificato, non avendo sufficiente conoscenza dello stesso. Inoltre, vi è una necessità di concentrazione delle infrastrutture ricettive, ristorative e complementari in spazi ben delimitati, sia per i turisti, che possono beneficiare di un minore sforzo di accesso ai servizi, sia per i proprietari delle attività, che potrebbero

¹ «I *landmark*, i punti di riferimento considerati esterni all'osservatore, sono semplici elementi fisici che possono variare notevolmente in scala. (...) Poiché l'uso dei punti di riferimento implica l'individuazione di un elemento tra una miriade di possibilità, la caratteristica fisica chiave di questa classe è la singolarità, un aspetto che sia unico o memorabile nel contesto. I punti di riferimento diventano più facilmente identificabili, più propensi a essere scelti come significativi, se hanno una forma chiara; se contrastano con il loro sfondo; e se vi è una certa rilevanza della posizione spaziale».

² «I percorsi sono i canali lungo i quali l'osservatore si muove abitualmente, occasionalmente o potenzialmente. Possono essere strade, marciapiedi, linee di trasporto pubblico, canali, ferrovie. Per molte persone, questi sono gli elementi predominanti nella loro immagine. Le persone osservano la città mentre la attraversano, e lungo questi percorsi gli altri elementi ambientali si dispongono e si relazionano».

contare su economie esterne e urbane tali da irrobustire l'offerta complessiva.

Le dinamiche urbane, dunque, tendono all'agglomerazione e alla perimetrazione degli spazi turistici: «One useful approach is to identify the areas in which the majority of tourist activities occur and to use it as the focus for the analysis of the supply of tourism services in the multifunctional city. (...). This approach embraces the ecological approaches developed in human geography to identify regions within cities as a basis to identify processes shaping the patterns»³ (Page, 1995, p. 67).

Burtenshaw, Bateman e Ashworth (1991, p. 212) evidenziano le dimensioni ridotte della città turistica rispetto all'intero spazio urbano: «The "tourist city" covers only a small fraction of the area of the "residents' city". (...). In the large cities this "tourist city" may consist of a collection of such concentrations, linked in some cases by tourist "corridors". (...). It is possible therefore to conceive of a "Central Tourist District" (...), which occupies only a small proportion of the city's area but contains most of the facilities used by tourists»⁴.

Le aree di sviluppo del turismo urbano nell'ottica funzionalista ed ecologica sono state denominate in vario modo, principalmente rimarcando la natura delimitata e distrettualizzata dello stesso.

Una delle definizioni più rigorose sulla distrettualizzazione turistica è stata fornita da Hayllar e Griffin (2005, p. 517): «A tourism precinct represents a distinctive geographic area within a larger urban area, characterised by a concentration of tourist related land uses, activities and visitation, with fairly definable boundaries. Such precincts generally possess a distinctive character by virtue of their mixture of activities and land use (...)»⁵.

³ «Un approccio utile consiste nell'identificare le aree in cui si concentra la maggior parte delle attività turistiche e utilizzarle come punto focale per l'analisi dell'offerta di servizi turistici nella città multifunzionale. (...). Questo approccio abbraccia gli approcci ecologici sviluppati nella geografia umana per identificare le regioni all'interno delle città come base per identificare i processi che plasmano i modelli».

⁴ «La "città turistica" copre solo una piccola frazione dell'area della "città dei residenti". (...). Nelle grandi città, questa "città turistica" può consistere in un insieme di tali concentrazioni, collegate in alcuni casi da "corridoi" turistici. (...). È quindi possibile concepire un "Distretto Turistico Centrale" (...), che occupa solo una piccola parte dell'area cittadina ma contiene la maggior parte delle strutture utilizzate dai turisti».

⁵ «Un distretto turistico rappresenta un'area geografica distintiva all'interno di un'area

Il turista urbano viene dunque classicamente inquadrato come una persona che ha una visione limitata della città, spesso ristretta al centro storico o comunque alle aree di maggiore concentrazione di *landmark*, di attrattive turistiche, di esercizi di ricezione e ristorazione.

Nel corso degli studi sul turismo urbano si è però visto che tale tipologia di turisti, che si possono definire “di massa”, adottano comportamenti interessati perlopiù ad avere un rapido sguardo non partecipativo verso il paesaggio urbano visitato e a perseguire pratiche sociali stereotipate, da condividere collettivamente al ritorno, soprattutto con altri visitatori o con amici e familiari, attraverso memorie e ricordi del viaggio.

Le nuove pratiche turistiche di tipo esperienziale, già tratteggiate negli scritti sulla mobilità e sul post-turismo di John Urry sinteticamente espresse nel primo capitolo e nel lavoro di Pine e Gilmore richiamato nel terzo capitolo, necessariamente sono andate a influenzare anche le riflessioni riguardanti la fruizione degli spazi urbani.

Accanto ai turisti di massa, si cominciano a riconoscere comportamenti più liberi da parte dei visitatori delle città, meno legati alla materialità e al richiamo dei punti di attrazione maggiori, ricercando spesso connessioni spirituali e sociali con i luoghi e la comunità locale. Ciò nasce come reazione al fatto che la città si sia progressivamente trasformata nel corso del Ventesimo secolo da organismo a meccanismo in funzione dell'automobile e della velocità di attraversamento degli spazi urbani, che vengono progressivamente svuotati del loro significato assunto nel corso dei secoli, così da provocare, a volte, un'omogeneizzazione delle forme urbane e attenuare le specificità urbane stratificatesi nel corso dei secoli (Biondillo, 2022).

Careri (2006) per invitare a riscoprire la città attraverso le passeggiate urbane conia il termine “transurbanza”, che descrive così: «La lettura della città attuale dal punto di vista dell'erranza si basa sulle «transurbanze» (...). Tra le pieghe della città sono cresciuti spazi in transito, territori in trasformazione continua nel tempo. E in questi territori che oggi si può superare la millenaria separazione tra spazi nomadi e spazi sedentari. (...). Oggi la città nomade vive all'interno della città sedentaria, si nutre dei suoi scarti offrendo in cambio la propria presenza come una nuova natura che può essere percorsa solamente abitandola» (Careri, 2006, pp. 6-7).

Il nucleo fondamentale di questi studi deriva dall'osservazione che il camminare, oltre ad essere un fenomeno universale e naturale per gli esseri umani, è anche una pratica sociale, un atto di co-creazione che rappresenta

urbana più ampia, caratterizzata da una concentrazione di usi del suolo, attività e visitatori legati al turismo, con confini abbastanza definiti. Tali distretti possiedono generalmente un carattere distintivo in virtù della loro combinazione di attività e uso del suolo».

e modifica l'organizzazione spaziale di una data società, andando oltre il semplice movimento fisico (Bieri, 2018).

Al fine di cogliere esperienze turistiche che vadano a integrarsi con la socialità della comunità locale si sono usati termini diversi per caratterizzare i nuovi visitatori della città. Attraverso tali concettualizzazioni si sono osservate pratiche diverse, spesso vedendo una contrapposizione fra tali paradigmi teorici, ma forse semplicemente da interpretare come modi diversi di visitare e vivere la città.

Il primo termine che si va ad analizzare è quello di *flâneur*, che viene così descritto da Nuvolati (2013, p. 49): «Solo ma disposto a rischiare per arrivare a cogliere meglio il senso delle cose, il *flâneur* non si presta certo ad essere rappresentato come il turista classico. (...). Caratteristica del *flâneur* è altresì l'alternarsi incessante delle situazioni. Infatti, dopo l'esperienza intensamente vissuta c'è di nuovo la ricerca della solitudine, della libertà, come condizione di base da cui ripartire per nuovi viaggi e nuove esperienze. Il *flâneur* torna ad essere l'uomo della folla, che la guarda dall'alto, piuttosto che nella folla, che si lascia trasportare da essa».

Il *flâneur* evita i luoghi più frequentati dai turisti, si attarda nell'immersione della vita sociale, partecipa ai ritmi urbani locali, ma poi torna a distaccare il suo sguardo, conservando i ricordi dell'esperienza avuta. In tal senso, egli esprime emozioni individuali all'interno di esperienze collettive, interpretando soggettivamente i luoghi e i contatti sociali vissuti, anche prolungati in un lasso di tempo maggiore rispetto a quelli fugaci dei turisti classici.

Il secondo concetto è quello di *chora* di Platone, ripreso da Wearing B. e Wearing S. (1996, p. 233): «Rather than being the object of the stroller's gaze, the concept of "chora" suggests a space to be occupied and given meaning by the people who made use of the space. The space gives birth to the living experiences of human beings, it is open to many possibilities»⁶.

Più avanti gli autori spiegano il concetto di *choraster*: «"Chorasters" would be tourists who bring meaning to the 'chora' from their own position in their own culture and who creatively incorporate into their sense of

⁶ «Più che essere l'oggetto dello sguardo di chi passeggia, il concetto di "chora" suggerisce uno spazio da occupare a cui attribuire un significato da parte delle persone che lo utilizzano. Lo spazio genera esperienze di vita degli esseri umani ed è aperto a molteplici possibilità».

self the experiences of interaction with people from different cultural backgrounds in the tourist space. Whether or not the space offers an authentic representation of the host culture, then becomes irrelevant. It is the actual experience that is the reality»⁷ (Wearing B. e Wearing S., 1996, p. 235).

Dunque, il *choraster* partecipa attivamente alla vita sociale cittadina, non è distaccato come il *flâneur*, interagisce con la comunità locale, ma, a differenza del *flâneur*, il grado di autenticità dell'esperienza non è così importante, quanto l'opportunità di migliorare la propria consapevolezza e valorizzazione. Pertanto, il *choraster* tende ad avere esperienze individuali all'interno di un ambiente emozionale collettivo, che modella ed è modellata dalle percezioni e dai comportamenti di ogni singola persona.

Un'altra distinzione concettuale viene effettuata infine da Quagliari Dominguez e Russo (2010), utilizzando il termine *post-bohémien*, inteso come figura di attore urbano, che assume comportamenti intermedi fra gli atteggiamenti dei residenti che vivono la città senza eccessivi vincoli territoriali e quelli dei turisti che sono maggiormente immersi nella comunità locale. La definizione degli autori è: «Los post-bohemios expresan una “demanda de ciudad” (...), la posibilidad de experimentar el estilo de vida urbano hecho de “elecciones y oportunidades” (...). Expresan, en otras palabras, un deseo de libertad respecto a la posibilidad de seguir los propios intereses e inclinaciones para poder, finalmente, vivir una “extraordinaria cotidianeidad” aprovechando de la extensa oferta así como del anonimato que caracteriza al individuo en un entorno nuevo y, en general, en la ciudad contemporánea»⁸ (Quagliari Dominguez e Russo, 2010, p. 7).

In altre parole, il *post-bohémien* è alla ricerca della propria libertà di

⁷ «I *choraster* sono turisti che danno un significato alla “chora” a partire dalla propria posizione nella propria cultura e che incorporano creativamente nel proprio senso di sé le esperienze d'interazione con persone di diversa provenienza culturale all'interno dello spazio turistico. Che lo spazio offra o meno una rappresentazione autentica della cultura ospitante, diventa quindi irrilevante. È l'esperienza effettiva a costituire la realtà».

⁸ «I *post-bohémien* esprimono una “domanda di città” (...), la possibilità di sperimentare lo stile di vita urbano fatto di “scelte e opportunità” (...). Esprimono, in altri termini, un desiderio di libertà rispetto alla possibilità di seguire i propri interessi e le proprie inclinazioni per poter finalmente vivere un “quotidiano straordinario”, usufruendo dell'ampia offerta nonché dell'anonimato che caratterizza l'individuo in un ambiente nuovo e, in generale, nella città contemporanea».

muoversi e di seguire i propri interessi, ha il bisogno di esperienze individuali e di godere di emozioni personali in luoghi sconosciuti.

Tali spunti teorici sono in qualche modo convergenti sulle novità riguardo al profilo dei viaggiatori che si immergono negli ambienti urbani, ma vanno poi a presentare elementi di differenziazione, apparentemente anche in contraddizione fra loro, in merito all'approccio comportamentale reale dei diversi profili individuati.

Al fine di ricomporre tale frammentato quadro teorico si propone uno schema concettuale che raccolga i profili emersi e li adatti a esperienze di itinerari urbani, con lo scopo di porre in evidenza la varietà degli approcci mentali e spirituali all'ecosistema urbano (Fig. 1).

		EMOZIONI	
		COLLETTIVE	INDIVIDUALI
ESPERIENZE	COLLETTIVE	<i>TURISTA TRADIZIONALE</i>	<i>FLÂNEUR</i>
	INDIVIDUALI	<i>CHORASTER</i>	<i>POST-BOHÉMIEN</i>

Fig. 1 – Schema concettuale delle tipologie di turisti urbani (Fonte: elaborazione propria).

In tal senso, il *turista tradizionale* sarà interessato a esperienze più standardizzate nei principali punti di riferimento urbani. Il *flâneur* osserverà, quasi con distacco, siti significativi della città, che interiorizzerà attraverso i propri filtri percettivi. Il *choraster* andrà alla ricerca di esperienze personali, immergendosi nella quotidianità della comunità locale. Il *post-bohémien*, infine, preferirà in qualche modo isolarsi e vivere esperienze del tutto personali, in qualche modo vivere soggettivamente gli spazi urbani.

2. Il turista di massa: le visite al patrimonio culturale di Venezia

La città di Venezia è fra le principali mete turistiche culturali e artistiche italiane, registrando nel 2023 un rapido recupero degli afflussi turistici dopo la pandemia, che ha portato al nuovo massimo di 5,7 milioni di arrivi, in gran parte dall'estero, ma con una permanenza media estremamente breve, che si va ad attestare ormai a una media di poco più di due giorni.

La proposta di itinerari turistici nei principali punti di interesse della città, veicolati anche attraverso il sito ufficiale di *VeneziaUnica*, dovrebbe tradursi in uno dei possibili mezzi per cercare di allungare i tempi di permanenza dei visitatori nella città.

In tal senso, si possono proporre itinerari legati alle maggiori attrazioni artistiche e culturali della città, ma sono stati anche proposti percorsi alternativi legati alla campagna *#Detourism* per far conoscere una Venezia diversa e promuovere un turismo *slow* e sostenibile, compatibile con la vita quotidiana dei residenti.

Andando a osservare un itinerario classico suggerito per i turisti di massa, si prende quello che parte dai Giardini Reali, nel sestiere di San Marco, e arriva a Ca' Vendramin Calergi, sede del Casinò di Venezia, nel sestiere di Cannaregio.

La Piazza San Marco è sicuramente il punto di massima attrazione per i turisti che hanno una rilevante concentrazione di monumenti e musei, fra cui si evidenziano la Basilica di San Marco (919.026 visitatori nel 2023), il Campanile di San Marco (615.864 visitatori), il Museo di San Marco (398.300 visitatori) e i musei Palazzo Ducale (1.301.619 visitatori), Museo Correr (377.549 visitatori), Museo Archeologico (387.683 visitatori) e Biblioteca Marciana.

Nell'itinerario proposto, dopo Piazza San Marco si inizia il percorso dai Giardini Reali per dirigersi verso le vie dello *shopping* di alta gamma (Calle Vallaresso, Salizzata San Moisè e Calle Larga XXII Marzo), denotando il carattere consumistico della prima parte del tracciato. Superata l'area dello *shopping*, si suggerisce la visita di Santa Maria del Giglio, già fuori dall'area di maggiore concentrazione turistica (nel 2023 ha registrato comunque 19.346 visitatori). Successivamente ci si dovrebbe dirigere a Campo Sant'Angelo e poi a Campo San Beneto dove vi è il Palazzo Fortuny, che ha registrato 65.032 visitatori nel 2023. Dopo questa tappa si suggerisce di prendere una gondola traghetto per attraversare il Canal Grande e andare a visitare la Casa Museo di Carlo Goldoni (20.269 visitatori nel 2023). Dopo questa tappa si va verso la Basilica dei Frari, a ingresso libero, e poi a San Giacomo dell'Orio (9.551 visitatori). Si giunge poi al Museo di Storia Naturale (83.453 visitatori), ospitato nel Fondaco dei Turchi. Infine,

di nuovo si attraversa il Canal Grande per giungere a San Marcuola e, infine, a Ca' Vendramin Calergi, sede del Casinò di Venezia e del Museo Wagner.

