

Saverio Panzica - Antonio Marino

Guida al diritto pubblico e privato del

TURISMO

PAGINE SCELTE
leggi l'estratto!



ORGANIZZAZIONE TURISTICA

STRUTTURE RICETTIVE - LOCAZIONI TURISTICHE / BREVI

HOST - PROPERTY MANAGER - AGENZIE IMMOBILIARI TURISTICHE

PROFESSIONI TURISTICHE - AGENZIE DI VIAGGI E TOUR OPERATOR

2023-2024

A Silke e Roberta

Guida al diritto pubblico e privato del turismo

II edizione aggiornata, novembre 2023

© 2023 Saverio Panzica, Palermo

© 2023 Antonio Marino, San Vito Lo Capo

edizione a cura della società Marino Tourist a r.l.
San Vito Lo Capo (Trapani) - via La Goulette, 7 b
tel. +39.0923.972315 email: info@marinotourist.it

ISBN: 979-12-210-4349-5

contributo: Eugenia Massaro, sintesi della tesi di laurea *Dal viaggio al turismo*, 2005

collaborazione sulla normativa fiscale: Giuseppe Noto, Palermo

collaborazione sui requisiti tecnico edilizi: Dino Campo, Francesco Lo Cicero, Giorgio Purpura, Palermo

collaborazione sulle responsabilità penali in ambito turistico: Filippo Sabbia, Palermo

illustrazioni del volume: Ludmila Shashkova, Minsk

copertina: isola Salina, la casa del film «Il postino», dipinto di Ludmila Shashkova, Minsk

progetto grafico e impaginazione: Pietro Lupo, www.quicksicily.com, Palermo

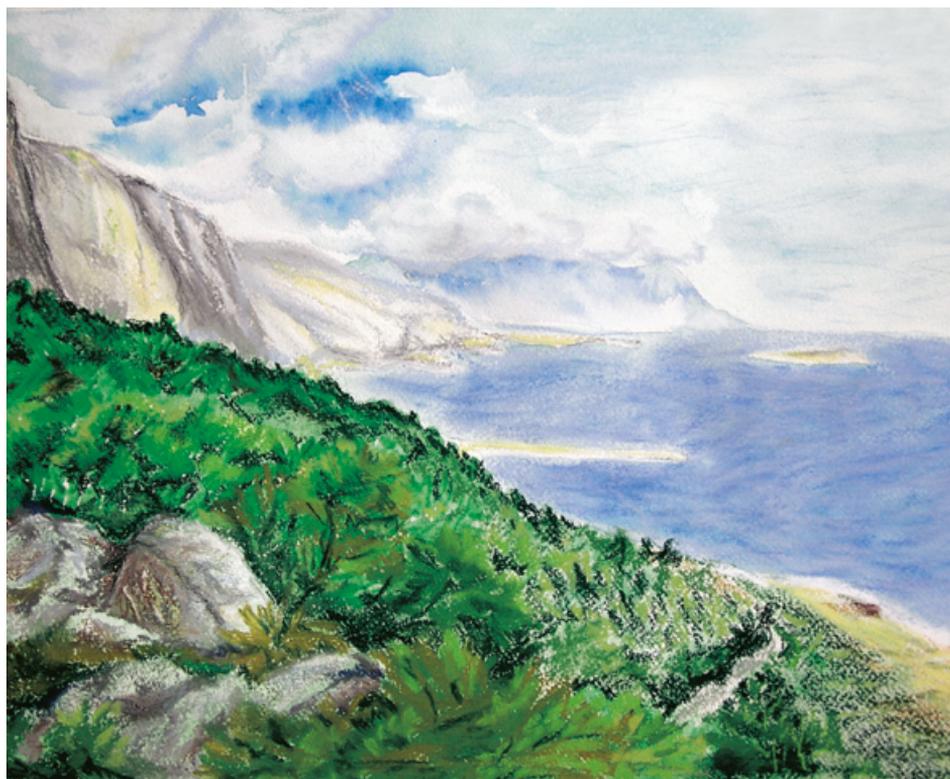
stampa: Photograph s.r.l., Palermo

Saverio Panzica - Antonio Marino

Guida al diritto pubblico e privato del
TURISMO

ORGANIZZAZIONE TURISTICA
STRUTTURE RICETTIVE
LOCAZIONI TURISTICHE/BREVI
HOST - PROPERTY MANAGER
AGENZIE IMMOBILIARI TURISTICHE
PROFESSIONI TURISTICHE
AGENZIE DI VIAGGI E TOUR OPERATOR

2023-2024



Isola delle Femmine - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

INDICE

Presentazione <i>dell'Avv. Filippo Sabbia</i>	p. 13
Introduzione	17
CAPITOLO I	
Elementi di marketing del turismo	25
1.1 Il marketing turistico. <i>Per comprendere i nuovi fenomeni relativi alle dinamiche degli spostamenti</i>	25
1.2 Il marketing del turismo. <i>Definizione del concetto di turismo; Normative turistiche; Aspetti generali del marketing turistico; Qualità dei servizi turistici</i>	28
CAPITOLO II	
Il viaggio	31
2.1 Evoluzione storica del viaggio	31
2.2 Marco Polo. <i>“La via della seta”</i> . Viaggiatori medievali	38
2.3 I pellegrinaggi. <i>Gerusalemme, Roma, Santiago di Compostela</i>	45
2.4 Cristoforo Colombo e i suoi scontri culturali	50
2.5 Il Grand Tour	55
2.6 Il turismo della salute	59
2.7 Il viaggio nel XX secolo. <i>James Joyce, Jack Kerouac, Bruce Chatwin</i>	60
CAPITOLO III	
Dal viaggio classico ai turismi moderni	71
3.1 I turisti moderni. <i>Le specificità del comportamento del turista</i>	71
3.2 I turismi. <i>Il fenomeno turistico</i>	74
3.3 Le dimensioni del fenomeno	79
3.4 Il turismo come pilastro dell'economia. <i>Effetti diretti, indiretti e indotti</i>	86
3.5 Il turismo e il mercato del lavoro	88
3.6 La necessità di un turismo coordinato e disciplinato dal punto di vista legislativo. <i>L'importanza del diritto del turismo</i>	90

3.7	Schema del piano strategico di sviluppo del turismo per il periodo 2023-2027. <i>Atto del governo n. 39 del 10 maggio 2023</i>	91
3.8	Allegato statistico	98

CAPITOLO IV

	Il profilo internazionale del turismo	103
4.1	L'organizzazione mondiale del turismo (OMT) <i>World Tourism Organization (UNWTO)</i>	103
4.2	Il fondamento etico delle disposizioni in materia di turismo	105
4.3	Accordi internazionali del turismo	107
4.4	Iniziative internazionali volte al turismo sostenibile	108

CAPITOLO V

	L'Unione europea e il turismo	111
5.1	Storia del pensiero che ha dato origine all'Unione europea <i>Il Manifesto di Ventotene</i>	111
5.2	Evoluzione del quadro normativo europeo in materia di turismo	114
5.3	Principali direttive e regolamenti dell'Unione europea in materia di turismo	119

CAPITOLO VI

	Le istituzioni di governo per il turismo	123
6.1	Il sistema delle fonti	123
6.2	La partecipazione alla legislazione dell'Unione europea da parte dello Stato italiano	125
6.3	L'organizzazione turistica in Italia	126
6.4	La riforma del titolo V della II parte della Costituzione <i>La distribuzione del potere legislativo in materia di turismo, in base all'art. 117 della Costituzione</i>	133
6.5	Limiti alla potestà legislativa regionale	134
6.6	Evoluzione della legislazione turistica italiana. <i>Le prime norme</i>	135
6.7	Il Ministero del turismo. Origini e abrogazioni	136
6.8	Il raccordo Stato-regioni nel turismo. <i>Conferenza nazionale del turismo e Comitato permanente di promozione del turismo in Italia</i>	138
6.9	L'ENIT - Agenzia nazionale del turismo	140

CAPITOLO VII

Il codice del turismo 143

Codice della normativa statale
in tema di ordinamento e mercato del turismo.
Allegato al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79

- 7.1 Principi generali - titolo I del codice del turismo.
Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79 143
- 7.2 Turismo sociale inclusivo.
L'importanza di un turismo accessibile-inclusivo 145
- 7.3 I sistemi turistici locali - Marchi d'area.
Codice del turismo, art. 23, comma 2 147
- 7.4 Turismo culturale. *Incentivazione di iniziative di promozione turistica finalizzate alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico, archeologico, architettonico e paesaggistico italiano*
Codice del turismo, art. 24 160
- 7.5 Turismo termale e del benessere.
Codice del turismo, art. 22, lettera h) e art. 28 174

CAPITOLO VIII

Le imprese nel turismo 179

- 8.1 Il concetto di impresa turistica.
L'equiparazione alle imprese industriali e il principio di reciprocità 179
- 8.2 I mezzi di proprietà dell'impresa possono essere utilizzati,
dalla stessa impresa, nello svolgimento
dei compiti dell'attività autorizzata 181
- 8.3 Le imprese turistiche senza scopo di lucro.
Riforma Terzo settore 2017: cosa cambia? 185
- 8.4 I contratti di ospitalità per le strutture turistico ricettive 188
- 8.5 Il contratto di albergo. *Definizione e natura* 190
- 8.6 Codice civile - Le prenotazioni. *Contratti tra titolari di strutture turistico ricettive aperte al pubblico e clienti* 201
- 8.7 Allotment - opzione 205
- 8.8 I contratti turistici online. La prenotazione telematica 206
- 8.9 Il deposito in albergo 208
- 8.10 La partenza anticipata 210
- 8.11 Tutela della privacy - Rispetto delle norme di pubblica sicurezza
Schede di notifica delle presenze 211
- 8.12 Possibili responsabilità penali in ambito turistico
(a cura dell'avv. Filippo Sabbia) 216

CAPITOLO IX

Le strutture ricettive e altre forme di ricettività	229
Premessa	229
9.1 La ricettività turistica privata e aperta al pubblico. <i>Definizione di strutture ricettive e alloggi in locazione turistica</i>	230
9.2 La classificazione delle strutture ricettive. <i>Standard minimi nazionali e dotazioni</i>	240
9.3 Residenze d'epoca	243
9.4 Imprese congressuali. Alberghi con centri congressuali	245
9.5 Albergo diffuso	254
9.6 Bed and breakfast. Cenni storici sui bed and breakfast in Italia	257
9.7 Condhotel	262
9.8 Marina resort	266
9.9 Turismo rurale - Agriturismo - Fattorie didattiche	268
9.10 Le «Strade del vino»	277
9.11 Pescaturismo - Ittiturismo	280
9.12 La pubblicità dei prezzi e il revenue management. <i>Ottimizzazione dei prezzi nelle imprese alberghiere</i>	283
9.13 Segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) e Sportello unico per le attività produttive (SUAP)	292
9.14 Comunicazione delle presenze nelle strutture ricettive alle autorità di pubblica sicurezza	299
9.15 La rilevazione dei dati statistici ufficiali	301
9.16 Le locazioni turistiche/brevi. <i>Unità abitative ammobiliate ad uso turistico</i>	303
9.17 Host e Property manager	322
9.18 La normativa CIR - <i>Codice identificativo regionale per le strutture ricettive e locazioni turistiche brevi</i>	355
9.19 Il canone Rai speciale per le strutture ricettive	358

CAPITOLO X

Le professioni turistiche	363
Premessa.	
<i>Considerazioni sulle professioni turistiche</i>	363
10.1 Le professioni turistiche	369
10.2 Il percorso storico evolutivo delle norme relative alle professioni turistiche	372
10.3 Le professioni turistiche nell'ordinamento dell'Unione europea	375

10.4	Le professioni turistiche e la competenza legislativa statale e delle regioni italiane	386
10.5	Lo stato previdenziale delle professioni turistiche	389

CAPITOLO XI

	Le agenzie di viaggio e i tour operator	403
11.1	La definizione di agenzia di viaggi e turismo	403
11.2	Obbligo di assicurazione	409
11.3	La figura professionale di direttore tecnico di agenzia di viaggi e tour operator	410

CAPITOLO XII

	I contratti del turismo organizzato: i “pacchetti turistici”	417
12.1	Ambito di applicazione	417
12.2	I contratti di intermediazione turistica	432
12.3	I contratti turistici online. La prenotazione telematica	446
12.4	Allegato A - Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79	450
12.5	Allegato B - Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79	455
	Bibliografia	459



Paesaggio dell'interno della Sicilia - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

PRESENTAZIONE

Il volume tratta di diritto pubblico e privato che disciplinano i principali aspetti del fenomeno turistico in Italia, sia da un punto di vista privatistico, che in relazione ai profili pubblicistici.

Il testo realizzato da Saverio Panzica e da Antonio Marino, introduce il lettore partendo dal concetto di viaggio sino al fenomeno moderno del turismo. Attraverso un *escursus storico* che inizia il suo cammino dalle origini al XV secolo:

- *L'homo sapiens* insegue nuovi spazi per la propria sopravvivenza;
- Gilgamesh è alla ricerca dell'immortalità;
- Ulisse aspira a ritrovare la sua natura mortale in quanto, il suo viaggio è stato dettato dalla volontà divina;
- Marco Polo attraverso il commercio scopre una cultura "Diversa";
- I pellegrinaggi: la religione;
- Cristoforo Colombo: l'intuizione e la determinazione per la scoperta di nuove rotte che riducessero gli spazi.

Dal Grand Tour al XIX secolo:

- Il Grand Tour: moda per l'educazione dei giovani nobili del nord Europa, prima, e dei giovani ricchi mercanti, dopo;
- Il Turismo della salute.

Dal viaggio del XX secolo al turismo contemporaneo:

- Joyce: il viaggio di Leopold Bloom rappresenta vividamente un errare per tutto il cosmo, attraverso l'intera esperienza umana;
- Kerouac: mancanza di legami personali e sociali, quasi un moderno nomadismo alla ricerca di quella sorta di "Terra Santa";
- Chatwin: non sottomettersi, scappare dallo Stato, dalla famiglia, dal matrimonio, dalle costrizioni, dai tabù.

Questi viaggiatori hanno aperto strade, frontiere, percorsi, veri ed immaginari, che sono confluiti in quelli che oggi possiamo definire: "*i turisti moderni*".

Il percorso storico, sopra indicato, consente una prima perlustrazione del tema del "viaggio" inteso, non solo in senso concreto e realistico (di spostamento nel tempo e nello spazio), ma anche in senso simbolico di desiderio, di tensione, di conoscenza e di ricerca e – viceversa – di distacco, di esilio, di perdita, di allontanamento da sé e dalle cose più care.

Nel contesto del volume, il turismo viene analizzato attraverso gli aspetti, proposti dal marketing turistico, con uno studio che pone in stretta relazione l'offerta integrata dei territori a vocazione turistica con una domanda, estremamente dinamica, alla ricerca di risposte alle necessità di spostamenti siano essi per motivazioni: *leisure che per business*.

Ma i viaggiatori, così definiti dalla novella del codice del turismo di cui al decreto legislativo n. 62/2018, si spostano per tante altre ragioni: per incontrare amici e parenti, per motivi di salute, per sport, per religione, etc.

A questo punto, gli autori hanno studiato il fenomeno degli spostamenti, non solo come turismo, ma hanno analizzato le varie forme di turismo, come già citato, che la letteratura di riferimento indica come “**turismi**”.

Un ampio capitolo è stato poi dedicato alle statistiche sul turismo, per comprendere gli effetti economici diretti ed indotti e, soprattutto, per informare il lettore che, il turismo produce ricchezza in Italia per il 15% del PIL. Nel turismo e nel suo indotto, infatti lavorano milioni di persone.

Gli autori di questo volume, tra l'altro, sono impegnati come docenti in diversi corsi di formazione di livello: universitario e professionale, in quanto credono fermamente che la formazione sia indispensabile al fine di offrire servizi turistici di qualità.

Ma, certamente, alla base della formazione, non può non essere contemplata la conoscenza normativa che non può prescindere dall'analizzare le norme in un quadro comparativo, tra le diverse discipline che interessano, nello specifico il turismo, seguendo con scrupolosa attenzione la gerarchia delle fonti.

Per le ragioni normative, sopra citate, nel volume vengono illustrate le istituzioni pubbliche proposte al turismo: le Commissioni parlamentari che hanno il compito di presentare i disegni di legge da votare in aula; il Governo che decide le azioni e le risorse economiche per supportare il settore e gli Enti locali che, attraverso funzioni delegate, attuano le politiche turistiche decentrate.

Un ampio capitolo è stato dedicato alle strutture ricettive, partendo dalla loro definizione e con una precisa distinzione tra: strutture alberghiere, extralberghiere e all'aria aperta, come definite dalla normativa di settore dell'Unione europea, dello Stato italiano ed in particolare dalle regioni, alle quali è attribuita dalla Costituzione la competenza residuale e le funzioni amministrative.

Inoltre, vengono esposti in modo ampio ed esaustivo, gli aspetti giuridico amministrativi per l'avviamento e la gestione delle strutture turistico ricettive dalla presentazione della SCIA presso lo sportello unico delle attività produttive (SUAP) alle successive verifiche previste dalla legge.

Una particolare attenzione è stata dedicata alle **locazioni turistiche** siano esse brevi ovvero senza partita IVA né codice ATECO che alle locazioni turistiche gestite con codice ATECO dedicato.

Nella parte finale del capitolo dedicato alle strutture ricettive sono state analizzate le figure emergenti di **host** e **property manager**. Tra i property manager assume un particolare rilievo la professione di agente immobiliare oltre quella dell'agente di viaggi che viene illustrata nei capitoli successivi, XI e XII.

Altro tema trattato è quello delle professioni turistiche per le quali risulta, estremamente, indispensabile la conoscenza dei regolamenti, delle decisioni e delle direttive dell'Unione europea che, spesso, non risultano graditi a situazioni di fatto ormai consolidate da decenni, esempio tipico l'accorpamento delle figure professionali di **guida turistica ed accompagnatore/corriere turistico**.

Il tema dell'intermediazione turistica è stato proposto in due differenti capitoli, il primo tratta degli aspetti relativi alla disciplina generale degli **agenti di viaggio** e dei **tour operator**; il secondo capitolo presenta la disciplina sui *pacchetti turistici* e dei *servizi turistici collegati*, dopo gli aggiornamenti intervenuti a seguito della pubblicazione del decreto legislativo n. 15 del 2016, che ha novellato il codice del turismo.

Il codice del turismo è stato studiato sotto diversi aspetti nella considerazione che la Corte costituzionale ha dichiarato parte degli articoli dello stesso codice incostituzionali.

Lo scopo degli autori è quello di fornire una guida completa che possa accompagnare, in un leale confronto, la domanda e l'offerta pubblica e privata, nell'auspicio che i funzionari della Pubblica Amministrazione, possano offrire le loro competenze, come disposto dal principio di sussidiarietà, alle imprese ed ai viaggiatori.

FILIPPO SABBIA⁽¹⁾

1 Avvocato penalista, abilitato all'esercizio della professione nel 2002 presso la Corte di appello di Palermo.



Palermo, capo Gallo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

INTRODUZIONE

Questa seconda edizione aggiornata⁽¹⁾ è stata realizzata attraverso uno studio comparato nel contesto della normativa turistica: a livello internazionale, dell'Unione europea, dello Stato italiano e degli Enti locali: regioni, province, città metropolitane e comuni.

Il fenomeno turismo deve essere studiato e analizzato valutando: l'impatto (economico, sociale e ambientale) delle attività turistiche pubbliche e private, con particolare attenzione e sensibilità al turismo eco-sostenibile. Pertanto, in questa ricerca viene evidenziata l'importanza e la necessità di un turismo coordinato e disciplinato dal punto di vista legislativo che sia volto a stimolare lo sviluppo di questo settore per dare maggiore tutela ai consumatori e agli operatori, tutelando i turisti nelle varie definizioni che il comparto e la normativa hanno loro assegnato, ultima la definizione di "viaggiatore" nel contesto della normativa sui pacchetti turistici e dei servizi turistici collegati. L'approccio al variegato contesto normativo che coinvolge il turismo deve porsi dei campi d'azione ben definiti. Una prima analisi individua alcuni contesti preliminari che impegnano gli operatori e la pubblica amministrazione in un rapporto di tutela dell'attività d'impresa che non può e non deve prescindere dal rispettare i diritti del turista consumatore.

La Corte costituzionale, con propria sentenza n. 80 del 5 aprile 2012, ha dichiarato l'illegittimità costituzionale di alcuni articoli del decreto legislativo n. 79/2011 (allegato - codice del turismo), a seguito di ricorsi promossi dalle Regioni Toscana, Puglia, Umbria e Veneto, notificati il 29 luglio, il 3 agosto 2011, il 4-12 agosto 2011 e il 5 agosto 2011, depositati in cancelleria il 5, 9 e 11 agosto 2011, ed iscritti, rispettivamente, ai nn. 75, 76, 80 e 82 del registro ricorsi 2011.

Nell'ambito delle competenze Stato-regioni la suddetta sentenza, tra l'altro, ha ribadito le competenze residuali o innominate delle regioni e delle province autonome nel settore del turismo, come del resto disposto dall'articolo 117 della Costituzione. Il codice del turismo, secondo la Consulta, nel tentativo di armonizzare la normativa turistica ha prevaricato i compiti assegnati alle regioni e alle province autonome. Si può asserire che, all'interno del settore turistico, esistono una molteplicità di norme di natura diversa che impediscono di definire in modo delimitato la disciplina in merito ai quattro ambiti in cui si è soliti distinguere il comparto normativo turistico:

- 1) Organizzazione turistica;
- 2) Ricettività aperta al pubblico e privata;
- 3) Professioni;
- 4) Intermediazione.

Inoltre, per comprendere in modo esaustivo la normativa turistica, si può affermare che sono presenti nel nostro ordinamento turistico: il **diritto privato del turismo** e il **diritto pubblico del turismo**. La Corte costituzionale con la sentenza 5 novembre 2001 n. 352 ha

1 Saverio Panzica, co-autore di questa edizione, ha precedentemente pubblicato numerosi studi sullo stesso argomento.

ribadito una competenza esclusiva dello Stato nel diritto privato per ragioni di carattere storico, economico e politico, in forza di esigenze di uguaglianza e unità, che spesso si traduce in deroghe specifiche del “diritto comune” del codice civile, basti pensare al *danno da vacanza rovinata*, previsto dagli articoli 2043 e 2059 del codice civile.

Rientrano nel diritto pubblico del turismo le norme che disciplinano le competenze della Pubblica Amministrazione. La connessione diretta tra turismo e interesse generale spiega la predisposizione di regole: di apparati pubblici e di poteri volti: a supportare e coordinare l'attività dei privati; a tutelare diritti ed a perseguire obiettivi della collettività. Nel diritto pubblico, pertanto, assumeranno rilievo, tanto le posizioni dei singoli poste in diretta connessione con l'interesse generale, quanto il complesso di soggetti, poteri e funzioni che agiscono per il sostegno e la promozione di quell'interesse.

I pubblici poteri nel turismo esercitano le seguenti funzioni:

- 1) Programmazione, indirizzo e coordinamento;
- 2) Promozione in Italia e all'estero;
- 3) Vigilanza e controllo del comparto.

In merito alla regolamentazione normativa del turismo (cfr. Corte costituzionale, sentenza n. 282 del 2002) *«Non tutti gli ambiti materiali specificati nel secondo comma dell'art. 117 Cost., nel testo modificato dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, possono, in quanto tali, configurarsi come 'materie' in senso stretto, poiché, in alcuni casi, si tratta più esattamente di competenze del legislatore statale idonee ad investire una pluralità di materie»*. Al proposito va ricordato quali siano, nel turismo, gli ambiti nei quali **la competenza è riservata in via esclusiva allo Stato: il diritto privato, il diritto penale, le norme giurisdizionali**.

Inoltre, la disciplina turistica è condizionata dai i limiti impliciti imposti dalla Costituzione, tra questi:

- **Attività economiche** (norme costituzionali sui rapporti economici, titolo III, parte I, Cost.) relativamente all'attività delle imprese turistiche;
- **Tutela dei consumatori**: decreto legislativo n. 206/2005 - Testo Unico per la tutela dei consumatori;
- **Libertà di circolazione ed espatrio**, art. 16 Cost.;
- **Salute e benessere fisico**, art. 32 Cost. (il turismo può apportare miglioramenti allo stato fisico e psichico);
- **Tutela dei Beni culturali e paesaggistici, arricchimento culturale**, artt. 9 e 33, Cost. - decreto legislativo n. 42/2004;
- **Tutela ambientale, ricerca di compatibilità tra rispetto ambientale e attività d'impresa** (sostenibilità dell'ambiente e del turismo) decreto legislativo n. 152/2006 “Norme in materia ambientale”.

L'intervento statale, in materia di turismo, deve rispettare tre condizioni: essere giustificato, proporzionato ed essere attuato d'intesa con le regioni (sentenza della Corte costituzionale 24 giugno 2005, n. 242).

La competenza regolamentare piena spetta alle regioni (ex art. 117 co. 6 Cost.), così le funzioni amministrative conferite o trasferite, con legge statale o con legge regionale, e, comunque, attribuite in base ai principi sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza. La competenza legislativa delle regioni è prevalentemente di carattere amministrativo. In proposito, come già ricordato, la Corte costituzionale con la sentenza del 5 aprile 2012, n. 80 ha dichiarato, tra gli altri, l'illegittimità costituzionale dell'art. 2 dell'allegato 1 del decreto legislativo

n. 79 del 2011, per violazione degli artt. 76 e 77, primo comma, in relazione all'art. 117, quarto comma, Cost., in relazione al dispositivo: «necessarie all'esercizio unitario delle funzioni amministrative» e «ed altre norme in materia».

Per le regioni a statuto speciale la competenza legislativa è, sin dall'origine, "primaria o esclusiva" e per le regioni ordinarie è diventata di tipo "primario o esclusivo" con la riforma costituzionale del titolo V (legge costituzionale n. 3, 2001).

Vanno ancora ricordate le competenze legislative in materia di turismo delle regioni a statuto speciale e Province autonome di Trento e Bolzano: **Regione Friuli Venezia Giulia** ai sensi dell'articolo 4 punto 10 del suo statuto; **Regione Sardegna** ai sensi dell'articolo 3, lettera p), del suo statuto; **Regione siciliana** competenza piena esclusiva ai sensi dell'articolo 14, lettera n), del suo statuto; **Regione Trentino Alto Adige** articolo 8, comma 20) del suo statuto; **Regione Valle d'Aosta** articolo 2, lettera q) del suo statuto.

Con la suddetta legge costituzionale n. 3/2001, di fatto, in materia di turismo, le regioni a statuto ordinario vengono parificate alle regioni a statuto speciale e alle Province autonome di Trento e Bolzano. Infatti, nell'ambito dell'articolo 117, il comma 2° non include la materia "turismo" tra le materie di competenza esclusiva dello Stato, né, tantomeno tra le materie di legislazione concorrente di cui al comma 3°. In base all'art. 117 della Costituzione, per ogni materia che non sia riservata allo Stato in via esclusiva o per determinazione dei principi fondamentali, la competenza legislativa appartiene alle regioni che non sono soggette alla legislazione statale di principio, queste a competenze vengono definite: *residuali, innominate*.

L'articolo 117, comma IX dalla Costituzione, legittima le regioni a concludere accordi con Stati o con enti territoriali interni ad altri Stati, volti a favorire la propria offerta territoriale. Negli ultimi anni la regioni si sono avvalse di tale facoltà, che parallelamente, viene svolta dall'ENIT, come novellato dall'articolo 57 del codice del turismo.

A seguito della riforma costituzionale del 2001 i compiti amministrativi vanno allocati, a livello locale, in qualsiasi materia (in linea di principio) ma specialmente nelle materie in cui la competenza legislativa regionale, di tipo "primario o esclusivo", come in materia di turismo. L'art. 118 della Costituzione riformato, accredita infatti, all'amministrazione locale le funzioni amministrative. Infatti, sotto la responsabilità politico-amministrativa degli enti territoriali, vanno favorite le iniziative private, in attuazione del principio di sussidiarietà, declinata in senso orizzontale (comma IV). Pertanto, le regioni sono indotte a conferire in materia di turismo compiti amministrativi agli enti locali.

Il diritto del turismo deve essere inteso come diritto interdisciplinare, in quanto viene profondamente influenzato dall'impulso comunitario. Gli interventi comunitari suscitano l'interesse dei privatisti, così come l'attribuzione di competenze alle regioni, prima, e la riforma costituzionale, dopo, susciteranno l'interesse dei costituzionalisti. Il diritto del turismo diventa così un diritto a forte contenuto interdisciplinare. Per quanto detto, il turismo va analizzato da due prospettive giuridiche: il diritto pubblico e il diritto privato.

Diritto pubblico del turismo.

- **Locazioni turistiche.** Materia di competenza esclusiva dello Stato, articolo 117, comma II Costituzione, lettera l) codice civile.
 - 1) Le **professioni turistiche**, in relazione alla tutela dei consumatori, possono anche essere inserite tra le competenze esclusive dello Stato, articolo 117 della Costituzione, comma III.
 - 2) L'**agriturismo e il turismo rurale**, secondo i principi del diritto dell'Unione europea che considerano l'agricoltura come materia unica, dovrebbero essere inquadrati,

nell'ambito della competenza esclusiva dello Stato ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione, comma II, ma, di fatto, nell'ordinamento italiano con la legge n. 96 del 2006 (legge-quadro sull'agriturismo), sono state indicate le linee di intervento comune per le regioni da parte dello Stato italiano in materia di agriturismo, ciò rappresenta un inquadramento di tale materia tra le materie concorrenti di cui all'art. 117 della Costituzione, comma III.

- **Strutture ricettive e agenzie di viaggi.** Materia innominata o di competenza residuale delle regioni articolo 117 della Costituzione, comma IV;
- **Professioni turistiche, agriturismo, turismo rurale.** Materia concorrente Stato-regioni, articolo 117 della Costituzione, comma III.

Rientrano – inoltre – nell'ambito del diritto pubblico del turismo:

- Trattati internazionali, principi comunitari (art. 10 Costituzione).
Ordinamento statale. Ordinamento delle regioni e degli enti locali.
- Testo Unico delle leggi di pubblica sicurezza.
- Norme sul demanio marittimo ad uso turistico.
- Decreto legislativo del 23 maggio 2011, n. 79.

Diritto privato del turismo.

Il diritto del turismo offre un rilevante contributo all'evoluzione del diritto privato italiano. Il diritto del turismo, in senso moderno, nasce e si sviluppa in modo interdisciplinare. Staccatosi dalle origini prevalentemente pubblicistiche ha progressivamente lasciato spazio all'autonomia privata penetrando in istituti privatistici e creandone di nuovi.

Il codice civile disciplina il comparto turistico per:

- Contratti/prenotazioni nelle strutture ricettive;
- Contratti di viaggio organizzati (inseriti nel decreto legislativo n. 79/2011 - codice del turismo), dall'articolo 32 al 51);
- Le responsabilità dell'albergatore, al quale sono stati assimilati gli altri gestori delle strutture ricettive (artt. 1783-1786 codice civile); i contratti di locazioni private a finalità turistica (anche art. 1, lettera c), legge 9 dicembre 1998 n. 431);
- Il diritto dei trasporti; la tutela del turista consumatore decreto legislativo 206/2005 (codice del consumo).

Elementi di base del marketing turistico.

Conoscere le motivazioni che spingono i viaggiatori a spostarsi dal loro luogo di residenza sarà fondamentale per comprendere le varie accezioni del concetto di turismo. Il compito primario del diritto del turismo, sia esso pubblico che privato, è quello di tutelare gli stessi viaggiatori e gli oggetti da loro portati in viaggio.

A questo punto è bene prendere nota di alcuni modelli di classificazione dei viaggiatori. I viaggiatori che fruiscono dei servizi turistici, sono stati classificati⁽²⁾ in: psicocentrici, cioè coloro che concentrano i propri pensieri e interessi su aspetti di routine quotidiana per cui

2 Stanley C. Plog, ricercatore nel marketing dei viaggi, *Leisure travel: marking it a growth market... again*, 1991.

tendono ad essere prudenti nei loro viaggi, preferendo destinazioni sicure dalle quali fanno facilmente ritorno; allocentrici, cioè coloro che pongono gli altri al centro di ogni interesse o affetto, per cui sono individui avventurosi, fortemente inclini alla scoperta e ai viaggi verso nuove destinazioni, e molto raramente tornano nello stesso posto.

Un modello di motivazione sociologica al turismo è quello proposto da McIntosh et al. (1995). Questo modello utilizza quattro categorie:

- a) Le motivazioni fisiche, ce danno sollievo al corpo e alla mente;
- b) Le motivazioni culturali, che corrispondono al desiderio di conoscere altre culture;
- c) Le motivazioni interpersonali, che implicano il desiderio di conoscere persone nuove, ma, anche, di fare visita ad amici e parenti;
- d) Le motivazioni legate al prestigio e allo status, cioè il desiderio di ottenere, tramite il turismo, riconoscimento e attenzione da parte di altri.

Nelson,⁽³⁾ al fine di valutare la qualità di un prodotto, distingue due casi: *search good* e *experience good*. Definisce *search good* quei beni di consumo i cui attributi principali, tra cui la qualità, possono essere accertati dal compratore prima dell'acquisto; definisce *experience good* quei beni di consumo la cui qualità può essere verificata solo dopo l'acquisto, o, comunque durante l'uso. Alla luce di questa distinzione si può affermare che il turismo rientri nel contesto delle *experience good* in quanto il viaggiatore non è in grado di valutare la qualità di un prodotto/servizio turistico prima di averlo vissuto. È pur vero che un viaggiatore che, trovandosi in destinazione, si auto produca la vacanza valutando di persona l'offerta.

Analizzate le caratteristiche dei viaggiatori, sarà opportuno considerare quattro argomenti nei quali inquadrare gli spostamenti degli esseri umani verso le diverse destinazioni turistiche: il *prodotto turistico*, la *destinazione turistica*, il *teorema della varietà* e il *teorema del coordinamento*.⁽⁴⁾

- 1) Il **prodotto turistico** è un “prodotto complesso”, nel senso che si compone di un insieme eterogeneo di beni e servizi: in senso tecnico, è un “paniere”. In economia del turismo, invece, il paniere è l'oggetto di studio, poiché il prodotto turistico è quasi sempre un paniere di beni e servizi, da cui discendono effetti e comportamenti particolari di domanda e di produzione.
- 2) La **destinazione turistica** in economia del turismo la produzione, misurata in termini di presenze e arrivi di turisti, riguarda sempre le destinazioni turistiche che non sono né imprese né industrie, ma che rappresentano un amalgama di imprese. Oggetto primario dello studio dell'economia del turismo è quindi la destinazione, non l'impresa.
- 3) Il **teorema della varietà**, grazie alla varietà del prodotto turistico aumenta il grado di soddisfazione del viaggiatore, quindi la varietà ha l'effetto di sostenere lo sviluppo delle destinazioni. Ciò consente di comprendere un importante fatto stilizzato del turismo. Lo sviluppo turistico di una destinazione dipende non solo dalla disponibilità di risorse naturali ma anche dalla varietà del prodotto offerto.
- 4) Il **teorema del coordinamento**, nella destinazione turistica, amalgama di tante attività, offerte in condizioni di *anticommons*, nasce il problema del coordinamento, a proposito del quale ricorre un altro teorema, quello del coordinamento.