In sostanza, l'itinerario descritto cerca di far muovere i turisti dal punto di massima concentrazione di Piazza San Marco verso altri elementi importanti e facilmente riconoscibili del tessuto urbano, ma comunque meno affollati, come Palazzo Fortuny, Casa Goldoni, la Basilica dei Frari e il Casinò di Venezia, includendo anche due attraversamenti del Canal Grande.

Invece, il progetto #*Detourism* del Comune di Venezia ha provato a suggerire percorsi alternativi all'interno della città, luoghi artistici minori e meno conosciuti, ma comunque potenzialmente in grado di catturare lo sguardo dei turisti.

Fra gli itinerari proposti, ci si sofferma su uno in particolare, denominato "Dorsoduro insolita", che si può considerare esemplificativo delle finalità del progetto, ossia quella di spostare le traiettorie dei visitatori verso i quartieri meno frequentati e di alleviare la pressione turistica nel sestiere di San Marco.

Il percorso inizia nel sestiere di Santa Croce, a Piazzale Roma, lo snodo fondamentale di accesso a Venezia, punto nevralgico per i mezzi pubblici terrestri e lagunari (oltre 264.000 ingressi nel garage comunale nel 2023 e circa 120.000 nel contiguo parcheggio di Sant'Andrea). L'itinerario nel sestiere di Dorsoduro si compie partendo dal Campo di Santa Margherita, per poi proseguire verso la Chiesa di San Pantalon. Successivamente si torna indietro verso la Scuola Grande dei Carmini (8.258 visitatori nel 2023) e la Chiesa dei Carmini (10.748 visitatori nel 2023). Proseguendo si propone di visitare Ca' Zenobio degli Armeni e arrivare a San Nicolò dei Mendicoli. Tornando indietro, si visita la Chiesa di San Sebastiano (20.429 visitatori nel 2023) e la Chiesa di San Trovaso (entrata da giugno 2023 nel circuito *Chorus* delle chiese visitabili di Venezia, registrando 3.949 visitatori). La passeggiata prosegue lungo la Fondamenta delle Zattere e la visita alla Chiesa dei Gesuati (18.558 visitatori nel 2023). Recandosi all'imbarcadere, si prende il vaporetto per l'isola della Giudecca, dove si visita la Chiesa del Redentore (14.967 visitatori nel 2023), e poi si procede per l'Isola di San Giorgio. Infine, ritornando a Dorsoduro, il percorso si conclude a Punta della Dogana, ai Saloni, oggi sede del Museo della Fondazione François Pinault, e alla contigua Chiesa della Salute.

Si può riflettere sulla ricchezza del patrimonio monumentale di Venezia e su come esso possa facilmente attrarre lo sguardo dei visitatori e diventare punto di riferimento per un numero elevato, forse eccessivo, di turisti.

Nell'ultimo rapporto sullo stato di conservazione dei monumenti relativo a Venezia del 2023 effettuato dall'UNESCO (2023b, p. 282) si ricorda infatti

l'estrema fragilità dell'ecosistema di Venezia e della laguna: «The effects of the continuing deterioration due to human intervention, including continuing development, the impacts of climate change and mass tourism threaten to cause irreversible changes. (...) the combined effects of human induced and natural changes (due to sea level rise, extreme weather events and other climate change induced phenomena) are causing deterioration and damage to build structures and urban areas, and threaten the integrity of the cultural, environmental and landscape attributes and values of the property»⁹.

Le proposte illustrate, ma anche il rapporto UNESCO, in sostanza cercano di allargare gli spazi turistici all'interno di Venezia, ma restano comunque ristrette a una visione monumentale della città, che sollecita solo lo sguardo del turista, mentre la comunità locale rimane sostanzialmente al di fuori della visuale del visitatore.

Per concludere, si riporta una riflessione estratta dal critico libro di Settis (2014): «Pensare la città storica vuol dire pensare la comunità umana, il diritto al lavoro e il diritto alla città. (...) Ai veneziani, ma anche ai cittadini del mondo che hanno a cuore Venezia, spetta un compito vitale e una grave responsabilità: mostrare e dimostrare che la diversità e la bellezza non sono una pesante eredità del passato, ma uno straordinario dono per vivere il presente e una straordinaria dote per costruire e garantire il futuro. (...) Perché se Venezia muore non sarà solo Venezia a morire: morrà l'idea stessa di città, la forma della città come aperto e vario spazio di vita sociale, come creazione di civiltà, come impegno e promessa di democrazia».

Da queste parole emerge tutta la contraddizione fra l'accogliere considerevoli flussi turistici, necessari per l'economia locale, accettando anche che i visitatori diano sguardi fugaci alla città in pochi giorni e che vedano la stessa come un museo a cielo aperto o un enorme parco divertimenti, e la volontà di preservazione delle radici socioculturali della comunità locale, tale da coinvolgerla effettivamente nei processi di sviluppo urbani.

⁹ «Gli effetti del continuo deterioramento dovuto all'intervento umano, compreso il continuo sviluppo, gli impatti del cambiamento climatico e il turismo di massa minacciano di causare cambiamenti irreversibili. (...) Gli effetti combinati dei cambiamenti indotti dall'uomo e naturali (dovuti all'innalzamento del livello del mare, agli eventi meteorologici estremi e ad altri fenomeni indotti dal cambiamento climatico) stanno causando deterioramento e danni alle strutture edilizie e alle aree urbane e minacciano l'integrità degli attributi e dei valori culturali, ambientali e paesaggistici del bene».

Si sottolinea, dunque, che, seppure emergano nuove forme di turisti più inclini a esplorare le città come cittadini piuttosto che fugaci visitatori, come si vedrà nelle pagine successive, restano però ancora in assoluta maggioranza i turisti di massa, con lo sguardo catturato solo dai simboli urbani.

3. Il *flâneur*: gli itinerari letterari a Milano

La *flânerie* è un modo di visitare gli spazi urbani, anche i più animati della città, ma maturando una propria visione personale, osservando e rielaborando le scene di vita che catturano lo sguardo, agendo dapprima con i cinque sensi e poi interiorizzando l'esperienza vissuta e facendo affidamento a ciò che è rimasto impresso nella propria memoria.

Per i *flâneur* contemporanei la memoria può essere anche evocata da racconti di altre persone, per esempio in opere letterarie che tratteggiano luoghi, tali da indurre alla visita alcuni viaggiatori per conoscere i posti descritti e osservare quanto il paesaggio sia cambiato dall'epoca della testimonianza narrata.

Una definizione delle connessioni fra turismo, letteratura e identità a proposito degli itinerari viene fornita da Quer (2022, p. 75): «The literary route is a very efficient instrument, both from a tourist and educational point of view (...), because it adds emotions and feelings to knowledge, thus creating a real experience for the participants. This makes it one of the most suitable activities for identity tourism, as identity is often strengthened by deepening the understanding of one's own or another's culture, and because it brings explicit cultural learning into play and activates implicit cultural memory»¹⁰.

Un'interessante iniziativa molto recente sulla valorizzazione dei paesaggi letterari urbani proviene da Milano, designata Città Creativa UNESCO della Letteratura dal 2017, andando a far parte della rete internazio-

¹⁰ «Il percorso letterario è uno strumento molto efficace, sia dal punto di vista turistico che didattico (...), perché aggiunge emozioni e sensazioni alla conoscenza, creando così un'esperienza autentica per i partecipanti. Questo lo rende una delle attività più adatte al turismo identitario, poiché l'identità si rafforza spesso approfondendo la comprensione della propria cultura o di quella altrui, e perché mette in gioco l'apprendimento culturale esplicito e attiva la memoria culturale implicita».

le creata nel 2004. Tale riconoscimento è frutto di diverse attività di cooperazione tra pubblico e privato nella vita politica e culturale, che ha prodotto diverse *partnership*, la più importante tra le quali è il Patto di Milano per la Lettura, uno strumento volto a restituire valore all'atto della lettura come parte essenziale di una nuova idea di cittadinanza. La città ha inoltre svolto nel 2015 un ruolo chiave nella creazione di "Le Città del Libro", la rete italiana che collega le città con programmi di promozione della letteratura e della lettura come strumento per migliorare la qualità della vita.

Fra le iniziative più interessanti si ha il progetto *Let-Mi Letteratura Esperienza Turistica a Milano*, finanziato nel 2022 dal Ministero del Turismo. Si tratta di una piattaforma digitale che descrive percorsi interattivi per scoprire autori, opere ambientate nella città e luoghi descritti nelle pagine di romanzi, racconti, fumetti e altro.

Vi sono molti percorsi proposti, tutti elaborati con l'intento di valorizzare luoghi magari meno conosciuti di Milano, oppure che hanno subito profonde trasformazioni rispetto all'opera citata. Due di essi sono particolarmente interessanti per l'innovatività della chiave di lettura proposta. Il primo, denominato "Lo sguardo delle donne", intende valorizzare le opere di diverse scrittrici che hanno lasciato testimonianze sulla città in epoche diverse. Il secondo, intitolato "sui binari della M4" ha lo scopo di valorizzare il nuovo percorso della Metropolitana M4, completato a ottobre 2024, con 11 fermate letterarie.

L'itinerario "Lo sguardo delle donne" inizia dalla Ca' Granda (già Ospedale Maggiore, ora sede dell'Università Statale di Milano), descritto come "uno dei più maestosi monumenti che l'uomo abbia mai eretto ai suoi simili" da Edith Wharton nel suo libro sull'esperienza di viaggio in Italia. La seconda tappa è il Verziere, area dove si è tenuto il mercato della frutta e della verdura di Milano fino a inizio Novecento, descritto da vari autori e autrici, fra cui un accenno di Ada Negri in un racconto de *Le Strade*, che testimonia la passata vivacità e popolarità di questo luogo. La terza tappa è San Babila, luogo che ha vissuto una profonda trasformazione dopo le ricostruzioni dovute alle distruzioni dovute ai bombardamenti durante la Seconda Guerra Mondiale, e che negli anni Settanta era divenuta un'area di ritrovo per i giovani, descritti in maniera negativa in alcune pagine di Camilla Cederna. Il percorso continua a Via Monte Napoleone, nella Pasticceria Cova, locale storico della città, che originariamente si trovava vicino al Teatro alla Scala, dove era punto di ritrovo di intellettuali e letterati come emerge dalla testimonianza di Amalia Guglielminetti a cui si ispira la tappa. Ci si inoltra poi per Via Alessandro Manzoni, altra via del cosiddetto "Quadrilatero della Moda", strada con molti palazzi storici e alberghi di lusso; la tappa è dedicata ad Anna Maria Ortese, che descrive la via in una

giornata di nebbia, notando come da essa si affacci “la piazza più bella di Milano” (ossia Piazza Cavour) e il parco (ora Giardini Pubblici Indro Montanelli), appena distinguibili nella foschia del mattino. La tappa successiva è proprio Piazza Cavour, luogo dove si concentravano uffici editoriali e redazioni di giornali, così la sosta è dedicata a Rossana Rossanda, che per anni ha frequentato per lavoro quei luoghi. Ripercorrendo Via Manzoni in senso opposto verso Piazza della Scala si giunge a Via Brera, importante per la presenza della Pinacoteca e per i locali storici in essa ubicati, dedicata ad Alda Merini (anche se vi è un itinerario interamente dedicato a lei); per la poetessa il quartiere di Brera rappresentava allora la parte più agiata della città da contrapporre all’area dei Navigli dove viveva lei, abitata da classi meno abbienti. Infine, il percorso termina al Castello Sforzesco, come simbolo delle Cinque Giornate di Milano (anche in questo caso vi è un diverso itinerario dedicato), a cui si affianca la figura di Clara Maffei, il cui salotto ospitò i maggiori intellettuali e politici del tempo.

Il secondo itinerario è quello dedicato alla nuova metropolitana M4, che collega, con le sue ventuno stazioni, il centro storico con l’Aeroporto di Linate e il quartiere di San Cristoforo. L’itinerario proposto prevede la sosta in undici fermate con tempi ovviamente abbastanza lunghi, ma in modo da trasformare un “non luogo” come la metropolitana in un mezzo per la narrazione. La partenza è dall’Aeroporto di Linate, luogo di passaggio per molti personaggi letterari descritti da numerosi autori, fra cui Alberto Arbasino e Paolo Giordano, seppure spesso non dedicando una descrizione accurata del luogo. Nella seconda fermata, Repetti, si descrive la strada a scorrimento veloce Via Enrico Forlanini, altro luogo scarsamente memorabile, ma ricordato da Giorgio Bocca come uno degli ultimi territori rurali della metropoli milanese. La terza tappa, la Stazione Forlanini, rievoca il quartiere popolare che vi era da quelle parti, raccontato nel film *Miracolo a Milano* di De Sica; la sosta è dedicata anche a Dino Buzzati che ha ambientato un racconto in quella zona. Saltando un paio di fermate, si raggiunge Dateo, anticamente area rurale di Milano con il nome di Acquabella, dove nei dintorni si ha Via Castel Morrone, frequentata da Ada Negri, e Via Pisacane, descritta da Carlo Emilio Gadda. La fermata successiva è Tricolore, associata all’ultima opera di Oreste del Buono, ma anche a Elio Pagliarani, suggerendo anche una deviazione a Corso Monforte, dove vi è la Prefettura (ex Palazzo del Governo sul cui attentato del 1848 hanno scritto Carlo Dossi e Antonio Scurati). La tappa successiva è San Babila, luogo di accesso alle vie del centro e di incontri, soprattutto negli anni Settanta e Ottanta, su cui si hanno le testimonianze di Giorgio Scerbanenco e quella già citata di Camilla Cederna. Successivamente si ha la fermata Sforza-Policlinico, polarizzata sul più grande ospedale cittadino, su cui hanno scritto Delio Tessa e,

in precedenza, la già citata Edith Wharton. Due fermate più in là vi è Vetra, una contrada storica, seppure profondamente cambiata dopo le distruzioni belliche, ma rimasta nell'immaginario collettivo come quartiere malfamato, su cui hanno scritto diversi autori, fra cui Giovanni Raboni, Alessandro Manzoni, Leonardo Sciascia e Franco Fortini. Dopo altre tre fermate si ha Coni-Zugna, vicino ai Navigli, zona Solari e Tortona, dove si collocano i locali di ritrovo della città, ma anche il carcere di San Vittore, raccontato da molti autori, fra cui Giorgio Strehler. La fermata successiva è California, dove si ha lo spazio riqualificato dell'ex fabbrica Ansaldo, che ora ospita i Laboratori della Scala, il Mudec (Museo delle Culture) e lo spazio polifunzionale Base; la fermata è dedicata ai ricordi del quartiere scritti da Michele Mari. L'arrivo di questo lungo itinerario è alla stazione Tolstoj, quattro fermate prima del capolinea di San Cristoforo, al margine dei quartieri di Lorenteggio e Giambellino, aree rurali diventate rapidamente industrializzate dopo la Seconda Guerra Mondiale, sulle cui vicende hanno scritto, fra gli altri, Bruno Brancher e Luciano Bianciardi.

I due itinerari descritti hanno alcune caratteristiche comuni, ma anche alcune differenze essenziali. Il primo percorso sostanzialmente è di breve durata e si concentra nel centro storico, nella parte più scenica e più attrattiva della città, cercando di interpretare con uno sguardo diverso i luoghi attraversati. L'originalità della proposta di percorrere la metropolitana è quella di invitare a osservare anche le aree periferiche, le cui memorie sono state in gran parte cancellate dai danni bellici e dalla rapida urbanizzazione e industrializzazione della città, fino a renderle spazi anonimi, ma che possono tornare a essere luoghi solo grazie a un'azione di recupero della memoria degli stessi.

I luoghi della letteratura di Milano sembrano, dunque, nel complesso un'interessante proposta progettuale, ancora all'inizio e pertanto da perfezionare nella strutturazione sistemica, ma con l'importante intento di offrire spunti di riflessione personale basati sull'osservazione del paesaggio urbano attuale e di quello sollecitato dalle testimonianze e dalle memorie degli scrittori proposti.

4. Il *choraster*: le vie della pizza a Napoli

Il turismo gastronomico va assumendo una rilevanza sempre maggiore nelle esperienze dei visitatori, mostrando caratteristiche diverse a seconda dei contesti in cui si svolge.

Il legame che può instaurarsi fra cibo e turismo, inteso anche come auspicabile ponte culturale fra visitatori e comunità ospitante, viene sottoli-

neato da Dixit (2019, p. 15): «Food and tourism play a major part in the contemporary experience economy. Food is a key part of all cultures, a major element of global intangible heritage, and an increasingly important attraction for tourists. Linking gastronomy and tourism offers a platform for the promotion of cultures through their culinary resources. The linkages between food and tourism also provide a platform for local economic development, and food experiences help to brand and market destinations, as well as supporting the local culture that is so attractive to tourists»¹¹.

La rilevanza della presenza di attrattive gastronomiche in una città è poi sottolineata da Kowalczyk e Derek (2020, p.47): «The prevalence of eating establishments in tourist cities makes them one of the most important parts of what is called the *touristscape*. It is not just their presence in the urban space that is important, but the visual (neon signs, banners), aural (music) and olfactory (smell of cooked, fried and baked foods) sensations that they contribute. Unlike their material presence, however, these intangible footprints of gastronomy are only a temporary element of a tourist city's landscape»¹².

Fields (2002) concettualizza la motivazione gastronomica in quattro categorie: motivatori fisici, motivatori culturali, motivatori interpersonali, motivatori di status e di prestigio. L'autore sottolinea, fra l'altro, la funzione educativa del condividere nuove esperienze gastronomiche: «When experiencing new local cuisines, we are also experiencing a new culture. Cultural motivators lead the tourist into learning about, and experiencing, the culture of societies other than their own»¹³ (Fields, 2002, p. 38).

¹¹ «Cibo e turismo svolgono un ruolo fondamentale nell'economia dell'esperienza contemporanea. Il cibo è parte integrante di tutte le culture, un elemento fondamentale del patrimonio immateriale globale e un'attrazione sempre più importante per i turisti. Collegare gastronomia e turismo offre una piattaforma per la promozione delle culture attraverso le loro risorse culinarie. I legami tra cibo e turismo forniscono anche una piattaforma per lo sviluppo economico locale, e le esperienze gastronomiche contribuiscono a promuovere e a rendere visibili sui mercati le destinazioni, oltre a sostenere la cultura locale, così attraente per i turisti».

¹² «La prevalenza di esercizi di ristorazione nelle città turistiche li rende una delle componenti più importanti di quello che viene definito *touristscape*. Non è solo la loro presenza nello spazio urbano ad essere importante, ma anche le sensazioni visive (insegne al neon e altre indicazioni), uditive (musica) e olfattive (odore di cibi cotti, fritti e al forno) che lo contribuiscono a creare. A differenza della loro presenza materiale, tuttavia, queste impronte intangibili della gastronomia sono solo un elemento temporaneo del paesaggio di una città turistica».

¹³ «Quando si sperimentano nuove cucine locali, si sperimenta anche una nuova cultura.

La città di Napoli, oltre a essere dal 1995 iscritta nella Lista del Patrimonio Mondiale materiale per il notevole centro storico, dal 2017 ha ottenuto dall'UNESCO l'iscrizione nel Patrimonio Intangibile dell'Umanità della "Arte dei Pizzaiuoli Napoletani".

Fra le motivazioni per cui l'UNESCO ha acconsentito alla richiesta di iscrizione, si sottolineano proprio le motivazioni culturali e sociali, che vanno ben al di là del semplice consumo di cibo: «The element represents the culinary know-how related to pizza-making, involving gestures, songs, facial expressions, local slang, the skills of manipulating pizza dough, performing and sharing. The bearers and guests engage in a social ritual with the Pizzaiuolo, whose bench and oven serve as a 'stage' during the pizza-making process. This occurs in a convivial atmosphere involving constant exchanges with the guests»¹⁴ (UNESCO, 2017, p. 32).

Pur non essendo strutturato un percorso ufficiale per il turismo gastronomico legato al consumo della pizza, molte agenzie e operatori organizzano degustazioni ed eventi, abbinati alle visite al patrimonio monumentale cittadino.

Un interessante itinerario nel centro storico di Napoli è stato proposto recentemente in un libro da Domenico Mazzella (2015), scegliendo le pizzerie da visitare sulla base di un duplice criterio: la loro storia e tradizione e la loro posizione nel contesto urbano, vicino a importanti monumenti e punti di riferimento cittadini. Nella descrizione che si proporrà verranno omessi i nomi delle pizzerie, sebbene vi sia una breve ma esaustiva descrizione delle stesse.

Si parte da Porta Capuana, il confine orientale del centro storico di Napoli, dove si hanno la fontana del Formello e la chiesa di Santa Caterina a Formello; in questa prima sosta si invita a degustare la pizza frita da asporto. Il secondo monumento che si incontra è Castel Capuano; nelle vicinanze, si suggerisce una pizzeria che utilizza un calderone per friggere le pizze con condimenti originali. La terza tappa è poco distante, davanti al Teatro Trianon e il "Cippo a Forcella", un gruppo di pietre facenti parte dell'antica cinta muraria cittadina, probabilmente i resti della Porta Furcellensis o Herculensis; qui si invita a fermarsi ai tavoli di una pizzeria che prevede la degustazione di un formato molto grande di pizza (detta "la ruota di car-

Le motivazioni culturali spingono il turista a conoscere e sperimentare la cultura di società diverse dalla propria».

¹⁴ «L'elemento rappresenta il sapere culinario legato alla preparazione della pizza, che comprende gesti, canzoni, espressioni facciali, gergo locale, abilità nel manipolare l'impasto, esibizioni e condivisione. I portatori e gli ospiti si impegnano in un rituale sociale con il Pizzaiuolo, il cui banco e il cui forno fungono da "palcoscenico" durante il processo di preparazione. Ciò avviene in un'atmosfera conviviale che prevede un costante interscambio con gli ospiti».

ro”). Dopo pochi metri si ha una nuova sosta in una delle pizzerie più antiche di Napoli dove si è inventata una variante di pizza molto famosa, non lontano dalle chiese di Sant’Eligio dei Chiavettieri, Santa Maria a Piazza e Sant’Agrippino nel quartiere di Forcella. Dopo aver percorso Via della Vicaria Vecchia si giunge alla chiesa di San Giorgio Maggiore e a quella delle Crocelle ai Mannesi (spazio ora dedicato ad alcuni eventi), per poi proseguire lungo Via San Biagio dei Librai, dove vi sono molti palazzi nobiliari e il Monastero del Divino Amore. Si giunge poi alla quinta tappa, dove si ha un locale in cui provare la tipica pizza “montanara”, visitando a poca distanza l’Archivio di Stato di Napoli. Successivamente si torna indietro per imboccare Via San Gregorio Armeno con la chiesa omonima e l’altra di San Gennaro all’Olmo. Si arriva poi a Piazza San Gaetano, sesta tappa dell’itinerario, dove si ubicano le Chiese di San Paolo Maggiore e di San Lorenzo Maggiore, con l’area archeologica del Foro di Neapolis e dell’agorà greca; vicino si ha una pizzeria storica con pizze originali e i tradizionali fritti napoletani. La settima tappa è poco distante in Via dei Tribunali, nella sede storica di una delle pizzerie più famose di Napoli ora con filiali in varie parti d’Italia e all’estero, dove si possono degustare pizze ripiene aperte e osservare alcuni edifici importanti, fra cui il Palazzo d’Angiò, Santa Maria delle Anime del Purgatorio, Palazzo Spinelli, Santa Maria Maggiore, il Campanile romanico e la Cappella Pontano, San Pietro a Maiella e il Policlinico con la Chiesa della Croce di Lucca. Si arriva a Port’Alba, dove si può assaggiare una pizza “a portafoglio” da asporto. Non lontano da Port’Alba vi è Piazza Vincenzo Bellini, area archeologica con mura greche, Sant’Antonio delle Monache e alcuni palazzi storici (fra cui quelli denominati Conca e Firrao); qui si ha un ristorante e pizzeria che offre una maggiore varietà di piatti. Si prosegue per Via Santa Maria di Costantinopoli con l’omonima chiesa e gli antichi edifici religiosi chiusi di San Giovanni Battista delle Monache e Santa Maria della Sapienza per poi giungere al Museo Archeologico Nazionale. Dopo aver percorso un tratto di Via Santa Teresa degli Scalzi, si sale verso il quartiere Materdei, con alcuni edifici di pregio nella parte più elevata, e dove si trova una pizzeria storica che ha alcune specialità come “montanarine” e “angioletti”. Si torna poi indietro verso il Museo Archeologico e si va in direzione di Piazza Cavour, dove si può mangiare una pizza “a libretto” e ammirare la Porta San Gennaro, la più antica fra quelle esistenti, antico confine settentrionale del centro storico. L’ultima tappa è su Via Foria, pensato come *boulevard* per una entrata elegante alla città, ma oggi diventata una strada ad alta intensità di traffico, per degustare una pizza “fior di margherita”.

Nel libro si elencano anche altre pizzerie al di fuori dell’itinerario predisposto, ma resta la sensazione che si possano sfruttare molte altre combina-

zioni e che la strutturazione di una tale offerta, magari pensando a una rete di collaborazione fra enti pubblici e imprenditori privati potrebbe riportare risultati importanti per il turismo napoletano.

L'abbinamento delle degustazioni gastronomiche con gli antichi monumenti cittadini devono però essere rafforzate, con particolare riguardo allo stato di conservazione dei monumenti. Su questo tema si evidenzia come dal 2011, con fondi POR FESR, si è avviato il "Grande Progetto del Centro Storico di Napoli", a cui si aggiungono altre somme di provenienza statale, regionale e comunale per ulteriori interventi sul patrimonio monumentale. Nel rapporto 2024 redatto per conto dello Stato italiano e sottoposto all'attenzione dell'UNESCO, dopo molto tempo rispetto a quello redatto nel 2011, si evidenziano i diversi interventi completati e ancora in essere, dettagliando i diversi importi. Si ha la percezione, comunque, che un patrimonio ricco, variegato e complesso come quello del centro storico di Napoli debba necessariamente avere ulteriori visioni progettuali prospettiche e organiche in chiave di riscoperta e valorizzazione turistica in abbinamento con altri elementi di attrazione immateriali, quali la gastronomia, che possono sicuramente aiutare nel percorso di valorizzazione dei luoghi.

5. Il *post-bohémien*: la visione soggettiva dei luoghi a Torino

Negli ultimi anni l'approccio alle visite in città da parte dei viaggiatori tende a cambiare, in modo da generare un'interazione più profonda con i luoghi e le comunità locali.

Per ottenere un legame più intenso con gli spazi urbani occorre però che le visite siano più lunghe, più lente e più approfondite, ma anche che la comunità locale sia più aperta ad accogliere i visitatori, a mostrare anche i luoghi più intimi, meno accessibili agli estranei, la quotidianità della città piuttosto che l'eccezionalità del patrimonio monumentale.

Le Breton (2015, p. 75) scrive: «Ogni cittadino ha i suoi spazi e i suoi percorsi preferiti rodati nel corso delle sue attività, tragitti che segue in maniera univoca o che varia a seconda del proprio umore, del livello di stanchezza o di disponibilità, delle condizioni del tempo, del desiderio di sbrigarsi o di bighellonare, delle commissioni da sbrigare strada facendo, dei ricordi da rivisitare, degli appuntamenti. La città esiste solo attraverso gli spostamenti dei suoi abitanti. Uscendo di casa, essi la inventano vivificandola con i loro percorsi, i loro incontri, frequentando i negozi, i giardini pubblici, i lungofiumi, i luoghi di culto, di ricreazione, gli atrii delle stazioni, dei locali di spettacolo, dei bar. I passanti sono il segno della sua vitalità o della sua apatia, del piacere o della noia che essa suscita».

Il visitatore *post-bohémien* deve diventare “cittadino”, deve vivere pienamente gli spazi quotidiani e frenetici dove la città mostra la propria vitalità, magari luoghi che non suscitino particolari emozioni a una prima occhiata del turista, ma che stimolano altri sensi.

In un libro precedente Le Breton (2001, p. 80) pone in luce la sensorialità nella città: «il rapporto che intercorre tra il viandante e la città, con le sue vie e i suoi quartieri, sia che già li conosca sia che li scopra strada facendo, è innanzitutto un rapporto affettivo e corporeo. (...). L’esperienza della marcia in città sollecita il corpo nella sua interezza, è un continuo chiamare in causa i sensi e il senso. La città non è fuori dell’uomo, è in lui, impregna il suo sguardo, il suo udito e gli altri suoi sensi; egli se ne appropria e agisce su di essa in base ai significati che le attribuisce».

In tale prospettiva, anche la concezione di itinerario sembra dunque dovere essere completamente decostruita: si può pensare la città come una grande abitazione, dove gli ambienti possono essere frequentati a seconda delle diverse ore della giornata e delle proprie esigenze, dunque non seguendo un percorso rigido, ma scegliendo dove andare o non andare, magari anche ritornare negli stessi luoghi nel corso della giornata, in sostanza sentirsi liberi e a casa.

Alcuni recenti libri scritti da Giuseppe Culicchia, ossia *Torino è casa mia* (2005) e *Torino è casa nostra* (2015) forniscono una chiave di lettura originale, immaginando alcuni luoghi come stanze di una casa, dove si svolgono le consuete funzioni urbane quotidiane; le due opere raccontano storie e riflessioni personali dell’autore, non presentandosi come una guida della città in senso stretto, ma per alcuni versi può essere letta anche come invito a vivere la città in modo diverso.

La suddivisione in ambienti è piuttosto articolata nei due testi di Culicchia; perciò, si pongono in evidenza solo alcuni passaggi ritenuti più interessanti.

Si comincia dall’ingresso, ossia dalle vie di accesso alla città: tradizionalmente per l’autore l’ingresso principale è la stazione di Porta Nuova, la più antica della città, rinnovata di recente anche con una *food lounge* (inaugurata nel 2021 dopo l’opera di riqualificazione dell’edificio completata successivamente all’edizione dei libri), descritta nei suoi contraddittori aspetti multietnici. Ma nel libro più recente si citano anche la stazione ferroviaria di Porta Susa, l’aeroporto di Caselle, l’autostrada A4 e Corso Giulio Cesare (soffermandosi nella descrizione della cosiddetta Sfinge di Torino, creata nel 2006 per i Giochi Olimpici Invernali e posta nella rotonda di entrata alla città per coloro che provengono da nord attraverso la A4).

Il corridoio è inteso come la via tradizionale di passeggio urbano, individuata in Via Roma, che congiunge Porta Nuova con Piazza Castello, at-

traversando Piazza San Carlo. Tradizionale via dello *shopping* per i torinesi, nella descrizione si evidenzia come essa abbia perso comunque in parte la propria identità in favore delle catene internazionali di negozi e come le politiche di pedonalizzazione di altre strade abbia in parte modificato gli itinerari delle passeggiate dei cittadini. Così, si citano come altre vie delle passeggiate urbane: Via Lagrange, parallela di Via Roma che congiunge Corso Vittorio Emanuele II con Via Accademia delle Scienze (dove si ha il Museo Egizio) e Via Garibaldi, importante arteria stradale che in passato era il decumano maggiore di Torino, ora diventata una delle vie pedonali più lunghe d'Europa, andando a congiungere Piazza Castello con Piazza Statuto (dove vi è il monumento al Traforo del Frejus).

La cucina viene individuata nel più grande mercato all'aperto d'Europa, ossia Porta Palazzo (Piazza della Repubblica) nel quartiere Aurora, accesso settentrionale al centro cittadino. Viene descritta con una certa piacevole caoticità etnica e con i vivaci colori dei banchi di frutta e verdure. In un passaggio l'autore scrive: «Vista dall'alto, Porta Palazzo non sembra una porta, ma un porto. Potrebbe essere quello di Palermo, o di Napoli, o di Genova, o perfino di Tobruk, e invece è il porto di Torino. E gli autobus e i tram che vanno e vengono lungo corso Regina Margherita e corso Giulio Cesare paiono imbarcazioni, che la sera s'illuminano come piccoli piroscafi in manovra. Vista dall'alto, Porta Palazzo non smette mai di pulsare: l'andirivieni di esseri umani è incessante, anche se variabile, nel senso che nelle ore di mercato ce ne sono centinaia, se non migliaia, e a un certo punto della notte invece si tratta di poche unità» (Culicchia, 2015, p. 63).

In una metropoli come Torino i luoghi dove poter mangiare, ossia le "sale da pranzo" per Culicchia, sono ovviamente tanti, sparsi in molte aree della città e con un'offerta piuttosto variegata di prodotti gastronomici. Nel primo libro si individua come luogo di elezione tipico di Torino la Piazza Emanuele Filiberto (non lontana da Porta Palazzo), ma si indicano anche Piazza Vittorio Veneto (che si affaccia sul Po e, attraverso Via Po, si congiunge con Piazza Castello) e il quartiere di San Salvario, vicino a Porta Nuova. Le narrazioni del libro più recente mettono in luce anche alcune delle diverse proposte etniche della città, soffermandosi, oltre che sui luoghi descritti in precedenza, su Largo IV Marzo, non lontano da Piazza Castello, e su Corso Siccardi, fra Piazza Arbarello e Via Cernaia.