3 Nelson, Scuola di Chicago, *Il modello di segnalazione*, 1970.

4 *Sintesi*: Guido Candela - Paolo Figini, *Economia del turismo e delle destinazioni*, McGraw Hill, 2010

Di norma le destinazioni turistiche sono l'amalgama di cinque componenti:

1. **Le attrazioni** – Queste sono le caratteristiche artificiali, naturali, culturali relative agli eventi che creano la motivazione iniziale della visita.
2. **Le attrattive** – Nella destinazione turistica il viaggiatore richiede una serie di comfort, infrastrutture e servizi; è principalmente nella differenziazione di queste imprese (sistemazione alberghiera, ristorazione, negozi, e altri servizi) che realizzano multi settorialità e interdipendenza fra i vari settori che caratterizzano l'offerta turistica.
3. **L'accessibilità** – È la caratteristica della destinazione misurata sia come accesso in terminali di trasporto sia come agibilità dei trasporti locali. Lo sviluppo e la manutenzione di efficienti reti di trasporti locali.
4. **I servizi ausiliari** – Sono tutte le componenti del prodotto turistico, le più varie, fornite dalle organizzazioni locali. La maggior parte delle organizzazioni offre, attraverso l'organizzazione turistica locale, servizi ausiliari sia al turista sia alle imprese. L'organizzazione può essere del settore pubblico, del settore privato (in forma di consorzi d'imprese), o può risultare dalla cooperazione tra settore pubblico e settore privato.
5. **Le infrastrutture** – L'infrastruttura comprende tutte le forme di costruzioni sopra e sottoterra necessarie come base per l'attività turistica in ile e fissa, radio, televisione, ecc.), sia come forniture di servizi (energia elettrica, acqua, ecc.), sia infine come altri servizi (presidi sanitari, sicurezza pubblica, ecc.). L'infrastruttura è fornita dal settore pubblico. Usualmente s'intende invece come sovrastruttura ogni elemento fornito dal settore privato che crea un'opportunità alla destinazione: sono quindi sovrastrutture molte delle attività classificate tra le attrattive.

La **DM** (*destination management*) è l'insieme delle tecniche e delle azioni indirizzate verso la sostenibilità e la razionalizzazione nella fruizione delle risorse di un territorio.⁽⁵⁾ I temi fondamentali della DM svolgono gli aspetti pratici in sintesi gestionali di ciò che in economia del turismo sia da un punto di vista interpretativo che normativo:

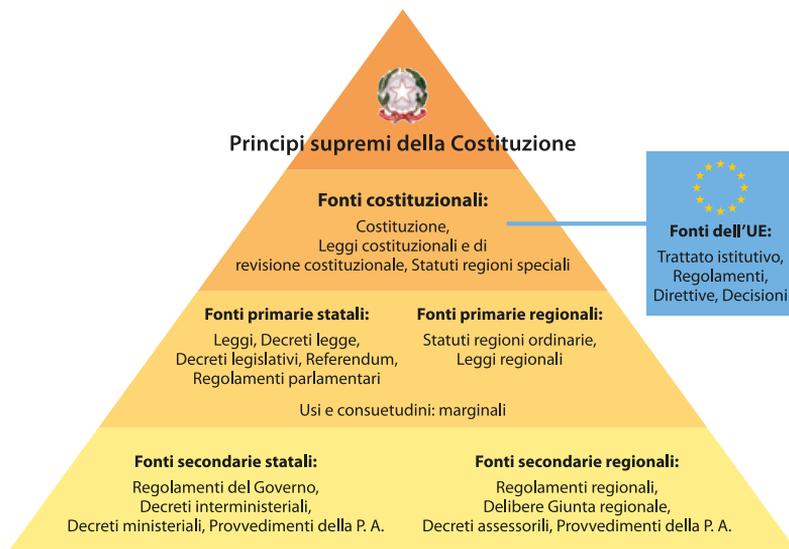
1. La gestione del network di imprese che operano nel territorio nello spirito di quanto già citato con il teorema del coordinamento e del teorema della varietà, tenendo in particolare considerazione il site management, che ha l'obiettivo specifico di gestire, nell'ambito della destinazione, i siti di particolare interesse storico, artistico e naturalistico.
2. La gestione della condivisione dei servizi (in generale del territorio), di cui usufruiscono anche i residenti. Infatti se non viene ben gestito il turismo può creare conflittualità tra i residenti e i viaggiatori, specialmente nei periodi di alta stagione. Pertanto dovrà essere posta una particolare attenzione alla capacità di carico della destinazione.
3. La gestione della competitività della destinazione, che si declinano sulle seguenti dimensioni:
 - a) Politiche di prezzo;
 - b) Politiche della qualità;
 - c) Politiche della promozione, coordinamento del portale web della destinazione e delle politiche di marketing, con particolare attenzione all'espressione di un brand in grado di caratterizzare e identificare la destinazione.

5 Aldo D'Elia, *Management del turismo. Imprese e destinazione nella new economy del turismo*, Wolters Kluwer, 2021.

4. La gestione del ciclo di vita della destinazione.⁽⁶⁾
- a) Esplosione scoperta della destinazione da parte di un piccolo gruppo di turisti avventurosi attratti dal patrimonio ambientale e artistico, area incontaminata;
 - b) Avviamento iniziative sporadiche di privati che cercano di attrarre flussi turistici, manca l'intervento pubblico;
 - c) Sviluppo grande incremento dei flussi turistici, il settore pubblico interviene e pianifica, realizzando infrastrutture adottando politiche turistiche condivise con le imprese private turistiche e dell'indotto;
 - d) Maturità incremento dei flussi turistici, ma con un tasso decrescente, area consolidata di business turistico;
 - e) Stagnazione la destinazione raggiunge il numero massimo delle presenze turistiche, la destinazione diviene meno appetibile nel mercato turistico, occorrono notevoli sforzi e impegno per mantenere il numero dei flussi acquisiti;
 - f) Declino la destinazione perde turisti a vantaggio di nuove mete turistiche, molte strutture ricettive sono costrette alla loro riconversione. Gli operatori pubblici e privati dovrebbero proporre progetti innovativi per rivitalizzare la destinazione.
 1. La gestione del territorio, della programmazione di sviluppo di strutture alla manutenzione, promozione e salvaguardia del territorio.⁽⁷⁾
 2. La gestione della crisi della destinazione.

SAVERIO PANZICA ANTONIO MARINO

Sistema delle fonti di diritto



6 Richard Butler, 1980

7 Costa, et al., 2001.



Palermo, teatro Massimo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

 CAPITOLO I

Elementi di marketing del turismo

1.1 IL MARKETING TURISTICO PER COMPRENDERE I NUOVI FENOMENI RELATIVI ALLE DINAMICHE DEGLI SPOSTAMENTI

Concetti base del marketing:

- 1) Il sistema competitivo;
- 2) Marketing come funzione aziendale
- 3) Protagonista: consumatore/investitore
- 4) Struttura del marketing
 - a) analitico analisi domanda;
 - b) decisionale: strategico (**ruolo dell'azienda**); operativo M. MIX.: Mc Carthy:⁽¹⁾ prodotto, prezzo, punto vendita, promozione; Kotler aggiunge: pubblica amministrazione, pubbliche relazioni; Boom-Bitner: M. servizi: personale (formazione, competenza, attitudini, prontezza d'iniziativa su delega governance), presentazione fisica aspetto (*look*) proposizione di valore, processo ambiente fisico front office, back office, personale.

Per i servizi, secondo Christian Grönroos, quattro tipi di marketing:⁽²⁾

- 1) Marketing esterno 4 P;
- 2) Marketing interno per il personale, cultura del prestare i servizi nel migliore modo possibile;
- 3) Marketing interattivo dipendenti/clienti, servizio attento e personalizzato di qualità;
- 4) Marketing relazionale (CRM) per customer acquisition, customer retention, customer loyalty.

Categorie di servizi:

- 1) Puro bene tangibile;
- 2) Bene tangibile associato a servizi;
- 3) Ibrido 50% tra beni e servizi (ristoranti);
- 4) Servizio fondamentale con associati beni e servizi secondari (turismo, hotels, vettori);
- 5) Puro servizio (massaggi, baby sitting).

1 Edmud Jerome McCarthy, *Basic marketing: a managerial approach*, R. D. Irwin, 1960.

2 Christian Grönroos, *Management e marketing dei servizi*, Isedi, 2009.



Cinisi, tonnara dell'Orsa - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO II

Il viaggio⁽¹⁾

2.1 EVOLUZIONE STORICA DEL VIAGGIO

Ripercorrere l'evoluzione storica del viaggio, per comprendere le diverse modificazioni che ne hanno caratterizzato la "domanda", costituisce il contributo di questa parte della ricerca, il cui obiettivo principale non è il racconto tout court della storia del viaggio ma l'individuazione, attraverso date ed eventi, degli elementi rappresentativi della sua evoluzione. Il turismo moderno è, senz'altro, uno dei principali fattori che spinge l'uomo a spostarsi.

Le motivazioni che hanno spinto gli uomini a spostarsi:

Dalle origini al XV secolo:

- L'*homo sapiens* insegue nuovi spazi per la propria sopravvivenza;
- Gilgamesh è alla ricerca dell'immortalità;
- Ulisse aspira a ritrovare la sua natura mortale in quanto, il suo viaggio è stato dettato dalla volontà divina;
- Marco Polo attraverso il commercio scopre una cultura "Diversa";
- I pellegrinaggi: la religione;
- Cristoforo Colombo: l'intuizione e la determinazione per la scoperta di nuove rotte che riducessero gli spazi.

Dal Grand Tour al XIX secolo:

- Il Grand Tour: moda per l'educazione dei giovani nobili del nord Europa, prima, e dei giovani ricchi mercanti, dopo;
- Il Turismo della salute.

Dal viaggio del XX secolo al turismo contemporaneo:

- Joyce: il viaggio di Leopold Bloom rappresenta vividamente un errare per tutto il cosmo, attraverso l'intera esperienza umana;
- Kerouac: mancanza di legami personali e sociali, quasi un moderno nomadismo alla ri-

¹ Sintesi dalla tesi di laurea *Dal viaggio al turismo* di Eugenia Massaro, Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Lettere e Filosofia, corso di laurea in Operatore del turismo culturale. Relatore ch.mo prof. Girolamo Cusimano; Tutor dr Saverio Panzica, dirigente AAPIT Palermo.

cerca di quella sorta di “Terra Santa”;

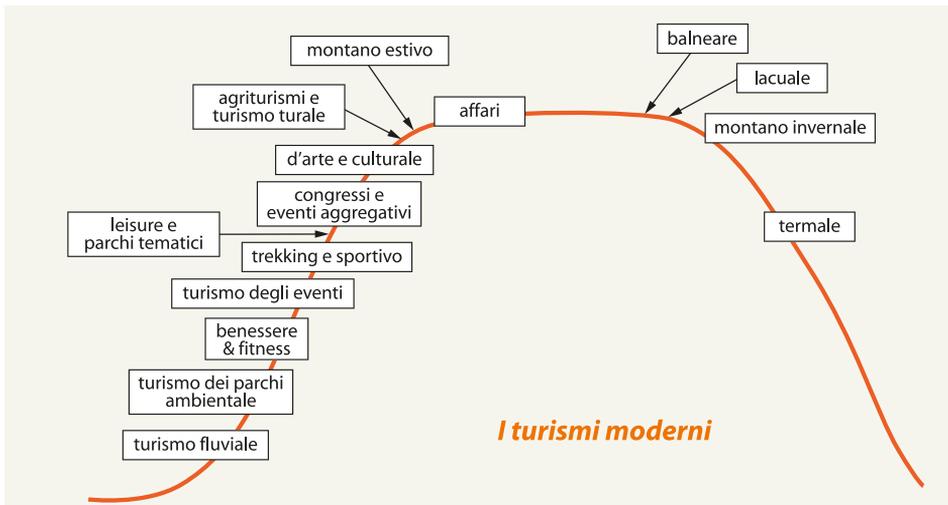
- Chatwin: non sottomettersi, scappare dallo Stato, dalla famiglia, dal matrimonio, dalle costrizioni, dai tabù.

I turisti moderni. Il percorso storico, sopra indicato, consente una prima perlustrazione del tema del viaggio inteso, non solo in senso concreto e realistico (di spostamento nello spazio e nel tempo), ma anche in senso simbolico di desiderio, tensione, di conoscenza e di ricerca e – viceversa – di distacco, di esilio, di perdita, di allontanamento da sé e dalle cose più care.

La mappa che segue indica i fenomeni dei turismi. Infatti, oggi, è più corretto e analitico parlare **di turismi** e non più di turismo.

Il presupposto per praticare un turismo etico è quello dell'autocoscienza, è necessario essere consapevoli del proprio essere in viaggio, del proprio essere altrove. Il viaggio è un test meraviglioso per esplorare i propri limiti e le proprie reazioni; ma in viaggio si cresce solo se lo si desidera. Fare turismo responsabile e sostenibile significa “viaggiare ad occhi aperti” (aperti sul mondo e su se stessi).

Lo spirito del vero viaggiatore, di chi viaggia perché ama il mondo, di chi viaggia nel rispetto delle culture e dell'ambiente delle comunità ospitanti e di chi – viaggiando – si apre al confronto, pronto a scombuscolare le proprie certezze e mettere in discussione i valori della propria civiltà. Un turismo responsabile deve essere vissuto con motivazioni profonde che si ispirano alla cultura ed al rispetto per i luoghi, che sappia riscoprire il vero senso del viaggiare.



Gilgamesh, alla ricerca dell'immortalità.

Proemio

Di colui che vide tutto io voglio narrare al mondo.

Di colui che conobbe ogni cosa, tutto io voglio raccontare.

Egli andò alla ricerca dei Paesi più lontani e raggiunse la completa saggezza.

Egli vide cose segrete, scoprì cose nascoste, riferì delle storie

*dei tempi prima del Diluvio.
Egli percorse vie lontane, finché stanco e abbattuto si fermò.
E fece incidere tutte le sue fatiche su una stele di pietra.*

La ricerca dell'immortalità di Gilgamesh può apparire come un avventuroso mito, come quello, per esempio, degli Argonauti a caccia del vello d'oro. Ma se l'*epos* di Giasone ha richiesto secoli di reinterpretazioni per emergere in tutto il suo senso tragico (come nella *Medea* di Euripide), l'*epos* di Gilgamesh è contenuto all'ennesima potenza già nei primi poemi sumerici. Questo *epos* sviluppato con estrema sensibilità nel canone, si articola su quattro temi principali: il viaggio, la tradizione culturale, il tema della coppia, il tema della morte. Molti critici vedono nell'opera un percorso educativo del protagonista attraverso i luoghi del poema. La parabola di Gilgamesh evidentemente doveva essere d'insegnamento per i destinatari dell'opera.

Leggiamo ancora nel bellissimo prologo:

"Gilgamesh vide ogni cosa, ebbe esperienza di ogni cosa, in ogni cosa raggiunse la completa saggezza...".

È inteso che questo è un giudizio a posteriori del narratore dato che, inizialmente, Gilgamesh è

"... uno scalpitante toro selvaggio, le sue armi sono sempre sollevate, e al suono del suo pukku debbono accorrere i suoi camerati. Giorno e notte il suo comportamento è oppressivo...".

La società di Uruk, si lamenta invocando addirittura l'intervento di An, dio del firmamento, affinché Gilgamesh la lasci in pace. L'ego prevaricatore del sovrano impedisce il corretto svolgersi delle attività commerciali (perché i sudditi sono impegnati nella guerra o nel consolidamento delle mura della città) e sociali (perché al sovrano spetta lo *ius primae noctis*).

Gilgamesh è assetato d'azione e d'avventure, ma a metà del poema perde la sua spavalderia. Uruk non è più un ovile accogliente (appellativo frequente della città sumerica) perché non ha saputo proteggere l'amico Enkidu dal "destino dell'umanità". L'eroe deve abbandonare Uruk, perseguitato da profonde inquietudini. È uno strappo antropologico denso di significati.

"A Uruk tutto era agio e sicurezza; fuori da Uruk c'è solo fame, freddo e solitudine...".
"Gilgamesh deve viaggiare a lungo, perché lontana è la dimora di chi può dargli delle risposte...".

L'oracolo è un antenato, Utnapishtim, reso immortale dagli dei per meriti eccezionali. La necessità del viaggio è enunciata persino con ridondanza, come suggerisce l'appellativo di Utnapishtim, "il lontano".

L'epopea di Gilgamesh venne trascritta intorno al 2900 a.C. In ciascuna fase del suo viaggio viene posta a Gilgamesh la stessa domanda:

"... perché sono emaciate le tue guance, perché è così teso il tuo volto? Come mai vi è disperazione nel tuo cuore e il tuo viso è come quello di chi ha compiuto un lungo viaggio?".

Il viaggio dell'eroe è una fatica, un patimento, un pericolo che ha un effetto fondamentalmente riduttivo sul personaggio che lo intraprende, e proprio per questo, il viaggio viene prescritto al giovane Gilgamesh, un re che è nato troppo forte per la sua città. Il viaggio è presentato come una maniera per ridurre il suo appetito eccessivo per il lavoro, i soldati e le

donne. Nei suoi viaggi Gilgamesh, come Odisseo, viene privato del suo seguito, delle sue energie, del compagno Endiku e delle ambizioni. Infine è spinto a raggiungere l'estremo limite del mondo, il lontano Occidente, terra della morte e dell'immortalità; si addormenta durante la notte in cui dovrebbe vegliare, e perciò non riesce a conquistare l'immortalità. Infine sulla via del ritorno, perde il suo premio di consolazione, una pianta della giovinezza. Ma i suoi viaggi raggiungono l'effetto desiderato: viene ridotto a un livello che rientra nei limiti della situazione in cui è nato, e dunque reso saggio.

“... il re che conobbe i paesi del mondo. Era saggio; vide misteri e conobbe cose segrete; un racconto egli ci recò dei giorni prima del Diluvio. Fece un lungo viaggio, fu esausto, consunto dalla fatica; quando ritornò si riposò, su una pietra l'intera storia incise” ⁽²⁾

Per gli antichi il viaggio aveva valore in quanto spiegava il fato umano e la necessità; il viaggio veniva visto come una sofferenza, o addirittura una punizione. Le epopee antiche di viaggi descrivono i movimenti con i quali individui, in gruppo e spesso in armi, confermano un certo ordine del mondo e dimostravano la posizione che ricoprivano al suo interno. Per gli antichi il viaggio aveva valore soprattutto per spiegare il fato, e come rivelazione di quelle forze che sostenevano o plasmavano, alteravano e governavano la sorte degli uomini. I viaggi narrati in Gilgamesh e nell'Odissea sono decretati dagli dei e dunque non sono volontari, e non rappresentano un piacere. Un viaggio come prova, come perdita che rappresenta un'acquisizione di statura e certezza di sé.

La metafora del viaggio educativo si dispiega anche attraverso la scansione del tempo. Prima smisurata e mitica, poi umanizzata e resa con enorme precisione.⁽³⁾ Nella prima parte del poema Gilgamesh vive quindi in una dimensione irreal e appartata dal resto della società che non lo comprende. Per contrasto, la seconda parte del poema ci presenta un Gilgamesh in una dimensione reale e soprattutto sociale.

Rivelatore è il discorso di Gilgamesh al battelliere Urshanabi durante il viaggio di ritorno a Uruk. Il viaggio dell'eroe culmina con la conquista (o la consapevolezza) della dignità del sovrano. Il re sumero non deve mai prescindere dai propri doveri, da cui dipende l'esistenza stessa della comunità. Gilgamesh non troverà l'immortalità, piuttosto, la saggezza, il suo ritorno ad Uruk rappresenta la purificazione di un uomo corrotto dalla passione e dai sensi.

Il folle volo di Ulisse.

Il mito del viaggio, offre uno dei nuclei più profondi attorno ai quali, la cultura occidentale ha narrato il senso della vita. Vi è il viaggio verso la meta, come nella letteratura epica, in cui vengono tessuti i significati più suggestivi ed eroici della ricerca della verità e della salvezza di sé. Il viaggio epico conduce, attraverso varie peripezie, di nuovo al punto di inizio. Nell'Odissea lo svolgimento degli eventi parte e si conclude ad Itaca. Nell'Eneide da Troia alla nuova Troia. Così il poeta anglo-americano Thomas Stearn Eliot ha potuto scrivere che: *“Nel mio principio è la mia fine”*. Ma il ritorno al punto di partenza, non ritrova la medesima situazione che era stata lasciata. Il viaggio ha prodotto un cambiamento, e il ritorno a se, è in verità un perfezionamento, la conquista di un “io” migliore. Ma, accanto a queste immagini dominate dal senso dell'ordine e del miglioramento, il viaggio comunica anche la misteriosità della vita, a cui non è possibile impartire nessuna visione rassicurante.

2 Gilgamesh, 1960, p. 85

3 Vedi le “doppie ore” che scandiscono il faticoso cammino attraverso l'oscurità per giungere alla luce di Shamash.

Attraverso il lungo viaggio di Ulisse verso Itaca, verso la patria, attraverso le sue peregrinazioni, in un mare di insidie, la cultura dell'Occidente ha elaborato uno dei suoi miti più significativi. Dante, Eliot, Melville, Joyce e molti altri scrittori, poeti, filosofi d'Occidente tornano a notare questo lungo viaggio dello spirito umano, l'unico arco di una vicenda plurimillennaria, la matassa del mito. Aggiungono parole e immagini. Così il viaggio di Ulisse, l'eroe dalla mente accorta, si sviluppa all'infinito. Ulisse non può stare, non può mettere radici, non può darsi in riposo. Deve costantemente prendere congedo, deve conoscere il dolore della separazione, rompendo la quiete che provvisoriamente ha riconquistato, affidandosi al mare. E il mare è lo spazio aperto delle sue avventure. "*Grande specchio della mia disperazione*" dice Baudelaire. Dal mare vengono tutti i pericoli, ma anche tutte le possibilità di conoscenza. Il mare, il terribile e meraviglioso Mediterraneo, insidia la vita, ma al tempo stesso la rimette in gioco. Il mare rimescola le carte della vita, le confonde, ma consente anche nuove e ricche combinazioni. Il lungo viaggio di Ulisse è il viaggio dell'Occidente, la sua irrequieta erranza attraverso il tempo e lo spazio ai confini della vita e della morte. "*Siamo noi stessi*" – ha detto Joseph Conrad – "*trasportati dall'audacia delle nostre menti e dai tremori dei nostri cuori*".

Esiste un'opera nella letteratura di tutti i tempi che riassume i significati concreti e simbolici legati al tema del viaggio: l'Odissea di Omero. Il viaggio di Ulisse è un viaggio di ritorno (*nostos*), dalla guerra di Troia alla sua nativa Itaca, la patria abbandonata e ritrovata insieme alla moglie Penelope ed al figlio Telemaco. Quindi il viaggio può essere considerato inizialmente nella sua circolarità (partenza / percorso / arrivo e recupero) ove emerge soprattutto la finalità ultima della meta, del raggiungimento di uno scopo (la ricongiunzione, la riconquista definitiva della stabilità attorno ai valori originari). Nell'Odissea predomina un'idea di viaggio come sofferenza imposta dagli dèi: quasi come una serie di prove per l'eroe protagonista, che resta però tutto proiettato verso il ritorno a casa. Una struttura chiusa e teleologica, in cui il viaggio occupa fra l'altro solo una porzione limitata dell'opera, per quanto autonoma e particolarmente affascinante. Infatti dei ventiquattro libri del poema omerico, solo quattro, quelli dal IX al XII, sono dedicati alle avventure di viaggio di Odisseo, le uniche raccontate anche da Ulisse stesso, che diviene il primo viaggiatore-narratore. Ma Odisseo è come un aedo, e deve narrare la sua storia, con arte, ed eloquenza poetica.

La mitologia greca, che poi è stata sviluppata anche in ambito romano-latino, offriva decine e decine di eroi. Ma la risposta sta, nella vera storia raccontata dall'Odissea, che non descrive Ulisse come uno che parte, fa la guerra e torna a casa, ma racconta di un uomo con uno struggente desiderio di mortalità, al contrario di Gilgamesh che cerca l'immortalità. Nell'opera si racconta di Ulisse, fermo sull'isola di Oigia che si dispera per non avere una nave che gli consenta di tornare a casa, e nonostante l'offerta della ninfa Calipso di eterna giovinezza, egli preferisce essere un uomo mortale, per tornare in patria. Non ne vuol sapere di diventare un Dio, un immortale. Forse è questo che ha affascinato moltissimo l'Occidente; questa scelta di essere mortale, di tornare a casa, di rivedere suo figlio, la moglie, anche rischiando la vita, piuttosto che essere assunto in una noiosa immortalità senza vecchiaia, e senza avvenimenti. Ulisse non ne vuol sapere di stare in Paradiso. Preferisce la terra.

Nel poema vi è un'idea in positivo del viaggio come sfida intellettuale: in particolare, la profezia di Tiresia, che prospetta a Odisseo una ripartenza dopo il ritorno a Itaca e una morte in terra straniera, prefigura, tutto lo sviluppo moderno del mito, in cui l'eroe diventa simbolo di autoaffermazione, sete di conoscenza, ricerca dell'altrove. Da un lato quindi un modello centripeto, in cui il viaggio è un ostacolo, un elemento negativo e ritardante; dall'altro un modello centrifugo, in cui il viaggio è un elemento digressivo ed eversivo, che produce av-

venture tendenzialmente infinite, vissute e valorizzate nella loro autonomia.

Dovremmo leggere l'Odissea vestiti con un manto greco, oppure dovremmo indossarli tutti, ossia quello greco, poi quello dantesco, quello medioevale, poi dobbiamo metterci un farsetto settecentesco e poi un cappottone novecentesco. In sostanza, la domanda è: “dobbiamo leggerlo consapevoli di tutte le stratificazioni storiche?”. Ebbene, sì. Perché l'Odissea attraversa tutte le epoche, e le sue vicende costituiscono un punto d'osservazione ideale per misurare le differenze e le consonanze tra l'alterità del passato e la modernità del presente.

Nonostante oggi si tenda a leggere l'opera omerica alla luce della cultura greco-arcaica che l'ha prodotta, c'è da dire che nel Novecento, Joyce ne ha fatto una lettura straordinaria. Ha scelto un giorno a Dublino, il 16 giugno del 1904, giorno tra l'altro in cui lui ebbe il primo appuntamento con la sua fidanzata che poi divenne sua moglie, Nora. Joyce, narrando questa giornata di Leopold Bloom e di Stephen Dedalus ripercorre le tappe di Ulisse in controluce. Egli descrive di eventi molto banali che paragona a quelli del viaggio di Ulisse, però inseriti in una giornata ordinaria e in una città moderna come se fosse, una straordinaria avventura mitica. In questo modo Joyce ha voluto dire che la vita è molto ricca e complessa anche nelle nostre città e vivere una giornata moderna equivale, come ricchezza di esperienza, a vivere l'Odissea.

Dante invece stravolge l'eredità omerica poiché, esalta Ulisse come un eroe affamato d'avventura, rifiutando l'idea di un eroe desideroso solo di tornarsene a casa dalla moglie.

Sappiamo delle struggenti scene che avvengono a Itaca, quando lui trova la sua nutrice Euriclèa, quando si commuove nel rivedere il cane Argo, il pastore Eumèo, il figlio Telemaco. Tutto questo ci descrive un uomo che è il contrario del superuomo. È vero che abbiamo in mente il superuomo nietzschiano che, parlando del mare, dice: “non è mai stato così aperto il mare come oggi”, oppure quando, descrivendo l'avidità d'avventura di Zarathustra, dice: “da oggi il mare non è stato mai così aperto e spalancato”, ma il mare, per Ulisse è un mare chiuso, un ostacolo, un impedimento a tornare a casa.

Nel viaggio di Ulisse, possiamo trovare i sei cronotopi di Bachtin: l'acqua blu, l'acqua marrone, l'acqua bianca, l'isola, la riva e la nave. Il viaggio in mare è del resto metafora della vita. Essa è come una navigazione che si concluderà in un porto assalito dalla tempesta. L'esistenza (la nave), è destinata a perdere la sua guida (la ragione), ed il poeta che rappresenta il dramma umano, si sente in balia di se stesso. Egli non lo ama, così come non ama andare in giro a vedere cosa succede tra queste genti strane che incontra. Solo una volta dice ai suoi compagni: “... andiamo a vedere qui chi c'è, che genti ci sono, se amano gli Dei, se ne sono timorosi o se invece sono selvaggi”. E questo, quasi come un castigo, gli frutta l'avventura di Polifemo perché, se non avesse deciso di andare in giro a vedere qual era la gente che abitava quella terra, non avrebbe perso molti dei suoi compagni, mangiati dal ciclope. Solo quella volta, lui fa il superuomo spinto dalla curiosità, altrimenti tutte le altre volte le genti che incontra, le incontra o per farsi dare dei doni, per procurarsi il cibo o solo casualmente. Ma lui non si comporta mai come un avventuriero superumano.

Ulisse è un eroe che percorre il proprio confine. In un Canto del Purgatorio in cui Dante è in un gradone del monte del Purgatorio per interagire con i lussuriosi, ma per poter conoscere la lussuria e il vizio, deve percorrere un sentiero strettissimo tra il fuoco e un precipizio. Qui egli deve stare sul confine altrimenti viene bruciato se si avvicina troppo, o cade giù sé, se ne allontana.

Dunque il significato del viaggio è soprattutto nel suo percorso: la meta può materializzarsi in modo imprevedibile e talvolta può addirittura sfuggire, può essere perennemente e vanamente inseguita. Nell'elaborazione del mito di Ulisse che Dante propone nel canto

XXVI dell'Inferno, emerge una nuova interpretazione del mito di Ulisse, contrassegnato da una sete conoscitiva sfrenata, da una sfida intellettuale, da un'audace sete d'esperienza (e colpevole per Dante) che lo porta alla morte, legata al suo peccato di superbia nei confronti dei decreti divini. La violazione del sacro è un'altra delle minacce oscure che attendono chi si inoltra nei territori sconosciuti, ma eccitanti della scoperta.

Il viaggio di Ulisse, per Dante Alighieri, è un viaggio al di là delle colonne d'Ercole, un folle volo di virtù, che diventa una colpa. L'Ulisse omerico, viaggia per persecuzione divina, e l'Ulisse dantesco riparte per ardore di conoscenza. Ulisse intraprende il viaggio verso l'oltre mondo che da lui, pagano, che si vale di mezzi esclusivamente naturali ed umani, non può essere raggiunto. Lo stesso viaggio, è invece consentito, sia pure per una strada del tutto diversa, al cristiano Dante. La colpa di Ulisse, sta nell'aver passato la frontiera (le colonne d'Ercole). L'eroe, alla fine di una carriera avventurosa, decide di tentare l'inchiesta suprema che lo porterà ad infrangere i limiti posti dalla natura, alle possibilità umane; tale tentativo sarà la causa della sua morte. La frontiera viene oltrepassata da Ulisse e dai suoi compagni e muoiono per l'impresa compiuta.

Attraversare una frontiera, significa andare verso l'ignoto, il diverso, e implica quasi sempre un pericolo; ma la morte di Ulisse come deve intendersi? Ulisse infrange un divieto, e il tentativo di Ulisse è detto infatti folle volo. Follia, e folle ardimento, è un traboccare della magnanimità in eccesso, un esporsi a grandi, insuperabili pericoli: qualcosa che nasce da virtù, ma non è più virtù, perché dalla medietà, trapassa in eccesso. La rivelazione di ciò che non appartiene alla nostra cultura spesso è misteriosa e rischiosa, risulta l'imperfetta interpretazione dei segni proposti a chi perlustra l'ignoto da parte del divino.

ULISSE: *«Legami qui. Ben stretto, con questa fune. E resta vicino. E ricorda, per quanto io ti implori e con gli occhi ti chiedo di slegarmi, tu non mi ascolterai, anzi ancora di più dovrai stringere le corde».*

SIRENE: *«Vieni da noi. Ti mandiamo la fama tra gli uomini. Rifiuta l'invidia del male, il declino del corpo».*

Le sirene sono descritte da Circe come donne molto affascinanti, contornate o affiancate da scheletri. Sono le signore della morte e il loro canto è così seducente da negare l'evidenza della rovina, della distruzione, della morte. Ulisse si lascia coinvolgere, ma non bruciare e annullare dalla conoscenza.

Ulisse si configura come l'intellettuale pedagogo che, un po' anche nel Novecento, è stato individuato alla testa di alcune rivoluzioni come quello che poteva scegliere per il popolo e al posto del popolo, decidere cos'era giusto e cos'era sbagliato, cos'era buono e cos'era cattivo. Quando torna a Itaca, Ulisse dimostra di non essere una persona molto accomodante con i Proci che, come sappiamo, aspiravano a sposare Penelope. Anzi, con una spietatezza totale, li uccise tutti, aiutato dal figlio e dal pastore Eumèo. Successivamente però è costretto a scendere a patti con i parenti dei Proci sterminati, poiché sprovvisto di una forza militare tale da affrontarli. Egli conquista l'umanità dopo un viaggio di purificazione, riuscendo così a conquistare le passioni della vita e a farle proprie.

Samuel Butler, alla fine dell'Ottocento, diceva che l'Ulisse era stato scritto da una donna, per le moltissime figure femminili umane e bellissime descritte nell'Odissea, sosteneva che il viaggio di Ulisse era semplicemente la circumnavigazione della Sicilia. Altri erano convinti che fosse arrivato fino alla Sardegna e poi allo Stretto di Messina, mentre, per Dante, giunse addirittura allo stretto di Gibilterra per poi continuare nell'Oceano Atlantico. Ebbene l'itinerario del viaggio di Ulisse deve la sua costruzione alla sensibilità moderna, poiché quello che

viene descritto da Omero è semplicemente un accumulo di tappe piuttosto vaghe, astratte, dove il mare viene visto come semplice connettivo tra un'avventura e l'altra. L'interpretazione dantesca del viaggio di Ulisse nell'emisfero delle acque come folle volo, indirettamente, anticipa una valenza importante del tema nella letteratura ottocentesca e novecentesca. Il viaggio diventa sempre più metafora dell'abbandono, il navigante si fa naufrago nei gorgi dell'esistenza, la meta si annulla nella ricerca dell'illimitato, dell'informe, dell'infinito.⁽⁴⁾

Il viaggio di Odisseo o il racconto del viaggio di ritorno del *nostos* è un viaggio interminabile, che dall'immaginario greco, mediterraneo, è passato a quello mondiale. L'Odissea è diventata un'erranza continua e non consente alla vicenda di chiudersi con l'arrivo di Odisseo a Itaca; il viaggio continua come è previsto nella profezia di Tiresia, e continua all'infinito.

Ulisse vive un'esistenza immortale da secoli, attraversa ogni spazio ed ogni tempo; la sua avventura si ripete ed il viaggio continua ancora: ha toccato le terre più lontane e sconosciute, è salito verso l'infinito dello spazio, ha visitato le pieghe misteriose dell'universo, cammina con gli uomini di tutti i tempi, viaggiatori del loro destino, verso mete sempre nuove. Da lontano ci insegna a non fuggire i problemi, a saper accettare le verità, perché spesso conoscere è soffrire, ma ci ammonisce a non rinunciare mai alla consapevolezza di se e del mondo circostante. È la grande lezione di chi seppe diventare eroe perché seppe essere uomo.

Il viaggio racchiude una sostanziale polarità tra la fedeltà alle radici della terra natale, della patria, dei valori della società in cui si vive e la scommessa della ricerca, della conoscenza piena dell'altro. È rischio di perdita ma anche promessa di conquista, è speranza di ritorno ma anche abbandono angoscioso all'ignoto.

2.2 MARCO POLO. LA VIA DELLA SETA.

Viaggiatori medievali.