Il salotto per eccellenza di Torino è Piazza San Carlo, concepita con tale funzione fin dal Seicento; ma nel secondo libro, l'autore individua altri possibili salotti, Piazza Carlo Alberto, Piazza Carignano, Piazza della Consolata, ma anche i già citati Via Lagrange e Largo IV Marzo. Poi aggiunge l'autore: «E poi, alla voce Salotto, ci sono i vari caffè storici. Non esiste in Italia un'altra città che ne abbia altrettanti...» (Culicchia, 2015, p. 95). Con

questa frase si sottolinea come i luoghi di ritrovo storici di Torino facciano parte delle tradizioni cittadine e che godano ancora oggi di un'atmosfera originale e distinta, che attrae sia la popolazione locale sia i visitatori.

L'autore mostra come la città abbia anche il suo ripostiglio, ossia il mercato dell'usato e dell'antiquariato, il Balon, luogo sempre più multietnico, influenzato dal vicino mercato ortofrutticolo di Porta Palazzo, ma che mantiene alcune delle proprie tradizioni, consolidatesi a partire dalla metà dell'Ottocento.

Infine, vi sono gli spazi naturali della città. L'autore si sofferma sul Po (il bagno di Torino) e sui lungofiumi, con un giudizio piuttosto severo sulle condizioni ambientali della principale via d'acqua della città. Invece, le aree dedicate ai parchi urbani sono i terrazzi per Culicchia. Nel primo libro i terrazzi sono il Parco del Valentino, il più frequentato e attrattivo della città, ma anche i giardini di Piazza Cavour e i contigui di Piazza Maria Teresa, l'Environment Park, frutto della riconversione di un'area industriale e, infine, fuori dal tessuto urbano, Villa Capriglio. Nel testo più recente il terrazzo di Torino viene invece individuato in un'area completamente diversa, il Lungo Po Antonelli, scelto per la quiete del luogo, lontano dai frenetici ritmi urbani.

Il commento di Chiappori (2019, p. 198) esprime sinteticamente quanto restituisce la lettura dei due libri: «L'osservatore partecipante Culicchia descrive non solo i luoghi ma le loro collisioni antropologiche e passa senza freni dallo "struscio" del sabato sotto i portici di via Roma tra vetrine scintillanti, agli scioperi operai degli anni Ottanta e ai commenti di De Amicis, fino all'analisi del rigoroso *understatement* sabauda, quell'atteggiamento tutto torinese imperniato sul non dare nell'occhio. Luoghi e torinesità si fondono su uno scenario che attraversa i decenni, plasmandosi».

I nuovi visitatori delle grandi città devono dunque comprendere il complesso mosaico che si muove all'interno degli spazi urbani, pur non potendo pretendere di avere in pochi giorni la stessa consapevolezza che hanno coloro che vivono quotidianamente nel loro tessuto. Ma l'obiettivo di questi viaggiatori deve comunque essere quello di non fermarsi allo sguardo superficiale della città, cercare di scoprire l'essenza dei luoghi, leggere tra le pieghe dell'ordito urbano. Impresa non facile, ma necessaria per cambiare le prospettive e non trasformare le città in musei a cielo aperto.

Probabilmente, molti visitatori della città continueranno a soffermarsi sugli aspetti estetici e sugli elementi di richiamo urbani, ma si spera che sempre più viaggiatori riescano a cogliere e in qualche modo a beneficiare del fiume carsico delle energie vitali che animano quotidianamente la città.

6. Alcune considerazioni di sintesi sugli itinerari urbani proposti

L'approccio alla città da parte dei visitatori, come osservato nei casi esemplificativi esposti, è sempre più variegato, abbracciando un arco di sentimenti che va dal semplice divertimento al tentativo di empatizzare con la comunità locale.

A una più attenta osservazione, le quattro tipologie archetipiche di visitatori, nella sostanza hanno piena aderenza con i quattro domini dell'esperienza di Pine e Gilmore (1999).

Il *turista tradizionale* di massa avrà dunque le caratteristiche ricadenti nelle motivazioni di svago e divertimento, con l'intento di appagare desideri di base e raccogliere memorie superficiali perlopiù visive della città legate ai luoghi e ai punti di riferimento più conosciuti e stereotipati della stessa.

Il *flâneur* osserverà la città in modo più intenso e immersivo, utilizzando propri filtri percettivi, però con scarsa propensione alla interazione con la comunità locale, così da esplicitare la propria esperienza perlopiù nel dominio dell'apprezzamento estetico e contemplativo dei luoghi e del loro significato simbolico oltre che fisico.

Il *choraster*, invece, cercherà soprattutto di vivere esperienze locali, anche non del tutto autentiche o spontanee, ma comunque testimonianze dello spirito del luogo, così da conoscere alcuni aspetti della comunità locale, sollecitando le funzioni di apprendimento e di rispetto degli usi e costumi locali.

Infine, il *post-bohémien* intenderà esplorare la vita quotidiana cittadina, far parte per poco tempo di una comunità che non è quella di appartenenza, rompere le proprie *routine*, entrando nel regno esperienziale della fuga e dell'evasione.

Si possono osservare in questi quattro profili anche gradazioni e sfumature diverse negli itinerari: i turisti tradizionali avranno percorsi molto rigidi, mentre, alla scala opposta, i *post-bohémien* avranno massima libertà negli spostamenti, potendo esplorare in piena autonomia il tessuto urbano.

Occorre però notare, al contempo, che il tempo a disposizione per visitare la città deve essere sufficientemente ampio per poter effettivamente interagire con i luoghi e la comunità locale; inoltre, bisogna avere un certo grado di conoscenza dell'ambiente che si va a esplorare, ossia di apprendere e comprendere le dinamiche e i ritmi urbani, in modo da entrare in sintonia con gli stessi.

Prospettive di ricerca

Nell'accingermi a scrivere il libro, fra la numerosa ed eterogenea bibliografia di cui ho intrapreso la lettura (comunque sicuramente perdendomi altre opere interessanti) mi sono approcciato ad alcuni testi di David Le Breton. In particolare, mi sono rimaste impresse le pagine dedicate alla fine dei viaggi e al ritorno a casa al termine di ogni volume che ha dedicato al camminare.

In un passaggio del primo volume di Le Breton, *L'Elogio della marcia* (2001), mi sembra molto eloquente questa frase: «Che cosa importa l'esito del cammino se ciò che conta è solo il fatto di averlo percorso. Non siamo noi che facciamo il viaggio, è il viaggio che ci fa e ci disfa e ci inventa. E se qui il nostro scritto si conclude, l'ultima parola è soltanto una tappa lungo il percorso. La pagina bianca è sempre una soglia. Per fortuna riparteremo, avventurandoci nelle città del mondo, nelle foreste, nelle montagne, nei deserti, per fare nuove provviste di immagini e di sensorialità, per scoprire altri luoghi e altri volti, per trovare argomenti di scrittura, per rinnovare lo sguardo (...)».

Pensando a quanto scritto in questo libro, la metafora dello scrivere un testo come forma di itinerario concettuale viene facilmente: il fissare delle tappe all'inizio, gli sforzi per i preparativi, il rendersi conto di quanto sia vasto l'apparato teorico e il cercare di fissare alcuni pensieri e riflessioni, lo scoprire nuovi sentieri concettuali e cercare di esplorarli o rimandarli a un prossimo viaggio, il tentare di disegnare una mappa e una trama di quanto si vuol narrare, e, infine, la sensazione che si sia arrivati al termine, ma che molto si può ancora fare.

Provo a scrivere in queste pagine un'agenda con i possibili percorsi di ricerca da intraprendere nel futuro, sulla base di quanto finora delineato durante la redazione del libro, enucleando i tematismi di futura indagine in base all'ordine dei capitoli.

La prima questione riguarda il ritmo della vacanza. I soggiorni brevi,

con uno sguardo fugace alla località prescelta, sono all'ordine del giorno nel mondo attuale, sfruttando la porosità del tempo disponibile al di fuori degli impegni (familiari, lavorativi, di studio, ecc.) sempre più pressanti. Ma ci si chiede se si possono pensare e strutturare proposte di vacanza che ritornino ad ampliare i tempi di permanenza nelle località turistiche. Se si possono rallentare i ritmi quotidiani e scegliere di distaccarsi dalle *routine* per un tempo sufficientemente appropriato e godersi appieno il proprio tempo di vacanza. E ci si chiede quale tipo di vacanza si possa intraprendere con maggiore tempo a disposizione. La distinzione concettuale fra *slow tourism* e *slow travel* tratteggiata in questo libro è da approfondire, ancora si deve discutere molto sui due termini, che sono apparsi spesso confusi fra loro e usati terminologicamente come sinonimi. Ci si chiede, dunque, anche quali contenuti debbano avere nel concreto tali due forme di vacanza lenta e, conseguentemente, quali tratti distintivi e integrativi debbano emergere.

Un secondo filone di indagini dovrebbe riguardare le motivazioni dei turisti. Tutte quelle trovate in letteratura evidenziano un mosaico frammentato che si riferisce spesso a pregevoli indagini di campo, ma poco utili nell'addensare un quadro teorico uniforme. Si è cercato in qualche modo di creare una matrice che permetta di distinguere i motivi di viaggio in base alle diverse tipologie di mobilità lenta e ai regni dell'esperienzialità. Questo primo passo, seppure ancora da approfondire, ha portato però a una considerazione piuttosto sorprendente per molti versi, ma anche estremamente coerente per diversi tratti. In sostanza, prevalgono in quasi tutti i casi motivazioni di tipo psicologico (dal semplice ricreazionismo e piacere edonistico, al benessere fisico e mentale, fino a sentimenti romantici e nostalgici) oppure sociale (dalla semplice convivialità fino alla ricerca di prestigio nell'impresa, o, alla scala opposta, il desiderio di solitudine e fuga dalla società). Ma in tutti i casi sembra che i luoghi e i territori siano posti come semplice sfondo senza particolari elementi di richiamo e che quasi tutti i fattori di attrazione nella scelta degli itinerari siano, invece, di tipo soggettivo. Tutto ciò sembra in aperta contraddizione con quanto si teorizza sulla necessità di irrobustire i legami fra i viaggiatori e le località attraversate lungo il cammino. Dunque, ci si chiede come possano convivere queste due tendenze apparentemente in contrasto. Come si possa raggiungere un soddisfacente grado di *embodiment*, di connessione dei visitatori con luoghi sconosciuti, senza peraltro snaturare gli stessi, evitando che essi diventino un palcoscenico delle *performance* dei viaggiatori e, al contempo, non si "ossifichino" in prospettive desuete e nostalgiche per seguire i desideri di compiacimento degli sguardi dei turisti.

Un altro tema ancora per molti versi da esplorare o comunque rileggere sotto la lente sistemica riguarda la gestione del patrimonio territoriale e del-

le risorse da mettere in valore o creare per l'esaltazione delle peculiarità dei luoghi. Seppure questo discorso valga per tutte le mete turistiche, lo stesso assume particolari connotazioni per gli itinerari. I percorsi devono essere attentamente pensati, valutati, costruiti e sviluppati; infatti, i contenuti e le narrazioni degli itinerari sono meno percepibili a un primo sguardo dei visitatori. Infatti, a differenza dei siti più attrattivi, essi sono spesso in un cono d'ombra, sono segni umani più modesti e meno visibili, quindi sconosciuti ai più. Inoltre, sempre dal punto di vista del patrimonio materiale, occorre procedere a un'operazione pianificatoria iniziale che miri a legare i luoghi e le tappe, creare una prospettiva comune che solleciti al contempo le esperienze dei visitatori. Ma sicuramente la sfida più grande nel progettare un itinerario è la creazione di una rete immateriale, una rete sistemica di interrelazioni fra gli attori che faccia percepire il sentimento della comunità locale e più in generale lo sforzo comune verso il progetto da parte di tutti i portatori di interessi. Linee di ricerca future sugli itinerari dovranno cercare di enucleare, dunque, i processi di creazione ed esaltazione del patrimonio territoriale, ma soprattutto i meccanismi per cui si possano connettere gli attori territoriali attorno a un progetto comune, a pena, altrimenti, della frammentazione e successiva disgregazione dell'intero sistema locale. In questo caso, ci si chiede quali siano le forze che possano mantenere coesi gli attori territoriali nel corso del tempo. Sicuramente una visione solidaristica e non utilitaristica, ma anche il porre fin dall'inizio, quali pietre angolari, progettazioni solide e condivise e azioni di costruzione e continuo ripensamento di tematiche e narrazioni in grado di coinvolgere profondamente gli attori. Ma se queste riflessioni, forse scontate e banali, sembrano dare una risposta, questioni pratiche urgenti contemporaneamente sorgono: ci si domanda, in sostanza, se esistano configurazioni sistemiche stabili, oppure si debba pensare a geometrie variabili sempre in cerca di equilibri fra i diversi attori ed elementi che compongono le reti materiali e immateriali.

Infine, in questo libro ho cercato di esplorare un sentiero di ricerca che attiene all'utilizzo del paradigma teorico della prospettiva multi-livello con lo scopo di porre in luce i rapporti orizzontali e verticali che si vengono a creare e a sviluppare fra i diversi attori. L'approccio transcalare in verità non è affatto nuovo nelle ricerche territoriali, ma tale prospettiva, originariamente pensata per l'analisi degli ecosistemi aziendali delle imprese del settore industriale, si va irrobustendo recentemente in un approccio sistemico, potenzialmente molto utile come interfaccia di analisi dei comportamenti dei singoli attori, delle tensioni interne e del loro addensarsi in nicchie e regimi, come anche delle forze esogene di *landscape* che condizionano, ma sono anche condizionate dalle dinamiche dei livelli inferiori.

Sono sicuramente temi da approfondire l'origine e la configurazione

delle forze che interagiscono in tali sistemi multi-livello, costruendo un nuovo glossario legato a concetti finora poco utilizzati nell'ambito dei sistemi turistici: la creatività individuale, primo meccanismo di innesco delle azioni individuali, l'effettiva capacità di agire (*agency*), gli stimoli alla fiducia verso alcuni attori e l'esercizio del potere nelle sue varie forme. Da tutto ciò discendono i concetti di co-produzione e co-creazione, che aprono prospettive di ricerca nuove, ma anche sfide pratiche verso nuove forme di turismo che coinvolgano sempre più i visitatori come parte attiva dell'esperienza offerta. Tutte le forze, convergenti e divergenti, devono essere in qualche modo indirizzate e canalizzate verso uno sforzo energetico comune; dunque, si devono andare a configurare le diverse forme di governo, più in generale la *governance*, che viene ad assurgere a parametro di sostegno essenziale per l'intera impalcatura del sistema turistico.

Infine, in un'epoca sempre più turbolenta e liquida come quella attuale, si devono pensare, valutare e migliorare le capacità di resilienza dei sistemi turistici, ossia l'attitudine di risposta alle sollecitazioni e agli *shock* improvvisi che possono occorrere.

Per concludere, l'agenda dei futuri sentieri di ricerca in materia di sistemi turistici e di itinerari si prefigura, dunque, molto densa ed eterogenea, ma, a mio avviso, sicuramente anche molto stimolante.

La teorizzazione dei sistemi degli itinerari turistici presenta, infatti, caratteristiche peculiari che esaltano la complessità degli stessi, per il numero di attori ed elementi territoriali che vengono a interconnettersi. Capire i meccanismi e le traiettorie di sviluppo, andando oltre i casi concreti che possono essere studiati per ricondurli a una visione globale e prospettica dovrebbe rappresentare, dunque, il sentiero di ricerca da porre in agenda nell'immediato futuro.

Lo schema teorico proposto potrebbe essere precisato ed emendato allo scopo di adattarlo all'analisi delle risorse in gioco e all'osservazione dei comportamenti degli attori ai diversi livelli, con particolare riferimento, ovviamente, agli itinerari turistici.

Spero vivamente che altri si accingano a considerare i ragionamenti qui sviluppati, anche con spirito critico, e che possano tracciare ulteriori sentieri teorici, migliorare la percorribilità di quelli da me indicati, ma anche eliminare dal percorso le strade eventualmente errate che ho ipotizzato.