Il Medioevo, specialmente il periodo che va dalla fine dell'anno Mille in avanti, è stato un'epoca ricca di viaggiatori, dapprima fantastici e poi reali. Le strade che l'antico impero romano aveva costruito erano ormai tutte in rovina; i banditi infestavano ogni luogo; sui mari, specie nel Mediterraneo, gli arabi non lasciavano passare nave di cristiani senza saccheggiarla. Ed ecco allora che, quasi per reazione, i monaci inventarono un nuovo modo di viaggiare: i viaggi fantastici al Paradiso. Accanto a questi viaggi sognatori, c'erano poi quelli ai tre grandi santuari della cristianità: Santiago de Compostela, nel nord della Spagna, dove era custodita la tomba di san Giacomo; Roma dove c'era, oltre al Papa, la tomba di san Pietro e di san Paolo; la Palestina, che, a Gerusalemme custodiva il sepolcro di Cristo, dove vennero fatte le Crociate. Ma oltre a questi viaggi a sfondo religioso, ve ne furono di completamente diversi.

La sostanziale immobilità del mondo medievale è smentita da numerosi viaggiatori, spinti da esigenze e da obiettivi diversi: *clerici vagantes*, girovaghi, giullari, pellegrini (i viaggiatori medievali per eccellenza), mercanti. Accanto a questi viaggiatori reali, il medioevo ne conosce altri puramente letterari, come i cavalieri del romanzo cortese-cavalleresco, impegnati in un cammino individuale di perfezionamento e di affermazione del proprio valore.

4 Patrizio Collini, *Wanderung, il viaggio dei romantici*.

In tutti i casi il viaggio, reale o immaginario, si accompagna al pericolo ed assume un valore iniziatico di crescita, di scoperta di sé, attraverso la scoperta dell'altro e dell'altrove. L'incontro con lo straniero rimanda il viaggiatore a se stesso, e solo l'esperienza dell'alterità rende conscia l'identità.

Nel Medioevo è soprattutto il mercante ad introdurre nel chiuso e statico mondo feudale una spinta dinamica, espressione di una rivalutazione dell'individuo, di una ritrovata fiducia nelle capacità personali. Si deve proprio ad un mercante del Duecento, Marco Polo, il primo grande libro di viaggio, *Il Milione* (1299). Spinto dalla necessità di esplorare nuove vie commerciali, ma anche dalla pura curiosità e dall'esigenza di conoscenza diretta, il mercante si apre al diverso, che inizia così a perdere quei connotati meravigliosi o mostruosi indotti da una mentalità dogmatica, timorosa e sospettosa dell'ignoto, dell'inesplorato, inibita dalla sottomissione ad una volontà divina accettata come eterna ed immutabile. L'intraprendenza della nuova classe in ascesa è vista però anche come una minaccia: lo stesso Dante nella *Divina Commedia* (iniziata intorno al 1307), a differenza di quanto avrebbe dimostrato Boccaccio nel *Decameron* (1349-1353), vede la realtà mercantile, come portatrice di dissoluzione morale e civile, così come punisce, nel corso del suo viaggio tutto allegorico nell'aldilà, il superbo, «folle volo» di Ulisse, eroe tragico perché colpevole di *hybris*, non avendo rispettato i limiti imposti da Dio. Il viaggio dantesco nell'aldilà, pur così ardito, è invece giustificato dalla volontà divina, è garantito dalle auctoritates (la Bibbia e i maestri classici e cristiani); ed è un viaggio motivato da intenti pedagogici. Il sommo poeta non può non condannare Ulisse, che è spinto invece solo dal proprio orgoglio titanico, individualistico, da una sete insaziabile di «virtute e canoscenza»; eppure, lo fa parlare per oltre cinquanta versi (*Inferno*, XXVI), tradendo un fondo di ammirazione tutta umana.

Con l'eccezione di una serie di viaggi compiuti da religiosi, le vie dell'Asia erano frequentate soprattutto da mercanti, e di essi i più celebri furono senza dubbio i Polo. Tra il 1261 e il 1265, Matteo e Niccolò Polo, partirono da Soldaia, emporio Veneziano in Crimea, per raggiungere la corte del Gran Khan, Kubilai. Del loro itinerario diede notizia il figlio e nipote Marco Polo nel *Livre des merveilles du monde*, redatto dapprima in francese dal suo compagno di prigionia Rustichello che trascrisse i racconti di Marco, divenuto noto in tutta Europa come *Il Milione*. In effetti, si ignora quali siano stati i motivi del viaggio di Matteo e Niccolò, né d'altra parte si è meglio informati su quelli del loro secondo viaggio, al quale prese parte Marco nel 1271. Nel Milione, infatti, non si fa cenno ad alcuna transazione commerciale; risulta comunque che i tre erano latori di missive del Papa a Kubilai, e che portavano con sé olio della lampada del Santo Sepolcro. Dopo aver fatto tappa a San Giovanni d'Acari, i Polo partirono alla volta di Khanbalik, cioè Pechino, la «città del Khan» (che nel Milione è indicata come Cambaluc), nuova capitale di Kubilai. È difficile ricostruire l'itinerario, dal momento che Marco menziona, nel suo resoconto, anche luoghi per i quali non passò, e quelli vicini ai posti visitati, e di cui sentì semplicemente parlare. Probabilmente transitò per Tabriz, quindi per la regione a sud del Mar Caspio, e si diresse verso Balkh e quindi alla volta di Kashgar, di Yarkand, di Khotan, per poi giungere nel Gansu e finalmente in Cina, dove rimase sedici anni per far ritorno a Venezia solo nel 1295, e per via marittima.

Poche denominazioni oltre “*Via della seta*”, hanno in sé la capacità di possedere un forte potere evocativo in grado di suscitare emozioni e di far viaggiare l'immaginazione su sconfinati scenari naturali, così come di condensare, in un'unica espressione, secoli di storia e di avvenimenti che hanno segnato il destino di popoli e culture.

Con “*Via della seta*” si indica quell'insieme di percorsi carovanieri e rotte commerciali che congiungeva l'Asia Orientale, e in particolare la Cina, al Vicino Oriente e al bacino del

Mediterraneo, lungo il quale nei secoli hanno transitato carovane di cammelli carichi di seta, prezioso materiale di cui la Cina ha conservato a lungo il “segreto” della sua lavorazione garantendosi, così il monopolio del tanto ricercato prodotto che trovava acquirenti fin nell’Impero Romano, a Occidente. A oltre un secolo di distanza da quando la felice e fortunata formula Seidenstrassen, “*Via della seta*”, venne coniata dallo studioso tedesco Ferdinand von Richtofen, per sintetizzare efficacemente gli intensi traffici commerciali e gli scambi culturali intercorsi tra Oriente e Occidente, da almeno il III secolo a.C. fino ai giorni nostri, questo nome è ancora oggi sinonimo di esotismo, avventura, viaggio in terre lontane: ma oltre a indicare una fitta rete di comunicazioni estesa per migliaia di chilometri su tutta l’Asia Centrale e le regioni vicine, si può affermare che “*Via della seta*” sia divenuta col tempo, sinonimo stesso degli intensi e prolungati rapporti tra Oriente e Occidente, un nome-simbolo rappresentativo di una mutevole realtà storica ma non legato soltanto al passato, bensì attuale e vivo, sovente utilizzato oggi come denominazione per progetti culturali e interdisciplinari di ampio respiro che vedono coinvolti studiosi, archeologi e scienziati sia orientali che occidentali.

La “*Via della seta*”, ma sarebbe forse meglio usare il plurale, indica, l’insieme delle rotte carovaniere che, estendendosi dall’Asia Orientale al bacino del Mediterraneo, attraversavano le vaste regioni dell’Asia Centrale mettendo in contatto popoli, nazioni, imperi, religioni e tradizioni diverse, e favorendo, così l’interscambio culturale nel senso più ampio del termine. Se infatti, attraverso i secoli, su questo network si sono spostati soprattutto mercanti e commercianti delle più diverse provenienze e nazionalità, lungo le stesse rotte si sono mossi anche condottieri con i loro eserciti, uomini di fede, esploratori, ambasciatori ed emissari, pellegrini, artisti, che hanno dunque permesso non solo lo scambio delle merci ma anche quello, più duraturo e fecondo, delle idee, delle fedi religiose, degli stili artistici, delle scuole di pensiero. La “*Via della seta*” ha dunque anche avuto la funzione di un gigantesco *melting pot*, nel quale si incontravano e si fondevano esperienze culturali dalle più diverse matrici – classica, iranica, indiana, cinese –, dando luogo a risultati unici, vere e proprie sintesi dell’incontro tra tradizioni diverse. Gli itinerari seguiti dai viaggiatori lungo le rotte della via della seta sono spesso mutati nel tempo, seguendo le alterne fortune delle vicende politiche dei vari Stati attraversati dalle carovaniere. Una parte tuttavia di questi percorsi è rimasta invariata lungo i secoli: quella che, partendo dalla Cina e dalla sua capitale Chang’an, si distendeva in direzione nord-ovest inoltrandosi nell’Asia Centrale dove, nei pressi dell’oasi di Dunhuang, si biforcava in due percorsi principali che, transitati lungo i limiti settentrionale e meridionale del bacino del Tarim e del deserto del Taklamakan, si ricongiungevano poi a Kashgar. Da Kashgar la “*Via della seta*”, poteva prendere direzioni diverse, a seconda delle esigenze mercantili: le rotte carovaniere, una volta valicati i passi montani del Pamir, proseguivano in altri percorsi che da una parte conducevano all’India, dall’altra verso l’altopiano dell’Iran e ai bacini dei fiumi Tigri ed Eufrate. La narrazione della storia e delle attività svoltesi lungo la via della seta si incentrerà soprattutto sui percorsi carovaniere per così dire classici, dalla Cina fino alla città di Kashgar, ma i resoconti dei viaggiatori, le vicende storiche e gli scambi culturali ci porteranno anche a menzionare numerosi altri protagonisti di questo affascinante e straordinario viaggio di uomini e idee lungo le vie carovaniere che hanno segnato i percorsi della storia.

“... né cristiano né pagano, saracino o tartaro, né niuno huomo di niuna generazione non vide né cercò tante meravigliose cose del mondo come fece messer Marco Polo”
(da il “*Milione*”).

Marco Polo nasce nel 1254 a Venezia da una famiglia patrizia di facoltosi mercanti, ori-

ginaria di Sebenico in Dalmazia. Più o meno in quegli anni, non si sa con certezza se prima o dopo la sua nascita, il padre Niccolò e lo zio Matteo partono per un viaggio commerciale in Oriente e si stabiliscono, dapprima, nella capitale dell'Impero latino, Costantinopoli, poi a Soldaia, in Crimea, dove intorno al 1280 Marco il Vecchio (il fratello maggiore), in società con Matteo e Niccolò, fonderà una compagnia di affari.

Nel loro viaggio, i fratelli Polo si spingono fino alla corte del grande Kubilai, il conquistatore e unificatore della Cina, il più illustre discendente del Gengis Khan; e durante questo loro primo soggiorno (1265), ottengono importanti privilegi e probabilmente anche la dignità nobiliare mongola.

Nel 1269, quando il padre e lo zio fanno ritorno a Venezia, Marco ha quindici anni; e poco più tardi, ancora giovinetto, probabilmente nella primavera o nell'estate del 1271, parte insieme con loro per la Cina, dove rimarrà per circa venticinque anni.

Nel maggio 1275, i Polo giungono alla corte di Qubilai. Qui Marco, dopo aver assolto l'incarico, affidatogli dall'imperatore, di ispezionare le regioni al confine del Tibet e lo Yünnan, viene elevato alla dignità di "messere" titolo che lo lega direttamente alla figura del sovrano, di cui diviene informatore ed ambasciatore personale presso tutti i popoli dell'impero. Durante tutta la sua permanenza presso la corte mongola, per conto del Gran Khan, Marco svolgerà attività amministrative, lunghe e delicate ambascerie e incarichi diplomatici di prestigio, compiendo a tal fine diversi viaggi. Tra i tanti incarichi affidatigli, va segnalata la nomina, nel 1278, a governatore di Hang-chou, già capitale, sotto la dinastia dei Sung, del reame dei Mangi.

Nel 1292 i Polo salpano dal porto di Zaitun ed iniziano per mare, il viaggio di ritorno in patria che si concluderà nel 1295. In quello stesso anno, poco dopo, in una delle tante battaglie navali che a quel tempo avvenivano tra veneziani e genovesi nel Mediterraneo orientale e nei mari italiani, non è dato sapere con certezza quale (non necessariamente quella di Curzola, come sostengono alcuni suoi biografi), Marco cade prigioniero dei genovesi. E fra il 1298 e 1299, proprio nelle carceri di Genova, detta al compagno di prigionia, Rustichello da Pisa, il suo resoconto di viaggio "*Le Divisament du Monde*". Scritto nella redazione originale in franco-italiano, il libro sarà ben presto noto con il titolo di *Milione*: soprannome con cui erano conosciuti i Polo a Venezia, soprannome che a sua volta derivava probabilmente da Emilione, un loro antenato.

Ma, al di là delle leggende, dei sogni, dei miraggi e delle illusioni alimentate in poeti e conquistatori, per secoli, il *Milione* ha dato all'Occidente l'immagine più vera di un mondo pressoché ignoto: l'Oriente. Grande è il varco che il libro di Messer Marco Polo aprì verso quella civiltà lontana e diversa: scoprendola e rivelandola, per la prima volta, all'Europa. Ed inestimabile rimase l'apporto alle conoscenze geografiche del tempo.

Paradossalmente, un'arguzia del destino ha voluto che il racconto del lungo viaggio compiuto dal primo occidentale ad aver vagato tra la Persia e la Cina, dall'unico ad aver raggiunto i luoghi più riservati del potere alla corte del gran Khan, venisse scritto nello spazio angusto, grigio e monotono di una prigionia. Dopo circa venticinque anni di viaggio, nel 1298, fatto prigioniero, Marco, nelle carceri di Genova, torna con la memoria agli infiniti e policromi spazi dell'Asia: agli immensi fiumi, alle sterminate e formicolanti città del Catai, ai palazzi irreali incrostati d'oro e di gemme, alle piante e alle spezie rare, ai più svariati e favolosi animali esotici, ai costumi e agli usi di quei popoli remoti e al cuore del grande impero mongolo, la corte del tanto amato e stimato Gran Khan.

Affidandosi alla memoria delle cose viste e vissute e al ricordo delle cose udite e lette, nelle pagine di leggendari romanzi, Marco Polo, mercante e viaggiatore veneziano, amba-

sciatore del Signore dei Tartari, detta il resoconto dei suoi viaggi al compagno di prigionia, Rustichello, cantastorie pisano di favole medioevali, romanziere e autore di compilazioni tratte dalla materia della Tavola Rotonda, che probabilmente abbellì ciò che Marco Polo dettava. Dall'incontro di due uomini appartenenti a mondi così diversi e contrastanti, è nato il *Milione*, originale *Divisament du monde* o *Livre des merveilles*.

E così favola e realtà si ritrovano in questo *trattato geografico*, dalla struttura composita, in cui la narrazione, risentendo dell'influsso di generi diversi, passa dall'andamento novellistico a quello dell'exemplum, dal racconto agiografico al resoconto storico. Come in una moderna guida turistica, le indicazioni sulla posizione e la conformazione dei paesi si allargano a note sulle produzioni locali, sugli usi caratteristici, su vicende storiche e aneddoti».

Il *Milione* non vuole essere un manuale pratico per i commercianti occidentali, un libro di memorie di un mercante destinato ai mercanti. Anche le notizie commerciali relative ai prezzi di trasporto, ai vari tipi di moneta, alle tasse e alle varie mercanzie che occorrono qua e là nel testo, appaiono, in realtà, «aspetti di vita».

“Per il veneziano il mondo è tutto uno spettacolo che egli ritrae come può e ricorda, in una grande varietà di stili e in illimitate manifestazioni naturali e umane”.

In realtà Marco Polo, sebbene dichiara che *“le cose vedute dirà di veduta e-ll'altre per udita”*, non sempre descrive paesi che ha davvero visto: non visitò mai né il Giappone, né il Tibet.

Il *Milione* racconta le avventure di viaggio del mercante veneziano Marco Polo, che visse per lungo tempo alla corte dell'imperatore dei Tartari, il gran-Khan Kubilai, e visitò i paesi dell'Estremo Oriente allora sconosciuti, o quasi, all'Europa. Dopo un lungo viaggio nel corso del quale attraversò l'Armenia, il Pamir, il deserto di Gobi, Marco giunse a Cambaluc, capitale dell'Impero; qui conquistò la fiducia di Kubilai e ne ottenne importanti incarichi politici e diplomatici che lo portarono a contatto con i diversi popoli, che abitavano il Catai (Cina), il Cipango (Giappone) e l'India. Diviso in 183 capitoli (secondo il codice Magliabechiano o 'della Crusca'), ed il suo titolo originale è tradotto dal francese *Le livre de Marco Polo citoyen de Venise, dit Million, où l'on conte les merveilles du monde* (Il libro di Marco Polo cittadino di Venezia, detto Milione, dove si raccontano le meraviglie del mondo); dell'opera, in realtà esistono più di 150 manoscritti (in francese, latino, italiano, dialetto veneto), anche se, ovviamente, il codice più importante è quello più fedele alla originaria lingua d'oïl, ossia il francese 1116 della Biblioteca Nazionale di Parigi, che risale ai primi decenni del Trecento e su cui si basa la prima edizione critica del testo.

Un continente poco conosciuto.

Il tempo in cui i fratelli Polo intrapresero il primo viaggio verso l'Estremo Oriente (1250), l'Occidente cristiano aveva una nozione piuttosto vaga e spesso alterata dal fantastico di quelle terre lontane. Sin dai secoli dell'Alto Medioevo e fino al Duecento si riteneva che in Asia orientale vi fosse il Paradiso, pur senza saperlo ben localizzare. In pratica, si aveva di questa parte del mondo un'immagine statica e molto letteraria. Questa scarsa conoscenza era comunque circoscritta all'Estremo Oriente, poiché l'Europa dell'Est e anche i Paesi del vicino Oriente erano ben noti agli Occidentali. I mercanti, in particolare, si spinsero assai presto verso Levante.

È noto quali proporzioni assunse la colonizzazione latina in Crimea e su tutta la costa del mar Nero; amalfitani, veneziani, pisani e genovesi furono molto attivi nelle regioni dell'Impero bizantino già dal XII secolo; veneziani e genovesi arrivarono sino alla foce del Don, sul

mar d'Azov, appropriandosi di Tana, e i genovesi in particolare si spinsero fino al mar Caspio; lo stesso Marco Polo dice:

«L mare che io v'ho contato si chiama lo mare di Geluchelan (la regione di Ghelan faceva parte della provincia persiana sulla costa del Mar Caspio o Mare di Geluchelan, come lo chiama Marco) [...] E nuovamente mercatanti di Genova mavicano per quel mare».

Il viaggio dei Polo rappresenta quasi un'eccezione, un evento che assume i caratteri di una vera e propria avventura, della quale fu protagonista la straordinaria intraprendenza del mercante duecentesco. Per via, Marco Polo annota delle cose interessanti: la montagna dell'Armenia su cui si diceva si fosse fermata l'arca di Noè, il presunto luogo di sepoltura dei Magi in Persia, paesi dal freddo intenso e dal buio perenne nell'estremo nord. Nella letteratura occidentale Marco Polo è il primo che menziona il petrolio. Rivela che la "salamandra", lungi dall'essere la lana di un animale resistente al fuoco, come si credeva, è un minerale (l'amianto) che si estrae nella regione del Sinkiang Uighur. Racconta che sassi neri che bruciano (il carbone), sono così comuni in Cina che ogni giorno si possono fare bagni caldi. Ovunque vada, Marco Polo prende nota di ornamenti, cibi, bevande (in particolare il latte fermentato di cavalla amato dai mongoli), come pure di riti religiosi e magici, mestieri e mercanzie. Interamente nuovo per lui è il denaro cartaceo usato nel reame del Gran Khan.

Marco Polo non esprime mai il suo pensiero, ma riferisce obiettivamente quello che vede o sente. Non sappiamo se tutto quello che Marco Polo racconta è vero. I mongoli non si fidavano dei cinesi che avevano sottomesso e si servivano di stranieri per governare l'impero. Tuttavia sembra poco probabile che un illetterato come Marco Polo potesse diventare governatore. Forse egli esagera l'incarico che ricoprì. Comunque gli studiosi sono propensi a riconoscere che potrebbe essere stato "un utile emissario di un certo livello". Ad ogni modo Marco Polo fu in grado di fare una splendida descrizione di metropoli ricchissime e di usanze pagane ed esotiche proprie di un mondo completamente ignoto in Europa, o noto solo attraverso favole e dicerie. Potevano esistere davvero paesi civili così popolosi, più ricchi di quelli europei? Sembrava impossibile.

Il palazzo del Gran Khan era "il più gran palazzo che si sia mai visto", dice Marco Polo. "È palazzo tanto bello e maestoso che nessuno al mondo che avesse la facoltà di farlo avrebbe saputo disegnarlo e costruirlo in modo migliore". Le mura erano ricoperte d'oro e d'argento, adorne di statue di draghi, animali e uccelli dorati, cavalieri e idoli. Il tetto elevato, vermiglio, giallo, verde e blu, splendeva come cristallo. Gli splendidi parchi erano pieni di animali di ogni tipo. A differenza delle vie tortuose dell'Europa medievale, le strade di Cambaluc erano così ampie e diritte che da un punto delle mura della città si vedevano le mura sul lato opposto. "Cambaluc è la città del mondo dove arrivano più rarità, più cose di pregio e in maggior quantità di ogni altra città del mondo", dice il veneziano. "Pensate solo a questo: a Cambaluc arrivano ogni giorno non meno di mille carrettate di seta". Il numero di imbarcazioni che navigavano lungo lo Yangtze Kiang, uno dei fiumi più lunghi del mondo, era straordinario. Marco Polo giudicò che solo nel porto di Sinju vi fossero 15.000 navi circa. Fra le usanze dei mongoli che Marco Polo menziona vi è quella del matrimonio di bambini morti. Se una famiglia perdeva un figlio di quattro anni o poco più, e un'altra una figlia della stessa età, i padri potevano decidere di farli sposare, facendo poi un regolare contratto di nozze e tenendo una gran festa. Si offrivano cibi e si bruciavano figure di carta raffiguranti schiavi, monete e oggetti di casa, con la convinzione che gli "sposi" avrebbero posseduto queste cose nel cosiddetto altro mondo. Marco Polo rimane colpito dal valore militare dei mongoli, dai

loro sistemi di governo e dalla tolleranza religiosa. Le misure socioeconomiche includevano sovvenzioni per i poveri e i malati, pattuglie antincendio e antisommossa, granai di riserva per alleviare la miseria causata dalle inondazioni e un sistema postale per comunicare rapidamente. Pur essendo a conoscenza dei tentativi dei mongoli di invadere il Giappone, Marco Polo non afferma di esserci stato. Tuttavia sostiene che in Giappone c'era oro in tale abbondanza che il tetto e il pavimento del palazzo dell'imperatore erano d'oro. Il suo, è l'unico riferimento al Giappone nella letteratura occidentale anteriore al XVI secolo.

I Polo lasciarono la Cina verso il 1292. Marco dice che la spedizione compì un viaggio di 21 mesi, che partì da quella che oggi è Quanzhou, sostò in Vietnam, nella penisola Malese, a Sumatra e nello Sri Lanka, quindi seguì la costa dell'India fino in Persia. L'ultima tappa del viaggio li portò a Costantinopoli e infine a Venezia. È difficile calcolare quanto abbia viaggiato Marco Polo. Uno scrittore che recentemente ha cercato di ricalcare le sue orme, ha percorso circa 10.000 chilometri fra l'Iran e la Cina soltanto. Anche con moderni mezzi di trasporto è stata un'ardua impresa.

Il libro di Marco Polo è stato dettato nel 1298 a un certo Rustichello da Pisa in una prigione di Genova. Rustichello da Pisa, suo compagno di prigionia, aveva esperienza come scrittore di storie in prosa in francese o franco-italiano, e la compagnia di Marco Polo evidentemente fu uno stimolo a scrivere. Con tutta probabilità Marco Polo fu rimesso in libertà nel 1299, quando Venezia e Genova fecero la pace. Tornò a Venezia, si sposò ed ebbe tre figlie. Nel 1324, a 69 anni, morì nella sua città natale.

Nella mente di alcuni permane il dubbio se Marco Polo abbia davvero fatto tutto quello che dice o abbia semplicemente ripetuto storie sentite da altri viaggiatori. Ma qualunque fossero le fonti del *Milione* di Marco Polo, gli studiosi ne riconoscono il valore. *“Mai né prima né dopo”*, dice uno storico, *“un solo uomo ha fornito all'Europa una tale mole di nuove informazioni geografiche. Il libro di Marco Polo è una testimonianza dell'interesse dell'uomo per i viaggi, le novità e i paesi lontani”*.

Il primo libro di viaggio: il *Milione* di Marco Polo.

All'epoca di Marco Polo la curiosità e il fascino dell'ignoto, del diverso, era molto diffusa, lo dimostra proprio l'enorme fortuna del *Milione*, dettato da Polo durante la prigionia al suo compagno di cella Rustichello da Pisa, che lo scrisse in lingua d'oïl, la più diffusa all'epoca dopo il latino.

Da quest'opera, un misto tra la cronaca, la trattatistica storico-geografica, e la relazione di viaggio, prende le mosse la moderna letteratura di viaggio.

Della cultura medievale, il *Milione* conserva la tendenza enciclopedica e l'esigenza divulgativa, quest'ultima sentita da Polo, data l'eccezionalità del viaggio, come un obbligo morale nei confronti dei destinatari, individuati nel Proemio nei potenti (re e imperatori), e in tutti coloro che vogliono sapere, quindi nel ceto mercantile e borghese, sempre più consapevole delle proprie esigenze, anche intellettuali.

La meraviglia e la grande diversità («*tutte le grandissime meraviglie e gran diversità*»), dei paesi e dei popoli incontrati, concetti chiave del Proemio, sono una garanzia di interesse per i lettori, ed ancor più interessante per il lettore moderno è ciò che allontana l'opera dalla mentalità del suo tempo, a cominciare da quella preoccupazione di veridicità e di attendibilità espresse dall'autore, un chiaro passo verso la conquista di un moderno spirito critico che, passando attraverso le scoperte geografiche dei secoli XV-XVI, conoscerà la sua piena affermazione in età illuministica.

[...] «*E questo vi conterà il libro ordinatamente siccome messere Marco Polo, savio e nobile cittadino di Vinegia, le conta in questo libro e egli medesimo le vide. Ma ancora v'è di quelle cose le quali elli non vide, ma udille da persone degne di fede, e però le cose vedute dirà di veduta e l'altre per udita, acciò che 'l nostro libro sia veritieri e senza niuna menzogna*». [...]. (Proemio).

Da queste parole emerge un metodo e uno sguardo profondamente innovatore per l'epoca: l'opera non si basa più *su auctoritates non verificate*, ma sull'osservazione diretta e su testimonianze sicure. Dai testi emerge lo spirito moderno e aperto di Polo. Come osserva Umberto Eco, egli assume le vesti di un cronista, di un moderno antropologo, anticipando la figura dell'inviato speciale. La precisione delle descrizioni, l'obiettività del racconto hanno la meglio sulle sovrastrutture ideologiche. Traspare, semmai, una forte curiosità e un senso di stupore, di «*meraviglia*» di fronte ad un mondo così distante da quello occidentale, così vasto e imponente (ricorrente è l'uso dell'aggettivo grande nel capitolo 68), che resta pur sempre inafferrabile, imbrigliabile, per cui le cifre assumono proporzioni esorbitanti. Questo desiderio di sapere, questo stupore si comunicano al lettore, quasi in un'ansia di condivisione, attraverso l'uso ripetuto di alcune formule, le uniche, tra l'altro, in cui il narratore compare in prima persona: «*sappiate veramente che*», «*e dicovi di più*», «*e dovete sapere che*», «*sappiate che*», «*e sì vi dico un'altra cosa*». Come dire: la realtà supera la fantasia, tanto «*ch'è una meraviglia a credere*», e allo stesso tempo la alimenta intrecciandole continuamente. Il Milione, infatti, a prescindere dalla rigorosa volontà documentaria che fa giustizia di molti fantasmi medievali, eserciterà una lunga suggestione sull'immaginario collettivo.

Quando nel 1323, Messer Polo morì, la sua opera era già conosciuta ed apprezzata; il mondo ignoto dell'Oriente affascinava i lettori attraverso le parole di Marco Polo e nello stesso tempo serviva da guida preziosa per i viaggiatori di allora. Tradotto dal francese, lingua in cui era stato scritto, il racconto favoloso, divenne un documento insostituibile. Il libro di Marco Polo fu sia ammirato che diletto per secoli. Oggi gli studiosi, dopo aver soppesato tutte le sue imprecisioni, lo definiscono «*la migliore descrizione esistente*» del regno di Kubilai nel suo massimo splendore.

A Marco Polo, ambasciatore del Gran Khan, interessava vedere «*le tante meravigliose cose del mondo*», o più semplicemente «*le cose che sono per lo mondo: più amava li diversi costumi de le terre sapere che sapere quello perch'egli avea mandato*». È, infatti, la curiosità appassionata del viaggiatore veneziano per i costumi, la vita, le tradizioni, le abitudini dei diversi popoli, il suo senso dell'ignoto, la sua sete per il nuovo e l'insolito della realtà, il tratto distintivo e il motivo conduttore di questa semplice e grandiosa guida dell'Asia.

2.3 I PELLEGRINAGGI

Il mondo conosciuto continuò, così, a essere percorso da viaggiatori. Viaggiavano i mercanti, i pellegrini, i diplomatici, i professori delle università, gli artigiani, i vagabondi, ecc. Qualcuno perché doveva, di buona o cattiva voglia, eseguire una missione, qualcuno perché spinto da desiderio di guadagno o zelo religioso.

Fra gli esempi più frequenti di viaggio, che ripetevano e allargavano un modello già diffusissimo nell'età precedente, ci sono i pellegrinaggi, che non ebbero più solo per meta i luoghi tradizionali (come Roma o San Giacomo di Compostela) ma, grazie al dominio che Venezia aveva sul mare e alle rotte commerciali regolari che da tanto essa aveva stabilito con

la Grecia e l'Oriente, e che non entrarono in crisi neppure dopo la caduta di Costantinopoli, anche la Terrasanta, divenne meta di pellegrinaggio.

Per una tradizione molto antica, risalente al IV secolo, questi pellegrinaggi seguivano un itinerario molto preciso, che prevedeva la visita ai luoghi più insigni e sacri nominati nel Vecchio e nel Nuovo Testamento, la partecipazione a cerimonie liturgiche nelle chiese, santuari e monasteri locali, lo scioglimento di voti, l'ottenimento di speciali indulgenze e l'esecuzione di altre pratiche pie. Proprio l'esistenza di questa tradizione e di questi rituali, aveva prodotto la fissità degli itinerari e la loro ripetitività. E aveva prodotto anche una letteratura, di descrizioni del pellegrinaggio, o guide per i pellegrini. Col passare del tempo, tuttavia, nell'età feudale e urbana, ai primi motivi, religiosi e rituali, dei pellegrinaggi se ne sovrapposero altri:

- la missione mercantile e a volte anche politica;
- la curiosità per l'esotico, i costumi dei luoghi lontani, gli animali strani;
- la ritualità letterario-cavalleresca, derivata dall'atmosfera romanzesca di cui la letteratura delle crociate aveva avvolto quei luoghi.

Uno dei racconti del mondo dice che: *“appena l'uomo fu creato, dato che non poteva restare fermo come pietra, tronco morto o frutto caduto, fu creato anche il cammino. E appena fu creato il cammino, dato che non poteva avvenire nell'aria o nell'acqua, ecco che fu creata la terra, verde in certe parti e arida in altre, perché l'uomo potesse camminare a passo svelto o lento, secondo il suo bisogno e il suo desiderio. E appena tutto questo fu creato, perché l'uomo non fosse solo, fu creata la famiglia dell'uomo, con donne dai ventri capaci, e bambini che bevendo il latte dal seno delle madri...”*⁽⁵⁾

Se dunque il mettersi in cammino è assolutamente connaturato all'essere umano, anche il viaggio a piedi verso un luogo sacro “pellegrinaggio” è una pratica universale, che ritroviamo in tutte le religioni, antiche e attuali e anche nel mondo primitivo. Forse con un po' di forzatura qualcuno ravvisa lo schema sostanziale del pellegrinaggio anche in certi riti laici, tipo la visita alla tomba di Lenin.⁽⁶⁾

Nella Grecia classica sono innumerevoli i luoghi sacri meta di pellegrinaggi: il più famoso è sicuramente Delfi, dove si giungeva, seguendo un itinerario prescritto dettagliatamente, per ricevere i responsi della Pizia; si andava invece in altri templi per ottenere guarigione dai malanni del corpo o dell'anima.

Il pellegrino si muove alla ricerca di risposte a un dubbio esistenziale, per l'incertezza di una scelta importante, per una speranza di risanamento. Se per gli indiani è Benares luogo di purificazione per eccellenza, per gli ebrei è Gerusalemme, mentre per i musulmani il pellegrinaggio alla Mecca è addirittura uno dei cinque pilastri delle regole del Corano. Nel mondo ebraico il pellegrinaggio è stato praticato ben prima che nel mondo cristiano: soprattutto il pellegrinaggio al Tempio di Gerusalemme è stato il vero antecedente sia di quello a Roma sia di quello alla Mecca: tutti i maschi ebrei erano tenuti a recarsi a Gerusalemme (anche il bambino che era in grado di camminare dando la mano al padre).

Gerusalemme, Roma, Santiago di Compostela.

Nei primi secoli della cristianità il pellegrinaggio è essenzialmente un'esperienza indivi-

5 Roberto Piumini, incipit del romanzo *“Gli eredi della terra”*.

6 Dove peraltro manca l'elemento del cammino a piedi e dove l'ispirazione religiosa è sostituita da una visione sociale d'impronta razionalista.

duale; meta prediletta: la Terrasanta, luogo della vita e della passione di Cristo. Lì molti siti sono sacri per più di una religione, ad esempio: la pietra che conserva tracce del sangue di Cristo e l'altare del sacrificio di Abramo, la tomba di Samuele oggetto comune di culto per cristiani, musulmani, ebrei. Le acque del fiume Giordano hanno il potere di sanare innumerevoli malattie e, i vestiti indossati durante il battesimo nel fiume sacro, vengono accuratamente riposti e conservati per farne poi eventualmente lenzuoli funebri. Non mancano nella zona del mar Morto numerose terme e sorgenti di acque guaritrici dove si recano anche i lebbrosi, e si vendono preparati terapeutici. Qui credenze leggendarie e verità di fatto si mischiano in un tutto inestricabile. In questi tempi lontani, il viaggio si compie all'insegna dell'imprevedibilità. Le conoscenze approssimative del percorso lasciano, anche ai viaggiatori più metodici, un enorme margine di casualità, imprevisti e sorprese. Del resto l'imprevedibilità trovava il suo senso nel sentimento di accettazione del disegno divino, di cui l'imprevisto era il segno.

L'ossessione moderna per la programmazione ci priva di un importante contenuto e senso del viaggio stesso: il piacere della sorpresa e la gratificazione di saper far fronte agli imprevisti. Gradualmente cresce l'importanza di Roma insieme all'affermarsi del potere teocratico dei papi e diventa l'altra Gerusalemme, dove ci si può recare senza correre il rischio di cadere nelle mani degli infedeli. È soprattutto con il giubileo del 1300, che si impone il valore del pellegrinaggio a Roma. Gli itinerari dei pellegrinaggi maggiori (Gerusalemme, Santiago di Compostela, Roma, Canterbury, San Michele Arcangelo in Puglia), sono determinanti per la fondazione di santuari, monasteri, strade, ospizi, mercati. Grandi arterie entro le quali scorre una linfa vitale, che alimenta e nutre la crescita culturale in tutta l'Europa. Occasione di contatto e dialogo tra masse di persone provenienti da tante nazioni diverse, fonte di apprendimento e di diffusione di culti e tradizioni fino ai luoghi più sperduti: contributo decisivo nel creare un linguaggio e un quadro simbolico di riferimento che unifica la cultura europea.

La famosa *Via Francigena* taglia l'Europa da Nord a Sud unendo, lungo una retta ideale, Canterbury a Roma (ricalcando in Italia tratti della romana via Cassia). Dalle direttrici maggiori si sviluppano pellegrinaggi minori, spesso legati all'esistenza di reliquie di santi, leggende di apparizioni o acquisizione di indulgenze. La storia dei pellegrinaggi nel mondo cristiano si lega indissolubilmente all'evoluzione della concezione del rapporto tra assoluzione e penitenza. Mentre nella chiesa primitiva, il peccato conosce rare assoluzioni, rimandate in genere alla fine della vita, si deve invece ai monaci irlandesi l'aver operato una vera e propria rivoluzione, introducendo un ingegnoso sistema per così dire contabile del rapporto tra peccato/assoluzione/penitenza, per cui ad ogni categoria di peccato, fa riscontro una determinata penitenza necessaria per ottenere uno sconto sulla pena del Purgatorio. La dottrina penitenziale della chiesa irlandese si diffonde, e si sviluppa così, a partire dal secolo VIII, il pellegrinaggio penitenziale, che diventa un'esperienza sempre più di massa. Con la concessione di indulgenze, la Chiesa perfeziona ulteriormente questo pratico marchingegno: con penitenze varie (tra le quali il pellegrinaggio o le elemosine), si ottengono sconti sulla pena da subire in Purgatorio, cosicché alla fine del Medioevo, pochi pellegrinaggi possono prosperare senza indulgenze. È però con il primo giubileo in forma plenaria, che si attua un vertiginoso salto di qualità: siamo nel 1300, e ai pellegrini che arrivati a Roma visitino le quattro Basiliche maggiori, Bonifacio VIII accorda indulgenze eccezionali. Inizialmente previsto ogni 100 anni, che si riducono a 50 con Clemente VI, poi a 33 e infine a 25 con Paolo II (1470). Anche alle crociate sono legate le indulgenze. Vero è che ogni celebrazione era comunque sentita in maniera assai più intensa di oggi e in fondo, la pratica del giubileo si è

collocata anche come risposta alle radicali istanze salvifiche dei secoli precedenti e, come proseguimento della tradizione dei pellegrinaggi che per tutto il medioevo si erano svolti per penitenza imposta dai sacerdoti, dai vescovi o dai giudici o di propria iniziativa personale. Anche in altre città si proclamavano dei Giubilei con annesse indulgenze (che però dovevano essere comprate dalla Chiesa di Roma) che potevano essere lucrate dalle masse dei pellegrini.

Con riconquista cattolica della Spagna (fine secolo XII - inizio XIII), si apre la via al grande pellegrinaggio di Santiago di Compostela in Galizia, il cui culto è legato al leggendario ritrovamento delle reliquie dell'Apostolo Giacomo. Distrutta la basilica dagli arabi nel 997, la stessa viene poi ricostruita nell'XI secolo con il sostegno di Alfonso VI di Castiglia e dell'ordine di Cluny. Una categoria speciale di pellegrinaggi sono quelli detti giudiziali: in questi la pena era sentenziata dai giudici. Importante a questo proposito la prassi introdotta dai tribunali dell'Inquisizione: bisogna però notare che il pellegrinaggio era considerato una pena molto mite. Il mitico Bernard Gui, inquisitore a Tolosa (1323 ca.), su 636 processi, prescrive il pellegrinaggio solo in 16 sentenze. Nei Paesi Bassi anche i tribunali civili per reati minori talvolta prescrivono come pena un pellegrinaggio. Tuttavia, tranne che nelle sentenze dell'Inquisizione, la pena spesso poteva essere commutata in un versamento di denaro: in poche parole il pellegrinaggio, se lo faceva chi non riusciva a racimolare la somma sufficiente.

“Partire è un po' morire”: se la rituale periodicità e l'incremento stesso del numero dei pellegrini fanno ricollocare il viaggio nell'ambito della normalità, nondimeno i rischi, gli imprevisti, i pericoli connessi al viaggiare restano comunque grandi e temibili, tanto da rendere il viaggio una scelta di portata estrema, e quindi soggetta ad una certa regolamentazione sociale e giuridica. La morte durante il viaggio è un'eventualità tutt'altro che remota, tanto che sopra la tomba, il disegno del bastone e del cappello del pellegrino indica viaggi mai terminati, di anonimi viaggiatori morti lungo il cammino.

La ritualità della partenza esprime proprio la valenza radicale di questo evento: il pellegrino prima di intraprendere il cammino viene benedetto durante una messa appositamente celebrata, chiede perdono a tutti coloro che ha offeso, fa confessione e testamento fissando un termine oltre il quale può essere considerato morto; in mancanza di diverse disposizioni, il clero locale è considerato custode dei suoi beni. Non di rado i ricchi fanno donazioni di beni alla Chiesa con condizione di ricevere un usufrutto in caso di ritorno (la chiesa si impegnava anche a dare una sorta di pensione alla vedova e agli orfani del pellegrino morto in viaggio).

L'abbigliamento del pellegrino aveva anche una sua importanza: mentre gli antichi pellegrini penitenziali camminano scalzi o addirittura con catene, i semplici pellegrini indossano invece abiti un po' particolari, che li contraddistinguono e li differenziano rispetto ai normali viaggiatori:

- Il **bordone**, forte bastone con punta di ferro, è la terza gamba del pellegrino, aiuto nel cammino ma anche strumento di difesa da possibili aggressori, e simbolo resistenza contro il male;
- La **bisaccia**, di piccole dimensioni proprio per far sì che i pellegrini confidino nell'elemosina, nella provvidenza divina. Si allude chiaramente alla mortificazione dei vizi;
- La **schivina**, veste di panno ruvido, e più tardi un corto **mantello** e un **cappello** a tese larghe. Qualche volta portavano un recipiente per l'acqua e una ciotola.

Un abbigliamento molto rudimentale per noi, che siamo abituati ai tecnicismi dei vari *Gore-tex* o *Vibram*, ma essenziale e carico di una profonda simbologia, dove ogni oggetto trascende il suo uso pratico e si fa portatore di significati metaforici.

Diversi simboli indicano la destinazione (o la provenienza) del pellegrinaggio:

- **Ramo di palma** per Gerusalemme;
- **Conchiglia** per Santiago di Compostela;
- **Chiave** per Roma.

Questi simboli, insieme alla lettera di accoglienza, servivano anche a esentare il pellegrino dal pagamento dei pedaggi e a difenderlo in una certa misura, dalle aggressioni di ladri e banditi. Il problema della sicurezza riguardava tutti: mercanti, viaggiatori e pellegrini. Vaste regioni d'Europa erano infestate da briganti che vivevano assaltando e derubando viaggiatori e pellegrini, ma che in una certa misura rispettavano l'attestato (lettera di accoglienza) di pellegrino o addirittura rilasciano un loro lasciapassare da esibire ad altri banditi a scopo protettivo. La Chiesa si preoccupa di salvaguardare la sicurezza dei pellegrini: nel concilio Laterano del 1123, si arriva a sancire la scomunica per chi molesta i pellegrini o esiga ingiusti pedaggi. E se non bastava il pericolo dei banditi, c'erano poi i lupi da affrontare, e le piene sui fiumi, tanto che spesso i ponti sono affiancati da simboli religiosi in funzione tutelare, e la manutenzione dei ponti affidata a istituzioni religiose. In mancanza di ponti si attraversava con traghetti, oppure, con l'aiuto piuttosto incerto di una corda stesa tra le due sponde. Naturalmente era nel corso dei mesi meno freddi, che la maggior parte dei pellegrini si metteva in viaggio: quando il clima più mite avrebbe reso meno problematica l'eventualità di allestire un rudimentale bivacco serale, e dormire all'aperto sotto un semplice tetto di stelle. In giornate più lunghe e luminose 30 o 40 km, di cammino, si possono più piacevolmente diluire in un arco di tempo maggiore senza correre il pericolo di essere sorpresi dal cadere delle tenebre. Superare d'inverno gli alti passi alpini era non solo oltremodo pericoloso, ma in molti casi praticamente impossibile e comunque bisogna tener presente che in tutta l'antichità, praticamente fino al XVIII secolo, le montagne sono state percepite, rappresentate e vissute come luogo ostile, pericoloso e terrifico.

Lo stesso paesaggio montano che noi oggi qualifichiamo con aggettivi tipo bello, suggestivo, emozionante veniva rappresentato come orrido, squallido, terrificante: luogo in cui prendono corpo le più oscure fantasie. Sostanzialmente, le catene montuose venivano concepite come un difetto della natura, un inutile ingombro o un pericoloso ostacolo al transito degli eserciti o delle carovane di commercianti e viaggiatori. Quella che per noi escursionisti può essere oggi una entusiasmante passeggiata, per il pellegrino, era una prova da superare con coraggio, un passaggio anche simbolico in cui dominare la paura.

Storicamente, le vie degli stranieri verso Santiago furono anche marittime, soprattutto in primavera-estate, ed è anzi diffusa l'opinione che per mare fosse arrivata nella Francia carolingia, la notizia della tomba dell'apostolo, e che i primi pellegrini arrivassero proprio dal mare: ci sono testimonianze di viaggi dall'Inghilterra verso A Coruña, nel XIII secolo, che duravano solo quattro giorni, e certamente il percorso marittimo era il meno rischioso, se fatto nella buona stagione, in tempi di strade assai insicure e di abitati scarsi e lontani tra loro.

La *Ruta de la Costa*, cioè la via di Santiago lungo la costa cantabrica, è la principale traccia del cammino più antico, a testimoniare che i pellegrini arrivavano a Santiago da porti atlantici, anche più ad est di A Coruña (praticamente dalla Francia alla Galizia).

Le principali vie di terra che convergevano verso Santiago sono descritte nel *Codex calixtinus* (*il Liber Sancti Jacobi*) ed erano e sono ancora:

- dall'Italia, la **Via Francigena** (con una variante costiera che si diramava lungo la costa da Pontremoli) e poi la *Via Tolosana* fino ai Pirenei;
- dalla Francia, le vie erano diverse; a partire dal Sud si potevano percorrere:

la *Via Tolosana*, la più meridionale, da Arles attraverso Tolosa; questo cammino era utilizzato anche dai pellegrini tedeschi provenienti dalla Oberstrasse, e passava i Pirenei a Somport (Huesca);

la *Via Podense*, da Lione e Le Puy-en-Velay, che passava i Pirenei a Roncisvalle;

la *Via Lemovicense*, da Vézelay, per Roncisvalle;

la *Via Turonense*, da Tours e Roncisvalle, che raccoglieva i pellegrini che arrivavano dall'Inghilterra, dai Paesi Bassi e dalla Germania del Nord lungo la Niederstrasse;

- lungo il *Camino aragonés* i principali paesi attraversati sono Yesa, Sangüesa, Enériz;
- lungo il *Camino francés* il principale paese che si incontra è Pamplona.

2.4 CRISTOFORO COLOMBO E I SUOI SCONTRI CULTURALI

L'Italia e l'Europa, nel Quattrocento e nel Cinquecento, erano percorse da fitti e costanti collegamenti commerciali, militari, politici, lungo le strade, lungo i fiumi, spesso per mare lungo le coste. I viaggi che ormai da parecchi secoli coprivano fittamente questi territori, avevano prodotto una nuova sensibilità geografica, agli spazi e al paesaggio.

Nato a Genova nel 1451, Colombo viaggiò dapprima per scopi solo commerciali in Spagna, Portogallo, all'isola di Madera per imbarcare zucchero. Aveva quasi quarant'anni quando si accorse, attraverso la lettura di libri di scienza e viaggi, di avere la passione del mare e si convinse che *"la via d'Occidente portava anch'essa alle Indie"*.

Anche se ancora non era provato che la terra fosse rotonda, egli ne era certo. Puntando quindi verso occidente, necessariamente avrebbe dovuto sbarcare nelle terre asiatiche. Dalle coste della Spagna, dove si trovava, davanti ai suoi occhi si apriva l'immensa distesa dell'oceano: si trattava solo di percorrerlo, sfidando un elemento per lui naturale. Egli dovette affrontare difficoltà per convincere qualcuno ad appoggiare e finanziare il suo piano, e finalmente i reali di Spagna gli diedero fiducia e lo aiutarono nell'impresa che ai più, sembrava folle. Lo scopo della spedizione era commerciale: raggiungere i paesi ricchi di spezie e oro dell'Asia orientale e conquistare terre e isole incontrate lungo la navigazione. Colombo, inoltre, portava con sé una missiva dei sovrani di Spagna destinata al Gran Can, tanta era la speranza di arrivare nei luoghi dei quali aveva parlato Marco Polo nel *Milione*.

Nel 1492, tre piccole navi, le caravelle, furono allestite nel porto di Palos; la Santa Maria, la Pinta, e la Nina. Colombo, il 3 agosto con 120 uomini di equipaggio, si avventurò nell'immenso Oceano Atlantico mai attraversato da nessuno. La più grande avventura di ogni tempo era iniziata. La traversata dell'Atlantico durò oltre due mesi, tra il malcontento degli uomini dell'equipaggio a cui, Colombo, spesso doveva nascondere la reale distanza compiuta per non scoraggiarli.

Era il 12 ottobre 1492, giorno ufficiale della scoperta delle Americhe, (data che convenzionalmente segna l'inizio dell'Età Moderna), quando il passaggio di uccelli migratori precedette, tra il giubilo generale, l'avvistamento della prima isola. Una piccola isola dell'arcipelago Bahama, nell'America centrale, detta Guanahani e, ribattezzata da Colombo San Salvador. Colombo era sicuro di essere giunto in Asia, nelle terre descritte da Marco Polo; proseguendo, egli scoprì le grandi isole di Cuba e di Haiti, e nella sua convinzione, chiamò queste terre "Indie Occidentali" e gli abitanti "indiani".

Ad Haiti costruì una fortezza, lasciò un piccolo contingente di uomini, quindi riprese il mare per ritornare in Europa. Nel marzo 1493, dopo una traversata altrettanto avventurosa,

ma sostenuta dall'entusiasmo della "scoperta", Colombo approdò a Palos, tra l'incredulità degli Spagnoli e di tutti coloro che avevano osteggiato il suo progetto. Certo pochi avrebbero prestato fede al suo racconto e quello dei suoi uomini, se Colombo non avesse portato con sé indiscutibili testimonianze; un carico di prodotti strani e dieci indigeni. Aveva senz'altro raggiunto terre sconosciute, ma quanto aveva portato, lasciò delusi i sovrani, che si aspettavano da quel viaggio qualcosa di più prezioso.

Nel giro di pochi anni tra il 1493 e il 1500, altre quattro spedizioni seguirono la prima. Tra queste, la più importante fu la seconda, partita da Cadice e fornita di 170 persone che avevano il compito di iniziare la colonizzazione dei nuovi territori per i reali di Spagna: vennero scoperte le isole Antille, e la costa nord dell'America meridionale alle foci dell'Orinoco. Qui, a causa di ribellioni, che da tempo avvenivano nelle terre appena colonizzate, un inviato del re arrestò Colombo e lo portò prigioniero in Spagna, ma fu presto liberato. Nel 1504 si stabilì in Spagna, e vi trovò un ambiente ostile; la regina, sua protettrice, era morta; il re e la corte non comprendevano l'importanza delle sue scoperte. Morì a Valladolid nel 1506, quasi povero, convinto sempre di aver raggiunto l'Oriente navigando verso Ponente. Ma il suo grande merito rimane, quello di aver compiuto un viaggio di scoperta verso una meta che era solo una intuizione, un'impresa quasi irrealizzabile, con i mezzi di quel tempo.

La figura di Cristoforo Colombo è rimasta sempre nella storia, poiché nel 1492 il navigatore italiano guidò una spedizione attraverso l'Oceano Atlantico a bordo di tre caravelle: la Niña, la Pinta e la Santa Maria. Il suo scopo era quello di raggiungere le Indie, sostenendo che la Terra avesse un diametro abbastanza piccolo, da poter compiere la traversata.

Infatti, nonostante la credenza oggi molto diffusa che Colombo fosse il solo a sostenere che la Terra fosse rotonda, era invece opinione comune della gente colta del tempo che il nostro pianeta fosse in effetti sferico. La forte opposizione che Colombo trovò, non derivava dalla rotondità o meno della Terra ma dal fatto che si reputava la Terra troppo grande perché la traversata oceanica fosse fattibile. I calcoli di Colombo erano, oggi sappiamo, sbagliati, mentre quelli dei suoi avversari erano sostanzialmente corretti.

La grande fortuna di Colombo fu che il suo viaggio venne ridotto a solo un terzo di quello previsto, perché sulla strada per le Indie trovò le Americhe. Colombo stesso, non si rese conto all'inizio di essere su un continente diverso da quello che si aspettava, cosa che invece fu appurata da Amerigo Vespucci, da cui il continente americano prende il nome.

Per qualche tempo Colombo visse con il fratello Bartolomeo, un cartografo. Grazie a lui approfondì la lettura e il disegno delle carte, studiò le opere di molti geografici, navigò su molte navi, dall'Africa al Nord Europa. In seguito a questi studi e a contatti con il geografo Fiorentino Toscanelli, si convinse della nuova teoria che circolava, ossia che la Terra fosse rotonda e non piatta come da millenni si andava affermando. Alla luce di queste nuove rivelazioni, che gli aprivano orizzonti infiniti nella testa, Colombo cominciò a coltivare l'idea di raggiungere le Indie, navigando verso occidente. L'idea di navigare verso ovest per raggiungere le Indie risale agli antichi Greci. Ma noi sappiamo che, se il continente americano non fosse esistito, gli esperti avrebbero avuto ragione: Cristoforo Colombo, con le sue fragili caravelle, non sarebbe mai riuscito ad attraversare un oceano vasto quanto l'Atlantico e il Pacifico messi insieme.

La sua impresa testimonia lo spirito dell'umanesimo rinascimentale, dell'*homo faber fortunae suae*. Nonostante le avversità che dovette affrontare e i suoi stessi errori, Cristoforo Colombo, con la sua impresa, apre la strada alla storia moderna, tanto che gli storici considerano convenzionalmente il 1492 come l'anno in cui finisce il Medioevo, e inizia l'Evo Moderno. I viaggiatori che si misero sulle sue vie, si accorsero infatti di aver scoperto un nuovo

continente, di cui sfruttarono a fondo le ricchezze, tanto anche da colonizzarle.

Possedere carte nautiche, all'epoca di Cristoforo Colombo, significava essere un po' i padroni dell'Universo. Le carte erano talmente preziose da essere custodite come segreti di stato; espressione di conoscenza geografica esclusiva e quindi strumento di conquista e di potere. Chi aveva la carta nautica comandava sui mari, e chi comandava sui mari decideva le sorti delle genti. La cartografia marina era perlopiù esperienza del singolo navigante, ma già proiettata verso una scienza multidisciplinare. La carta nautica, strumento essenziale per la sicurezza della navigazione, era quindi mezzo di conquista territoriale e commerciale, ma anche rappresentazione di una sorta di linguaggio comune a naviganti di lingue e civiltà differenti. Non sappiamo quali carte nautiche abbia impiegato Colombo, sicuramente gelosamente custodite e magari molto ben nascoste; nel 1488 le navi portoghesi avevano già doppiato il capo Tormentoso dopo d'allora capo di Buona Speranza e si erano addentrate nell'Oceano Indiano.

In una lettera scritta dal Toscanelli a Colombo si legge: “... *io stimai il tuo desiderio nobile e grande bramando tu di navigar dal levante al ponente come la carta, che io ti mandai, si dimostra. La quale si dimostrerà meglio in forma rotonda*”.

A bordo della Santa Maria, nel 1492, Colombo aveva quindi un supporto cartografico e scientifico di grande rilievo per il suo tempo, che gli permise di approdare, senza saperlo, nel Nuovo Mondo. Lo spirito dell'esplorazione era animato da interessi commerciali e politici, che avrebbero portato le grandi nazioni marinare a sfidare l'ignoto per costruire potenti imperi coloniali nel giro di pochi decenni. All'epopea delle Crociate era seguita l'avanzata dell'Islam, e l'attenzione dei paesi cristiani si polarizza sul Vicino Oriente, ambito mercato di spezie e prodotti esotici, animata dai resoconti degli uomini d'arme e di fede, tanto quanto dalle notizie a suo tempo diffuse da Marco Polo. Alla conoscenza reale si sovrappongono racconti leggendari e favole antiche; laddove non esistono dati di fatto, si sopperisce con l'immaginazione: sulle carte compaiono esseri mostruosi con arti multipli o teste di cane che forse esprimono la paura dell'ignoto o un senso di superiorità del cristiano sull'infedele. I mari sono popolati da creature marine fantasiose e sproporzionate, intese forse come rappresentazione dei pericoli della navigazione o forse come indicazione di acque pescose.

“*La gloria di Colombo non consiste nell'essere arrivati, ma nell'aver levato l'ancora*”.
(Victor Hugo)

Cristoforo Colombo e la percezione degli indiani.

Per cultura si intende: “*tutte quelle pratiche, come le arti della descrizione, della comunicazione, e della rappresentazione, che godono di una relativa autonomia dalle sfere dell'economia, del sociale e della politica, e che sovente, assumono forme estetiche che hanno tra i loro principali obiettivi, il piacere. Tra queste si deve tenere conto del popolare complesso di leggende, miti e tradizioni, nonché tutte quelle discipline quali, l'etnografia, la storiografia, la filologia, la sociologia, e la storia letteraria*”.⁽⁷⁾

Questa definizione moderna di cultura, non esisteva né all'epoca di Colombo, né all'epoca dei grandi imperi occidentali, dove il colonialismo era una delle principali attività. Ma c'è una sottile differenza tra i conquistatori e i colonizzatori. Potremmo dire: che per i primi, l'incontro con il diverso era brutto, violento e l'indigeno veniva disprezzato in ogni sua mani-

7 Edward Wadie Said, *Culture and Imperialism*, 1984, p. 8.

festazione; mentre per il colonizzatore dell'Ottocento, la "wilderness" era, si disprezzata e sottomessa, ma aveva pure un certo suo fascino. Per gli scrittori, viaggiatori, colonizzatori, risalire quel fiume (cioè quelle origini), era come viaggiare all'indietro verso i più lontani primordi del mondo, riscoprendo se stessi, le proprie origini. "Ma questo viaggiatore civilizzato in mezzo al fiume deve essere almeno altrettanto uomo di quelli sulla riva". Ciò vuol dire che l'incontro con il diverso permette il riconoscimento della nostra identità, un'umanità diversa, ma uguale alla nostra.

Una terra ancora vergine, diversa, incomprensibile, dove tutto creava stupore. L'incapacità di comprendere le altrui culture, e la convinzione della propria superiorità, sono sempre presenti nelle descrizioni di Colombo e degli altri viaggiatori. Colombo parla degli uomini che vede solo perché, dopotutto, fanno parte anch'essi del paesaggio. I suoi accenni agli abitanti delle isole sono sempre inframmezzati alle sue notazioni sulla natura: fra gli uccelli e gli alberi vi sono anche gli uomini. «*Nell'interno vi sono molte miniere di metalli e innumerevoli abitanti*» (Lettera a Santángel, febbraio-marzo 1493). «*Continuamente in queste scoperte fino ad allora era andato di bene in meglio, tanto per le terre, gli alberi, i frutti e i fiori, quanto per gli abitanti*» (Giornale di bordo, 25 novembre 1492). «*Quattro o cinque di queste radici [...] sono molto gustose ed hanno lo stesso sapore delle castagne...*». Ma qui sono molto più grandi e migliori di quelle che aveva trovato nelle altre isole, e l'Ammiraglio dice di averne trovate anche in Guinea, ma qui erano grandi come una coscia. Afferma anche, di questa gente, «*... che eran tutti robusti e valenti*» (16 dicembre 1492). È chiaro in che modo vengono introdotti gli esseri umani: per mezzo di una comparazione, che serve a descrivere le radici. «*I marinai videro che le donne maritate portavano mutandoni di cotone, ma non le ragazze, eccettuate alcune che avevano già diciotto anni. C'erano dei mastini e altri piccoli cani, e videro un uomo che aveva nel naso un pezzo d'oro, che poteva avere la grandezza di mezzo castellano*» (17 ottobre 1492).

Questa menzione dei cani in mezzo alle osservazioni sulle donne e sugli uomini indica bene il registro nel quale questi saranno integrati. Significativa è la prima menzione degli indiani: «*Subito videro gente nuda*» (11 ottobre 1492). Era vero, ma è rivelatore che la prima caratteristica di quel popolo che colpisce Colombo, sia la mancanza di abiti, i quali a loro volta sono un simbolo di cultura (di qui l'interesse di Colombo per le persone vestite, che avrebbero potuto essere un po' meglio assimilate a ciò che si sapeva del Gran Khan; è un po' deluso di aver trovato solo dei selvaggi). E la constatazione ritorna: «*Vanno ignudi, uomini e donne, come le loro madri li hanno partoriti*» (6 novembre 1492). «*Questo re e tutti gli altri andavano nudi come la loro madre li aveva fatti, e così anche le donne, senza alcuna traccia di vergogna*» (16 dicembre 1492).

Le sue osservazioni si limitano, non di rado, all'aspetto fisico delle persone, alla loro statura, al colore della pelle (molto più apprezzato, quando è più chiaro, cioè più simile al suo). «*E sono del colore degli abitanti delle Canarie, né neri né bianchi*» (11 ottobre 1492). «*Erano decisamente più belli degli altri; tra loro videro due giovani donne, bianche come spagnole*» (13 dicembre 1492). E conclude con sorpresa che, benché nudi, gli indiani sembravano più simili a uomini che ad animali.

Fisicamente nudi, gli indiani agli occhi di Colombo sono anche privi di ogni proprietà culturale: sono caratterizzati, in qualche modo, dalla mancanza di costumi, di riti, di religione. C'è inoltre la sua abitudine di vedere le cose, così come gli conviene di vederle; ma è significativo che questa abitudine lo porti a costruirsi l'immagine della nudità spirituale. «*Mi parve che fossero gente molto povera di ogni cosa...*» scrive in occasione del primo incontro con gli indiani; e aggiunge: «*... Mi parve che non abbiano alcuna religione*» (11 ottobre 1492).

«*Questa gente è molto mite e timida, nuda, come ho detto, senza armi, né legge*» (4 novembre 1492). «*Non hanno religione e non sono idolatri*» (27 novembre 1492). Già privi di lingua, gli indiani si rivelano anche sprovvisti di leggi e di religione; e se hanno una cultura materiale, essa non attira l'attenzione di Colombo più, di quanto lo interessi la loro cultura spirituale.

L'atteggiamento di Colombo nei confronti di questa cultura è, nella migliore delle ipotesi, quello del collezionista di curiosità, e non si accompagna mai a un tentativo di comprensione: osservando per la prima volta delle costruzioni in muratura (nel suo quarto viaggio, sulle coste dell'Honduras), si accontenta di ordinare che ne venga staccato un pezzo da conservare per ricordo. Non desta meraviglia che tutti questi indiani, si somiglino fra loro: «*Tutta questa gente è affine a quella già menzionata. Sono dello stesso tipo, egualmente nudi e della medesima statura*» (17 ottobre 1492). «*Vennero molti di questi abitanti, che sono simili a quelli delle altre isole, nello stesso modo nudi e dipinti*» (22 ottobre 1492). Gli indiani si assomigliano perché sono tutti nudi, privi di caratteri distintivi.

Misconoscimento, dunque, della cultura degli indiani e loro assimilazione alla natura; con queste premesse, non possiamo certo attenderci di trovare negli scritti di Colombo un ritratto particolareggiato della popolazione. L'immagine ch'egli ce ne offre obbedisce, in parte, alle stesse regole che presiedono alla descrizione della natura: Colombo ha deciso di ammirare tutto, e quindi in primo luogo la bellezza fisica. «*Erano molto ben fatti, con corpi molto belli e volti molto graziosi*» (11 ottobre 1492). Ma vi è anche ammirazione. Sono brava gente, dichiara di primo acchito Colombo, senza preoccuparsi di giustificare la sua affermazione. «*Sono il miglior popolo del mondo e soprattutto il più dolce*» (16 dicembre 1492). «*L'Ammiraglio afferma che è impossibile credere che qualcuno abbia mai visto un popolo con tanto cuore*» (21 dicembre 1492); ma quando conoscerà un po' meglio gli indiani, egli cadrà nell'estremo opposto, senza per questo fornire informazioni più degne di fede: naufrago in Giamaica, si vede «*circondato da un milione di selvaggi crudelissimi e a noi ostili*». (Lettera rarissima, 7 luglio 1503). Certo, si resta colpiti dal fatto che Colombo non trova per caratterizzare gli indiani aggettivi diversi dalla coppia buono/cattivo, che in realtà non dice niente: non solo perché queste qualità dipendono da un determinato punto di vista, ma anche perché corrispondono a stati momentanei e non a caratteristiche permanenti; non sono il frutto del desiderio di conoscere, ma dell'apprezzamento pragmatico di una situazione.

I viaggi e le esplorazioni sono una delle possibili forme di globalizzazione, perché hanno consentito e permetteranno di unire l'ignoto al conosciuto. In questa prospettiva i viaggi "globali" di Colombo, costituiscono il simbolo di globalizzazione più significativo legato alle esplorazioni. Il viaggio di Colombo rappresenta il compimento della figura dantesca di Ulisse. Il folle volo, compiuto superando le colonne d'Ercole, è sì, scoperta e ardimento, ma ciò ha prodotto un rimpicciolimento del mondo, monotonia fisica del mondo. Dal viaggio dunque si trae «*Amaro Sapere*», afferma Baudelaire. Ogni speranza di scoperta, di affascinante diversità, di vasti orizzonti, è abbattuta nello spazio e nel tempo: il mondo si rivela piccolo e monotono, e sempre, ieri, oggi e domani, non fa che rimandarci la nostra immagine.

Ma Cristoforo Colombo, era italiano, o/e europeo? Certo, ma è anche qualcosa di più e di diverso. Non per come era, ma per ciò che è stato dopo di lui e a causa sua. Non "cittadino del mondo" ma artefice di un mondo di cui è diventato possibile essere cittadini. Senza l'impresa di Colombo, pur figlia del suo tempo, non ci sarebbe, per dire una, "globalizzazione", perché non ci sarebbe, nella geografia umana, un globo ma soltanto dei continenti. Questo europeo, aprì la strada alla "europeizzazione" del pianeta, che nel costume rimane, anche se si è consumato il dominio politico. Questo ammiraglio di Spagna diede alla penisola iberica

un continente come cortile di casa, su cui crebbe, però, un'egemonia senza precedenti degli anglosassoni sul mondo.

Il Pontefice che volle sigillare con un arbitrato tra Madrid e Lisbona il monopolio cattolico sul Nuovo mondo, preparò la via, alla dottrina di "Monroe", che escludeva dal Nuovo mondo, Europa e cattolicesimo. Si è potuto dire, anzi, che la decadenza della Spagna cominciò con la Conquista, e l'Italia, o meglio gli italiani, quasi sparirono di scena quando il Mediterraneo smise, per opera di questo italiano, di essere il Mare del Mondo. L'Estremo Oriente, l'Asia, aveva prima di lui fronteggiato l'Occidente nelle battaglie tra i monti e le steppe e vi aveva commerciato attraverso la Via della Seta. Di colpo si ritrovò l'Occidente ad Oriente, le caravelle al posto delle carovane e si scoprì assediato. L'Islam fu tagliato fuori e spinto già allora verso un ruolo di sub-cultura ribelle, alla cui esplosione assistiamo in questi giorni. Il Giappone prima, e la Cina poi, hanno finito con l'adattarsi e adeguarsi alla "globalizzazione", in nome del capitalismo o dietro le sembianze dell'altra invenzione occidentale che fu il comunismo. La "Terra incognita" che Colombo incontrò, generò la superpotenza che domina la Terra senza frontiere. Ma la "fine della Storia" non è la fine della storia. La "superamerica", che domina il resto del suo emisfero come gli altri emisferi, che si è preparata questo ruolo sforzandosi di recidere le sue radici e, per collocarsi al centro anche geografico del Pianeta, di spingere lontane le caravelle di Colombo, gli sta aprendo la strada per un ritorno imprevisto e trionfale. Gli Stati Uniti, emuli ora coscienti dell'Impero di Roma, hanno aperto le porte, come allora Roma all'ellenismo, a una rilatinizzazione.

L'America yankee e poi "multiculturale" sta diventando "biculturale", bilingue. Ha già più ispanici che cittadini di pelle nera, e la migrazione verso Nord dilaga. Le decine di milioni di immigrati le restituiscono pacificamente i caratteri che i Conquistadores invano tentarono di imprimerle. Gli United States sono, ogni anno di più, los Estados Unidos. Ma il nuovo ellenismo che parla spagnolo ha alle spalle una Grecia che parlò italiano. Il cerchio forse si chiude. Le caravelle ripartono da Palos e il loro capitano da Geno.

2.5 IL GRAND TOUR

Dalle epoche più antiche ai tempi moderni, sono in molti ad aver sentito l'esigenza di descrivere spostamenti vissuti in prima persona, riferiti o creati dalla fantasia. Tutti sono concordi nell'ammettere che il viaggio significa allontanamento da ciò che è conosciuto e familiare e che, attraverso l'esperienza del diverso, si arriva a una nuova o maggior consapevolezza di sé (già Omero definiva Odisseo l'uomo più saggio per il fatto che "di molti uomini vide le città e conobbe la mente").

La differenza tra i vari resoconti, consiste nell'atteggiamento mentale con cui il viaggio viene affrontato: se nell'antichità esso è concepito come una penitenza, una necessità che, imposta solitamente dagli dei, genera sofferenza, nel Medioevo assume tutt'altro significato e diventa piuttosto simbolo di libertà. Bisogna però aspettare l'età rinascimentale, perché partire diventi un'azione totalmente volontaria, un mezzo, nelle intenzioni di chi lo compie, per appagare la propria sete di conoscenza. È spia di questo nuovo atteggiamento il fatto che, Gian Battista Ramusio, un nobile veneziano vissuto nel XVI secolo, abbia raccolto e pubblicato in un'opera mastodontica non solo i memoriali di viaggio di personaggi di cultura, educati al pensiero umanistico, ma anche le lettere di semplici marinai. E ciò per soddisfare la curiosità dei contemporanei in merito alle Indie Orientali e a quelle Occidentali di recente

scoperta. Si deve attendere il Settecento, con il *Grand Tour*, e soprattutto l'Ottocento, con le spedizioni scientifiche, perché il diario di viaggio diventi uno strumento atto a segnalare e a catalogare tutto ciò che viene osservato nei viaggi d'istruzione nel primo caso, in terre nuove e inesplorate nel secondo.