Riferimenti bibliografici

- Acott T.G., La Trobe H.L. and Howard S.H. (1998), “An Evaluation of Deep Ecotourism and Shallow Ecotourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, 6, 3: 238-253.
- Agyeiwaah E., Pratt S., Iaquinto B.L. and Suntikul W. (2023), “Social Identity Positively Impacts Sustainable Behaviors of Backpackers”, *Tourism Geographies*, 25, 1: 1-22.
- Aho S.K. (2001), “Towards a General Theory of Touristic Experiences: Modelling Experience Process in Tourism”, *Tourism Review*, 56, 3-4: 33-37.
- Alfonzo M.A. (2005), “To Walk or Not to Walk? The Hierarchy of Walking Needs”, *Environment and Behavior*, 37, 6: 808-836.
- Almeida Ramoa C.E., Santos Pires P. and Silva Añaña E. (2021), “Motorcycle Tourism and Nature: An Analysis of Motorcyclists Motivations to Travel”, *Leisure Studies*, 40, 3: 407-423.
- Alvarado-Sizzo I. (2023), “Spatial Representations, Heritage and Territorial-Synecdoche in Contemporary Tourism”, *Tourism Geographies*, 25, 2-3: 467-486.
- Ambos B., Leicht-Deobald U. and Leinemann A. (2019), “Understanding the Formation of Psychic Distance Perceptions: Are Country-level or Individual-level Factors More Important?”, *International Business Review*, 28, 4: 660-671.
- Amore A., Prayag G. and Hall C.M. (2018), “Conceptualizing Destination Resilience from a Multilevel Perspective”, *Tourism Review International*, 22, 3-4: 235-250.
- Appadurai A. (1996), *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Armitage D.R., Plummer R., Berkes F., Arthur R.I., Charles A.T., Davidson-Hunt I.J., Diduck A.P., Doubleday N.C., Johnson D.S., Marschke M., McConney P., Pinkerton E.W. and Wollenberg E.K. (2009), “Adaptive Co-Management for Social-Ecological Complexity”, *Frontiers in Ecology and the Environment*, 7, 2: 95-102.
- Asero V. e Nicolosi G. (2024), *Il cammino dei briganti in Sicilia. Dal Parco delle*

- Madonie al Parco dei Nebrodi attraverso un itinerario storico-naturalistico*, Bonferraro, Barrafranca.
- Ashworth G.J. (2003), *Heritage, Identity and Places: For Tourists and Host Communities*, in Singh S., Timothy D.J. and Dowling R.K., eds., *Tourism in Destination Communities*, CABI, Wallingford.
- Ashworth G.J., Graham B. and Tunbridge J.E. (2007), *Pluralising Pasts. Heritage, Identity and Place in Multicultural Societies*, Pluto Press, London.
- Augé M. (1992), *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Éditions de Seuil, Paris.
- Baloglu S. and Uysal M. (1996), “Market Segments of Push and Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8, 3: 32-38.
- Bassano C., Barile S., Piciocchi P., Spohrer J.C., Iandolo F. and Fisk R. (2019), “Storytelling About Places: Tourism Marketing in the Digital Age”, *Cities*, 87: 10-20.
- Batcho K.I. and Shikh S. (2016), “Anticipatory Nostalgia: Missing the Present Before It’s Gone”, *Personality and Individual Differences*, 98: 75-84.
- Baum T. and Szivas E. (2008), “HRD in Tourism: A Role for Government?”, *Tourism management*, 29, 4: 783-794.
- Bauman Z. (1998), *Globalization. The Human Consequences*, Polity Press, Cambridge (trad. it.: *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Bari, 2001).
- Bauman Z. (2000), *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge, 2000 (trad. it. con nuova prefazione: *Modernità liquida*, Laterza, Bari, 2011).
- Beaumont N. and Dredge D. (2010), “Local Tourism Governance: A Comparison of Three Network Approaches”, *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 1: 7-28.
- Becattini G. (2015), *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*, Donzelli, Roma.
- Beer S. (1985), *Prefazione*, in Maturana H.R e Varela F.J., *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Marsilio, Venezia.
- Bengtsson M. and Kock S. (2000). “‘Coopetition’ in Business Networks - to Cooperate and Compete Simultaneously”, *Industrial Marketing Management*, 29, 5: 411-426.
- Bergs Y., Mitas O., Smit B. and Nawijn J. (2020), “Anticipatory Nostalgia in Experience Design”, *Current Issues in Tourism*, 23, 22: 2798-2810.
- Beritelli P. and Bieger T. (2014), “From Destination Governance to Destination Leadership – Defining and Exploring the Significance with the Help of a Systemic Perspective”, *Tourism Review*, 69, 1: 25-46.
- Beritelli P., Bieger T. and Laesser C. (2007), “Destination Governance: Using Corporate Governance Theories as a Foundation for Effective Destination Management”, *Journal of Travel Research*, 46, 1: 96-107.
- Beritelli P., Reinhold S. and Laesser C. (2020), “Visitor Flows, Trajectories and Corridors: Planning and Designing Places from the Traveler’s Point of View”, *Annals of Tourism Research*, 82: 102936.
- Berry B.J.L. (1973), *A Paradigm for Modern Geography*, in Chorley R.J, ed., *Directions in Geography*, Methuen, London.

- Bhati A., Pryce J. and Chaiechi T. (2014), "Industrial Railway Heritage Trains: The Evolution of a Heritage Tourism Genre and Its Attributes", *Journal of Heritage Tourism*, 9, 2: 114-133.
- Bichler B.F. and Peters M. (2021). "Soft Adventure Motivation: An Exploratory Study of Hiking Tourism", *Tourism Review*, 76, 2: 473-488.
- Bieri A.H. (2018), *Walking in the Capitalist City. On the Socio-Economic Origins of Walkable Urbanism*, in Hall C.M., Ram Y. and Shoval N., eds., *The Routledge International Handbook of Walking*, Routledge, Abingdon.
- Bigné E. and Decrop A. (2019), *Paradoxes of Postmodern Tourists and Innovation in Tourism Marketing*, in Fayos-Solà E. and Cooper C., eds., *The Future of Tourism. Innovation and Sustainability*, Springer, Cham.
- Biondillo G. (2022), *Sentieri metropolitani. Narrare il territorio con la psicogeografia*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Bitner M.J. (1992). "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees", *The Journal of Marketing*, 56, 2: 57-71.
- Björk P. (2007), *Definition Paradoxes: From Concept to Definition*, in Higham J., ed., *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Blackstock K. (2005), "A Critical Look at Community Based Tourism", *Community Development Journal*, 40, 1: 39-49.
- Blain C., Levy S.E. and Ritchie J.R.B. (2005), "Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations", *Journal of Travel Research*, 43, 4: 328-338.
- Bodega D., Cioccarelli G. and Denicolai S. (2004), "New Inter-organizational Forms: Evolution of Relationship Structures in Mountain Tourism", *Tourism Review*, 59, 3: 13-19.
- Bonerandi E. (2005), "Le recours au patrimoine, modèle culturel pour le territoire?", *Géocarrefour*, 80, 2: 91-100.
- Bonnemaison J. (2000), *La géographie culturelle: cours de l'Université Paris IV-Sorbonne, 1994-1997*, CTHS, Paris (Établi par Lasseur M. and Thibault C.).
- Boschma R.A. and Frenken K. (2006), "Why Is Economic Geography Not an Evolutionary Science? Towards an Evolutionary Economic Geography", *Journal of economic geography*, 6, 3: 273-302.
- Botti L., Peypoch N. and Solonandrasana B. (2008), "Time and Tourism Attraction", *Tourism Management*, 29, 3: 594-596.
- Brasili C., Saguatti A., Benni F., Marchese A. and Gandolfo D. (2012), *The Impact of the Economic Crisis on the Territorial Capital of Italian Regions*, 52nd Congress of the European Regional Science Association "Regions in Motion - Breaking the Path", 21-25 August 2012, Bratislava, Slovakia, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Brunet R. (1972), "Pour une théorie de la géographie régionale", *Travaux de l'Institut Géographique de Reims*, 11, Mélanges: 3-14.
- Buhalis D. and Zoge M. (2007). *The Strategic Impact of the Internet on the Tourism Industry*, in Sigala M., Mich L. and Murphy J., eds., *Information and Communication Technologies in Tourism 2007*, Springer, Vienna.

- Bui H.T., Wilkins H. and Lee Y.S. (2014), “Liminal Experience of East Asian Backpackers”, *Tourist Studies*, 14, 2: 126-143.
- Burtenshaw D., Bateman M. and Ashworth G.J. (1991), *The European City. A Western Perspective*, David Fulton Publishers, London.
- Butler R.W. (1980), “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, *The Canadian Geographer*, 24, 1: 5-12.
- Cacomo J.-L. et Solonandrasana B. (2002), “Réflexions autour du concept de l’attraction touristique. Analyse et taxonomie”, *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 21, 3: 68-71.
- Caffyn A. (2012). “Advocating and Implementing Slow Tourism”, *Tourism Recreation Research*, 37, 1: 77-80.
- Calzati V. and de Salvo P. (2018), *Slow Tourism: A New Concept of Sustainability, Consumption and Quality of Life*, in Clancy M., ed., *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the Good Life*, Routledge, Abingdon.
- Campbell C.K. (1967), “An Approach to Research in Recreational Geography”, in *B.C. Occasional Papers*, 7: 85-90.
- Cantú C. (2017), “Defining Infrastructure and Its Effect on Economic Growth”, *Equilibrio Económico, Revista de Economía, Política y Sociedad.*, 13, 1: 77-104.
- Capaldi C.A., Passmore H.A., Nisbet E.K., Zelenski J.M. and Dopko R.L. (2015), “Flourishing in Nature: A Review of the Benefits of Connecting with Nature and Its Application as a Wellbeing Intervention”, *International Journal of Wellbeing*, 5, 4: 1-16.
- Careri F. (2006), *Walkscapes. Camminare come pratica estetica*, Einaudi, Torino.
- Castells M. (2010), *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell, Chichester, Second Edition.
- Cater C.I. (2017), “Tourism on Two Wheels: Patterns of Motorcycle Leisure in Wales”, *Tourism Management*, 61: 180-189.
- Cersosimo D. e Donzelli C. (2000), “L’identità come risorsa”, *Meridiana*, 37: 33-55.
- Chan J.K.L. and Kasim A. (2017). *Factors Affecting Tourist Buying Behaviour*, in Dixit S.K., ed., *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*, Routledge, Abingdon.
- Chathoth P., Altinay L., Harrington R.J., Okumus F. and Chan E.S. (2013), “Co-Production Versus Co-Creation: A Process Based Continuum in the Hotel Service Context”, *International Journal of Hospitality Management*, 32: 11-20.
- Chen G., Bao J., and Huang S. (2014), “Segmenting Chinese Backpackers by Travel Motivations”, *International Journal of Tourism Research*, 16, 4: 355-367.
- Chen J.S., Prebensen N.K. and Uysal M. (2014), *Dynamic Drivers of Tourist Experience*, in Prebensen N.K., Chen J.S. and Uysal M., eds., *Creating Experience Value in Tourism*, CABI, Wallingford.
- Chiappori A. (2019), *Torino di carta. Guida letteraria della città*, Il Palindromo, Palermo.

- Chim-Miki A.F. and Batista-Canino R.M. (2017), "Tourism Coopetition: An Introduction to the Subject and a Research Agenda", *International Business Review*, 26, 6: 1208-1217.
- Christaller W. (1964), "Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions – Under-developed Countries – Recreation Areas", *Papers in Regional Science*, 12, 1: 95-105.
- Christou P.A. (2020), "Tourism Experiences as the Remedy to Nostalgia: Conceptualizing the Nostalgia and Tourism Nexus", *Current Issues in Tourism*, 23, 5: 612-625.
- Ciampi P. (2017), *Tre uomini a piedi*, Ediciclo Editore, Portogruaro.
- Ciascai O.R., Dezzi Ş. and Rus K.A. (2022), "Cycling Tourism: A Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives", *Sustainability*, 14, 15: 8983.
- Claval P. (2012), *Géographie Culturelle. Une nouvelle approche des sociétés et des milieux*, Armand Colin, Paris, 3^{ème} édition.
- Coenen L., Benneworth P. and Truffer B. (2012), "Toward a Spatial Perspective on Sustainability Transitions", *Research Policy*, 41, 6: 968-979.
- Cohen E. (1979), "Rethinking the Sociology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 6, 1: 18-35.
- Cohen S.A. (2011), "Lifestyle Travellers: Backpacking as a Way of Life", *Annals of Tourism Research*, 38, 4: 1535-1555.
- Colletis G. et Pecqueur B. (2018), "Révélation des ressources spécifiques territoriales et inégalités de développement. Le rôle de la proximité géographique", *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5: 993-1011.
- Collins-Kreiner N. (2020), "Hiking, Sense of Place, and Place Attachment in the Age of Globalization and Digitization: The Israeli Case", *Sustainability*, 12, 11: 4548.
- Conlin M.V. and Bird G.R. (2014), *Railway Heritage and Tourism: Themes, Issues and Trends*, in Conlin M.V. and Bird G.R., eds., *Railway Heritage and Tourism. Global Perspectives*, Channel View Publications, Bristol.
- Conway D. and Timms B.F. (2012), "Are Slow Travel and Slow Tourism Misfits, Compadres or Different Genres?", *Tourism recreation research*, 37, 1: 71-76.
- Corticelli R., Pazzini M., Mazzoli C., Lantieri C., Ferrante A. and Vignali V. (2022), "Urban Regeneration and Soft Mobility: The Case Study of the Rimini Canal Port in Italy", *Sustainability*, 14: 14529.
- Cresswell T. (2006), *On the Move*, Routledge, Abingdon.
- Cresswell T. (2010), "Towards a Politics of Mobility", *Environment and Planning D: Society and Space*, 28, 1: 17-31.
- Crotts J.C. (2004), "The Effect of Cultural Distance on Overseas Travel Behaviors". *Journal of Travel Research*, 43, 1: 83-88.
- Crouch D. (2000), "Places Around Us: Embodied Lay Geographies in Leisure and Tourism", *Leisure Studies*, 19, 2: 63-76.
- Crouch G.I. (2007), *Modelling Destination Competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes*, Technical Report, CRC for Sustainable Tourism, Gold Coast, Queensland.

- Crouch G.I. and Ritchie J.R.B. (1999), "Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity", *Journal of Business Research*, 44, 3: 137-152.
- Culicchia G. (2005), *Torino è casa mia*, Laterza, Roma-Bari (nuova edizione ampliata 2009).
- Culicchia G. (2015), *Torino è casa nostra*, Laterza, Roma-Bari.
- d'Angella F., De Carlo M. and Sainaghi R. (2010), "Archetypes of Destination Governance: A Comparison of International Destinations", *Tourism Review*, 65, 4: 61-73.
- Dann G.M.S. (1977), "Anomie, Ego-enhancement and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 4, 4:184-194.
- Dann G.M.S. (1981), "Tourist Motivation: An Appraisal", *Annals of Tourism Research*, 8, (2): 187-219.
- Davallon J. (2002), *Tradition, mémoire, patrimoine*, in Schiele B., ed., *Patrimoines et identités*, Musée de la civilisation de Québec, Éditions MultiMondes, Québec.
- Davies N. (2018), "Who Walks, Where and Why? Practitioners' Observations and Perspectives on Recreational Walkers at UK Tourist Destinations", *Annals of Leisure Research*, 21, 5: 553-574.
- de la Torre M. (2013), "Values and Heritage Conservation", *Heritage & Society*, 60, 2: 155-166.
- Deleuze G. et Guattari F. (1980), *Mille plateaux*, Éditions de Minuit, Paris.
- De Rubertis S., Mastromarco C. e Labianca M. (2019), "Una proposta per la definizione e rilevazione del capitale territoriale in Italia", *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 165: 24-44.
- Diamantis D. and Westlake J. (2001), *Ecolabelling in the Context of Sustainable Tourism and Ecotourism*, in Font X. and Buckley R.C., eds., *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, CABI, Wallingford.
- Díaz Soria I. (2016), "Being a Tourist as a Chosen Experience in a Proximity Destination", *Tourism Geographies*, 19, 1: 96-117.
- Díaz Soria I. (2021), *El turismo de proximidad, ¿un paso hacia la transición ecológica?*, in Cañada E. and Izcara C., eds., *Turismos de proximidad. Un plural en disputa*, Icaria, Barcelona.
- Díaz Soria I. y Llundés Coit J.C. (2013), "Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local", *Cuadernos de Turismo*, 32: 65-88.
- Dickinson J. and Lumsdon L.M. (2010), *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, London.
- Dickinson J. and Lumsdon L.M. (2013), *Slow Travel*, in Holden H. and Fennell D., eds., *The Routledge Handbook of Tourism and the Environment*, Routledge, Abingdon.
- Dickinson J.E., Robbins D. and Lumsdon L. (2010), "Holiday Travel Discourses and Climate Change", *Journal of Transport Geography*, 18, 3: 482-489.
- Di Méo G. (2008). *Processus de patrimonialisation et construction des territoires*, in Bouffange S. et Moisson-Povreau P., eds., *Regards sur le patrimoine industriel de Poitou-Charentes et d'ailleurs*, Geste, La Crèche.