Il Settecento illuminista inaugura il *Grand Tour*, una sorta di rito obbligato nel percorso di formazione dei giovani aristocratici. Protagonisti indiscussi del *Grand Tour* sono i giovani che hanno appena concluso gli studi. Con il viaggio, la loro educazione si completa e si perfeziona: le solide conoscenze apprese nelle università si fanno più duttili, si arricchiscono dell'uso di mondo, si aprono alla moda, al gusto e alla competenza estetica, si completano con la conoscenza comparata degli uomini e delle nazioni. A viaggiare sono anche diplomatici, filosofi, collezionisti, amatori d'arte, romanzieri, poeti, artisti. Meta privilegiata è l'Italia, culla della civiltà e dell'arte. L'Italia, per il suo ricco patrimonio artistico ed archeologico e la varietà economica, sociale, politica delle diverse zone, rappresenta una tappa irrinunciabile di questo viaggio. Le maggiori città visitate erano: Napoli, Venezia, Roma, e in Europa, Parigi e Londra. Basti ricordare quello che è uno dei più famosi resoconti di *Grand Tour*, il "*Viaggio in Italia*" di Goethe, scritto nel 1828, circa quarant'anni dopo il viaggio reale, compiuto nel 1786. Un'esigenza di solitudine e di straniamento, di distacco dalla soffocante consuetudine giornaliera del ristretto ambiente familiare, motiva il viaggio in Italia di Goethe. Ma la scelta apparentemente stravagante di auto-esiliarsi, è legata a un'esigenza positiva e concreta di compimento del lavoro letterario. I disagi del viaggio contano poco, se la distanza dalla patria è condizione della esaltazione poetica, e quest'ultima trasforma le esperienze, le visioni, le avventure del viaggio in *una riserva di felicità*.

Ma ci sono stati tanti altri tipi di viaggiatori reali: gli artisti nel Quattrocento e Cinquecento, che si spostano di corte in corte, di chiesa in chiesa; i soldati, i grandi esploratori autori delle scoperte geografiche del XV secolo, e i coloni del secolo successivo. Questi ultimi, i grandi navigatori, come Colombo e Vespucci, nelle loro relazioni si rivelano meno moderni di Polo di fronte al diverso, in quanto condizionati dai propri schemi culturali e dalla certezza della superiorità della civiltà occidentale.

Il primo personaggio letterario che modernamente si affida alla legge del mare come sfida agli spazi chiusi della storia e della vita sulla terra è Robinson Crusoe. Anch'egli vive le tappe della tradizionale esperienza: la partenza, il naufragio e l'esilio in un'isola, il ritorno. Robinson controllerà pienamente le realtà minacciose ed estranee alla sua cultura, e la sua logica pragmatica e mercantile, nell'isolamento, avrà modo di sperimentare tutta la sua efficienza, tanto da imporla come unica legge della realtà.

Nel corso dello stesso Settecento il viaggio, sia reale che letterario, va incontro ad inevitabili metamorfosi. Già Sterne, con il suo ironico, donchisciottesco "*Sentimental Journey*" (1768), inaugura (lo rivela già l'attributo usato nel titolo), un nuovo modello rispetto ai due fino ad allora prevalenti: il viaggio formativo che aveva alimentato il filone della "travel literature", ossia le cronache del *Grand Tour*, e il viaggio immaginario, come quello del "*Candide*" di Voltaire (1759) o "*I viaggi di Gulliver*" di Swift (1726). Il viaggiatore navigante e posteggiante lungo i reami più colti del globo a caccia di cognizioni e incrementi, adesso diventa viaggiatore sentimentale, si interiorizza, sul resoconto del viaggio in sé, prevale il punto di vista del viaggiatore. Ecco la scrittura letteraria come continua transizione, come negazione dell'immobilità del luogo comune, come allontanamento della rigidità degli schemi, come macchina capace di garantire perpetuo movimento, digressivo e progressivo allo stesso tempo.

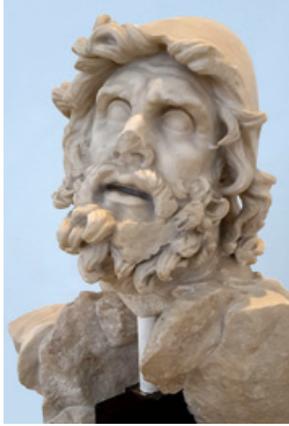
Soddisfatte le esigenze pratiche, la sete di conoscenza, il bisogno di misurare e di controllare lo spazio, il viaggio inizia ad assumere una nuova dimensione che lo porterà a diventare, in alcuni casi, paradossalmente una fuga dalla realtà razionalmente, scientificamente dominata e dominabile, in cerca di un "oltre" (si pensi all'esotismo di età romantica), o una fuga da se stessi in cerca di se stessi.

Questo mutamento rispecchia quella fase di trapasso tra i lumi e le penombre romantiche, che trova espressione nelle ambivalenze degli stessi intellettuali di quel delicato e complesso periodo storico, compreso tra, gli ultimi decenni del Settecento e i primi dell'Ottocento: basti pensare allo stesso Goethe, ad Alfieri, un viaggiatore impaziente ed esigente che corre via, quando il paese o l'ambiente sociale o la struttura politica di un luogo non lo interessa, o gli fa orrore; egli cerca i luoghi a lui congeniali, familiari, i suoi paesaggi; Montesquieu e De Brosses, che oltre a descrivere le stupendi città che visitavano, nei loro resoconti di viaggio avevano la capacità di osservare uomini e cose, e di raccogliere le proprie impressioni e osservazioni in giudizi brevi e taglienti, non privi di umorismo. Ma avevano anche la capacità di scavare sotto i pregiudizi e raccogliere le ragioni storiche e le motivazioni sociali, geografiche, climatiche, di leggi, costumi, e pratiche di convivenza. Un periodo in cui la curiosità intellettuale si rivolge direttamente non solo alle bellezze di campagne e città, non solo a luoghi e monumenti, e belle rovine del passato, non solo a meraviglie e orrori della natura, ma anche ai modi di vita degli uomini, ai movimenti delle merci, ai lavori, alle professioni, alle aspirazioni e ai bisogni, alla produzione, accumulazione e distribuzione delle ricchezze. Un viaggio attraverso l'Europa, e l'Italia in particolare, lungo percorsi circolari (che avevano cioè inizio e fine nella stessa città), la cui moda si diffuse, tra il XVI ed il XIX sec., fra i giovani dei ceti abbienti e gli intellettuali europei.

- **L'itinerario.** L'itinerario tipico del *Grand Tour* in Italia seguiva quello descritto, al termine del XVII sec., dallo scrittore francese F. Deseine: da Torino verso sud a Firenze, Siena, Roma; quindi, spesso dopo una escursione a Napoli, di nuovo a nord fino a Venezia; da qui, attraverso Padova, Vicenza, Verona e Milano, ancora a Torino. Percorso, d'altronde, non molto diverso da quello seguito già da M. de Montaigne nel 1580. Tra i più noti viaggiatori, George Byron, Edmond e Jules de Goncourt, Wolfgang Goethe, Heinrich Heine, Stendhal, Percy Bysshe Shelley.
- **Le motivazioni.** Il *Grand Tour* trovava la sua ragion d'essere non solo nel fascino delle bellezze naturali ed artistiche: soprattutto per i giovani che avevano appena terminato gli studi formali, aveva una funzione di completamento ed affinamento dell'educazione, non solo artistica. L'Italia infatti, parte centrale se non unica del viaggio, terra della classicità e straordinario museo in grado di stimolare, con le innumerevoli opere d'arte e le sue bellezze paesistiche ed urbane, le potenzialità espressive dei visitatori, offriva anche una ricca esposizione di tutti i sistemi politici immaginabili. L'insistenza, nei resoconti di viaggio, sugli aspetti selvaggi del paesaggio e sui pericoli non solo naturali (banditi, briganti), pone in luce un ulteriore aspetto: il senso del *Grand Tour* come viaggio d'iniziazione, rito di passaggio all'età adulta compiuto lontano dalle sicurezze della famiglia, in un ambiente estraneo. La tradizione si esaurisce nei primi decenni del XIX secolo: i radicali mutamenti economici, politici e sociali legati alla rivoluzione del 1789 e all'avventura napoleonica determinarono massicci spostamenti di opere d'arte e favorirono il sorgere dei grandi musei, creando per intellettuali ed artisti nuove occasioni di conoscenza. Il viaggio in Europa mantiene però ancora un suo fascino e il carattere di esperienza formativa soprattutto per i giovani statunitensi.



Gilgamesh



Ulisse



Marco Polo



Cristoforo Colombo



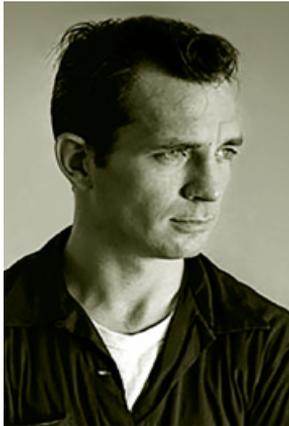
Voltaire



Johann Wolfgang Goethe



James Joyce



Jack Kerouac



Bruce Chatwin

2.6 IL TURISMO DELLA SALUTE

Viaggiare ha sempre significato, per l'uomo, una necessità che ha assunto significati diversi, di volta in volta rispondenti alle sue molteplici esigenze: conflitti, guerre, scambi commerciali, relazioni diplomatiche, evangelizzazione, salute e così via. All'inizio non si può parlare di *turismo* (dalla parola francese *tour*, "giro", "viaggio", in quanto i viaggi avevano fini utilitaristici, con lo sviluppo della civiltà, il viaggio assunse caratteristiche diverse. Nel 1600, lo sviluppo del commercio accompagnò il sorgere nelle città più importanti dei primi alberghi e delle più modeste locande. Soltanto verso la fine del 1800, possiamo parlare di vera e propria *industria alberghiera*, quando il progresso della tecnologia e la rivoluzione industriale maturarono il modo di vivere delle popolazioni ed anche le modalità con cui ci si spostava da una località all'altra. Accanto al turismo sorge l'albergo: l'attività alberghiera è una forma di ospitalità a pagamento, che nasce e incomincia a svilupparsi nel momento in cui le attività di scambio si estendono al di fuori del nucleo sociale originario. L'albergo segue i flussi turistici e compare non solo lungo le vie di comunicazione, ma anche nelle località valide dal punto di vista ambientale e paesaggistico.

Il reale sviluppo dell'industria dell'ospitalità, inizia però solo verso la seconda metà del XIX secolo per aumentare progressivamente nel XX secolo con la trasformazione del turismo, da *fenomeno di élite in fenomeno di massa*.

La scomparsa della diligenza a cavalli e il progresso del trasporto ferroviario, ha certamente costituito il punto di partenza dello sviluppo turistico. La salute è uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale, e non soltanto l'assenza di malattia o infermità. Questa interpretazione di salute si associa con estrema facilità all'idea stessa di turismo; anzi, si può sostenere che il turismo moderno nasce come risposta ai problemi di salute, come cura del corpo e dello spirito. Il turismo della salute può essere ricondotto allo spirito con il quale, la civiltà classica greca e romana, nel soggiorno in campagna, contrapponevano ai *negotia* il valore positivo dell'*otium*. I pellegrini medievali andavano a Roma o a Santiago de Compostela nella speranza del benessere fisico e dell'anima. Successivamente lo sviluppo del culto della salute si attuò attraverso la civiltà della "villeggiatura settecentesca", come rifugio della nobiltà in centri salubri. Il *Grand Tour* permise di scoprire i benefici effetti fisici, culturali e sociali del Mediterraneo. Già nel Seicento e soprattutto nel Settecento le città turistiche più organizzate sono proprio le località termali, che sorgevano sia lungo bacini fluviali, lacuali, o marini, sia in felici aree climatiche (Brighton, Weymouth, Bath). Nei secoli successivi, anche la montagna diviene il rifugio della borghesia per respirare aria fine e pura, così diversa da quella della città. Ma è nel XX secolo, dagli anni Venti in poi, che si ha una spinta decisiva nell'idea di corrispondenza tra salute e turismo; si crea così il turismo sociale come conquista della salute, dello svago e del benessere.

Oggi molte tipologie della vacanza non sono più giustificate esplicitamente da esigenze terapeutiche. La vacanza stessa è diventata un'abitudine, un'istituzione della vita collettiva, un periodo indispensabile nella scansione personale dell'anno. La motivazione della salute, comunque, rimane sempre implicitamente presente nella prospettiva del benessere psicofisico e si affianca ad altri tipi di motivazione. Infatti, possiamo affermare che anche le forme di turismo legate alla cultura ed al divertimento, vanno interpretate come una richiesta di benessere psicofisico per interrompere la quotidianità di stili di vita stressanti.

Salute vuol dire star bene. La salute diventa risorsa, incremento di opportunità, processo di divenire. Così muta il concetto di cura: dapprima terapia, successivamente, totale attenzione psicofisica del soggetto. Quindi curarsi non vuol dire esclusivamente guarire da una

malattia, ma significa aiutarsi a crescere, prendersi cura non solo della propria salute, ma di tutto se stesso. Chi presta particolare attenzione alla propria salute e al proprio benessere, nel corso dell'anno avverte la necessità di trascorrere un periodo saluto-genetico. L'attività termale è essenziale per il turismo della salute e vengono usate tutte quelle tecniche scientifiche predittive e preventive tipiche delle cure termali, nonché l'uso di medicine naturali. Il turismo della salute non deve curare soltanto una specifica tipologia di malattia, ma deve anche prendersi cura della salute dell'uomo in senso generale e completo.

La percentuale di persone oltre i 60 anni in Europa è in crescita. È probabile che le stesse conservino la loro indipendenza e salute più a lungo possibile e, per tale ragione, il turismo legato alla salute, alle terme, al mantenersi sani sarà uno dei settori che ne trarrà maggior beneficio. Queste persone passano periodi sempre più lunghi nelle destinazioni turistiche che offrono condizioni di vita piacevoli, in particolare nei paesi del sud e fuori stagione. Il cambiamento nella struttura demografica della popolazione e nei comportamenti di viaggio si risolverà in nuova domanda di prodotto.

2.7 IL VIAGGIO NEL XX SECOLO JAMES JOYCE, JACK KEROUAC, BRUCE CHATWIN

Perché si viaggia? Quale è il significato che sottende il desiderio, spesso concitato, di partire? Gli uomini avvertono il peso che opprime il loro animo e, ignorandone la causa, o forse disconoscendola, vivono inquieti, si spostano in continuazione, ma non riescono a sgravarsi dall'oppressione, perché in realtà stanno cercando inutilmente di sfuggire a se stessi.

Scriva Seneca: «*Un viaggio che giovamento ha mai potuto dare? Non modera i piaceri, non frena le passioni, non reprime l'ira, non fiacca gli indomabili impulsi dell'amore, insomma, non libera da nessun male. Non rende assennati, non dissipa l'errore, ma ci attrae temporaneamente con qualche novità come un bambino che ammira cose sconosciute. Rende, invece, lo spirito già gravemente infermo, ancora più incostante, e questo agitarsi lo fa diventare più instabile e volubile. E così gli uomini abbandonano con più smania quei posti che avevano tanto smaniosamente cercato e se ne vanno più velocemente di quanto erano venuti. [...] Fino a quando ignorerai che cosa si deve fuggire, che cosa ricercare, che cosa è necessario o superfluo, giusto o ingiusto, questo non sarà viaggiare, ma vagabondare*».⁽⁸⁾

James Joyce, dal viaggio interiore a quello cosmico.

L'errare di Bloom, nell'*Ulysses* di Joyce, è limitato alla città di Dublino, dunque in un ambiente estremamente circoscritto. E, per di più, nel corso di una giornata, dal mattino a notte fonda. È anche vero che il viaggio di Leopold Bloom, rappresenta vividamente un errare per tutto il cosmo, attraverso l'intera esperienza umana.

Episodi, scene e fatti dell'*Ulysses* sono costruiti con più o meno evidente parallelismo rispetto all'opera omerica. Nella penultima sezione del romanzo di Joyce, intitolata Itaca, la mente di Bloom è percorsa da sogni che lo riportano a un ultimo viaggio, quello che lo conduce a vagare oltre i confini della Terra, per tutto il cosmo. È il sogno dell'Ulisse dantesco,

8 Lucio Anneo Seneca, "Epistulae morales ad Lucilium" (Lettere morali a Lucilio), 104.

ma tradotto in termini moderni. Tuttavia, nel corso di questo stesso viaggio sognato, di questo sogno, di questa immaginazione notturna, Bloom si ritrova a casa, coricato a letto al fianco della moglie Molly, come spinto da una sorta di reincarnazione del Messia, da una sorta di "Avvento". E, sempre in sogno, torna a casa come un Ulisse vendicatore, come il Conte di Montecristo. In Bloom sono presenti entrambe le pulsioni del viaggio. Il romanzo si conclude con l'ininterrotto fluire delle immagini che affollano la mente di Molly - Penelope, e con le ultime parole di Molly che ricorda l'episodio sulla rocca di Gibilterra, dove lei è nata e cresciuta, e in cui per la prima volta ha fatto all'amore. Questo episodio si sovrappone all'altro, in cui, sulla cima di Howth, promontorio che chiude la baia di Dublino, a Nord, Bloom - Ulisse, chiede la mano di Molly. La rocca di Gibilterra potrebbe equivalere alle colonne d'Ercole del passo dantesco a cui si sovrappone la Dublino - casa di Bloom, in un gioco ironico e sottile tra il ricordo e il sogno, che di Joyce conosciamo bene, e attraverso il ricorso al "monologo interiore". Direi che il personaggio di Bloom - *Ulysses* comprende tanto il viaggiatore che non trova una propria stabilità quanto l'eroe del "ritorno". Il personaggio creato da Joyce ricopre un'importanza fondamentale sotto il profilo dell'immaginario occidentale.

L'Ulisse di Joyce.

Il Telemaco del libro è Stephen Dedalus, che abbiamo conosciuto in "*Ritratto dell'artista da giovane*": è in gran parte lo stesso James Joyce prima del suo esilio fuori d'Irlanda. Educato nella religione cattolica, Stephen si è ribellato contro il bigottismo dei suoi compatrioti e l'ordine sociale in generale; rifiuta di servire ogni ideologia e irride al cosiddetto "Rinascimento gaelico" che agita l'ambiente artistico dublinese. Alla fine del romanzo precedente, partiva per Parigi con progetti letterari. Quando Ulisse comincia, circa 6 mesi più tardi, troviamo Stephen a Dublino dove è stato chiamato da un telegramma al capezzale della madre morente. Si è installato con il suo amico Buck Mulligan nella Torre Martello di Sandycove, dove ospitano poco dopo un certo Haines. Ma i due amici non si somigliano, Stephen si vede accusato di conservare «una maledetta essenza di gesuita». È un giovane disilluso, in preda al dubbio, un artista cosciente della sua sterilità. Il suo insopprimibile orgoglio lo spinge a disprezzare la materia ed affermare la libertà assoluta dello spirito.

Ulisse moderno è Leopold Bloom, ebreo d'origine ungherese convertito al protestantesimo quindi al cattolicesimo, figlio di Rudolph Virag che ha cambiato il suo nome in Bloom dopo il suo arrivo in Irlanda. Leopold è un piazzista pubblicitario. Sua moglie Molly (diminutivo di Marion) è la figlia del Maggiore Brian Tweedy e di un'ebrea di Gibilterra; è nata l'8 settembre come la Santa Vergine Maria, e fa la cantante girovaga. Insieme hanno avuto una figlia, Millicent, che ha ora 15 anni, e un figlio, Rudy, che è morto ad 11 giorni. Bloom è un uomo semplice, piccolo borghese discreto, buono e tollerante: l'uomo medio sensuale. È anche uno scettico, cosciente della sua solitudine, saldo nelle sue idee, fiducioso, crede nonostante tutto, nell'amore del prossimo. I dieci anni che Ulisse - Bloom, trascorse fuori di casa, li passò senza rapporti sessuali completi con la moglie. Questa invece, a differenza di Penelope, colleziona amanti, l'ultimo della serie è il suo impresario.

La vicenda si svolge giovedì 16 giugno 1904, dalle 8.00 del mattino alle 3.00 della notte. Il giovedì è giorno di Giove il cui simbolo è il tuono, che Joyce associa ad un appello divino. In effetti Joyce ha soggiornato nella Torre Martello nel settembre del 1904, cosa che induce a interrogarsi sul significato del 16 giugno, sapendo che egli ha abordato la sua futura compagna, Nora Barnacle, il 10 giugno dello stesso anno. Quanto alle quinte della vicenda, esse sono le strade e gli edifici di Dublino, dalle quali si uscirà soltanto nelle fantasticherie e nei

sogni dei personaggi. La coppia Bloom, abita al 7 di Eccles Street, dove in realtà abitava un amico di Joyce. I primi 3 capitoli costituiscono la Telemachia, i 12 seguenti le peregrinazioni di Ulisse, i 3 ultimi il ritorno ad Itaca. Ad ogni capitolo, ma non sempre, sono associati un organo, un'arte, un colore ed una tecnica letteraria. Il monologo finale di Molly è più un allegato che un vero e proprio capitolo: è associato alla carne, che viene, in un certo qual modo, a riempire quell'organismo finora costituito dai capitoli su Bloom.

In un episodio, vi è un assemblaggio di 18 presentazioni di personaggi di Dublino, alla stessa ora. Alcuni si incrociano, tutti attendono alle loro occupazioni. Bloom appare in una libreria. Alle prese con una parodia del giudizio di Paride, egli esita tra tre libri: uno erotico, uno filosofico ed uno spirituale; sceglierà infine un'opera erotica per Molly. Stephen prova a sfuggire all'"Agenbite of Inwit". Mulligan ed Haines parlano di poesia e si rattristano per il comportamento del loro amico. Tutti i personaggi si trovano infine, venuti da tutte le arterie del labirinto della città, per salutare il corteo del Viceré. In realtà, ogni parte fa sottilmente l'eco ad un capitolo di Ulisse in un modo o in un altro. L'ultima parte dove tutti i personaggi si ricongiungono corrisponde ovviamente al monologo di Molly, o al cuore nel sistema sanguigno. L'episodio di Circe si svolge nel bordello di Bella Cohen. Siamo al punto più basso della giornata di Bloom. Qui, un'opera teatrale cacofonica recupera tutti i personaggi del libro in un miscuglio confuso, sabbath e bacchanale ad un tempo. Bloom vi è di volta in volta sindaco, cavaliere, massone, Napoleone, marinaio, profeta, Byron, Mosè, Robinson Crusoe, Gesù, capro espiatorio, donna incinta, prostituta, androgino, Dio, ecc., prima di riprendere i suoi panni. Stephen, ubriaco, ha rotto il lampadario con il suo bastone da passeggio, è arrestato da due soldati inglesi. Bloom prende il suo compagno sotto la sua protezione e lascia il luogo. Una visione di Rudy con un agnellino in tasca, conclude questo capitolo.

Itaca.

Arrivato dinanzi a casa sua, Bloom che ha dimenticato la chiave sale dall'interrato attraverso la cucina, quindi viene ad aprire la porta al suo ospite. Bevono un cacao e comparano le culture ebraiche ed irlandesi. Bloom tende una fotografia di Molly a Stephen e gli offre la stanza per la notte, ma il giovane rifiuta, e decide di ripartire. Stephen scopre in Bloom l'umanità, la carità e la maturità. Urinano nel giardino, contemplando il cielo stellato: Bloom riflette sul posto dell'uomo, Stephen considera le potenzialità della creazione. Osservano anche la finestra illuminata della camera dove dorme Molly. Dopo la partenza di Stephen verso l'alba, Bloom restato solo, ricorda la sua giornata, quindi raggiunge la moglie. Stephen è diventato un uomo, Bloom ridiventa un bambino nel cavo del letto coniugale. Ulisse si addormenta senza nulla avere compiuto d'altro che di discutere con un artista il quale partirà verso la terra promessa della sua opera.

Penelope.

Bloom si addormenta ma il suo ritorno ha svegliato Molly. Comincia allora il celebre monologo in otto frasi senza punteggiatura. Comincia e finisce con la parola "si". Gira come l'enorme palla terrestre con moto lento e uniforme, essendo i suoi quattro punti cardinali i seni, il culo, l'utero e la figa, espressi dalle parole *because, bottom, woman, yes*. Per quanto probabilmente più osceno di tutti i precedenti, Penelope sembra essere perfettamente sana piena amorale fertile falsa sottile limitata prudente indifferente. «*Weib. Ich bin des Fleish der Stets bejaht*» (Joyce a F. Budgen). I pensieri di Molly accumulano i ricordi e le considerazioni più prosaiche, in un flusso comparabile a quello da lei urinato sul suo vaso da notte, il cui eco risuonerà in tutto *Finnegans Wake*. La parola di Molly è prodiga e franca. Sfotte gli uomini, superficiali e viziosi, e giustifica il loro utilizzo per la riproduzione della specie. Critica suo

marito ma gli riconosce grandi qualità umane e lo accetta per ciò che è, come al loro primo incontro, nel “sì” finale. Ed in seguito?... In seguito l'artista, diventato capace di attraversare la notte e tendere l'orecchio all'inondazione di parole della carne, partirà verso Levante, alla ricerca di una resurrezione del corpo nel testo, in una lunga veglia funerea che recupera tutte le lingue e tutte le storie.

Jack Kerouac: il viaggio attraverso la strada.

La vera casa dell'uomo non è una casa, è la strada.

Jean Louis de Kerouac, meglio noto come Jack Kerouac, nasce il 12 marzo 1922 a Lowell, Massachusetts, da una famiglia franco canadese di origine bretone. A undici anni scrive il suo primo racconto (*The cop on the beat*), redige un diario e scrive articoli immaginari su argomenti che difficilmente poteva conoscere, come le corse di cavalli, i campionati di baseball e football americano e altro ancora. Tutti temi in cui la sua fantasia può spaziare in lungo in largo anche a scapito delle coerenza. Naturalmente queste sue prime prove non interessano per la qualità letteraria, bensì come indice della sua naturale predisposizione a scrivere e inventare storie e situazioni. Kerouac non era solo uno scrittore dedito alle letture e alla poesia, era anche un ragazzo vivace e pieno di risorse. Ai tempi del liceo si distingue per le sue grandi doti di sportivo che gli consentono di vincere una borsa di studio. Iscrittosi alla Columbia University di New York malgrado un'ottima partenza, non riesce a concludere gli studi. Troppo anarchico, troppo scapestrato per stare dietro un tavolo. Jack ha voglia di assaporare il mondo e la vita, un desiderio incontenibile che lo porta a scontrarsi con le realtà più dure. Si mantiene inizialmente, lavorando come muratore e apprendista metallurgico fino a quando nel 1942 decide di arruolarsi in marina. Viene presto congedato per problemi psicologici, ma il mare lo affascina e decide di trascorrere qualche anno da marinaio su un cargo mercantile: come i vecchi scrittori di una volta (come Conrad, per intenderci), verrebbe da dire.

Purtroppo nel 1944 finisce la sua avventura marina. Coinvolto in una vicenda a sfondo omosessuale terminata in omicidio, viene arrestato e rinchiuso in carcere per favoreggiamento. Mentre si trova in galera sposa Edie Parker, che poco dopo pagherà la cauzione per lui. Non si sa con precisione se sia stato un matrimonio di convenienza, ma sta di fatto che la coppia si scioglie pochi mesi dopo la libertà conquistata. Kerouac, sempre vagabondo e randagio, tra un viaggio e l'altro frequenta William Burroughs, che gli presenta Allen Ginsberg, futuro “guru” per un'intera generazione di ribelli. Fra i due nasce una profonda amicizia, il caposaldo che terrà uniti i principali esponenti della cosiddetta *beat generation*. Kerouac si cimenta anche nella critica musicale e scrive alcuni articoli sul jazz, pubblicati sul giornale della Columbia University. In seguito esegue i suoi scritti con accompagnamento jazz, ispirando un grande interesse nelle collaborazioni jazz-poesia iniziate da Kenneth Patchen, Kenneth Rexroth e Lawrence Ferlinghetti. Nel 1945, inizia a scrivere il suo primo romanzo “*La città e la metropoli*” (poi pubblicato nel 1950), mentre un anno dopo incontra Neal Cassidy, che diventerà il suo più grande amico e il personaggio di molti suoi romanzi.

Il 1947 è l'anno in cui Jack affronta la prima traversata degli Stati Uniti, in autobus e autostop: inizia la sua vita “*on the road*”, alla ricerca di nuove sensazioni e di esperienze forti. Durante un periodo sulla West Coast, fa amicizia con Gary Snyder, e da lui viene guidato verso un duraturo interesse per il buddhismo. Nel “I barboni del Dharma”, Kerouac pone proprio Snyder come figura centrale; di questo libro si è detto che aveva dato inizio alla “*rivoluzione dello zaino*”, espressione indicativa di giovani che vivono con poco, del tutto a proprio agio sia in città che nella natura, con una manifesta spiritualità e una maggiore familiarità col pensiero buddhista e taoista che con i sistemi filosofici occidentali.

Nel 1951 scrive su un rotolo di carta da telescrivente “Sulla strada” (“*On the road*”), il romanzo capolavoro che è la summa e il modello massimo di un certo stile di vita e di un certo modo di concepire l’esistenza. Il percorso di questo romanzo sarà però accidentato, un po’ come quello del suo autore, visti i rifiuti incontrati dagli editori, timorosi di pubblicare un libro troppo sperimentale. A successo ancora lontano, Kerouac continua comunque a scrivere ininterrottamente alternando la sua attività con lunghe pause a San Francisco, dove incontra i massimi esponenti della cosiddetta «San Francisco Renaissance», tra cui Robert Duncan, Gary Snyder e Philip Whalen; scrive la sua prima raccolta di poesie, struggente ed intensa come la sua personalità. Nel 1956,⁽⁹⁾ grazie ad articoli pubblicati sulle maggiori testate, l’America si accorge dell’esistenza della beat generation. Dall’anno successivo, quando finalmente “*On the road*” viene dato alle stampe, il romanzo diventerà quel best-seller che conosciamo, un vero e proprio “*livre de chevet*” per ragazzi di tutto il mondo.

Kerouac muore il 21 ottobre 1969 per complicazioni dovute all’alcolismo. In tutto ha scritto una dozzina di romanzi. «*L’uomo non sta in nessun posto. Perché qua non è un posto, e io sono qua per testimoniare*». «*Dobbiamo andare e non fermarci finché non siamo arrivati. Dove andiamo? Non lo so, ma dobbiamo andare*». Kerouac divenne in breve tempo l’emblema della *beat generation*. I personaggi di *On the road* vivono come vagabondi, si ubriacano di alcol e droga, passano da un’automobile all’altra schiacciando l’acceleratore fino a bruciarsi le soles delle scarpe e sfogano la loro energia, la loro avidità di vita, di ansia. La strada diviene solo lo sfondo dove queste anime senza pace vivono, e spesso sono proprio le variegate strade d’America, il personaggio principale della storia. Strade che i personaggi della storia percorrono in lungo e in largo, senza mai fermarsi per troppo tempo, inseguendo nuove emozioni e nuovi itinerari in un vortice continuo di asfalto, locali, alcol e musica. Ne viene fuori un ritratto dell’America anni cinquanta, vissuta da un gruppo di folli ragazzi beatniks, insofferenti ad ogni regola o etichetta. L’idea stessa del viaggio come esperienza catartica e liberatrice, trova in Kerouac il suo più grande narratore.

Conosciuto e quasi idolatrato dai giovani di tutto il mondo, che vedono nel suo romanzo “Sulla strada”, l’opera che più di ogni altra rispecchia i propri bisogni e i propri sogni di libertà, Jack Kerouac rappresenta oggi uno degli autori più importanti dell’intero ’900. Grazie a lui, infatti, ed a questo libro pubblicato nel 1957, che sconvolse gli Stati Uniti prima e tutto il mondo poi, i protagonisti della famosa contestazione studentesca trovarono un capo saldo, una figura su cui poggiarsi ed a cui fare risalire i loro ideali e le loro proteste. Ancora oggi la figura di Kerouac è oggetto di studio ma anche di “venerazione”, poiché simbolo di libertà, controtendenza e rifiuto di tutti quei canoni sociali e politici che le società mondiali impongono, contrapponendo ad essa uno stile di vita *on the road*, come da titolo del libro, fatto di assoluta libertà, di mancanza di legami personali e sociali, quasi un moderno nomadismo alla ricerca di quella sorta di “Terra Santa”, in cui non dovere più sottostare alle leggi ed alle conformità sociali, ma che nello stesso tempo permette il nascere di rapporti più veri e più sinceri tra le persone, proprio perché non sottoposti alle pressioni della vita sociale e che in definitiva, non è indirizzata ad altro, se non alla ricerca di se stesso.

Il prototipo di questo nuovo stile di vita e di tutti i sogni ad esso connessi è contenuto proprio nell’opera di maggiore spessore scritta da Jack Kerouac, vale a dire “Sulla strada” (t.o. *On the road*), dove l’inquieto girovagare dei personaggi e la loro disperata ricerca di compagnia non sono che mezzo per ritrovare se stessi, a dispetto di un conformismo alienante. *On the road* fu certamente il più grande successo mondiale di Kerouac, che comunque

9 È l’anno in cui esplose il fenomeno del rock di Elvis Presley.

continuò la propria produzione letteraria toccando anche i problemi della gioventù del suo tempo con opere come: *“I sotterranei”* (1958) e *“I vagabondi del Dharma”* (1958). La cultura della beat generation gravitò intorno al quartiere del Greenwich Village a New York, ma si irradiò soprattutto dalla città più libera, più anticonformista e mediterranea d’America, San Francisco, che ne fu il vero centro. Essa fu caratterizzata, al di là dei toni volutamente provocatori e volgari, da una ricerca quasi mistica delle profonde ragioni dell’uomo e del mondo, che portò molti di loro, per primo lo stesso Jack Kerouac, ad aderire a religioni orientali come lo Zen, variante giapponese del buddismo, peraltro molto diffusa negli USA. Così, l’aggettivo “beat” che qualificava suddetta generazione, assunse il duplice significato di “battuto” o “sconfitto” e di “beato”, attraverso la percezione dell’assoluto (Dio) e l’abbandono dei valori del tutto contingenti ed esteriori della società.

Il mito della “beat generation” ha spopolato negli anni sessanta, tuttavia la forza di comunicazione di quel gruppo di poeti e scrittori invece di esaurirsi s’è propagato come un indomabile contagio anche alle generazioni successive. Alcuni temi, simbolo della *beat generation*, sono pertanto divenuti patrimonio comune al quale i ragazzi degli anni settanta, hanno poi attinto a piene mani. Il segreto dei *beat*, è l’aver impersonato un sogno universale: essere davvero liberi, fuori dalla gabbia dei condizionamenti. Il rifiuto della guerra, il diffondersi della coscienza ecologista, la rivoluzione sessuale, la depenalizzazione dell’uso della marijuana, il rispetto per le terre e i popoli indigeni, l’attenzione alle filosofie orientali.

Questi i temi che negli anni settanta condizionavano gli umori, le proteste, i sogni, le speranze di tutti i giovani. “Sulla Strada”: *“La prima volta che incontrai Dean, fu poco tempo dopo che mia moglie e io ci separammo. Avevo appena superato una seria malattia della quale non mi prenderò la briga di parlare, sennonchè ebbe qualcosa a che fare con la triste e penosa rottura e con la sensazione da parte mia, che tutto fosse morto. Con l’arrivo di Dean Moriarty ebbe inizio quella parte della mia vita che si potrebbe chiamare, la mia vita lungo la strada”*. Dean e Sal (Neal Cassady e Jack Kerouac) si mettono in viaggio, animati da una infinita ansia di vita e d’esperienza, sulle interminabili *highways* dell’America e del Messico. “Sulla strada” ne registra le tappe, le rivelazioni, gli incontri, regalandoci una storia di grande autenticità artistica ed esistenziale. Romanzo dell’amicizia e delle difficoltà dell’amore, della ricerca di se, del desiderio e al bisogno di rivolta, narrazione dell’ansia, di un andare senza fine che cancelli l’ombra della noia e quella più grande e oscura della morte, “Sulla strada” sembra dare corpo ancora una volta, a tutti i grandi miti dell’America. Non c’è da stupirsi che sia tanto amato. Ma “Sulla strada”, è anche il romanzo della coscienza dell’oscurità, del silenzio insuperabile, dell’impossibilità della comunicazione, del ritorno ossessivo a cui ogni partire sembra ricondurre. “Sulla strada”, più che premiare il talento di uno scrittore ha imposto una star. Anzi una rock star con tutte le caratteristiche dei divi maledetti degli anni sessanta e settanta. Proprio quelli che si sono formati sui suoi libri.

La morte prematura di Kerouac a 47 anni lo ha consegnato nel mito, la sua fine assomiglia così tanto a quella, tragica, di tante star del rock, da Jimi Hendrix a Jim Morrison. Miti che sono diventati subito dei “contenitori” in cui ognuno ha voluto aggiungere senso proprio. È accaduto anche per Kerouac. Nel giro di pochi anni il monumento era pronto per l’uso: alcol, droghe, generale irrequietezza, romanticismo, gusto per il viaggio, per la dimensione dell’avventura. Osservando le numerose citazioni di “Sulla strada”, nell’immaginario collettivo quello non è un libro, ma una favola, una metafora, forse un desiderio di libertà. La verità è che lo scrittore americano non fa parte di un semplice archivio di scrittori amati, ma è una presenza ineluttabile nell’album dei ricordi di ognuno, insieme ai compagni di giochi, ai sogni, ai desideri che hanno popolato l’adolescenza. Oggi incontri un quarantenne, può essere

un operaio o un industriale, gli nomi Kerouac e vedrai apparire un sorriso sul suo volto e una nostalgia, e ti confesserà questo lontano amore. Lo confesserà come un lontano peccato, come due tiri di hashisc o un amore illegale. “Sulla strada”, dalle cui pagine è nato, Burroughs, Woodstock, ha finito per incarnare simbolicamente qualsiasi forma di opposizione. Il viaggio di Sal e Dean (in realtà l’autore e l’amico Neal Cassady) lungo le strade infinite del Texas e del Messico, è in definitiva un viaggio verso il nulla, nel quale ciò che importa non è arrivare, ma andare, muoversi nella speranza di esorcizzare un’ansia e un male di vivere sempre crescenti, a dispetto delle rischiose vie di fuga offerte dall’alcool o dalla marijuana. Il bisogno di ribellarsi, il valore dell’amicizia, la ricerca dell’autenticità, il senso di una comune appartenenza, temi-simbolo di *On the road*, hanno rappresentato negli anni settanta quella leggendaria utopia di un mondo migliore che ha entusiasmato milioni di ragazzi senza distinzioni di sesso, religione e politica. “Sulla strada”: un libro di culto che ha travalicato i confini letterari e che in qualche misura è divenuto uno stile di vita e di pensiero e che rimane indelebilmente scritto nel grande libro della memoria come uno dei ricordi più belli, più intensi, più magici che l’arte della creatività letteraria ha saputo regalarci.

Un viaggiatore alternativo: Bruce Chatwin.

La vita stessa è un viaggio da fare a piedi.

Questo era Bruce Chatwin, stivali al collo e addosso una giacca a vento stropicciata. Di quelle che si piegano e occupano poco spazio dentro allo zaino, accanto ad una penna e ai “cahiers” per gli appunti di viaggio. Bruce Chatwin è morto di Aids il 18 gennaio 1989, poco prima di compiere cinquant’anni. Le sue passioni? I viaggi «*che non arricchiscono la mente, la creano*», la scrittura, una precoce predilezione per il bello e l’esotico, l’ascetismo e la ricerca spirituale. Le sue vicende personali inquadrano, da sole, il personaggio.

Figlio di un ufficiale inglese di marina, gli anni della sua fanciullezza sono costellati da continui spostamenti e dal gusto irresistibile per le letture e gli atlanti. Dopo gli studi una folgorante carriera da Sotheby’s ne educa “l’occhio brillante”; ma proprio agli occhi, Chatwin, si ammala, rischiando addirittura la cecità. E fu lo stesso scrittore a spiegare, in un’intervista, che l’oculista lo aveva convinto a staccarsi dall’osservazione di quadri per cercare “più vasti orizzonti”. Detto fatto, ecco il primo grande viaggio: in Sudan. Sudan che fu seguito dal Marocco, dall’Afghanistan, dalla Patagonia, dall’Himalaya, dall’Australia. I più svariati “altrove” grazie ai quali Chatwin diede libero sfogo alla sua irrequietezza e al suo desiderio di vedere e scrivere del mondo. Viaggi che Chatwin, con sottile autoironia, spiegò così: «... *raccontare storie era l’unica occupazione concepibile per una persona superflua come me*». L’elogio del viaggio e dello spostamento continuo e la teoria sulla felicità dei popoli nomadi, sono i temi più ricorrenti nei suoi scritti. In particolare, “Le Vie dei Canti”, dedicato alle credenze dei popoli aborigeni australiani, forse è il più riuscito. Il libro che decretò il suo successo fu però “In Patagonia”. Opera che nel 1978 fu giudicata “miglior libro dell’anno” dal “New York Times Book Review”. Paul Morand volendo spiegare le ragioni profonde che spingono un viaggiatore a partire ha proposto una teoria che, per Chatwin, calza a pennello. Il viaggio, secondo Morand, è: “*un riflesso di difesa dell’individuo, un gesto antisociale. Il viaggiatore, per non sottomettersi, scappa. Scappa dallo Stato, dalla famiglia, dal matrimonio, dal fisco, dalle costrizioni, dai tabù. Nel suo ‘essere in movimento’ si scorge un gesto di protesta simile a quello degli Ugonotti. La loro parola d’ordine fu, infatti, rifugiarsi: rifugiarsi, fuggire, viaggiare, essere liberi, raggiungere qualcuno o qualcosa... tutto va bene. Basta partire. Quello che conta è essere lontano da... Viaggiare per esistere, per sorridere, per sfissarsi, sbloccarsi, disancorarsi*”.

Il viaggiatore vuole così affermarsi per non dissolversi, fantasma gassoso, nel magma sociale quotidiano. Non è un caso che il mito di Chatwin si sia affermato alla fine del XX secolo. Nei paesi ricchi, infatti, il viaggio, massificandosi, si è per di più banalizzato. La sua durata media si è accorciata. La massa, infatti, va in vacanza solo per una o due settimane. Pochi fanno ancora quello che Jaques Lacarrière ha chiamato il “tredicesimo viaggio”: quello di lunga durata. Il solo che valga la pena. Il solo che permette al viaggiatore di raggiungere l’intimità con il mondo visitato. E il mito di Chatwin è nato proprio grazie agli scritti tratti dai suoi innumerevoli “tredicesimo viaggio”, di andare sempre un po’ più in là. Chatwin, nei suoi scritti, tracciava delle piste, delle linee di fuga che aprono il lettore a nuovi spazi. Cercava nuove energie, per entrare in un uno spazio non repertoriato: quello dell’impensato, della realtà rinnovata in movimento. La sua *traveling literature* è viva, suscita emozione, è letteratura lievitata. Letteratura, cioè, che ci permette di partire restando sdraiati sul divano di casa. Un va e vieni dal reale al letterario, da sé all’altro, magistralmente fuso in un legame indissolubile alla ricerca di «quella calma primitiva che è forse la stessa cosa che la pace di Dio», attraverso le opere e la vita di Bruce Chatwin, la teoria secondo la quale la sedentarietà, è una condizione relativamente recente per l’uomo, così diffusa e resa attuale dalla diffusione sempre più massiccia di apparecchi tecnologici (telefoni, computer, Internet), che permettono di comunicare, acquistare, conoscere persone senza uscire da casa. Nella natura originaria dell’uomo, però c’erano gli spostamenti intesi come nomadismo, migrazioni o spostamenti temporanei per procurarsi il cibo. L’evoluzione ci ha voluti viaggiatori. Siamo viaggiatori dalla nascita. Dimorare durevolmente, in caverne o castelli, è stata una condizione sporadica nelle vicissitudini dell’uomo. L’insediamento prolungato ha un asse verticale di diecimila anni, una goccia nell’oceano del tempo.

Bruce ha passato la vita a cercare conferme alla sua idea che la sedentarietà è una condizione innaturale per l’uomo e lo ha fatto in primo luogo con la sua vita di viaggiatore instancabile. Per gli aborigeni australiani, la loro terra era tutta segnata da un intrecciarsi di “Vie dei Canti” o “Piste del Sogno”, un labirinto di percorsi visibili soltanto ai loro occhi: erano quelle le “Impronte degli Antenati” o la “Via della Legge”. Dietro questo fenomeno, che apparve subito enigmatico agli antropologi occidentali, si cela una vera metafisica del nomadismo.

Questo ultimo libro di Bruce Chatwin, subito accolto con entusiasmo di critica e lettori quando è apparso, nel 1987, potrebbe essere descritto anch’esso come una “Vie dei Canti”: romanzo, viaggio, indagine sulle cose ultime. È un romanzo, in quanto racconta incontri e avventure picaresche nel profondo dell’Australia. Ed è un percorso di idee, una musica di idee che muove tutta da un interrogativo: perché l’uomo, fin dalle origini, ha sentito un impulso irresistibile a spostarsi, a migrare? E poi: perché i popoli nomadi tendono a considerare il mondo come perfetto, mentre i sedentari tentano incessantemente di mutarlo? Per provare a rispondere a queste domande occorre smuovere ogni angolo dei nostri pensieri. Chatwin è riuscito a farlo, attirandoci in una narrazione dove i personaggi, i miti, le idee compongono un itinerario che ci guida molto lontano. “*La domanda cui cercherò di rispondere è la seguente: Perché gli uomini invece di stare fermi se ne vanno da un posto all’altro?*”⁽¹⁰⁾ Già molto tempo prima che uscisse il suo primo libro, *In Patagonia*, del 1977, Bruce Chatwin aveva cominciato a lavorare a un “libro nomade”, di cui rimane traccia nei cinquanta taccuini ai quali egli ha affidato impressioni e pensieri, attingendovi poi per tutte le sue opere. Destinato a scandagliare una “personale inquietudine” cui si univa una “morbosa preoccupazione per le radici”, il “libro nomade” non vide mai la luce, ma molte delle scoperte e delle argo-

10 Bruce Chatwin a Tom Maschler, 1969.

mentazioni confluirono in “Le Vie dei Canti”. Camminare consente a chi scrive, come a chi legge, come a chi vive, di fantasticare e al contempo di viaggiare, incontrare, pensare.

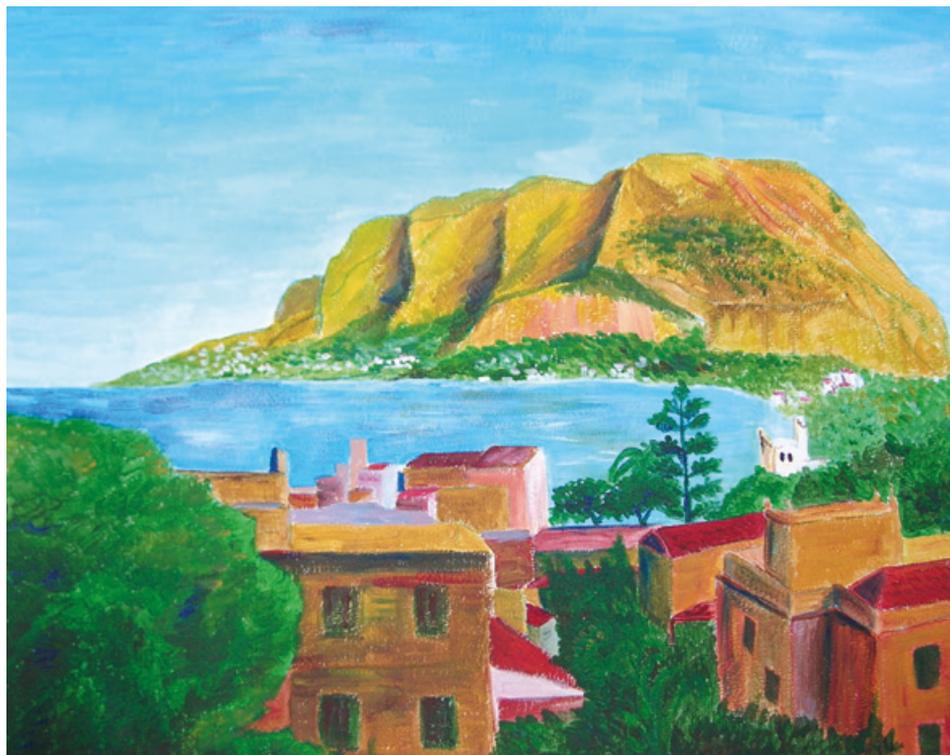
Tanti sono stati i viaggiatori, da Ulisse che ricerca la patria a Leopold Bloom che attraversa Dublino cercando se stesso, da Renzo Tramaglino che cerca la sua bella, a Clarissa Dalloway che bighellonando nel verde di un parco londinese ritiene che *“in qualche modo, per le strade di Londra nel flusso e riflusso di tutte le cose, qui, là, lei sarebbe sopravvissuta. Viaggiare per non morire, viaggiare per dimenticare viaggiare per ricordare o per risolvere. Viaggiare semplicemente per fuggire”*. Bruce Chatwin sembra non essere d'accordo. Infatti nella sua vita mise sempre al primo posto nella sua sfera di interessi personali il viaggio nelle più sperdute contrade del mondo, usando il viaggio sì come metodo di fuga, di liberazione, di auto - conoscenza, ma anche come strumento di conoscenza intellettuale. Molto prima di iniziare a scrivere i libri, che lo resero famoso, intraprese un'ambiziosa ricerca, che rese i suoi viaggi più che casuali, più che una semplice fuga dai suoi fantasmi interiori. Egli ribadiva che il suo nomadismo non era altro che il riflesso della primaria necessità umana di mantenersi in movimento: come esseri umani soffriamo quando siamo trattenuti per troppo tempo nello stesso luogo, quando qualcuno o qualcosa ostacolo il nostro bisogno di movimento. Quindi, viaggiare è vivere, viaggiare è dare sfogo ad un'esigenza umana naturale e necessaria. Per Chatwin la Patagonia, l'Australia, il Marocco, l'Afganistan o l'Indonesia sono infinite mete di un viaggio che dura una vita, che è la stessa vita! Lo spazio è una dimensione predisposta al movimento, al cammino, che per Chatwin significa ricercare la propria origine, la propria essenza. Non il passaggio da un luogo all'altro quindi, un viaggiare non per descrivere i luoghi visitati, ma per ritrovare una dimensione umana più autentica. Chatwin non si riteneva assolutamente uno scrittore di viaggi, un travel writer, figura molto radicata nella cultura anglosassone: colui che parte, visita un luogo, poi lo descrive. Chatwin rifiutava questa categoria, si sentiva uno scrittore a tutti gli effetti. Il suo rapporto con il viaggio era di empatia con la scrittura.

Scrivere e viaggiare sono due modi diversi di dare forma al movimento: ciò significa tornare a un'idea originaria che in qualche misura la società ha perduto. È un'idea vagamente antropologica: all'origine, l'uomo è movimento, è cammino, è transumanza, è nomadismo, dimensioni che progressivamente si perdono a vantaggio di un'idea di staticità. Quindi viaggio e scrittura sono due forme diverse ma complementari, di una maniera dell'autore di rapportarsi con il mondo. Infatti, Chatwin non ha una relazione di dominio con il luogo, relazione che è, invece, tipica del viaggiatore occidentale: trasferirsi in un luogo per impossessarsene, un legame perverso, perché toglie il gusto di andare, di scoprire. Egli ribalta questa relazione; non è più il viaggiatore che domina il luogo, ma il luogo che domina, o meglio, si dà al viaggiatore, creando una curiosa osmosi fra i due. Ed è proprio questo il senso dello spazio di Chatwin, che è soprattutto un senso d'origine. Più che una scelta di vita il nomadismo fu, per Chatwin, una forma di intelligenza, cioè un modo di percepire le cose. Prima di diventare scrittore, egli pensava di ricostruire il mondo impalpabile del nomadismo e ha scritto ottocento pagine, ricavandone una materia assolutamente indigesta. Per una ragione evidente: Chatwin non era in grado di scrivere qualcosa che non fosse il prolungamento del suo gesto e del suo modo di essere estetico. Tutto ciò che era accademico era destinato al naufragio, al fallimento. Lui, come lo definì una volta Rushdie, col quale fece dei viaggi in Australia, era un *gipsy scholar*, uno zingaro erudito. Per Chatwin non c'è un confine vero. Il confine esiste nella misura in cui si può abbattere, attraversare. Perché confine significa mettere delle barriere, creare delle giurisdizioni, elementi verso cui egli ha una vera e propria idiosincrasia: secondo lui, bisogna attraversare i luoghi da volatile. In questo senso il nomadismo è la scienza dell'aria, cioè la capacità di prendere il volo.

Il camminare è un atto fisiologico che manifesta il bisogno originario dell'uomo di proiettarsi fuori, di essere all'esterno. Chatwin identifica una condizione ideale in cui l'individuo si trova con se stesso e con il proprio bisogno di fuga. L'uomo non è contenuto dentro uno spazio, ma crea spazio, e lo fa grazie all'azione primaria di camminare, che è la modalità, tra tutte le forme di viaggio, che egli predilige. Sì, perché il luogo che l'Occidente predilige è un luogo oppositivo, di contrasti. E il contrasto primario è quello con le civiltà barbariche. Credo che Chatwin, con le sue opere, abbia voluto dimostrare che il mondo non ha bisogno dell'aggressività, cioè di quel gesto fondativo e violento che è alla base di ogni civiltà. Questo lo avvicina al pensiero di Rousseau, perché in entrambi vi è l'idea che in fondo l'uomo non è di per sé un'entità corrotta, ma profondamente positiva. È bellissima la teoria che Chatwin ha del fuoco. Egli ribalta l'idea antropologica del fuoco come strumento della tecnica che serve per distruggere e sopravvivere. Il fuoco, è un elemento di comunione tra gli uomini: una socievolezza non coatta, né ipocrita, ma innata. Chatwin non ha una grande opinione delle civiltà così come si sono costituite. Nella sua opera "*Le Vie dei Canti*", immagina questa terra come un enorme spartito, dove il destino degli uomini è segnato dal destino del canto, che è qualcosa che non si percepisce fisicamente, ma che esiste. È questa un'idea assolutamente mitica di una società fondata non sull'atto della vendetta o della violenza, ma sull'atto dell'amore, dell'istintualità sana. Ed è questa l'unica morale possibile per Chatwin. C'è stata una certa inclinazione a considerare Chatwin un viaggiatore esotico. Si viaggia per tornare, e il ritorno si carica di un'importanza e di una forza anche simbolica e culturale.

Chatwin torna a Londra, nella sua casa, dove tutto è essenziale, e i suoi punti di riferimento sono pochissimi, in particolare la London Library della quale è socio, e dove torna ogni volta dopo i suoi viaggi, per completare la sua vita errabonda con le letture più incredibili e disordinate, e i suoi taccuini. Anche quelli sono un prolungamento della mano e del pensiero. Sono queste le cose che per Chatwin contano e attraverso le quali arricchisce se stesso e gli altri. Tra i valori dell'Occidente non v'è certo l'inoperosità. Chatwin invece la concepisce come condizione indispensabile, per poter cominciare a pensare e dunque a scrivere. Per questo terminò il suo rapporto con la Sotheby's, la famosa casa d'aste dove aveva avuto una brillantissima carriera. Lo fece seguendo un disagio interiore; capiva che doveva viaggiare e proiettarsi verso qualcosa che non aveva niente a che vedere con l'universo che fino a quel momento aveva conosciuto e frequentato.

Chatwin non viaggiava con lo scopo di esotizzare un luogo o un'esperienza. Il senso del viaggio per lui dondolava tra l'andare e il ritornare. Perché in Chatwin anche la nostalgia è un sentimento scarsamente occidentale. Non gli interessa il rimpianto della cosa perduta, perché nulla si perde, tutto è sempre nel presente e questo è un altro elemento scarsamente visibile nella cultura occidentale. Chatwin vuol vivere nel presente, lo si capisce dal suo stile immediato, senza ombre. Egli lavora sulla luce, il che conferma che in lui non v'è un passato e un futuro, ma soltanto un presente. Chatwin è uno di quei pochi esempi in cui l'idea di eterno ritorno assume un senso narrativo. L'inquietudine è uno stato psicologico che non ha nulla a che vedere con il tempo, ma con la trasformazione interiore dell'individuo. Per questo egli afferma che l'inquietudine appartiene ai poeti. Mentre l'irrequietezza è un bisogno, il bisogno di muoversi, che colpisce i bambini e i viaggiatori. La sua fu, una vicenda drammatica, arrivò al punto di non poter più camminare. L'aids, impone l'idea che non sia l'individuo ad ammalarsi, ma la società. Per Chatwin, ammettere di aver contratto l'aids significava non soltanto rendere pubblica la propria omosessualità, rispetto alla quale ha sempre avuto un rapporto fortemente conflittuale, ma soprattutto perdere la propria individualità. Essere oggetto del contagio, secondo lui, equivaleva a diventare un'entità anonima; dire di aver contratto una malattia rara significava invece costruire una narrazione, una dimensione estetica.



Palermo, monte Pellegrino e golfo di Mondello - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO III

Dal viaggio classico ai turismi moderni

3.1 I TURISTI MODERNI

Le specificità del comportamento del turista.

L'Organisation Mondiale du Tourisme definisce i turisti a fini statistici, assumendo come parametri base la durata, la distanza e lo scopo della visita. Da un punto di vista concettuale, non statistico, il turismo può essere definito come *“l'insieme dei comportamenti degli individui nello svolgimento di un continuum di attività, motivate da bisogni, connesse alla mobilità territoriale verso destinazioni meno familiari, entro il breve termine”*.⁽¹⁾ L'essere turista è un ruolo sociale assunto temporaneamente da un individuo, derivante da bisogni ricreativi (relax, riposo, divertimento), creativi ed espresso in attività. Riferire il turismo ad un insieme delle attività del consumatore significa riconoscere la centralità della figura del turista nello studio del sistema turistico e quindi ammettere la necessità di approfondire la conoscenza di tale figura. Lo svolgimento di queste attività, ad esempio la ricerca di informazioni sulle alternative di prodotto, attesta l'entrata dell'individuo nel ruolo turistico nelle fasi iniziali del processo d'acquisto e consumo, ben prima della partenza prima della rilevazione statistica della decisione d'acquisto ed il temporaneo permanere dell'individuo in questo ruolo anche dopo il ritorno, quando si continua a consumare il prodotto nel comportamento post-acquisto.

Per quanto concerne il concetto di soddisfazione, negli anni sessanta e settanta si sottolineava la componente cognitiva della soddisfazione. Ad esempio, Howard e Sheth (1969) definiscono la soddisfazione: *“come lo stato cognitivo del consumatore per essere stato adeguatamente / inadeguatamente compensato per il costo sostenuto in una situazione d'acquisto”*. A partire dagli anni ottanta è invece prevalsa una concezione definitiva, che integra componenti cognitive e affettive.⁽²⁾

Nonostante l'esistenza di molteplici teorie sulla soddisfazione del cliente,⁽³⁾ le ricerche sulla soddisfazione hanno finora utilizzato prevalentemente la teoria *expectancy-disconfirmation*, secondo la quale gli individui effettuano acquisti sulla base di aspettative di risultati. Il confronto tra performance e aspettative produce *disconfirmation* positiva, negativa o nulla, quindi rispettivamente soddisfazione positiva, negativa, nulla. Gli studiosi interpretano il costrutto della *disconfirmation* come un confronto soggettivo da parte del consumatore tra performance e aspettative.⁽⁴⁾ Pertanto la rilevazione della soddisfazione presuppone la misu-

1 Francesco Casarin, *Il marketing dei prodotti turistici. Specificità e varietà*, Giappichelli, 1996.

2 Woodruff, Cadotte e Jenkins, 1983; Oliver e De Sarbo, 1988.

3 Boss, 1999.

4 Oh e Parks, 1997, p. 44.

razione delle aspettative e delle performance, il che, nel turismo, come vedremo, pone specifici problemi. La corretta valutazione dello stato di soddisfazione richiede preliminarmente la comprensione dell'insieme di fattori caratterizzanti il ruolo del turista.

La mobilità spaziale.

“La mobilità spaziale è una componente connaturata al turismo, sia esso regionale, nazionale o internazionale, ma deve spingersi al punto di far entrare l'individuo in un ambiente e in una comunità significativamente diversi da quelli abitualmente vissuti”.⁽⁵⁾ Il viaggio implica una forma di distacco geografico e psicologico, di fuga temporanea da certi ambienti e/o condizioni, seguita dal ritorno alla situazione originaria presso la località di domicilio, ma in condizioni personali psico-fisiche differenti. La distanza tra luogo d'origine e luogo di destinazione turistica determina difficoltà nella realizzazione operativa della ricerca sulla soddisfazione, difficoltà sormontabili solo a costi elevati. Una parte del processo d'acquisto avviene lontano dal luogo d'erogazione del servizio, in contesti locali poco noti se non del tutto sconosciuti. Raramente si esplora come questi contesti locali influenzano le aspettative di vacanza. Una conoscenza più approfondita richiederebbe il ricorso a società di ricerche di mercato nei paesi d'origine dei flussi turistici.

La mobilità temporale.

La mobilità temporale è componente costitutiva del turismo, in quanto il ruolo turistico sussiste in un arco temporale che inizia con la percezione del desiderio di essere lontani dall'ambiente in cui si risiede abitualmente, e termina con il completo reinserimento dell'individuo nelle condizioni di vita abituali, quando gli input psicologici e socioculturali del tour vengono assimilati nella routine quotidiana e le attività esperite, vengono comunicate e confrontate con quelle di altri soggetti (parenti, amici, colleghi).

La frequenza.

Per la maggior parte della popolazione il comportamento turistico, inteso come viaggio con pernottamento, si manifesta occasionalmente: raramente più di due/tre volte all'anno. Anche l'acquisto ripetuto della medesima vacanza viene cadenzato in periodi di tempo estesi. A motivo della relativa sporadicità, e dell'elevato coinvolgimento che comporta, l'esperienza turistica tende ad essere “vissuta” in anticipo, e successivamente ad essere ricordata con un'intensità superiore a quella di altri svaghi. La frequenza ridotta può, inoltre, stimolare l'individuo ad affastellare un eccessivo numero di attività diverse nella stessa vacanza, con il risultato di trarre insoddisfazione da esperienze affrettate e/o superficiali. La natura sporadica della vacanza dovrebbe suggerire uno spostamento di focus.

La socializzazione.

Il turista interagisce con addetti appartenenti ai diversi settori turistici, con addetti di altri settori (ad esempio, strutture sanitarie locali), con i residenti presso la destinazione turistica, con altri turisti, e la soddisfazione che trae da queste quattro interazioni è parte significativa della soddisfazione globale dell'esperienza di vacanza. La socializzazione figura tra le principali modalità di conseguimento degli obiettivi di relax e di divertimento, al punto che la mancanza di occasioni di socializzazione può determinare, *coeteris paribus*, una valutazione

5 Leiper, 1990, p. 45.

complessivamente negativa della propria esperienza turistica. Strutture ricettive come ad esempio villaggi turistici e navi da crociera sono progettate in modo da agevolare gli incontri tra gli ospiti. Il turista, tuttavia, spesso non conosce in anticipo le persone con cui dovrà interagire. Si pensi al viaggio organizzato, che obbliga un gruppo a vivere esperienze comuni lungo un itinerario, o anche soltanto al passaggio aereo, che costringe alla contiguità per ore: il turismo di massa non tiene in particolare considerazione, l'eventuale sensibilità degli individui allo status ed ai suoi simboli.

Nei gruppi, si mescolano soggetti di estrazione sociale e culturale diversa, con abitudini che possono apparire talora strane e criticabili. Appare evidente che l'elevata intensità di socializzazione e di comunicazione interpersonale rappresenta per le aziende turistiche allo stesso tempo un'opportunità da cogliere ed una sfida da gestire. Un'esperienza positiva di socializzazione è importante al punto da poter giungere a spiegare perché, talvolta il turista si dichiara soddisfatto anche se le performance degli attributi di prodotto "hard" (vitto, camera, ecc.) risultano inferiori alle aspettative.

Il costo ed il rischio percepito.

Lo svago turistico risulta generalmente più costoso rispetto agli altri tipi di svago. Il turista presta perciò maggiore attenzione al valore effettivo del prodotto acquistato ed alla sua effettiva corrispondenza al costo sostenuto. Inoltre l'individuo che desidera acquistare una vacanza deve prendere alcune decisioni complesse, riguardanti quale prodotto comprare, dove e quando comprarlo. Poiché gli esiti di queste decisioni sono spesso incerti, deve affrontare un determinato grado di rischio. Vi sono segmenti di domanda che tendono a percepire un alto livello di rischio in molte situazioni di consumo: questi *high-risk perceivers* limitano la loro scelta del prodotto turistico ad un ristretto numero di alternative sicure (ad esempio poche destinazioni in Paesi noti e confinanti).

Viceversa i *low-risk perceivers* tendono a rischiare una scelta insoddisfacente piuttosto che limitare il numero di alternative tra cui scegliere. Accettazione del rischio *ex ante* e soddisfazione *ex post* sembrano quindi collegati:⁽⁶⁾ la probabilità del turista di essere soddisfatto dipende in parte dalla sua predisposizione al rischio. Il costo, il rischio, e quindi l'elevato coinvolgimento del turista nella scelta del prodotto turistico hanno anche un effetto sulle aspettative e sulle performance. Se, in generale, nei servizi si rilevano sistematicamente valori delle aspettative più elevati delle performance,⁽⁷⁾ nel turismo ciò sembra ancora più probabile, come confermato da numerosi studi.⁽⁸⁾ Sembra che il turista si aspetti sempre la massima performance su tutti gli elementi del prodotto. Ma aspettative molto elevate, dovrebbero significare sistematica disconfirmazione negativa e quindi sistematica insoddisfazione. D'altro lato, l'elevato coinvolgimento rende il cliente sensibile agli sbalzi di performance e lo stimola ad una valutazione particolarmente attenta.

L'esclusività.

In ogni momento dell'anno, solo una parte limitata della popolazione può accedere al turismo, specialmente a quello internazionale. Rispetto al resto della popolazione, quindi, i turisti possono maturare una percezione di esclusività che va ad aumentare il valore attribuito al prodotto turistico. Il prodotto acquistato contribuisce a comunicare la posizione del sog-

6 Moutinho, 1987, p. 25.

7 Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1991; Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1994.

8 *Ad esempio*: Bojanic e Rosen, 1995; Yüksel e Rimmington, 1998.

getto nel gruppo e nella società. Quando questa esclusività diventa il fattore motivante principale del viaggio, il significato stesso dell'attività *leisure* viene travisato; il comportamento dei turisti *status-oriented*, crea spesso problemi, soprattutto al personale incaricato di gestire l'interfaccia aziendale con la clientela. In primo luogo, nelle persone che si accostano alla prima esperienza di acquisto di un prodotto turistico, la percezione di esclusività può talvolta contribuire alla creazione di aspettative irrealistiche, pericolose perché quasi sempre impossibili da soddisfare. Ad esempio, quando nel turista sussiste la convinzione che ad un determinato prezzo della camera d'albergo debbano corrispondere servizi irrealisticamente elevati. I risultati sono irritazione ed insoddisfazione.

In secondo luogo, il desiderio di *status*, spinge il turista a visitare brevemente la destinazione secondo un modello "*one brief stay*", senza approfondirne le potenzialità di soddisfazione dei bisogni ricreativi e/o creativi, giusto il tempo per poter affermare "*sono stato a ...*". E poiché una singola visita è sufficiente a soddisfare i bisogni di stima e status, il turista tende a non tornare nella località visitata. La soddisfazione non produce, in questo caso, le intenzioni di riacquisto desiderate dagli operatori.

La multiculturalità della domanda.

Numerosi business turistici producono la confluenza nei medesimi impianti (hotel, aerei, villaggi turistici, ecc.) di domanda proveniente da culture anche radicalmente differenti. Il medesimo prodotto turistico può essere fruito da consumatori caratterizzati da valori, tradizioni, abitudini sensibilmente diversi, mentre le possibilità di adattamento personalizzato del prodotto sono limitate. In realtà molti prodotti destinati ad una clientela internazionale presentano standard che sono frutto di mediazione tra esigenze nettamente differenti. Si noti, inoltre, che è tipico del turista considerare il comportamento che egli stesso abitualmente assume nel consumo del servizio tra le mura domestiche come uno degli standard di riferimento per valutare il prodotto acquistato. Ad esempio, il turista può confrontare il vitto dell'albergo con le proprie abitudini culinarie, la pulizia della camera con quella del proprio domicilio, le prestazioni dell'auto noleggiata con quelle della propria auto, ecc.

La multiculturalità pone una serie di problemi alla misurazione della soddisfazione, sia nel caso di impresa *single-unit* o *multi-unit*, ma con impianti in un solo Paese, sia per l'impresa pluri-localizzata in più Paesi. Turisti provenienti da culture diverse possono, infatti, manifestare aspettative diverse nei confronti del medesimo prodotto, assegnare diversa importanza ai fattori, percepire in modo diverso le performance.

3.2 I TURISMI

Il fenomeno turistico.

Con l'emergere della classe media, verificatosi nel 1800 e l'affermarsi dei viaggi in ferrovia organizzati da Cook per i ceti borghesi, si assiste ad un cambiamento nelle motivazioni che portano la gente a viaggiare. Le persone iniziano ad utilizzare il tempo libero per viaggi di piacere. Il *bene turistico* non è che l'insieme di tutti quei beni (naturali, artistici, storici) idonei a soddisfare il *bisogno turistico*. Il *mercato turistico* è caratterizzato dall'intrasferibilità del prodotto e dell'offerta. Il settore ricettivo è il nucleo centrale di un'offerta congiunta di beni e servizi. Il mercato turistico è l'area in cui si incontrano la domanda e l'offerta turistica: la *domanda turistica* è la richiesta di beni e dei servizi proveniente dall'interno o dall'e-

sterno di una data area turistica; l'*offerta turistica* è l'insieme di beni e servizi di cui dispone una determinata area. La *bilancia turistica* rappresenta il saldo tra le spese dei turisti stranieri in una Nazione e le spese dei turisti nazionali all'estero.

Le varie forme di turismo. I turismi.

Turismo balneare. I turisti si trasferiscono, per un determinato periodo (7-30 giorni), in una località di mare per motivi di svago, sport, divertimento, salute o relax. Gli stabilimenti balneari offrono attrezzature per la balneazione e l'attività ricreativa e sportiva. Le strutture ricettive offrono varie forme di ospitalità e di intrattenimento che rispondono alle esigenze di una clientela sempre più varia e diversificata.

Turismo montano invernale. Gli sport sulla neve sono la principale motivazione per il turista; più praticata è la disciplina libera, ma la montagna in inverno offre numerose altre possibilità di praticare attività sportive, quali lo sci di fondo, lo sci alpino, il bob, il pattinaggio, ecc. Le località di turismo invernale offrono impianti di risalita, piste innevate artificialmente, strutture ricettive di ogni categoria e numerose occasioni per il relax, la socializzazione e l'intrattenimento.

Turismo montano estivo. In estate la montagna è scelta come meta di vacanza per soddisfare il bisogno di riposo, relax vita all'aria aperta, per interessi naturalistici o per il desiderio di praticare attività sportive a contatto con la natura, quali escursioni, arrampicata sportiva, trekking, rafting, equitazione parapendio ecc. Le strutture ricettive variano dall'albergo di lusso al campeggio, al locale agriturismo. L'offerta turistica è spesso arricchita da iniziative culturali promosse dalle amministrazioni locali (feste tradizionali, mostre, concerti, ecc.).