- Dixit S.K. (2019), *Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct*, in Dixit S.K., ed., *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, Routledge, Abingdon.
- Dorwart C.E., Moore R.L. and Leung Y.F. (2009), "Visitors' Perceptions of a Trail Environment and Effects on Experiences: A Model for Nature-Based Recreation Experiences", *Leisure Sciences*, 32, 1: 33-54.
- Dredge D. (2006), "Policy Networks and the Local Organisation of Tourism", *Tourism management*, 27, 2: 269-280.
- Dwyer L. and Kim C. (2003). "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators", *Current Issues in Tourism*, 6, 5: 369-414.
- Eagles P.F.J. and McCool S.F. (2002), *Tourism in National Parks and Protected Areas. Planning and Management*, CABI, Wallingford.
- Edensor T. (2000), "Staging Tourism: Tourists as Performers", *Annals of Tourism Research*, 27, 2: 322-344.
- Elliott A. and Urry J. (2010), *Mobile Lives*, Routledge, Abingdon.
- Emirbayer M. and Mische A. (1998). "What is Agency?", *American Journal of Sociology*, 103, 4: 962-1023.
- Erez M. and Gati E. (2004), "A Dynamic, Multi-Level Model of Culture: From the Micro Level of the Individual to the Macro Level of a Global Culture", *Applied Psychology*, 53, 4: 583-598.
- Fabricius C. and Currie B. (2015), *Adaptive Co-Management*, in Allen C.R. and Garmestani A.S., eds., *Adaptive Management of Social-Ecological Systems*, Springer, Dordrecht.
- Fariás Torbidoni E.I. (2011), "Managing for Recreational Experience Opportunities: The Case of Hikers in Protected Areas in Catalonia, Spain", *Environmental Management*, 47: 482-496.
- Farla J., Markard J., Raven R. and Coenen L. (2012), "Sustainability Transitions in the Making: A Closer Look at Actors, Strategies and Resources", *Technological Forecasting & Social Change*, 79, 6: 991-998.
- Fields K. (2002), *Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors*, in Hjalager A.M. and Richards G., eds., *Tourism and Gastronomy*, Routledge, London.
- Fischer L.-B. and Newig J. (2016), "Importance of Actors and Agency in Sustainability Transitions: a Systematic Exploration of the Literature", *Sustainability*, 8, 5: 476.
- Fistola R. and La Rocca R.A. (2018), *Slow Mobility and Cultural Tourism. Walking on Historical Paths*, in Papa R., Fistola R. and Gargiulo C., eds., *Smart Planning: Sustainability and Mobility in the Age of Change*, Springer, Cham.
- Flognfeldt Jr T. (2005), "The Tourist Route System - Models of Travelling Patterns", *Belgeo - Revue belge de géographie*, 1, 1-2: 35-58.
- Florida R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York (2nd edition: *The Rise of the Creative Class. Revisited*, Basic Books, New York, 2012).
- François H., Hirczak M. et Senil N. (2006). "Territoire et patrimoine: la co-construction d'une dynamique et de ses ressources", *Revue d'économie régionale & urbaine*, 5: 683-700.
- François H., Hirczak M. et Senil N. (2013). "De la ressource à la trajectoire:

- quelles stratégies de développement territorial?”, *Géographie, économie, société*, 15, 3: 267-284.
- Frash Jr R.E., Blöse J.E., Smith W.W. and Scherhag K. (2018), “A Multidisciplinary Marketing Profile of Motorcycle Tourists: Explorers Escaping Routine to Find Flow on Scenic Routes”, *Tourism Recreation Research*, 43, 4: 432-444.
- Fratesi U. and Perucca G. (2018), “Territorial Capital and the Resilience of European Regions”, *The Annals of Regional Science*, 60, 2: 241-264.
- Fujita M., Krugman P.R. and Venables A.J. (1999), *The Spatial Economy. Cities, Regions and International Trade*, MIT Press, Cambridge (MA).
- Fullagar S., Wilson E. and Markwell K. (2012), *Starting Slow: Thinking Through Slow Mobilities and Experiences*, in Fullagar S., Wilson E. and Markwell K., *Slow Tourism. Experiences and Mobilities*, Channel View, Bristol.
- Gandolfi A. (1999), *Formicai, imperi, cervelli. Introduzione alla scienza della complessità*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Gardner N. (2009), “A Manifesto for Slow Travel”, *Hidden Europe*, 25: 10-14.
- Garretsen H. and Martin R. (2010). “Rethinking (New) Economic Geography Models: Taking Geography and History More Seriously”, *Spatial Economic Analysis*, 5, 2: 127-160.
- Gavinelli D. (2022), *Gli itinerari della rigenerazione territoriale: una grande varietà di forme, proposte e pratiche*, in Spagnoli L., ed., *Itinerari per la rigenerazione territoriale tra sviluppi reticolari e sostenibili*, FrancoAngeli, Milano.
- Geels F.W. (2002), “Technological Transitions as Evolutionary Reconfiguration Processes: A Multi-Level Perspective and a Case-Study”, *Research Policy*, 31, 8-9: 1257-1274.
- Geels F.W. (2010), “Ontologies, Socio-Technical Transitions (to Sustainability), and the Multi-Level Perspective”, *Research policy*, 39, 4: 495-510.
- Geels F.W. (2019), “Socio-Technical Transitions to Sustainability: A Review of Criticisms and Elaborations of the Multi-Level Perspective”, *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 39: 187-201.
- Geels F.W. (2020), “Micro-Foundations of the Multi-Level Perspective on Socio-Technical Transitions: Developing a Multi-Dimensional Model of Agency through Crossovers between Social Constructivism, Evolutionary Economics and Neo-Institutional Theory”, *Technological Forecasting and Social Change*, 152: 119894.
- Gibson L., Lynch P.A. and Morrison A. (2005), “The Local Destination Tourism Network: Development Issues”, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2, 2: 87-99.
- Giddy J.K. and Webb N.L. (2018), “Environmental Attitudes and Adventure Tourism Motivations”, *GeoJournal*, 83: 275-287.
- Gill A. and Williams P.W. (2017), *Contested Pathways towards Tourism-Destination Sustainability in Whistler, British Columbia: An Evolutionary Governance Model*, in Brouder P., Anton Clavé S., Gill A. and Ioannides D., eds., *Tourism Destination Evolution*, Routledge, Abingdon.
- Gleick J. (1999), *Faster*, Pantheon Books, New York.
- Goodwin H. and Santilli R. (2009), *Community-Based Tourism: A Success?*, ICRT

- Occasional Paper 11, International Centre for Responsible Tourism, Faversham.
- Gössling S. (2021), "Tourism, Technology and ICT: a Critical Review of Affordances and Concessions", *Journal of Sustainable Tourism*, 29, 5: 733-750.
- Grabher G. (1993) *The Weakness of Strong Ties: The 'Lock-in' of Regional Development in the Ruhr Area*, in Grabher G., ed., *The Embedded Firm: On the Socio-Economics of Industrial Networks*, Routledge, London.
- Granovetter M. (2017), *Society and Economy: Framework and Principles*, Harvard University Press, Cambridge (MA).
- Gray B. and Purdy J. (2018), *Collaborating for Our Future: Multistakeholder Partnerships for Solving Complex Problems*, Oxford University Press, Oxford.
- Gray H.P. (1970), *International Travel-International Trade*, D.C. Heath-Lexington Books, Lexington (Ma.).
- Greer T. and Wall G. (1979), *Recreational Hinterlands: A Theoretical and Empirical Analysis*, in Wall G., ed., *Recreational Land Use in Southern Ontario*, Department of Geography Publication, 14, University of Waterloo, Waterloo.
- Gunn C.A. (2002), *Tourism Planning. Basics, Concepts, Cases*, Routledge, London, Fourth Edition.
- Haid M., Nöhammer E., Albrecht J.N., Plaikner A., Stummer H. and Heimerl P. (2021), "Health Promotion as a Motivational Factor in Alpine cycling", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, 5: 2321.
- Håkanson L. and Ambos B. (2010), "The Antecedents of Psychic Distance", *Journal of International Management*, 16, 3: 195-210.
- Halkier H. and Therkelsen A. (2013), "Exploring Tourism Destination Path Plasticity. The Case of Coastal Tourism in North Jutland, Denmark", *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 57, 1-2: 39-51.
- Hall C.M. (2000), *Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships*, Pearson Education, Harlow.
- Hall C.M. (2008), *Of time and Space and Other Things: Laws of Tourism and the Geographies of Contemporary Mobilities*, in Burns P.M. and Novelli M., eds., *Tourism and Mobilities. Local-Global Connections*, CABI, Wallingford.
- Hall C.M. (2009), *The Public Policy Context of Tourism Entrepreneurship*, in Ateljevic J. and Page S.J., eds., *Tourism and Entrepreneurship. International Perspectives*, Elsevier, Oxford.
- Hall C.M., Prayag G. and Amore A. (2018), *Tourism and Resilience: Individual, Organisational and Destination Perspectives*, Channel View, Bristol.
- Hall C.M., Ram Y. and Shoval N. (2018), *Introduction. Walking – More than Pedestrian*, in Hall C.M., Ram Y. and Shoval N., eds., *The Routledge International Handbook of Walking*, Routledge, Abingdon.
- Hampton M.P. (1998), "Backpacker Tourism and Economic Development", *Annals of Tourism Research*, 25, 3: 639-660.
- Hampton M.P. (2013), *Backpacker Tourism and Economic Development: Perspectives from the Less Developed World*, Routledge, Abingdon.
- Hannam K., Sheller M. and Urry J. (2006), "Editorial: Mobilities, Immobilities and Moorings", *Mobilities*, 1, 1: 1-22.

- Hansen T. and Coenen L. (2015), "The Geography of Sustainability Transitions: Review, Synthesis and Reflections on an Emergent Research Field", *Environmental Innovations and Societal Transitions*, 17: 92-109.
- Harmon J. and Kyle G. (2020), "Connecting to the Trail: Natural Spaces as Places of Healing", *Leisure Sciences*, 44, 8: 1112-1127.
- Hassink R. (2010), *Locked in Decline? On the Role of Regional Lock-ins in Old Industrial Areas*, in Boschma R. and Martin R., eds., *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Haugland S.A., Ness H., Grønseth B.-O. and Aarstad J. (2011), "Development of Tourism Destinations: An Integrated Multilevel Perspective", *Annals of Tourism Research*, 38, 1: 268-290.
- Hayllar B. and Griffin T. (2005), "The Precinct Experience: A Phenomenological Approach", *Tourism Management*, 26, 4: 517-528.
- Heath E. (2003), "Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10, 2: 124-141.
- Heitmann S., Robinson P. and Povey G. (2011), *Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism*, in Robinson P., Heitmann S. and Dieke P., eds., *Research Themes for Tourism*, CABI, Wallingford.
- Hindle N., Martin A. and Nash R. (2015), "Tourism Development and the Backpacker Market in Highland Scotland", *Tourism and Hospitality Research*, 15, 3: 178-192.
- Holland J.H. (1992), "Complex Adaptive Systems", *Daedalus*, 121, 1: 17-30.
- Honoré C. (2004), *In Praise of Slowness. Challenging the Cult of Speed*, HarperCollins, New York.
- Hudson S. and Ritchie J.R.B. (2009), "Branding a Memorable Destination Experience. The Case of 'Brand Canada'", *International Journal of Tourism Research*, 11, 2: 217-228.
- Iaquinto B.L. (2015), "«I Recycle, I Turn Out the Lights»: Understanding the Everyday Sustainability Practices of Backpackers", *Journal of Sustainable Tourism*, 23, 4: 577-599.
- Ishihara Y. (2021), *Overview of Community-Based Tourism: From History to Evaluation Framework*, in Walia S.K., ed., *The Routledge Handbook of Community Based Tourism Management*, Routledge, Abingdon.
- Islam M.W., Ruhanen L. and Ritchie B.W. (2018), "Adaptive Co-Management: A Novel Approach to Tourism Destination Governance?", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37: 97-106.
- Iso-Ahola S.E. (1982), "Toward a Social-Psychological Theory of Tourist Motivation: A Rejoinder", *Annals of Tourism Research*, 9, 2: 256-262.
- Jafari J. (1983), "Anatomy of the Travel Industry", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 24, 1: 71-81.
- Jamal T.B. and Getz D. (1995), "Collaboration Theory and Community Tourism Planning", *Annals of Tourism Research*, 22, 1: 186-204.
- Jamal T.B. and Lee J.-H. (2003), "Integrating Micro and Macro Approaches to Tourist Motivations: Toward an Interdisciplinary Theory", *Tourism Analysis*, 8, 1: 47-59.

- Jeuring J.H.G. and Haartsen T. (2017), “The Challenge of Proximity: The (Un)Attractiveness of Near-home Tourism Destinations”, *Tourism Geographies*, 19, 1: 118-141.
- Kaplan R. and Kaplan S. (1989). *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Kastenholz E. (2010). “‘Cultural Proximity’ as a Determinant of Destination Image”, *Journal of Vacation Marketing*, 16, 4: 313-322.
- Kaul R.N. (1985). *Dynamics of Tourism: A Trilogy. Transportation and Marketing*, (Vol. III), Sterling Publishers, New Delhi.
- Kellert S.R. and Wilson E.O., eds. (1993), *The Biophilia Hypothesis*, Island Press, Washington (DC).
- Kim S.S., Lee C.K. and Klenosky D.B. (2003), “The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks”, *Tourism Management*, 24, 2: 169-180.
- Kim Y.R., Williams A.M., Park S. and Chen J.L. (2021), “Spatial Spillovers of Agglomeration Economies and Productivity in the Tourism Industry: The Case of the UK”, *Tourism management*, 82: 104201.
- Kotut L., Horning M., Stelter T.L. and McCrickard D.S. (2020), *Preparing for the Unexpected: Community Framework for Social Media Use and Social Support by Trail Thru-hikers*, in *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Association for Computing Machinery, New York.
- Kowalczyk A. and Derek M. (2020), *Relations Between Gastronomy and the City*, in Kowalczyk A. and Derek M., eds., *Gastronomy and Urban Space Changes and Challenges in Geographical Perspective*, Springer Nature, Cham.
- Kristensson P., Matthing J. and Johansson N. (2008), “Key Strategies for the Successful Involvement of Customers in the Co-Creation of New Technology-Based Services”, *International Journal of Service Industry Management*, 19, 4: 474-491.
- Kruger M., Myburgh E. and Saayman M. (2016), “A Motivation-Based Typology of Road Cyclists in the Cape Town Cycle Tour, South Africa”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33, 3: 380-403.
- Krugman P.R. (1991a), “Increasing Returns and Economic Geography”, *Journal of Political Economy*, 99: 483-499.
- Krugman P.R. (1991b), *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge (MA).
- Krugman P.R. (1998). “What’s New About the New Economic Geography?”, *Oxford review of economic policy*, 14, 2: 7-17.
- Kulczycki C. and Halpenny E.A. (2014), “Sport Cycling Tourists’ Setting Preferences, Appraisals and Attachments”, *Journal of Sport & Tourism*, 19, 2: 169-197.
- Kyle G., Graefe A. and Manning R. (2005), “Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings”, *Environment and Behavior*, 37, 2: 153-177.
- La Rocca R.A. (2010), “Soft Mobility and Urban Transformation. Some European Case Studies”, *TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 2: 85-90.