Turismo lacustre. Questa forma di turismo è praticata da chi desidera trascorrere la propria vacanza nella pace e nella serenità offerte dalle località lacustri. Infatti, il lago è frequentato soprattutto da persone di mezza età, o particolarmente bisognose di un clima mite e particolarmente tranquillo. Il lago per il turista significa benessere, salute, relax e divertimento, grazie alle molteplici iniziative e possibilità di praticare attività sportive offerte da queste località (pesca sulle rive o in barca, canottaggio, surf, passeggiate lungo sentieri attrezzati, ecc.). Spesso grazie ai traghetti di linea, è possibile effettuare escursioni per visitare luoghi suggestivi e paesaggi caratteristici.

Turismo termale. Il turismo termale è praticato da persone con problemi di salute, o desiderose di recuperare la propria forma fisica, o semplicemente bisognose di relax. I servizi offerti sono di varia natura e sfruttano in diverso modo le virtù terapeutiche delle acque minerali: bagni, saune, fanghi, inalazioni, terapie estetiche ecc. Le strutture ricettive, inoltre, offrono generalmente ai loro ospiti piscine, palestre, personale medico e paramedico specializzato e menu studiati a dietologi per attuare un programma completo di benessere e di cura del corpo. Non mancano le occasioni di svago e di intrattenimento.

Turismo commerciale. Questa forma di turismo riguarda le persone che devono soggiornare in determinate località, diverse dalla loro abituale residenza, dove il commercio è più fiorente. All'interno di questo primo segmento di turismo troviamo persone appartenenti a categorie sociali diverse (di fascia media, medio/alta e alta) e tendenti a spostarsi per scopi prevalentemente economici. Si segnalano le categorie più rappresentative: agenti di commercio, ispettori, compratori, imprenditori e professionisti, rappresentanti di forze sociali e politiche.

Turismo congressuale. In Italia, il segmento del turismo congressuale comprende una domanda fortemente rappresentativa, anche se le motivazioni dei viaggiatori sono molto diversificate: gli scopi del viaggio, infatti, possono essere i più vari e coinvolgere gruppi più o meno numerosi di persone.⁹⁾ Questi incontri collettivi possono quindi avere varie denominazioni: congressi, convegni, convention, conferenze, meeting, simposi, trade show (o fiere commerciali), workshop, seminari, ecc.

Turismo di transito. Il turismo di transito è un segmento legato alle vie di comunicazione e ai mezzi di trasporto. In quasi tutti i casi, il tempo di permanenze è limitato ad una sola notte, o a una sola giornata, poiché questo tipo di viaggiatore non è interessato alla località, ma al soddisfacimento di bisogni relativi alla sosta nel corso del suo viaggio: il riposo, il ristoro, lo shopping, oppure il rifornimento di carburante, l'eventuale riparazione dell'auto o dell'imbarcazione e quanto altro è in relazione con il mezzo di trasporto. Questa forma di turismo si suddivide in:

- Turismo di transito stradale e autostradale;
- Turismo di transito aeroportuale;
- Turismo di transito portuale;
- Turismo di transito ferroviario.

Turismo culturale. Il turismo culturale è praticato dalle persone interessate a visitare località storiche, artistiche, paesaggistiche, prevede soggiorni dalla durata variabile: alcuni giorni, settimane o qualche mese. I centri storici, le città più antiche, le aree archeologiche, i luoghi protetti o incontaminati, i centri religiosi, le città d'arte sono le mete del turismo culturale. Le motivazioni che spingono questo tipo di turista sono svariate. Alcuni sono interessati ad arricchire le proprie conoscenze; altri per motivi di lavoro, con scopi di ricerca, studio, aggiornamento; altri ancora per conoscere nuovi posti, culture, etnie, costumi, o per assistere a manifestazioni culturali o folcloristiche.

Turismo religioso. In Italia, le mete tipiche del turismo religioso sono le località legate a eventi o personaggi della cristianità. Spesso il turista religioso viaggia in concomitanza con ricorrenze particolari. È opportuno suddividere chi pratica questa formula di turismo in tre diverse tipologie:

- I pellegrini;
- Il clero;
- Gli studiosi.

Turismo itinerante. Caratteristica è la visita di mete diversificate con alloggio e pernottamento sul mezzo di trasporto:

- Via mare (imbarcazione privata o nave da crociera);
- Via rotaia (cuccetta o vagone letto);
- Su strada (pullman con cuccette).

Le navi da crociera sono delle vere e proprie città galleggianti e offrono ai passeggeri tutti i comfort tipici di una località turistica.

Per gli spostamenti in treno, la tecnologia e l'evoluzione industriale hanno prodotto mezzi confortevoli e veloci. Il pernottamento in treno è diviso in due categorie: il servizio cuccetta e il vagone letto.

9 Ad esempio: specialisti di un determinato settore che si trovano per confrontarsi su un argomento, dipendenti di una grande azienda che si incontrano per motivi di lavoro, studiosi che si incontrano per un convegno scientifico, ecc.

Turismo naturalistico. Ci si sposta con mezzi propri (tende, roulotte, camper). Il verde, i parchi nazionali, le montagne, le colline e tutte le aree protette da associazioni pubbliche e private legate alla tutela ambientale sono le nuove mete per turisti ed escursionisti che fanno della natura l'elemento centrale per trascorrere le proprie vacanze.

Turismo agriturismo. Che risponde all'esigenza di trascorrere le proprie vacanze in località rurali, pernottando in strutture abitative inserite in aziende agricole. Il ritorno alle tradizioni e alle consuetudini della vita in campagna, il lavoro all'interno dell'azienda agricola, la possibilità di consumare alimenti prodotti in loco, la pratica di sport a contatto con l'aria aperta.

Turismo di cura. Interessa viaggiatori costretti, per problemi di salute, a recarsi in città diverse dal luogo di residenza. Se il paziente non può essere considerato un turista, il flusso dei familiari che seguono il malato e non alloggiano all'interno delle strutture ospedaliere rappresenta una fonte di guadagno per l'economia turistica.

Turismo di studio. Questa formula si sviluppa nelle città che accolgono le facoltà universitarie più famose, le scuole superiori, ecc.; la permanenza di questa categoria di persone dipende dalla durata del corso scolastico.

Turismo sportivo. È legato agli spostamenti sia di chi pratica sport, sia dei tifosi. La stagionalità è legata al periodo dei campionati e si sviluppa soprattutto nei fine settimana, quando i componenti delle squadre e tifosi si spostano nelle località che ospita l'evento sportivo.

Lo sviluppo del turismo è un'interazione complessa fra molti attori che hanno una responsabilità comune, quella della sostenibilità economica, ambientale e sociale del settore. Questa responsabilità coinvolge per esempio l'industria turistica che deve promuovere un prodotto sostenibile, il consumatore che deve sviluppare modelli sostenibili di consumo e gli enti pubblici che devono creare il giusto quadro per permettere l'utilizzo sostenibile delle risorse e creare una parità di condizioni commerciali fra tutte le diverse parti interessate.

Il turismo deve tenere conto della competizione economica globale, pertanto, deve adeguarsi costantemente ai cambiamenti del mercato dovuti alle nuove regole imposte dalla rivoluzione digitale. La sostenibilità e l'etica del turismo devono rappresentare le principali "mission" affinché il turismo svolga un ruolo sociale, educativo, sia per le generazioni presenti e future. Il turismo relazionale, cioè quello che permette scambi diretti tra turisti e residenti e la ricettività diffusa, della quale fanno parte le strutture ricettive alternative come: case per vacanze, affittacamere e bed & breakfast, locazioni turistiche/brevi, possono rappresentare una valida alternativa al processo inarrestabile di globalizzazione che ha coinvolto, inevitabilmente, anche il comparto turistico. Il passaggio dalla *old economy* alla *new economy* è stato causato dalla cosiddetta «rivoluzione digitale», combinazione di: Internet, nuove tecnologie (e-commerce, email, telefoni cellulari, fax automazione delle vendite e del marketing, tv via cavo, video conferenze), e dalla globalizzazione (mercato privo di limiti geografici). L'intero comparto turistico deve riflettere ed operare conseguentemente per fronteggiare l'impatto rivoluzionario di queste nuove tecnologie.

Le opportunità e i rischi connessi alla globalizzazione, da un lato riducono i costi di produzione e di sviluppo del valore della marca, nel contempo presentano rischi causati dalle differenti legislazioni, dalle lingue diverse e dai diversi sistemi di fornitura. Mentre la *old economy*, si basava sui principi della gestione delle industrie manifatturiere la *new economy*, poggia sulla logica della gestione dell'informazione e dell'industria dell'informazione.

La concorrenza, causata dal basso livello di investimenti necessari, per l'ingresso in questo campo, non potrà non riflettersi sui prezzi e sulla qualità delle diverse offerte ma gli operatori turistici incorreranno nei probabili seguenti rischi:

- potrebbero ridursi i fatturati pro-capite per società;
- potrebbero ridursi i margini di profitto, a seguito della corsa al ribasso sui prezzi;
- le società potrebbero avventurarsi verso settori diversi da quello di partenza, senza averne una conoscenza specifica.

Eventuali disservizi, inefficienze o promesse non mantenute, saranno segnalabili immediatamente alla comunità virtuale su forum o siti appositamente creati, così da realizzare un modello di scambio fondato sulla perfetta informazione, nel quale il turista può scegliere razionalmente, confrontando il proprio budget di spesa ed i propri desideri con le offerte disponibili su di un mercato di dimensioni planetarie.

Su Internet opereranno anche agenzie di viaggio specializzate, disposte ad aiutare i turisti che avranno meno tempo a disposizione o che si sentiranno più timorosi nei confronti della grande rete, recuperando così il proprio ruolo basato sulla fiducia, sul rapporto interpersonale e sulla capacità di trovare il meglio per la propria clientela. Il turismo rappresenta un fenomeno economico, con profonde implicazioni socio-culturali, che cattura l'interesse sempre maggiore della cooperazione internazionale organizzata. Infatti, appare ormai indiscutibile il "valore" del turismo sul PIL e sulla bilancia commerciale degli stati, in quanto integratore ed acceleratore economico, produttore di posti di lavoro, generatore di valuta pregiata. Ad una prima sommaria analisi, sembrerebbe evidente definire il turismo come materia a carattere prettamente internazionale, in quanto caratterizzata dal movimento di persone e servizi a livello mondiale, ciò nonostante dal punto di vista strettamente giuridico non si possono definire quei pochi interventi normativi, come un vero e proprio corpus di diritto internazionale.

Pur essendo evidente questo interscambio turistico a livello internazionale, occorre subito abbandonare l'idea di una coordinazione a livello globale, infatti, salvo sporadici casi, non si riscontrano a tutt'oggi interventi determinanti degli stati evidenziandosi, invece, una serie di accordi "minori" soprattutto di tipo bilaterale. Il turismo può rappresentare uno strumento di sviluppo economico per quei territori che sanno proporsi in un'ottica di amore e rispetto per il loro patrimonio artistico, culturale ambientale. Lo strumento di valutazione di un'area a vocazione turistica è, senz'altro, il ciclo di vita del prodotto per gestirlo correttamente.

VANTAGGI E CRITICITÀ DEL FENOMENO TURISTICO	
Vantaggi	Criticità
Patrimonio naturale e culturale locale	<i>Danni al patrimonio naturale e culturale</i>
Miglioramento del tenore di vita locale	<i>Mancanza di una struttura organizzativa</i>
Nuove opportunità di lavoro	<i>Mancanza di qualifiche e formazione</i>
Diversità e stabilità dell'economia locale	<i>Mancanza di supporto dagli altri settori</i>
Fonte aggiuntiva di entrate	<i>Insufficiente informazione</i>
Difficoltà di differenziazione	
Limitato ritorno economico	
Potenziali conflitti sociali	

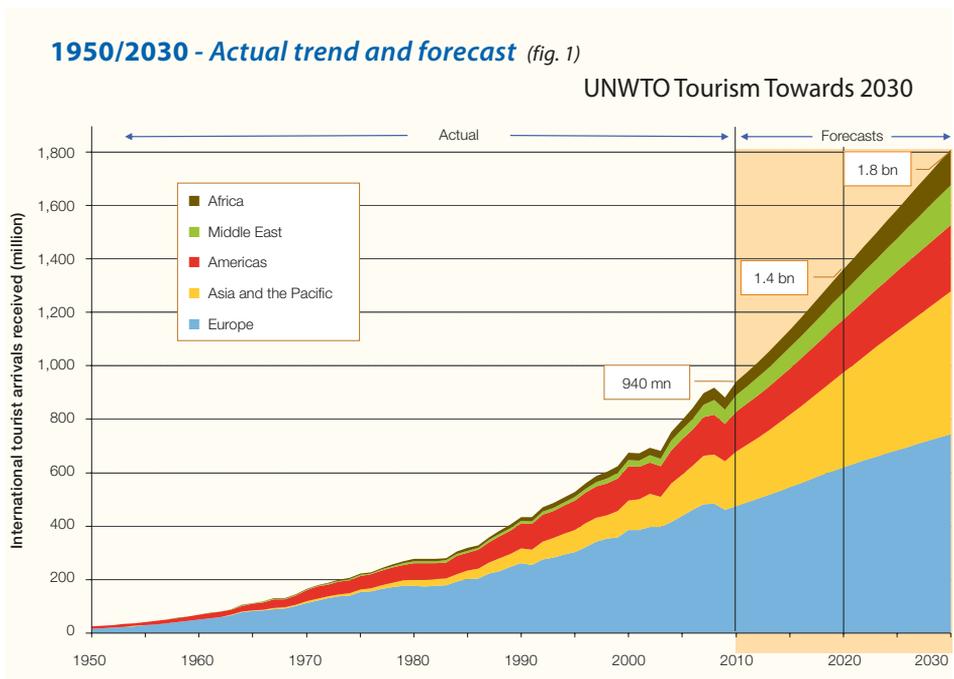
3.3 LE DIMENSIONI DEL FENOMENO ^{(10) (11)}

Il turismo rappresenta uno dei settori più dinamici delle moderne economie. Secondo le stime del WTTC “World Tourism and Travel Council”, nel 2008 il turismo contribuisce, direttamente e indirettamente, al 9,9% del Prodotto interno lordo mondiale e dà lavoro a 238 milioni di persone, quasi l’8% dell’intera occupazione mondiale, generando un reddito annuo di mille miliardi di dollari. A metà degli anni novanta il settore turistico costituiva il 6% del PIL mondiale, il 13% della spesa per consumi e si poteva definire il settore industriale a più rapida crescita. Con il passare del tempo le presenze nei paesi industrializzati sono sempre superiori al 50%, ma cresce, e raggiunge circa un terzo del totale, la quota spettante ai paesi in via di sviluppo, i cosiddetti paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina). Per quanto riguarda i paesi dell’Europa centrale e orientale, dopo la caduta del Muro di Berlino la loro presenza nel turismo mondiale è cresciuta in misura davvero significativa.

Nella *fig. 1* (Trend effettivo e previsione) ecco come si sono evoluti negli anni, le presenze internazionali dei turisti.

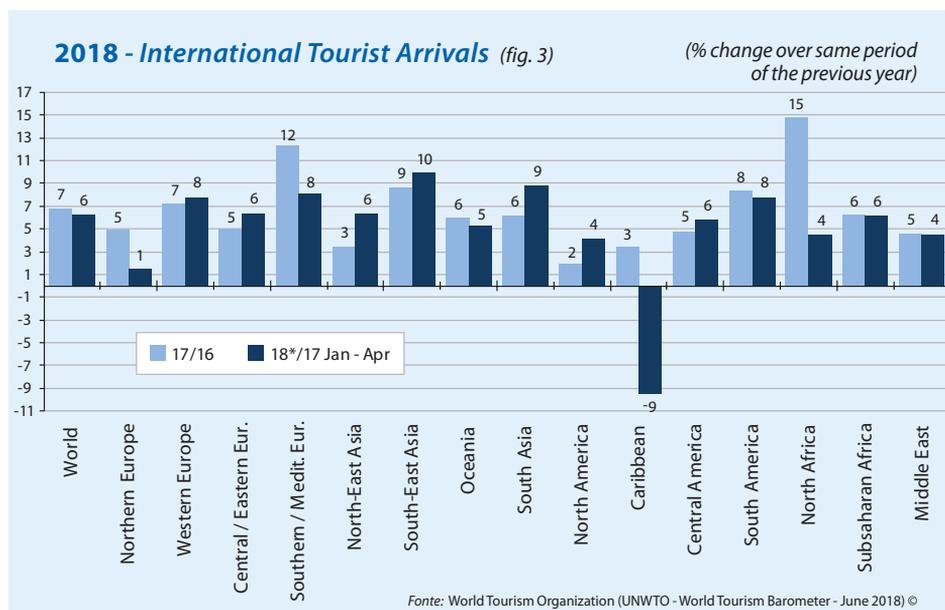
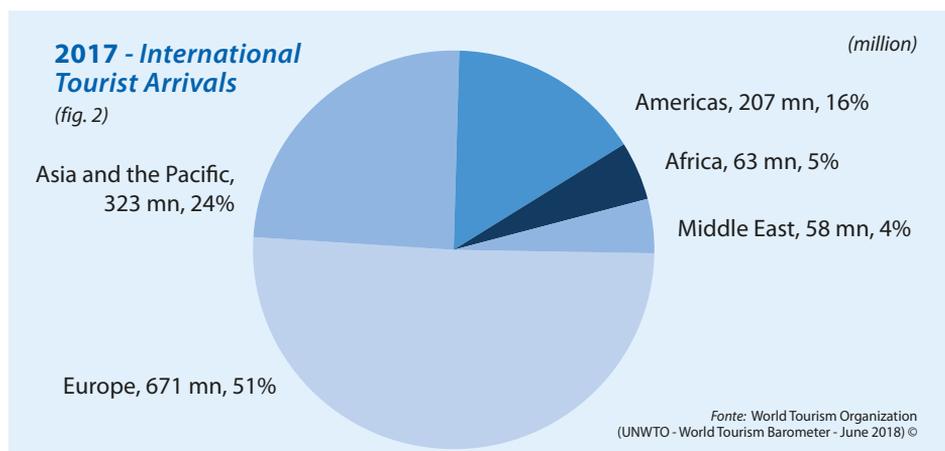
Il 2017 è stato un anno da record per il turismo internazionale. Il trend degli arrivi turistici internazionali è cresciuto per l’ottavo anno consecutivo, secondo una sequenza di crescita ininterrotta non registrata dagli anni sessanta.

Le destinazioni in tutto il mondo hanno accolto 1,323 milioni di arrivi turistici internazionali, che ha rappresentato un’incremento di circa 84 milioni di arrivi turistici internazionali rispetto al 2016.



10 I dati sui flussi turistici dei paragrafi 3.4 e 3.5 riportano prevalentemente le statistiche precedenti al periodo della pandemia da Covid 19.

11 Fonte: © UNWTO - World Tourism Organization.



Flussi e spesa in Italia.

Nel 2017, secondo i primi dati provvisori Istat, le strutture ricettive ufficiali italiane hanno registrato 122 milioni di arrivi e oltre 427 milioni di presenze totali, segnando un aumento rispetto all'anno precedente rispettivamente del 4,5% e 6,0%. Anche i dati della Banca d'Italia confermano questo momento positivo.

Nel 2017 la spesa dei turisti stranieri è aumentata del 7,7% (circa 39 Mld di euro), con un trend positivo sia per la domanda a motivazione leisure, che business. Il saldo della bilancia turistica dei pagamenti si mantiene positivo e in deciso aumento (+5,7%) rispetto al 2016.⁽¹²⁾

12 Fonte: Istat, Banca d'Italia - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori).

Flussi e spesa in Italia			2018
	Arrivi	+ 4,5% passeggeri	ISTAT
	Presenze	+ 6,0%	ISTAT
	Spesa stranieri	+ 7,7% (39 mld euro)	Banca d'Italia
	Bilancia turistica	+ 5,7%	Banca d'Italia

Flussi e spesa nel mondo.

Secondo le rilevazioni dell'UNWTO "World Tourism Organization", gli arrivi internazionali nel mondo nel 2017 hanno segnato un incremento del 6,8%, evidenziando una crescita diffusa della domanda di viaggi, in linea con le stime previste. Anche la spesa dei turisti internazionali nel mondo (1,332 Mld di \$) registra un trend positivo rispetto al 2016, con variazioni particolarmente significative per alcuni Paesi emergenti come il Brasile e la Federazione Russa. Una conferma dell'aumento della domanda di turismo in Europa proviene dall'Eurostat che, secondo i primi dati provvisori, rileva una crescita del numero di pernottamenti nelle strutture ricettive dei paesi dell'Unione europea, sia di turisti internazionali che nazionali, pari a 5,1% rispetto al 2016.⁽¹³⁾

Flussi e spesa nel mondo			2018
	Arrivi internazionali	+ 6,8%	UNWTO
	Spesa turisti internazionali	+ 6,0%	UNWTO
	Presenze in Europa	+ 5,1%	Eurostat

Trasporti in Italia.

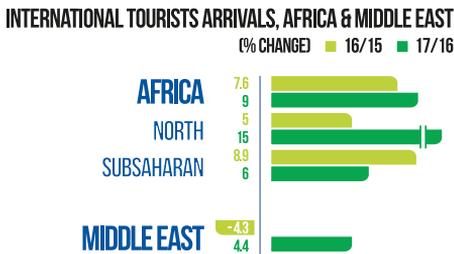
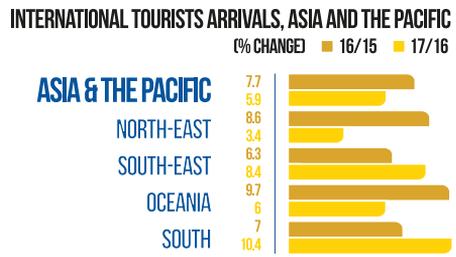
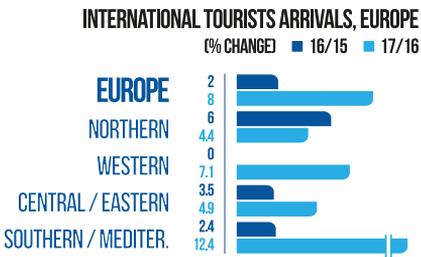
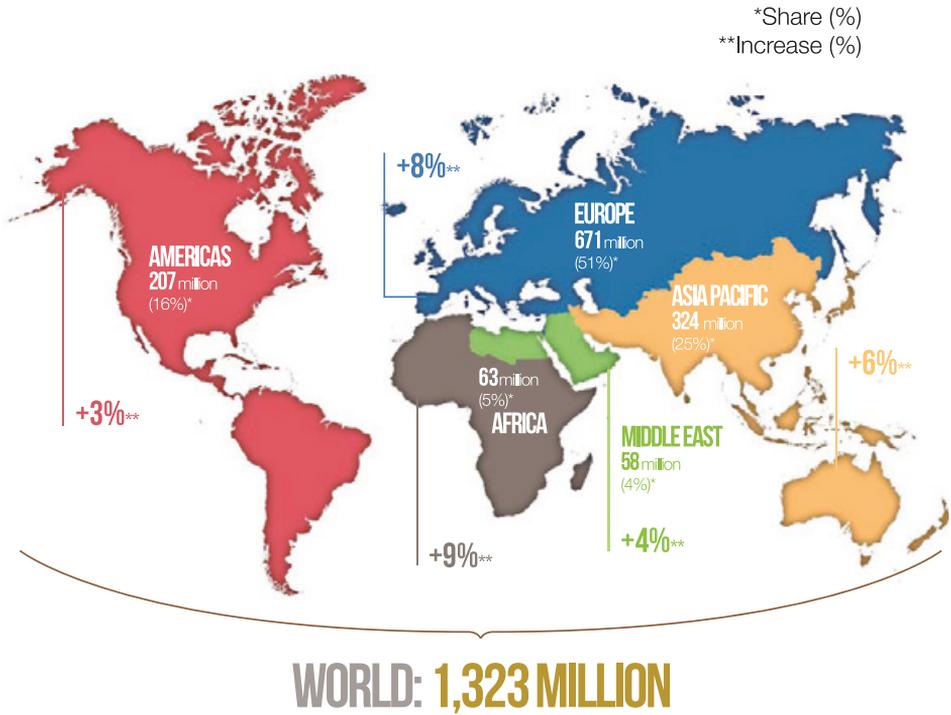
Anche il settore dei trasporti in Italia ha registrato buone performance. Nel comparto aeroportuale, secondo quanto riportato da Assaeroporti, si è avuto un aumento del 6,4% dei passeggeri, pari a 175.150.984 unità, e del 2,6% di movimenti, pari a 1.363.532 aeromobili in arrivo/partenza. I trasporti ferroviari hanno registrato un aumento del 18,3% di passeggeri di treni ad Alta Velocità e Intercity (FsNews). Segnali soddisfacenti arrivano anche dal settore del traffico su gomma. AISCAT, Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori ha confermato un aumento dei veicoli leggeri pari all'1,8% rispetto al 2016 (circa 1,5 milioni).⁽¹⁴⁾

Trasporti in Italia			2018
	Aerei	+ 6,4% passeggeri	Assaeroporti
	Ferrovie	+ 18,3% passeggeri	FS News
	Autostrade	+ 1,8% veicoli leggeri	AISCAT

13 Fonte: UNWTO, Eurostat - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori).

14 Fonte: Assaeroporti, FS News, AISCAT - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori).

2017 - International Tourist Arrivals ⁽¹⁵⁾ (fig. 4)



Previsione arrivi 2018.

La crescita dovrebbe continuare anche nel corso del 2018. L'UNWTO ha previsto un trend positivo degli arrivi internazionali nel mondo compreso tra il 4% e il 5% e un parallelo aumento degli arrivi internazionali in Europa compreso tra il 3,5% e il 4,5%.⁽¹⁶⁾

Per quanto riguarda l'Italia, il Ciset, Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, prevede per il 2018 un aumento del 4,7% (circa 69 milioni) degli arrivi mondiali in Italia, provenienti soprattutto dall'Europa Centrale (25 milioni) e dall'area dell'Extra Europa (10,5 milioni).

Previsioni arrivi internazionali			2018
	Internazionali nel mondo	+ 4,0% / 5,0%	UNWTO
	Internazionali in Europa	+ 3,5% / 4,5%	UNWTO
	Internazionali in Italia	+ 4,7%	Ciset

Turismo esperienziale.

L'Italia occupa cinque posizioni nella top 10 delle esperienze più popolari prenotate dai visitatori globali nel 2017 attraverso il portale di TripAdvisor, di importo inferiore a 150 dollari: Roma, Venezia e Toscana le località più richieste per la scelta delle esperienze di visita.

Turismo nei borghi.

Secondo le rilevazioni del Centro Studi Turistici (CST) di Firenze, per l'anno 2017 la domanda turistica negli oltre 5.500 borghi italiani è stimata in circa 22 milioni di arrivi e 95 milioni di presenze, equamente distribuiti tra turisti italiani (49,8%) e stranieri (50,2%). La spesa complessiva dei turisti che hanno visitato i borghi italiani, è stimata in circa 8,2 miliardi di euro, di cui il 54,8% generata da turisti stranieri il 45,2% da turisti italiani.

Trend online.

Anche le stime di grandi player digitali segnano una tendenza positiva per i viaggi in primavera 2018. Trivago, ad esempio, ha analizzato tutte le ricerche di viaggio in Italia dalle sue 55 piattaforme per i mesi di marzo, aprile e maggio. Il 64% delle ricerche arriva dai mercati esteri e il 36% dal mercato interno. Tra gli stranieri il 18% arriva dalla Germania, il 14% dal Regno Unito, l'8% dalla Francia, il 6% dalla Spagna, il 5% dagli Stati Uniti, il 4% da Brasile e Austria. I dati del 2017 nel rapporto UniCredit - Touring Club Italiano. Turismo in crescita a livello mondiale e soprattutto in Italia. Il Veneto è la regione più turistica in termini di arrivi e vale quanto tutto il Meridione. La lingua tedesca è la più parlata tra i turisti in arrivo in Italia. Fattori sfavorevoli come la crisi globale, il terrorismo, i fenomeni migratori e l'affermazione di nuove forme di protezionismo non sembrano frenare il turismo mondiale e quello italiano in particolare che a ogni stagione registrano importanti livelli di crescita.⁽¹⁷⁾

16 Fonte: UNWTO, Ciset - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori).

17 Fonte: Dati contenuti nell'ormai consueto *Rapporto sul Turismo 2017*, curato da UniCredit in collaborazione con Touring Club Italiano, osservatorio privilegiato su tutto il comparto turistico.

Nel 2016 il turismo mondiale, con oltre 1,2 miliardi di arrivi internazionali, ha vissuto l'ennesimo anno record mentre le prime previsioni per il 2017 indicano che i flussi proseguiranno con un trend di crescita compreso tra il 3 e il 4%. Questo nonostante fattori destabilizzanti, dagli attentati terroristici in Occidente alle tensioni geopolitiche in Medio Oriente, abbiano rischiato di mettere in crisi il settore dei viaggi.

La situazione del turismo nel mondo.

L'Europa è sempre la destinazione privilegiata dai viaggiatori internazionali; con circa 620 milioni di arrivi riceve, infatti, oltre il 50% dei flussi complessivi. Seguono Asia e Pacifico, poi l'America con 201 milioni di arrivi (16%). Asia-Pacifico, Africa e America registrano tassi di crescita tra il 4 e l'8%, mentre mostra una battuta d'arresto il Medio Oriente (-4,1%) e l'Europa tiene con una crescita limitata (+2%). Tra i Paesi più visitati prima è sempre la Francia con 84,5 milioni di arrivi internazionali mentre l'Italia consolida la quinta posizione. Il bacino del Mediterraneo presenta qualche contraddizione: nel 2016 la Francia ha presentato un calo del 4% degli arrivi internazionali, l'Egitto e la Turchia per le ragioni che tutti conosciamo hanno perso rispettivamente il 40% e il 30% dei flussi, mentre hanno invece approfittato della situazione Cipro, Spagna, Malta e Croazia che hanno registrato tassi di crescita a doppia cifra. Tra gli emergenti, continua la crescita del Messico che registra una positiva performance tra le dieci destinazioni che attraggono più turisti nel mondo. Tra i Paesi generatori di spesa per il turismo outgoing la Cina è al primo posto, seguita da USA (112,9) e Germania (77,5). Si segnala la congiuntura negativa della Russia che scende al sesto posto in calo del 31% rispetto al 2014.

Flussi in Italia, tra *overtourism* e crescita interna.

Il rapporto di UniCredit e Touring Club Italiano rileva inoltre un nuovo fenomeno, l'*overtourism*, che tocca destinazioni come Venezia, Barcellona e da ultima l'Islanda, dove il turismo si è trasformato in una minaccia per la sostenibilità ambientale e sociale. Fresca di **Piano strategico del turismo 2017-2022** e di iniziative nazionali come "2017 Anno dei Borghi", l'Italia ha nel turismo un driver decisivo per l'economia, nonostante le carenze in fatto di infrastrutture e trasporti facciano scivolare il nostro Paese in ventitreesima posizione nel recente *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017* del World Economic Forum. Tuttavia siamo quinti per capacità attrattiva con 50,7 milioni di arrivi internazionali e i dati 2016 del "World Travel and Tourism Council" certificano che la nostra industria turistica vale 70,2 miliardi di euro (ovvero il 4,2% del Pil) che salgono a 172,8 miliardi di euro (il 10,3% del Pil), se si aggiunge anche tutto l'indotto.

Dal punto di vista occupazionale sono circa 2,7 milioni i lavoratori nel settore. Il turismo interno è in ripresa dopo anni di crisi. Nel 2016 gli arrivi italiani sono cresciuti del 6,2% e le presenze del 4,8%. Per quanto riguarda l'incoming, la spesa turistica degli stranieri nel 2016, per il quinto anno dal 2012, registra un altro record raggiungendo quota 36,4 miliardi di euro. La Germania si conferma come primo mercato di riferimento (53,3 milioni), mentre per la prima volta la Cina entra nella top 10, con 5,4 milioni di presenze.

Tra le criticità del nostro Paese vi è un'eccessiva concentrazione dei viaggiatori in alcune aree specifiche e in particolari periodi dell'anno. I territori più frequentati dai turisti sono le città d'arte del Centro-Nord, in cui Roma ha ancora un ruolo dominante rispetto alle altre destinazioni urbane, seguita da Milano che si conferma da anni in crescita e che ha ricevuto grazie a Expo 2015 una spinta importante, e la costa adriatica, veneta e romagnola. Torino nel

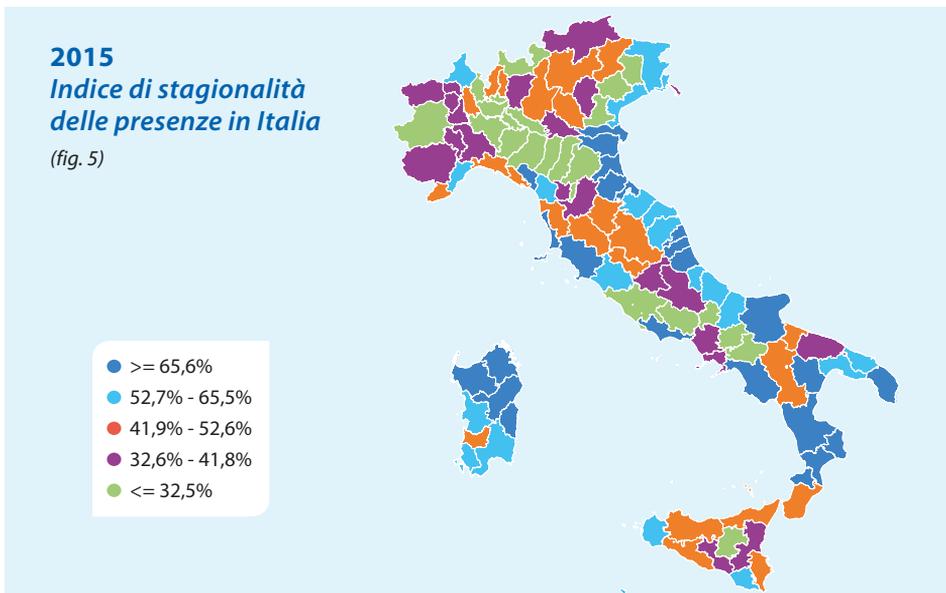
2016 entra per la prima volta nella top 10. La diffusione di telefonia mobile e app ha favorito la nascita di *community* social facendo esplodere il fenomeno dell'ospitalità tra privati che, solo in Italia nel 2016, ha riguardato 5,6 milioni di persone. L'affermazione delle prime compagnie aeree *low cost* ha poi inciso sul settore dei trasporti di breve/medio raggio mettendo in competizione destinazioni che fino a quel momento non si sentivano in concorrenza.

Turismo in Italia, le regioni più visitate.

Il rapporto UniCredit distingue nove tipi di turismo in Italia: culturale, balneare, montano, agriturismo, crociera, business, congressuale, termale ed enogastronomico. Tutti i segmenti godono di buona salute, tranne il turismo business e congressuale che risente forse dell'andamento altalenante dell'economia italiana.