- Larsen G.R. and Guiver J.W. (2013). "Understanding Tourists' Perceptions of Distance: A Key to Reducing the Environmental Impacts of Tourism Mobility", *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 7: 968-981.
- Larsen S., Øgaard T. and Brun W. (2011), "Backpackers and Mainstreamers: Realities and Myths", *Annals of Tourism Research*, 38, 2: 690-707.
- Lau G. and McKercher B. (2006), "Understanding Tourist Movement Patterns in a Destination: A GIS Approach", *Tourism and Hospitality Research*, 7, 1: 39-49.
- Lavarini R. and Scramaglia R. (2018), *Creative Tourism as Slow Tourism*, in Clancy M., ed., *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the Good Life*, Routledge, Abingdon.
- Le Breton D. (2000), *Éloge de la marche*, Éditions Métailié, Paris (trad. it.: *Il mondo a piedi. Elogio della marcia*, Feltrinelli, Milano, 2001).
- Le Breton D. (2012), *Marcher. Éloge des chemins et de la lenteur*, Éditions Métailié, Paris (trad. it.: *Camminare. Elogio dei sentieri e della lentezza*, Edizioni dei Cammini, LIT Edizioni, Roma, 2015).
- Leed E.J. (1991), *The Mind of the Traveler. From Gilgamesh to Global Tourism*, Basic Books, New York.
- Leimgruber W. (1975), "Leisure, Recreation and Tourism: A Model of Leisure Activity", *Fennia-International Journal of Geography*, 136, 1: Monographic Issue.
- Leiper N. (1990), "Tourist Attraction Systems", *Annals of tourism research*, 17, 3: 367-384.
- Lemmetäinen A. and Go F.M. (2009), "The Key Capabilities Required for Managing Tourism Business Networks", *Tourism Management*, 30, 1: 31-40.
- Lew A.A. (1987), "A Framework of Tourist Attraction Research", *Annals of Tourism Research*, 14, 4: 553-575.
- Lew A.A. (2014), "Scale, Change and Resilience in Community Tourism Planning", *Tourism Geographies*, 16, 1: 14-22.
- Lew A.A. (2018), *Planning for Slow Resilience in a Tourism Community Context*, in Cheer J.M. and Lew A.A., eds., *Tourism, Resilience and Sustainability. Adapting to Social, Political and Economic Change*, Routledge, Abingdon.
- Lew A.A. and McKercher B. (2002), "Trip Destinations, Gateways and Itineraries: The Example of Hong Kong", *Tourism Management*, 23, 6: 609-621.
- Lew A.A. and McKercher B. (2006), "Modeling Tourist Movements: A Local Destination Analysis", *Annals of Tourism Research*, 33, 2: 403-423.
- Lew A.A., Ng P.T., Ni C.C. and Wu T.C. (2016), "Community Sustainability and Resilience: Similarities, Differences and Indicators", *Tourism Geographies*, 18, 1: 18-27.
- Linares Gómez del Pulgar M., López Sánchez M., Vicente Gilabert C., Antonio-García M.Á., Sánchez-Salazar F. and Tejedor Cabrera A.A. (2024), "Territorial Strategy for the Activation of Tourism in Low Population Density Heritage Landscapes", *Land*, 13, 5: 574.
- Loker-Murphy L. (1997), "Backpackers in Australia: A Motivation-Based Segmentation Study", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5, 4: 23-45.
- Loker-Murphy L. and Pearce P.L. (1995), "Young Budget Travelers: Backpackers in Australia", *Annals of Tourism Research*, 22, 4: 819-843.

- López Sánchez M., Linares Gómez del Pulgar M. and Tejedor Cabrera A. (2022), “Perspectives on Proximity Tourism Planning in Peri-urban Areas”, *European Planning Studies*, 30, 12: 2456-2473.
- Lozato-Giotart J.P. et Balfet M. (2007), *Management du tourisme*, 2^{ème} édition, Pearson France, Paris (trad. it.: *Progettazione e gestione di sistemi turistici. Territorio, sistemi di produzione e strategie*, FrancoAngeli, Milano, 2009).
- Lue C.-C., Crompton J.L. and Fesenmaier, D.R. (1993), “Conceptualization of Multi-Destination Pleasure Trips”, *Annals of Tourism Research*, 20, 2: 289-301.
- Luhmann N. (1984), *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp, Frankfurt am Main (trad. it.: *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Il Mulino, Bologna, 1990).
- Lumsdon L.M. and McGrath P. (2011), “Developing a Conceptual Framework for Slow Travel: A Grounded Theory Approach”, *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 3: 265-279.
- Lumsdon L.M. and Page S.J. (2004), *Progress in Transport and Tourism Research: Reformulating the Transport-Tourism Interface and Future Research Agendas*, in Lumsdon L.M. and Page S.J., eds., *Tourism and Transport. Issues and Agenda for the New Millennium*, Elsevier, Amsterdam.
- Lundgren J.O.J. (1974), “On Access to Recreational Lands in Dynamic Metropolitan Hinterlands”, *The Tourist Review*, 29, 4: 124-131.
- Lundgren J.O.J. (1982), “The Tourist Frontier of Nouveau Quebec: Functions and Regional Linkages”, *Tourist Review/Revue de Tourisme*, 37, 2: 10-16.
- Lynch K. (1960), *The Image of the City*, The MIT Press, Cambridge (MA).
- Ma M. and Hassink R. (2013), “An Evolutionary Perspective on Tourism Area Development”, *Annals of Tourism Research*, 41: 89-109.
- MacCannell D. (1973), “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”, *American Journal of Sociology*, 79, 3: 589-603.
- MacCannell D. (1984), “Reconstructed Ethnicity Tourism and Cultural Identity in Third World Communities”, *Annals of Tourism Research*, 11, 3: 375-391.
- MacLeod N. (2017), “The Role of Trails in the Creation of Tourist Space”, *Journal of Heritage Tourism*, 12, 5: 423-430.
- Magnaghi A. (2014), *Il progetto della bioregione urbana. Regole statutarie e elementi costruttivi*, in Magnaghi A., ed., *La regola e il progetto. Un approccio bioregionalista alla pianificazione territoriale*, Firenze University Press, Firenze.
- Magnaghi A. (2020), *The Territorialist Approach to Urban Bioregions*, in Fanfani D. and Matarán Ruiz A., eds., *Bioregional Planning and Design: Volume I. Perspectives on a Transitional Century*, Springer, Cham.
- Mannell R.C. and Iso-Ahola S.E. (1987), “Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience”, *Annals of Tourism Research*, 14, 3: 314-331.
- Maoz D. (2007). “Backpackers’ Motivations. The Role of Culture and Nationality”, *Annals of Tourism Research*, 34, 1: 122-140.
- Markusen A. (1996), “Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts”, *Economic Geography*, 72, 3: 293-313.

- Martin R. and Sunley P. (2006), "Path Dependence and Regional Economic Evolution", *Journal of Economic Geography*, 6, 4: 395-437.
- Martin R. and Sunley P. (2010), *The Place of Path Dependence in an Evolutionary Perspective on the Economic Landscape*, in Boschma R. and Martin R., eds., *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Martin R. and Sunley P. (2015a), "On the Notion of Regional Economic Resilience: Conceptualization and Explanation", *Journal of Economic Geography*, 15, 1: 1-42.
- Martin R. and Sunley P. (2015b), "Towards a Developmental Turn in Evolutionary Economic Geography?", *Regional Studies*, 49, 5: 712-732.
- Matless D., Watkins C. and Merchant P. (2010), "Nature Trails: The Production of Instructive Landscapes in Britain, 1960-72", *Rural History*, 21, 1: 97-131.
- Maturana H.R and Varela F.J (1980), *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*, Reidel, Dordrecht (trad. it.: *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Marsilio, Venezia, 1985).
- Mazzella D. (2015), *Le vie della pizza*, Iuppiter Group, Napoli.
- McGrath P. and Sharpley R. (2018), *Slow Travel and Tourism. New Concept or New Label?*, in Clancy M., ed., *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the Good Life*, Routledge, London.
- McKercher B. and Lau G. (2008), "Movement Patterns of Tourists within a Destination", *Tourism Geographies*, 10, 3: 355-374.
- McKercher B. and Lew A.A. (2003), "Distance Decay and the Impact of Effective Tourism Exclusion Zones on International Travel Flows", *Journal of Travel Research*, 42, 2: 159-165.
- McKercher B. and Lew A.A. (2004), *Tourist Flows and the Spatial Distribution of Tourists*, in Lew A.A., Hall C.M. and Williams A.M., eds., *A Companion to Tourism*, Blackwell, Oxford.
- Meethan K. (2006), *Introduction: Narratives of Place and Self*, in Meethan K., Anderson A. and Miles S., eds., *Tourism Consumption and Representation. Narratives of Place and Self*, CABI, Wallingford.
- Merinero-Rodríguez R. and Pulido-Fernández J.I. (2016), "Analysing Relationships in Tourism: A Review", *Tourism Management*, 54: 122-135.
- Mincke C. (2016), *From Mobility to Its Ideology: When Mobility Becomes an Imperative*, in Endres M., Manderscheid K. and Mincke C., eds., *The Mobilities Paradigm. Discourses and Ideologies*, Routledge, Abingdon.
- Mings R.C. and McHugh K.E. (1992), "The Spatial Configuration of Travel to Yellowstone National Park", *Journal of Travel Research*, 30, 4: 38-46.
- Miossec J.-M. (1977), "Un modèle de l'espace touristique", *L'Espace géographique*, 6, 1: 41-48.
- Mnguni E.M. and Giampiccoli A. (2017), "Community-Based Tourism Development: A Hiking Trails Perspective", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6, 1: 1-17.
- Mohsin A. and Ryan C. (2003), "Backpackers in the Northern Territory of Australia – Motives, Behaviours and Satisfactions", *International Journal of Tourism Research*, 5, 2: 113-131.

- Montella M. (2015), *Cultural Value*, in Golinelli G.M., ed., *Cultural Heritage and Value Creation*, Springer, Cham.
- Moscardo G., Kononov E., Murphy L., McGehee N.G. and Schurmann A. (2017), "Linking Tourism to Social Capital in Destination Communities", *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 4: 286-295.
- Moscardo G. and Pearce P.L. (2004), *Life Cycle, Tourist Motivation and Transport: Some Consequences for the Tourist Experience*, in Lumsdon L.M. and Page S.J., eds., *Tourism and Transport. Issues and Agenda for the New Millennium*, Elsevier, Amsterdam.
- Moscarelli R. (2019), "Slow Tourism Infrastructure to Enhance the Value of Cultural Heritage in Inner Areas", *Il Capitale Culturale*, 19: 237-254.
- Mtapuri O. and Giampiccoli A. (2013), "Interrogating the Role of the State and Nonstate Actors in Community-Based Tourism Ventures: Toward a Model for Spreading the Benefits to the Wider Community", *South African Geographical Journal*, 95, 1: 1-15.
- Mtapuri O. and Giampiccoli A. (2016), "Towards a Comprehensive Model of Community-Based Tourism Development", *South African Geographical Journal*, 98, 1: 154-168.
- Murray M. and Graham B. (1997), "Exploring the Dialectics of Route-Based Tourism: The Camino de Santiago", *Tourism management*, 18, 8: 513-524.
- Naik S. (2014), "Community Based Tourism Approach – a Review", *Compass Journal of Department of Tourism of Garden City College Bangalore*, 1, 2: 42-47.
- Ng S.I., Lee J.A. and Soutar G.N. (2007), "Tourists' Intention to Visit a Country: The Impact of Cultural Distance", *Tourism management*, 28, 6: 1497-1506.
- Nguyen T.Q.T., Johnson P. and Young T. (2022), "Networking, Cooperation and Sustainability of Tourism Destinations", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50: 400-411.
- Niewiadomski P. and Brouder P. (2022), *Towards an Evolutionary Approach to Sustainability Transitions in Tourism*, in Booyens I. and Brouder P., eds., *Handbook of Innovation for Sustainable Tourism*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Nok L.C., Suntikul W., Agyeiwaah E. and Tolkach D. (2017), "Backpackers in Hong Kong – Motivations, Preferences and Contribution to Sustainable Tourism", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34, 8: 1058-1070.
- Nora P. (1984), *Entre mémoire et histoire. La problématique des lieux*, Gallimard, Paris.
- Nordbø I. and Prebensen, N.K. (2015), "Hiking as Mental and Physical Experience", *Advances in Hospitality and Leisure*, 11: 169-186.
- Nordin S., Svensson B. (2005), *The Significance of Governance in Innovative Tourism Destinations*, Working Paper, ETOUR, Östersund.
- Nunkoo R. (2015), "Tourism Development and Trust in Local Government", *Tourism management*, 46: 623-634.
- Nunkoo R. (2017), "Governance and Sustainable Tourism: What is the Role of Trust, Power and Social Capital?", *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 4: 277-285.

- Nuvolati G. (2013), *L'interpretazione dei luoghi: flânerie come esperienza di vita*, Firenze University Press, Firenze.
- Nyaupane G.P., Timothy D.J. and Poudel S. (2015), "Understanding Tourists in Religious Destinations: A Social Distance Perspective", *Tourism Management*, 48: 343-353.
- Oh H., Fiore A.M. and Jeoung M. (2007), "Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications", *Journal of Travel Research*, 46: 119-132.
- Oh H.C., Uysal M. and Weaver P.A. (1995), "Product Bundles and Market Segments Based on Travel Motivations: A Canonical Correlation Approach", *International Journal of Hospitality Management*, 14, 2:123-137.
- Olsen K. (2002), "Authenticity as a Concept in Tourism Research. The Social Organization of the Experience of Authenticity", *Tourist Studies*, 2, 2: 159-182.
- Oppermann M. (1995), "A Model of Travel Itineraries", *Journal of Travel Research*, 33, 4: 57-61.
- O'Reilly C.C. (2006), "From Drifter to Gap Year Tourist: Mainstreaming Backpacker Travel", *Annals of Tourism Research*, 33, 4: 998-1017.
- Okazaki E. (2008), "A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use", *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 5: 511-529.
- Page S.J. (1995), *Urban Tourism*, Routledge, London.
- Park R.E. and Burgess E.W. (1925), *The City*, The University of Chicago Press, Chicago (New Edition: *The City*, University of Chicago Press, Chicago, 2019).
- Paris C.M and Teye V. (2010), "Backpacker Motivations: A Travel Career Approach", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 3: 244-259.
- Payne A.F., Storbacka K. and Frow P. (2008), "Managing the Co-Creation of Value", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36: 83-96.
- Pearce D.G. (1981), "L'espace touristique de la grande ville", *L'Espace géographique*, 10, 3: 207-213.
- Pearce P.L. (1988), *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*, Springer-Verlag, New York.
- Pearce P.L. and Lee U.-I. (2005), "Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation", *Journal of Travel Research*, 43: 226-237.
- Pearce P.L. and Wu M.-Y. (2015), "Soft Infrastructure at Tourism Sites: Identifying Key Issues for Asian Tourism from Case Studies", *Tourism Recreation Research*, 40, 1: 120-132.
- Pechlaner H., Volgger M. and Herntrei M. (2012), "Destination Management Organizations as Interface Between Destination Governance and Corporate Governance", *Anatolia*, 23, 2: 151-168.
- Pelc S. (2018), *Marginality and Sustainability*, in Pelc S. and Koderman M., eds., *Nature, Tourism and Ethnicity as Drivers of (De)Marginalization*, Springer, Cham.
- Philipp S.F. (1994), "Race and Tourism Choice: A Legacy of Discrimination?", *Annals of Tourism Research*, 21, 3: 479-488.
- Pileri P. and Moscarelli R. (2021), *From Slow Tourism to Slow Travel: An Idea for Marginal Regions*, in Pileri P. and Moscarelli R., eds., *Cycling & Walking for*

- Regional Development. How Slowness Regenerates Marginal Areas*, Springer, Cham.
- Pinder D. (2005), “Arts of Urban Exploration”, *Cultural Geographies*, 12, 4: 383-411.
- Pine B.J. II and Gilmore J.H. (1999), *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business School Press, Boston.
- Prats L., Guia J. and Molina F.-X. (2008), “How Tourism Destinations Evolve: The Notion of Tourism Local Innovation System”, *Tourism and Hospitality Research*, 8, 3: 178-191.
- Presenza A., Sheehan L. and Ritchie J.R.B. (2005), “Towards a Model of the Roles and Activities of Destination Management Organizations”, *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3, 1: 1-16.
- Prideaux B. (1999), “Tracks to Tourism: Queensland Rail Joins the Tourist Industry”, *International Journal of Tourism Research*, 1, 2: 73-86.
- Prideaux B. (2000), “The Role of the Transport System in Destination Development”, *Tourism Management*, 21: 53-63.
- Prideaux B. (2020), “Drive and Car Tourism: A Perspective Article”, *Tourism Review*, 75, 1: 109-112.
- Prigogine I. (1993), *Le leggi del caos*, Laterza, Roma-Bari.
- Provan K.G. and Kenis P. (2008), “Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness”, *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18, 2: 229-252.
- Quaglieri Domínguez A. y Russo A.P. (2010), “Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico”, *Scripta Nova*, 14: 323.
- Quan S. and Wang N. (2004), “Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism”, *Tourism Management*, 25, 3: 297-305.
- Quer P. (2022), *Literary Routes and Identity*, in Quinteiro S. and Marques M.-J., eds., *Working Definitions in Literature and Tourism. A Research Guide*, CIAC, Faro.
- Rabbiosi C. (2021), “Performing a Walking Holiday: Routing, Immersing and Co-dwelling”, *Tourist Studies*, 21, 3: 367-386.
- Raffestin C. (2012), “Space, Territory, and Territoriality”, *Environment and Planning D: Society and Space*, 30, 1: 121-141.
- Ramsay J. and Truscott M.C. (2003), “Tracking through Australian Forests”, *Historic Environment*, 16, 2: 32-38.
- Rantala O., Salmela T., Valtonen A. and Höckert E. (2020), “Envisioning Tourism and Proximity after the Anthropocene”, *Sustainability*, 12, 10: 3948.
- Rejón-Guardia F., Alemany-Hormaeche M. and García-Sastre M.A. (2020), “Ibiza Dances to the Rhythm of Pedals: The Motivations of Mountain Biking Tourists Competing in Sporting Events”, *Tourism Management Perspectives*, 36: 100750.
- Rejón-Guardia F., Rialp-Criado J. and García-Sastre M.A. (2023), “The Role of Motivations and Satisfaction in Repeat Participation in Cycling Tourism Events”, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43: 100664.

- Relph E. (1976), *Place and Placelessness*, Pion, London.
- Richards G. (2011), "Creativity and Tourism: The State of the Art", *Annals of Tourism Research*, 38, 4: 1225-1253.
- Richards G. and Raymond C. (2000), "Creative Tourism", *ATLAS News*, 23, 8: 16-20.
- Richards G. and Wilson J. (2007), *Tourism Development Trajectories: From Culture to Creativity?*, in Richards G. and Wilson J., eds., *Tourism, Creativity and Development*, Routledge, Abingdon.
- Ritchie B.W. (1998), "Bicycle Tourism in the South Island of New Zealand: Planning and Management Issues", *Tourism Management*, 19, 6: 567-582.
- Robbins B.G. (2016), "What is Trust? A Multidisciplinary Review, Critique, and Synthesis", *Sociology Compass*, 10, 10: 972-986.
- Roberts C. and Geels F.W. (2019), "Conditions for Politically Accelerated Transitions: Historical Institutionalism, the Multi-Level Perspective, and Two Historical Case Studies in Transport and Agriculture", *Technological forecasting and social change*, 140: 221-240.
- Rodrigue J-P., Comtois C. and Slack B (2006), *The Geography of Transport Systems*, Routledge, London.
- Rossiter B. and Gibson K. (2011), *Walking and Performing "the City": A Melbourne Chronicle*, in Bridge S. and Watson S., eds., *The New Blackwell Companion to the City*, Wiley-Blackwell, Chichester.
- Ruhanen L. (2013), "Local Government: Facilitator or Inhibitor of Sustainable Tourism Development?", *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 1: 80-98.
- Rumiz P. (2010), *L'Italia in seconda classe*, Feltrinelli, Milano.
- Russell D.W. (2008). "Nostalgic Tourism", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25, 2: 103-116.
- Ryan C. and Mohsin A. (2001), "Backpackers: Attitudes to the 'Outback'", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10, 1: 69-92.
- Saito H. and Ruhanen L. (2017), "Power in Tourism Stakeholder Collaborations: Power Types and Power Holders", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31: 189-196.
- Santini L. (2017), *Vivere il Parco in bicicletta*, in De Martin S. and Schiavo M., eds., *La Foresta del Silenzio. In bicicletta nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi*, Ediciclo Editore, Portogruaro.
- Sanz-Ibáñez C., Wilson J. and Anton Clavé S. (2017), *Moments as Catalysts for Change in the Evolutionary Paths of Tourism Destinations*, in Brouder P., Anton Clavé S., Gill A. and Ioannides D., eds., *Tourism Destination Evolution*, Routledge, Abingdon.
- Schamp E.W. (2010), *On the Notion of Co-evolution in Economic Geography*, in Boschma R. and Martin R., eds., *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Settis S. (2014), *Se Venezia muore*, Einaudi, Torino.
- Shafer C.S., Lee B.K. and Turner S. (2000), "A Tale of Three Greenway Trails: User Perceptions Related to Quality of Life", *Landscape and urban planning*, 49, 3-4: 163-178.

- Sheller M. and Urry J. (2004), *Places to Play, Places in Play*, in Sheller M. and Urry J., eds., *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*, Routledge, London.
- Sheppard V.A. (2017), *Resilience and Destination Governance*, in Butler R.W., ed., *Tourism and Resilience*, CABI, Wallingford.
- Simonsen P.S., Jørgensen B. and Robbins D. (1998), *Cycling Tourism*, 13, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm, Bornholm.
- Smith S.L.J. (1994). "The Tourism Product", *Annals of Tourism Research*, 21, 3: 582-595.
- Smith S.L.J. (1998), *Tourism as an Industry: Debates and Concepts*, in Ioannides D. and Debbage K.G., eds., *The Economic Geography of the Tourist Industry*, Routledge, London.
- Snieška V. and Šimkūnaitė I. (2009), "Socio-Economic Impact of Infrastructure Investments", *Inžinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 63, 3: 16-25.
- Sousa C.M.P. and Bradley, F. (2006), "Cultural Distance and Psychic Distance: Two Peas in a Pod?", *Journal of international marketing*, 14, 1: 49-70.
- Sousa C.M.P. and Bradley F. (2008), "Cultural Distance and Psychic Distance: Refinements in Conceptualisation and Measurement", *Journal of Marketing Management*, 24, 5-6: 467-488.
- Spierings B. and van der Velde M. (2013), "Cross-border Differences and Unfamiliarity: Shopping Mobility in the Dutch-German Rhine-Waal Euroregion", *European Planning Studies*, 21, 1: 5-23.
- Stefanovic K. and Koster R. (2014), *Railfans and Railway Heritage Tourism*, in Conlin M.V. and Bird G.R., eds., *Railway Heritage and Tourism. Global Perspectives*, Channel View Publications, Bristol.
- Stevenson R. (2018). "«Vision Isolated in Eternity»: Nostalgia Catches the Train", *Humanities*, 7, 4: 95.
- Strambach S., and Halkier H. (2013), "Reconceptualizing Change: Path Dependency, Path Plasticity and Knowledge Combination", *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 57, 1-2: 1-14.
- Svarstad H. (2010), "Why Hiking? Rationality and Reflexivity within three Categories of Meaning Construction", *Journal of Leisure Research*, 42, 1: 91-110.
- Taylor A. and Prideaux B. (2008), "Profiling Four Wheel Drive Tourism Markets for Desert Australia", *Journal of Vacation Marketing*, 14, 1: 71-86.
- Thurot J.M. and Thurot G. (1983), "The Ideology of Class and Tourism Confronting the Discourse of Advertising", *Annals of Tourism research*, 10, 1: 173-189.
- Timothy D.J. (1998), "Cooperative Tourism Planning in a Developing Destination", *Journal of Sustainable Tourism*, 6, 1: 52-68.
- Timothy D.J. and Boyd S.W. (2015), *Tourism and trails. Cultural, ecological and management issues*, Channel View Publications, Bristol.
- Tobler W. (1970), "A Computer Movie Simulating Urban Growth in the Detroit Region", *Economic Geography*, 46, Supplement: 234-240.
- Tolls C. and Carr N. (2021), "The Role of Nature on Horse Trail Rides: Tourist Experience Expectations", *Current Issues in Tourism*, 24, 9: 1257-1269.
- Tosun J. and Howlett M. (2021), "Managing Slow Onset Events Related to Cli-

- mate Change: The Role of Public Bureaucracy”, *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 50: 43-53.
- Trauer B. and Ryan C. (2005), “Destination Image, Romance and Place Experience - an Application of Intimacy Theory in Tourism”, *Tourism Management*, 26, 4: 481-491.
- Tuan Y.-F. (1974), *Topophilia. A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Tunbridge J.E. and Ashworth G.J. (1996), *Dissonant Heritage. The Management of the Past as a Resource in Conflict*, John Wiley e Sons, Chichester.
- Tung V.W.S. and Ritchie J.R.B. (2011), “Exploring the Essence of Memorable Tourism Experience”, *Annals of Tourism Research*, 38, 4: 1367-1386.
- Ullman E.L. (1956), *The Role of Transportation and the Bases for Interaction*, in Thomas W.L., ed., *Man's Role in Changing the Face of the Earth*, University of Chicago Press, Chicago.
- Ulrich R.S. (1979), “Visual Landscapes and Psychological Well-being”, *Landscape Research*, 4, 1: 17-23.
- Ulrich R.S., Simons R.F., Losito B.D., Fiorito E., Miles M.A. and Zelson M. (1991), “Stress Recovery During Exposure to Natural and Urban Environments”, *Journal of Environmental Psychology*, 11, 3: 201-230.
- UNESCO (2017), *Intergovernmental Committee for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Twelfth session Jeju Island, Republic of Korea 4 to 9 December 2017*, ITH/17/12.COM/11.b Add., Paris.
- UNESCO (2023a), *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*, UNESCO World Heritage Centre, Paris.
- UNESCO (2023b), *Intergovernmental Committee for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Extended Forty-Fifth session Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia 10-25 September 2023*, WHC/23/45.COM/7B.Add, Paris.
- Urbain J.-D. (2010), “Lieux, liens, légendes. Espaces, tropismes et attractions touristiques”, *Communications*, 87, 2: 99-107.
- Uriely N., Yonay Y. and Simchai D. (2002), “Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis”, *Annals of Tourism Research*, 29, 3: 519-537.
- Urry J. (1995), *Consuming Places*, Routledge, London.
- Urry J. (2011), *Does Mobility Have a Future?*, in Grieco M. and Urry J., eds., *Mobilities: New Perspectives on Transport and Society*, Ashgate, Farnham.
- Urry J. and Larsen J. (2011), *The Tourist Gaze 3.0*, Sage, London.
- Uysal M. (1998), *The Determinants of Tourism Demand: A Theoretical Perspective*, in Ioannides D. and Debbage K.G., eds., *The Economic Geography of the Tourist Industry*, Routledge, London.
- Uysal M., Li X. and Sirakaya-Turk E. (2008), *Push-Pull Dynamics in Travel Decisions*, in Oh H.C. and Pizam A., eds., *Handbook of Hospitality Marketing Management*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Valente F., Dredge D. and Lohmann G. (2015), “Leadership and Governance in Regional Tourism”, *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 2: 127-136.
- Vallega A. (1982), *Compendio di geografia regionale*, Mursia, Milano.

- van der Zee E. and Vanneste D. (2015), "Tourism Networks Unravelling; a Review of the Literature on Networks in Tourism Management Studies", *Tourism Management Perspectives*, 15: 46-56.
- Vengesai S. (2003), "A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness", *ANZMAC 2003 Conference Proceedings*, Adelaide, 1-3 December: 637-647.
- Volgger M. and Pechlaner H. (2014), "Requirements for Destination Management Organizations in Destination Governance: Understanding DMO Success", *Tourism Management*, 41: 64-75.
- Volo S. (2009), "Conceptualizing Experience: A Tourist Based Approach", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, 2-3: 111-126.
- von Bertalanffy L. (1968), *General System Theory. Foundations, Development, Applications*, George Braziller, New York.
- Wall G. (1997), "Tourism Attractions: Points, Lines, and Areas", *Annals of tourism research*, 24, 1: 240-243.
- Wang J.F. (2023), "Nostalgia in Tourism", *Current Opinion in Psychology*, 49: 101552.
- Wang N. (1999), "Rethinking Authenticity in Tourism Experience", *Annals of tourism research*, 26, 2: 349-370.
- Wang N. (2000), *Tourism and Modernity. A Sociological Analysis*, Pergamon, Amsterdam.
- Wang S. and Xu H. (2015), "Influence of Place-based Senses of Distinctiveness, Continuity, Self-Esteem and Self-Efficacy on Residents' Attitudes toward Tourism", *Tourism Management*, 47: 241-250.
- Wang Y. and Fesenmaier D.R. (2007), "Collaborative Destination Marketing: A Case Study of Elkhart County, Indiana", *Tourism Management*, 28, 3: 863-875.
- Wearing B. and Wearing S. (1996), "Refocussing the Tourist Experience: The Flâneur and the Choraster", *Leisure studies*, 15, 4: 229-243.
- Wilcer S.R., Larson L.R., Hallo J.C. and Baldwin E. (2019), "Exploring the Diverse Motivations of Day Hikers: Implications for Hike Marketing and Management", *Journal of Park and Recreation Administration*, 37, 3.
- Wood D.J. and Gray B. (1991), "Toward a Comprehensive Theory of Collaboration", *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27, 2: 139-162.
- Wrong D.H. (1979), *Power. Its Forms, Bases and Uses*, Harper and Row, New York (new edition: Routledge, Abingdon, 2017).
- Wu Ming 2 (2010), *Il Sentiero degli Dei*, Ediciclo Editore, Portogruaro.
- Xiang Z. (2018), "From Digitization to the Age of Acceleration: On Information Technology and Tourism", *Tourism Management Perspectives*, 25: 147-150.
- Yang J., Ryan C. and Zhang L. (2013), "Social Conflict in Communities Impacted by Tourism", *Tourism Management*, 35: 82-93.
- Yang L. (2011), "Ethnic Tourism and Cultural Representation", *Annals of tourism research*, 38, 2: 561-585.
- Yilmaz S.S. and Tasci A.D. (2015), "Circumstantial Impact of Contact on Social Distance", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13, 2: 115-131.
- Zannoner P. (2017), *Casentino tesoro di storie*, in De Martin S. and Schiavo M.,

eds., *La Foresta del Silenzio. In bicicletta nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi*, Ediciclo Editore, Portogruaro.

Zhang J., Morrison A.M., Tucker H. and Wu B. (2018), “Am I a Backpacker? Factors Indicating the Social Identity of Chinese Backpackers”, *Journal of Travel Research*, 57, 4: 525-539.

La mobilità nei sistemi turistici rappresenta un fattore essenziale per determinare il successo o la marginalità dei luoghi. Lo sguardo tradizionale vede la mobilità soltanto in termini funzionali legati all'opportunità di collegamento fra i luoghi, ai costi e ai tempi di percorrenza. In tale prospettiva, lo spazio di mobilità è dunque tratteggiato sostanzialmente quasi come un ostacolo verso la fruizione delle vacanze. La mobilità turistica è però un sistema estremamente complesso, in cui gli aspetti economici sono solo una delle prospettive di visione del fenomeno.

In questo contributo, si intende esplorare la mobilità turistica alla luce di diversi paradigmi concettuali e filtri percettivi, cercando di individuare una trama comune che possa aiutare nell'interpretazione del fenomeno. In tal modo, si sposterà successivamente l'attenzione verso gli itinerari turistici, tracciando uno schema teorico con particolare attenzione alle motivazioni dei viaggiatori, alla pianificazione territoriale, all'analisi multi-livello e ai processi di gestione.

Si auspica che il lavoro possa essere considerato utile per tracciare ulteriori sentieri scientifici sulla base di quanto elaborato e che altri si accingano a considerare i ragionamenti sviluppati, anche con spirito critico, così da ampliare il panorama di studi teorici e il dibattito scientifico sulle tematiche trattate.

Fabrizio Ferrari, dottore di ricerca in Geografia economica, è professore di II fascia in Geografia economico-politica presso il Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Moderne dell'Università "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara, dove insegna, fra l'altro, Geografia del turismo. È autore di diverse pubblicazioni su tematiche legate al turismo, alla geografia urbana e allo sviluppo territoriale, prendendo parte ad alcuni progetti di ricerca e collaborazione scientifica nazionali e internazionali. Collabora attivamente con diverse associazioni scientifiche, fra cui la Società Geografica Italiana, in cui attualmente svolge l'incarico di presidente dell'Organo di Controllo.