Il Veneto, con oltre 63 milioni, è la regione più turistica d'Italia, con dati tre volte superiori a quelli della Campania (19 milioni) e ben quattro volte a quelli della Sicilia (15). La spesa incoming vede al primo posto il Lazio (6,4 miliardi di euro lasciati dagli stranieri sui quasi 36 miliardi complessivi in Italia nel 2015), segue la Lombardia e, più a distanza, Veneto (5,2) e Toscana (4,1). La prima regione del Sud – quinta – è la Campania con 1,8 miliardi di euro. Il Meridione, tutto insieme, attrae appena 5 miliardi, sostanzialmente quanto fa da solo il Veneto. Un elemento unisce infine la maggior parte delle regioni: la dipendenza dal mondo di lingua tedesca. In 14 casi la Germania è il primo mercato incoming, in altri 5 costituisce il secondo o il terzo mentre solo nel Lazio e in Valle d'Aosta non è presente tra i primi tre.⁽¹⁸⁾

Un discorso a parte meritano i social network. Per Facebook, la Toscana rappresenta la regione italiana con il maggior numero di like (oltre 500 mila), seguita a distanza dalla Sicilia e dall'Alto Adige. Sicilia e Puglia sono le uniche realtà del Sud a essere in classifica. Le Marche (oltre 95 mila) e a distanza l'Emilia Romagna (53 mila) sono invece le realtà regionali con il maggior numero di follower su Twitter.



18 Fonte: UniCredit Tourism in collaborazione con Touring Club Italiano.

In questo caso, il Sud è rappresentato dalla sola Puglia. La Toscana (54 mila) e a seguire la Puglia (30 mila) costituiscono i territori con più follower su Instagram.

Le regioni d'Italia più recensite nel 2016 sui portali specializzati rispecchiano in generale le destinazioni nelle quali arrivano più turisti, con la Lombardia in vetta alla classifica, seguita dal Veneto e dalla Toscana. Nella classifica per soddisfazione degli ospiti in termini di sentiment positivo sulle strutture ricettive abbiamo nelle prime tre posizioni la Valle d'Aosta (85,8%), la Basilicata (85,5%) e il Trentino-Alto Adige (84,4%). Tra le regioni con l'offerta ricettiva più amata dagli ospiti stranieri, spunta in terza posizione l'Umbria oltre alla Valle d'Aosta e alla Basilicata, già presenti nella classifica generale, rispettivamente alla prima e alla seconda posizione.⁽¹⁹⁾

Entrate del turismo internazionale.

Nel 2011, le entrate del turismo internazionale hanno raggiunto un record di circa 837 miliardi di euro, rispetto a 740 miliardi nel 2011 e a 699 miliardi di euro nel 2010 e ciò rappresenta una crescita del 4%.

L'Europa detiene la quota maggiore di entrate del turismo internazionale con il 42,6% di share ma ha registrato solo il 2% di crescita a differenza delle Americhe, Asia/Pacifico e Africa che hanno avuto una crescita di circa il 6%. Il Medio Oriente ha avuto un calo del 2% a causa delle turbolenze politiche del paese.⁽²⁰⁾

3.4 IL TURISMO COME PILASTRO DELL'ECONOMIA. EFFETTI DIRETTI, INDIRETTI E INDOTTI

Il turismo è a tutti gli effetti un'attività economica in grado di creare crescita ed occupazione, contribuendo nel contempo allo sviluppo ed all'integrazione economica e sociale.

In Europa, con circa 1,8 milioni di imprese, principalmente PMI (*fig. 7*), che occupano il 5,2% circa della manodopera totale (approssimativamente 9,7 milioni di posti di lavoro, di cui una quota considerevole è rappresentata da giovani), l'industria turistica genera più del 5% del PIL dell'Unione europea, una percentuale in costante aumento.

Il turismo rappresenta così la terza maggiore attività socio-economica dell'Unione europea, dopo il settore del commercio e della distribuzione e quello della costruzione.

Se si considerano i settori attinenti, il contributo del turismo al prodotto interno lordo risulta ancora più elevato: si ritiene infatti che sia all'origine di più del 10% del PIL dell'Unione europea e che fornisca circa il 12% dell'occupazione totale.

A tale proposito, se si osserva la tendenza degli ultimi dieci anni, la crescita dell'occupazione nel settore del turismo è stata quasi sempre superiore a quella del resto dell'economia. Anche per l'Italia, il settore turistico è un comparto economico di prima grandezza con una incidenza di grande rilevanza nel "prodotto interno lordo". Come si evince dalla *fig. 8*, l'Italia è posizionata al quinto posto per quanto riguarda le presenze turistiche mentre per quanto riguarda gli introiti economici è al sesto posto.^{(21) (22)}

19 Fonte: UniCredit Tourism in collaborazione con Touring Club Italiano.

20 Fonte: World Tourism Organization (UNWTO) © - Data as collected by UNWTO, July 2016

21 Fonte: World Tourism Organization (UNWTO) © - Data as collected by UNWTO, July 2016

22 Con questi due principali indicatori – presenze turistiche ed entrate turistiche internazionali – è inte-

La spesa turistica ha un effetto a catena, nel senso che il suo effetto si propaga dal settore turistico al resto dell'economia. Infatti, i dati statistici elaborati dalla "World Travel and Tourism Council", fanno riferimento sia ad un impatto economico diretto ma anche ad impatti

Entrate del Turismo Internazionale (fig. 6)											2016		
	International tourism receipts Local currencies, constant prices (% change)				Market share (%)	Receipts (US\$)			Receipts (euro)				
	12/11	13/12	14/13	15*/14		2015*	(billion)		(billion)		per arrival		
							2014	2015*	2014	2015*			
World	4.3	5.9	5.1	4.4	100	1,309	1,260	1,060	986	1,136	960		
Advanced economies ¹	3.6	6.1	4.9	3.1	61.5	829	774	1,190	624	698	1,070		
Emerging economies ¹	5.4	5.5	5.5	6.7	38.5	481	486	910	362	438	820		
By UNWTO regions:													
Europe	1.8	4.1	4.3	3.0	35.8	513.5	450.7	740	386.6	406.2	670		
Northern Europe	3.3	7.5	6.4	7.6	6.2	82.5	78.4	1,030	62.1	70.7	930		
Western Europe	2.7	2.2	3.3	0.2	11.6	173.7	146.4	810	130.7	131.9	730		
Central/Eastern Europe	4.3	3.5	-0.9	-0.4	4.0	58.2	50.1	400	43.8	45.2	360		
Southern/Medit. Europe	-0.3	4.8	6.1	5.0	14.0	199.2	175.8	780	149.9	158.4	700		
-of which EU-28	1.5	3.8	4.6	3.4	29.6	427.3	373.4	780	321.6	336.5	700		
Asia and the Pacific	7.6	9.3	5.3	4.0	33.2	420.1	418.3	1,500	316.2	377.0	1,350		
North-East Asia	8.6	10.4	6.1	0.8	18.8	238.0	236.7	1,670	179.1	213.3	1,500		
South-East Asia	10.9	10.6	2.0	7.8	8.6	108.1	108.3	1,030	81.4	97.6	930		
Oceania	-1.8	2.0	7.2	9.9	3.3	44.6	41.9	2,940	33.6	37.8	2,650		
South Asia	4.9	8.7	8.5	7.1	2.5	29.4	31.4	1,720	22.1	28.3	1,550		
Americas	4.7	6.7	6.4	7.8	24.1	288.0	303.7	1,580	216.8	273.7	1,420		
North America	5.0	7.4	6.6	8.2	18.9	225.0	238.5	1,870	169.3	214.9	1,680		
Caribbean	1.2	3.7	4.8	5.8	2.2	26.7	28.1	1,170	20.1	25.3	1,060		
Central America	7.8	7.2	6.2	7.3	0.9	10.6	11.5	1,120	8.0	10.4	1,010		
South America	4.8	3.4	6.2	7.0	2.0	25.7	25.6	830	19.3	23.0	750		
Africa	6.2	2.4	2.4	2.4	2.6	36.1	33.1	620	27.2	29.8	560		
North Africa	8.2	-2.1	5.2	-9.8	0.7	10.6	8.6	470	8.0	7.7	430		
Subsaharan Africa	5.5	4.2	1.4	7.5	1.9	25.5	24.5	690	19.2	22.1	620		
Middle East	1.8	-4.6	7.4	4.3	4.3	51.6	54.4	1,020	38.8	49.0	920		

1. Classification based on the International Monetary Fund (IMF);
See the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016

Size class / numbers of employees (fig. 7)											
	1 - 9	10 - 49	50 - 250	250 +							
EU In %	1.179.554	82.441	7.228	523							
	92,89 %	6,5 %	0,57 %	0,04 %							

Fonte: rielaborazione dati Eurostat

ressante notare che sette delle prime dieci destinazioni compaiono in entrambe le liste, anche se hanno marcate differenze nella tipologia di turisti che attirano, sia per la durata media del soggiorno che per la spesa relativa al viaggio.

indiretti e indotti. Si parla di effetto diretto quando si prendono in considerazione quelle aziende che ricevono direttamente la spesa turistica, cioè ristoranti, alberghi ecc... A loro volta, però, queste aziende dovranno rivolgersi ad altre aziende per il funzionamento dell'attività stessa.

E quindi un'impresa turistica dovrà rivolgersi a costruttori, avvocati, commercialisti, fornitori di cibo e bevande, energia elettrica e via discorrendo, i quali, a loro volta, si rivolgeranno ad altri fornitori continuando il processo.

Questo giro di spesa viene chiamato effetto indiretto. Dunque, gli effetti indiretti sono i cambiamenti di produzione derivanti dai vari cicli di spesa delle entrate del settore turistico nelle industrie collegate ad esse (ad esempio industrie fornitrici di prodotti e servizi per alberghi). Inoltre grazie ai giri di spesa diretti ed indiretti, si avrà un accumulo di reddito per i residenti locali, sotto forma di rendite, salari, interessi e profitti che rappresentano gli effetti indotti. La somma di tutti e tre gli effetti andrà a determinare l'impatto economico (totale) del turismo.

Infine, se gli effetti diretti sono stimabili anche nel breve periodo, quelli indiretti e quelli indotti sono più complessi da calcolare, per cui bisogna attendere un intervallo di tempo maggiore al fine di conoscerne gli esiti. Secondo le indagini della WTTC (fig. 9), il turismo ha avuto il seguente impatto (diretto, indiretto e indotto) dal 2003 fino al 2013, con le previsioni per il 2023, considerando a sinistra, il contributo totale del turismo al PIL, e a destra viene considerata anche l'occupazione.

2016 - Principali destinazioni turistiche nel mondo (fig. 8)

International tourist arrivals						International tourism receipts								
Rank	Series	(million)		Change (%)		US\$				Local currencies				
		2014	2015*	14/13	15*/14	(billion)	2015*	14/13	15*/14	14/13	15*/14			
1	France	TF	83.7	84.5	0.1	0.9	1	United States	191.3	204.5	7.8	6.9	7.8	6.9
2	United States	TF	75.0	77.5	7.2	3.3	2	China	105.4	114.1	n/a	8.3	n/a	9.8
3	Spain	TF	64.9	68.2	7.0	5.0	3	Spain	65.1	56.5	3.9	-13.2	3.9	4.0
4	China	TF	55.6	56.9	-0.1	2.3	4	France	58.1	45.9	2.8	-21.0	2.8	-5.4
5	Italy	TF	48.6	50.7	1.8	4.4	5	United Kingdom	46.5	45.5	11.8	-2.3	6.2	5.2
6	Turkey	TF	39.8	39.5	5.3	-0.8	6	Thailand	38.4	44.6	-8.0	16.0	-2.7	22.0
7	Germany	TCE	33.0	35.0	4.6	6.0	7	Italy	45.5	39.4	3.6	-13.3	3.6	3.8
8	United Kingdom	TF	32.6	34.4	5.0	5.6	8	Germany	43.3	36.9	4.9	-14.9	4.9	1.9
9	Mexico	TF	29.3	32.1	21.5	9.4	9	Hong Kong (China)	38.4	36.2	-1.4	-5.8	-1.5	-5.8
10	Russian Federation	TF	29.8	31.3	5.3	5.0	10	Macao (China)	42.6	31.3	-1.1	-26.4	-1.1	-26.5

1. Note that China, the United States and the United Kingdom substantially revised their international tourism receipts series upwards for 2015 and retrospectively for some previous years, due to changes in methodology.

3.5 IL TURISMO E IL MERCATO DEL LAVORO.

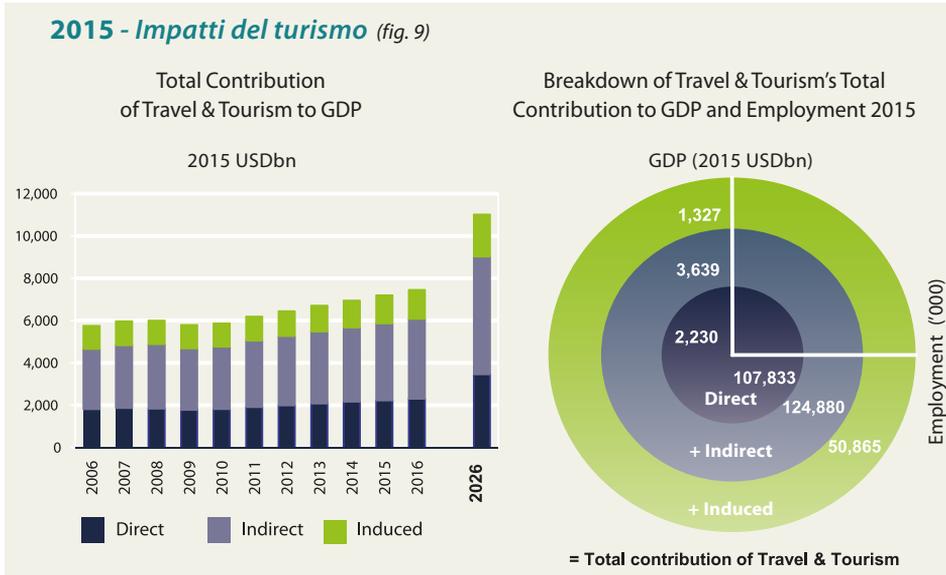
La consistenza di imprese e lavoratori nel 2015 il settore turismo (alberghi, campeggi, bar, ristoranti, stabilimenti balneari e termali, discoteche e agenzie di viaggi e parchi divertimento) contava, in media d'anno, circa 964mila lavoratori dipendenti e 171mila aziende con almeno un dipendente. La stagionalità è una caratteristica del settore che emerge chiaramente dalla variabilità di aziende ed occupazione nei diversi mesi dell'anno.⁽²³⁾

Nel primo caso la forbice va da 153.466 a 189.131 unità.

Nel secondo, da 801.159 a 1.135.512 unità.

Consistenza anno 2015:

— Dipendenti min 801.159 - max 1.135.512 - media 963.771



- Aziende min 153.466 - max 189.131 - media 171.483
- Dipendenti per azienda min 5,2 - max 6,0 - media 5,6

Il turismo presenta una struttura produttiva caratterizzata da imprese di piccole dimensioni con un numero di dipendenti che, in media, è pari a 5,6 unità.

L'irrobustimento della base occupazionale nei mesi estivi, ma anche quello del numero delle aziende operative, porta la dimensione media a 6 dipendenti per azienda. Si ricorda che in questa sede si fa riferimento alla sola occupazione dipendente e non dunque al lavoro prestato da titolari e collaboratori familiari che rappresenta almeno un terzo della quota complessiva dell'input di lavoro nel settore.

I lavoratori dipendenti per classe di età.

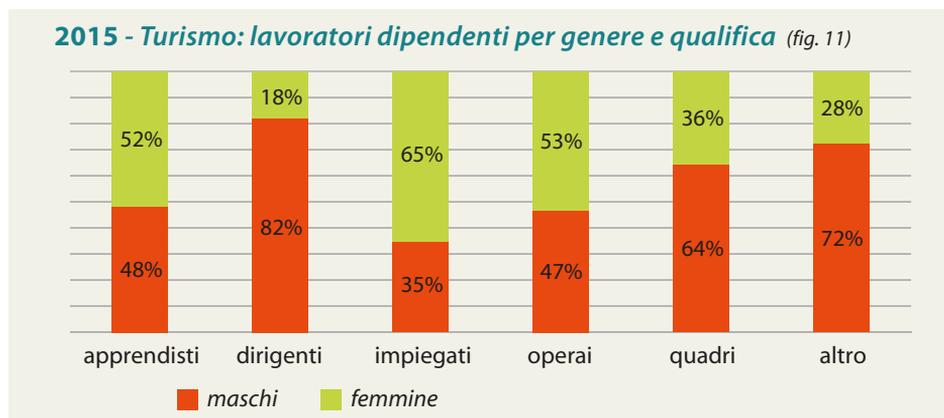
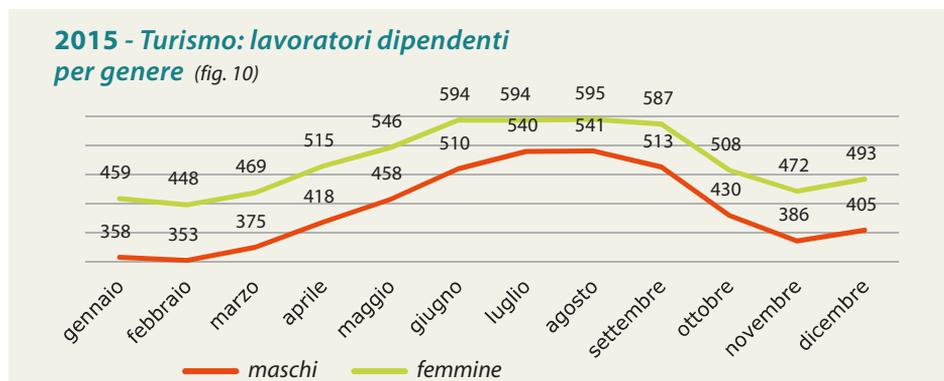
Il turismo può contare su una forza lavoro sostanzialmente giovane. Quasi il 70% dei dipendenti ha meno di quarant'anni e il 44% meno di 30. Gli ultrasessantenni sono appena lo 0,9% del totale. Non è trascurabile, tuttavia, la presenza di lavoratori appartenenti alle fasce di età intermedie: il 21% dei dipendenti ha un'età compresa tra 40 e 50 anni.

I lavoratori dipendenti per genere.

Il lavoro nel turismo è in prevalenza femminile. I lavoratori di sesso maschile rappresentano il 46% dei dipendenti. L'appeal del settore sulle donne è tradizionalmente collegato alla possibilità di coniugare, nell'ambito dell'attività, le esigenze lavorative con quelle familiari. Sono donne il 65% degli impiegati, il 53% degli operai, il 36% dei quadri e il 18% dei dirigenti. Il 52% degli apprendisti è donna.

Il fenomeno della stagionalità incide maggiormente sulle dinamiche occupazionali dei servizi ricettivi, mentre condiziona in maniera molto più marginale il comparto dell'intermediazione. All'interno del comparto ricettivo, gli alberghi rappresentano la tipologia prevalente incidendo per l'81,8% in termini di lavoratori dipendenti e per il 74,5% in termini di azien-

de.⁽²⁴⁾ A seguito del fenomeno della stagionalità, gli alberghi e gli esercizi ricettivi in generale, assumono principalmente durante il periodo di alta stagione, infatti, il maggior numero di dipendenti si riscontra nei mesi di luglio e agosto (+38% rispetto alla media annua) mentre a novembre la chiusura degli esercizi porta ad una decrescita rispetto alla media annua del 29,2% (fig. 10).



3.6 LA NECESSITÀ DI UN TURISMO COORDINATO E DISCIPLINATO DAL PUNTO DI VISTA LEGISLATIVO

L'importanza del diritto del turismo.

Affinché ci sia un coordinamento di tutte quelle attività che rientrano nell'ambito turistico, risulta di importanza fondamentale il campo legislativo.

Infatti, con l'approvazione del Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo, il legislatore ha inteso dare un chiaro segnale in merito alla necessità di ridefinizione di una materia tanto recente quanto complessa e variegata. L'intera disciplina del diritto del turismo, infatti, solo da pochi anni è divenuta oggetto di studio sistematico da

24 Fonte: Elaborazioni Federalberghi e FIPE su dati Inps (figg. 10 e 11).

parte degli operatori del diritto, i più attenti dei quali hanno saputo scorgere, nel mare magnum della materia, gli istituti più controversi da approfondire e i settori maggiormente coinvolti dal mercato, che meritano una regolamentazione ad hoc.

La peculiare conformazione del diritto del turismo, che può essere considerato alla stregua di un crocevia tra diritto privato, pubblico e diritto della navigazione, non deve essere sfuggita al legislatore, che ne ha progressivamente delineato le ulteriori implicazioni anche nella già rinnovata materia della tutela degli consumatori, anche se sotto l'evidente incentivo comunitario.

L'ultimo e più importante intervento in questa disciplina, a livello italiano, è rappresentato dall'approvazione, da parte del Consiglio dei ministri, di un decreto legislativo di riordino del settore turistico, ribattezzato "Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo". Tale provvedimento, ad una prima superficiale interpretazione, può assumere le fattezze di una sorta di normativa di riordino di una disciplina così vasta, con lo scopo di tutelare principalmente il turista, aiutare le imprese, stimolare la qualificazione dell'offerta turistica nell'ottica di una maggiore competitività del turismo italiano.

Gli obiettivi sopra menzionati sono di importanza fondamentale soprattutto in un momento di grave recessione economica come quella attuale, in quanto un turismo di qualità elevata e coordinato dal punto di vista legislativo, potrebbe rappresentare un volano di sviluppo per il settore economico italiano è uno strumento di rilancio della competitività del sistema economico italiano nel suo complesso.

Ovviamente, gli interventi nel campo della legislazione turistica non sono solo di carattere nazionale, in quanto rappresenta un fenomeno globale, quindi necessita di una coordinazione legislativa molto più ampia. A tal proposito, c'è un fiorire di interventi legislativi sia a livello europeo ma anche a livello internazionale, senza trascurare però l'importanza di una legislazione turistica regionale più vicina alla destinazione turistica di riferimento.

3.7 SCHEMA DEL PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO DEL TURISMO PER IL PERIODO 2023-2027.

ATTO DEL GOVERNO N. 39 DEL 10 MAGGIO 2023 ⁽²⁵⁾

Introduzione.

In questa memoria, dopo aver presentato un breve quadro dell'andamento recente dei flussi turistici, l'Istat richiederà il contributo che la statistica ufficiale può offrire all'analisi delle caratteristiche e dell'evoluzione del turismo, un settore fondamentale per l'economia nazionale,⁽²⁶⁾ sia per la capacità di contribuire alla crescita del Paese sia per l'opportunità di valorizzazione dei territori e delle loro identità e specificità.⁽²⁷⁾

25 Audizione del 10 maggio 2023 dell'Istituto nazionale di statistica (Istat) del Direttore della Direzione Centrale per le statistiche ambientali e territoriali, dott. Sandro Cruciani alla X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo) della Camera dei Deputati.

26 Nel 2019, il valore aggiunto turistico valeva quasi 100 miliardi di euro e rappresentava il 6,2% del totale economia. Si vedano le tavole relative al Conto satellite del turismo per l'Italia per l'anno 2019, disponibili all'indirizzo: www.istat.it/it/archivio/265443. Come noto, nel 2020, il valore aggiunto turistico direttamente generato dalla domanda dei visitatori ha subito un forte calo (www.istat.it/it/archivio/261066). Si veda anche Istat, *Il turismo nei primi nove mesi del 2022* (www.istat.it/it/archivio/279280).

27 Sulla ripresa e le potenzialità del turismo e della filiera agro-alimentare, si veda l'audizione del 6 marzo



Palermo, porto della Cala - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO IV

Il profilo internazionale del turismo

Il turismo rappresenta un fenomeno economico, con profonde implicazioni socio-culturali, che cattura l'interesse sempre maggiore della cooperazione internazionale organizzata.

Infatti, appare ormai indiscutibile il “valore” del turismo (analizzato precedentemente), in quanto integratore ed acceleratore economico, produttore di posti di lavoro, generatore di valuta pregiata. Ad una prima sommaria analisi, sembrerebbe evidente definire il turismo come materia a carattere prettamente internazionale, in quanto caratterizzata dal movimento di persone e servizi a livello mondiale, ciò nonostante dal punto di vista strettamente giuridico non si possono definire quei pochi interventi normativi, come un vero e proprio *corpus* di diritto internazionale.

Pur essendo evidente questo interscambio turistico a livello internazionale, occorre subito abbandonare l'idea di una coordinazione a livello globale, infatti, salvo sporadici casi, non si riscontrano a tutt'oggi interventi determinanti degli stati evidenziandosi, invece, una serie di accordi “minori” soprattutto di tipo bilaterale.

4.1 L'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DEL TURISMO (OMT) WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)

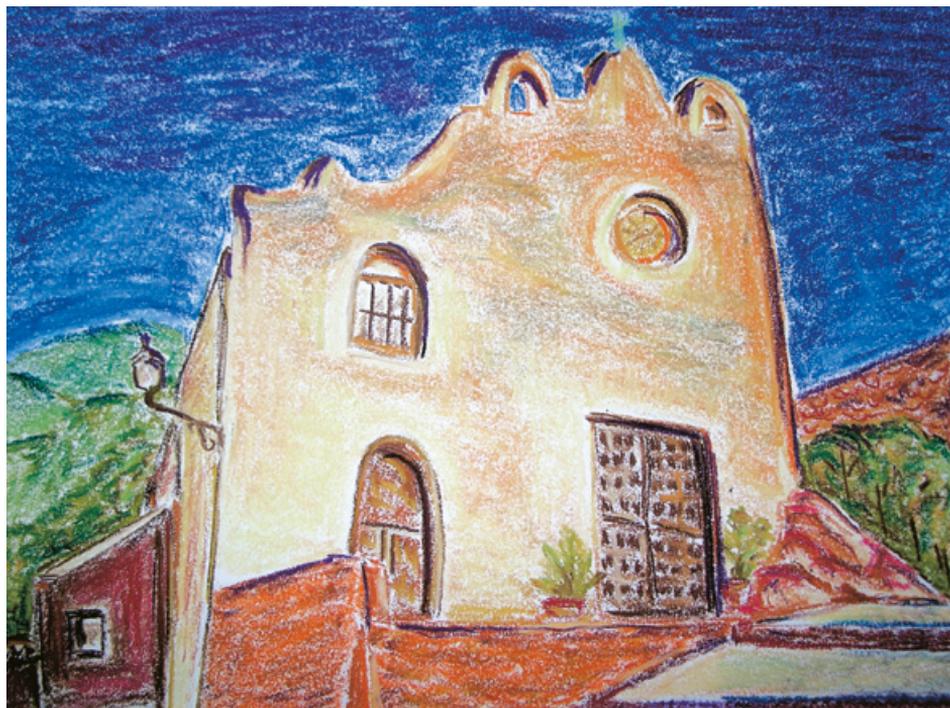
L'OMT, “Organizzazione mondiale del turismo” è la più rilevante organizzazione intergovernativa del turismo. Ha la sua sede a Madrid⁽¹⁾ e rappresenta a livello legislativo la più importante agenzia internazionale in materia di turismo.

L'OMT fu istituita con una procedura sui generis, non proprio in conformità delle regole del diritto internazionale. A partire dal 1934 esisteva l'IUOTPO, “Unione internazionale delle Organizzazioni turistiche ufficiali di propaganda”,⁽²⁾ dopo la Seconda guerra mondiale, tuttavia, si decise di sostituire tale organizzazione. Nacque così, nel 1947, l'IUOTO, «Unione internazionale delle organizzazioni ufficiali di viaggio»,⁽³⁾ la cui prima assemblea costitutiva si tenne a l'Aja. Questa, era costituita da una combinazione di organizzazioni turistiche nazionali, l'industria e gruppi di consumatori. Gli scopi e gli obiettivi dell'IUOTO erano non solo promuovere il turismo in generale, ma estrarre il meglio dal turismo come componente del commercio internazionale e come una strategia di crescita economica per le nazioni in via di sviluppo.

1 Convenzione fra OMT e Spagna, firmata il 10 novembre 1975 e ratificata dalla Spagna l'8 ottobre 1976.

2 International Union of Official Tourist Propaganda Organizations.

3 International Union of Official Travel Organizations.



Gratteri, chiesa - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO V

L'Unione europea e il turismo

5.1 STORIA DEL PENSIERO CHE HA DATO ORIGINE ALL'UNIONE EUROPEA

Il Manifesto di Ventotene.⁽¹⁾

Era il 1941 quando Altiero Spinelli ed Ernesto Rossi, nel periodo in cui erano stati confinati sull'isola di Ventotene per essersi opposti al regime fascista, idearono un progetto di unità europea. Frutto di riflessioni sviluppatesi nel corso della cosiddetta «guerra dei Trent'anni» che dal 1914 al 1945 ha sconvolto l'Europa, il Manifesto rappresenta un mutamento di paradigma essenziale nel progetto di un continente europeo unificato.

“*Per un'Europa libera e unita*”, il titolo originale, oggi conosciuto come «Il Manifesto di Ventotene», ovvero come uno dei testi fondanti dell'Unione europea, è un documento che nasce con l'idea europeista di una rivoluzione democratica d'Europa, di creare una federazione europea ispirata ai principi di pace e libertà, con base democratica dotata di Parlamento e Governo e alla quale affidare ampi poteri, dal campo economico alla politica estera.

Il Manifesto fu poi pubblicato da Eugenio Colorni che ne curò la redazione e ne scrisse la prefazione. Il Manifesto venne diffuso in seguito grazie all'aiuto di alcune donne che lo portarono sul continente dall'isola di Ventotene e lo fecero conoscere agli ambienti dell'opposizione di Roma e Milano.

Le origini dei temi del Manifesto.⁽²⁾

L'idea o meglio l'ideale di una federazione europea circolava in Europa da un secolo e mezzo, se si fa riferimento al progetto scritto nel 1814 da H. de Saint-Simon e A. Thierry per la riorganizzazione della società europea secondo un modello sovranazionale, ma questo ideale non aveva mai dato vita a un movimento politico né era stato considerato dai suoi promotori come un obiettivo concreto per la generazione dei loro contemporanei.

1 Fonte: Commissione europea.

2 Fonte: Enciclopedia Treccani (<https://www.treccani.it/enciclopedia/>).



Taormina - illustrazione di Ludmila Shashkova

CAPITOLO VI

Le istituzioni di governo per il turismo

6.1 IL SISTEMA DELLE FONTI

Nell'ordinamento italiano le fonti del diritto giuridicamente più rilevanti, sono la Costituzione e le leggi costituzionali (fra le quali, rientrano le norme delle cinque regioni a statuto speciale). L'attribuzione della potestà legislativa ordinaria è riservata alla stessa Costituzione e alle leggi costituzionali. Per cui, si ricavano da tali fonti le tipologie legislative ordinarie che sono:

- **La legge ordinaria del Parlamento** (art. 70 Cost.) – è l'atto normativo adottato dal Parlamento secondo la procedura ordinariamente prevista dalla Costituzione.
- **Il decreto legislativo delegato** (art. 76 Cost.) – viene anche chiamato decreto delegato, ed è un atto avente forza di legge che viene emanato dal governo sulla base dei limiti di una specifica legge di delega approvata dal Parlamento. Sostanzialmente, ha effetto come legge per la quale il Parlamento lascia uno spazio di manovra controllato al governo delegandogli poteri. Può essere adottato dal Governo anche senza che ricorrano casi straordinari di necessità e urgenza e non deve essere convertito in legge.
- **Il decreto-legge del governo** (art. 77 Cost.) – è un atto normativo avente la stessa forza di una legge ordinaria emanata dal governo nei «casi straordinari di necessità e urgenza». Il decreto-legge deve essere convertito in legge dal Parlamento entro 60 giorni altrimenti decadono tutti i suoi effetti a partire dal giorno dell'emanazione.
- **La legge regionale** – è l'atto normativo posto in essere da un consiglio regionale e vale solo per una singola regione;
- **Le leggi delle Province autonome di Trento e di Bolzano** – le uniche provincie che possono esercitare il potere legislativo sono le provincie autonome di Trento e di Bolzano, a statuto speciale.

Subordinata alla potestà legislativa rimane la potestà regolamentare che viene esercitata da diverse autorità: statali, regionali, degli enti locali. L'attribuzione della potestà regolamentare è riservata alle fonti legislative che determinano così differenti tipi di regolamenti. Le principali figure regolamentari statali sono i regolamenti governativi che sono deliberati dal Consiglio dei ministri ed emanati con decreto del Presidente della Repubblica.

Possono essere di diversi tipi:

- **esecuzione** – servono a rendere più esplicito il contenuto di una legge o di un decreto le-



Palermo, antico stabilimento balneare sulla spiaggia di Mondello - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO VII

Il codice del turismo

Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo.

Allegato al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79.

7.1 PRINCIPI GENERALI - TITOLO I DEL CODICE DEL TURISMO

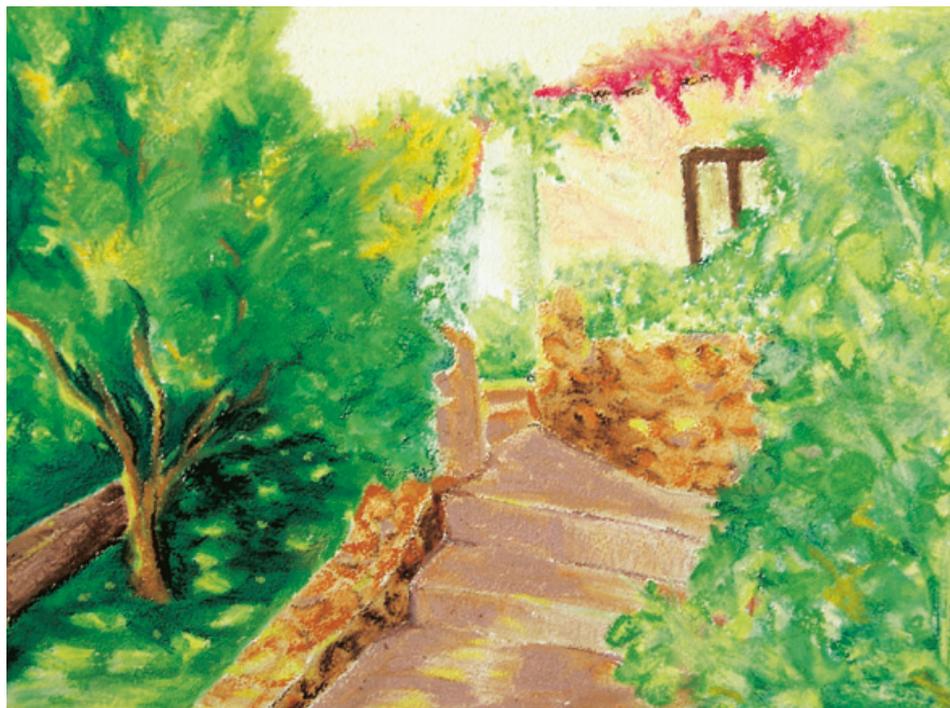
Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79

ART. 3 – DECRETO LEGISLATIVO 23 MAGGIO 2011, N. 79 (CODICE DELLA NORMATIVA STATALE IN TEMA DI ORDINAMENTO E MERCATO DEL TURISMO) – Abrogazioni di norme sul turismo.⁽¹⁾

2. La legge 27 dicembre 1977, n. 1084, che ha reso esecutiva la «Convenzione internazionale sul contratto di viaggio» (CCV) del 23 aprile 1970, è abrogata a decorrere dal momento in cui diviene efficace la denuncia dello Stato italiano della «Convenzione internazionale sul contratto di viaggio» del 23 aprile 1970, in conformità a quanto disposto dall'articolo 37 della medesima.

1 Va anzitutto premesso che dal 21 giugno 2011, con l'entrata in vigore del decreto legislativo n. 79, sono abrogate le seguenti norme:

- a) il decreto del Presidente della Repubblica 4 agosto 1957, n. 918;
- b) la legge 4 marzo 1958, n. 174, ad esclusione del titolo III;
- c) la legge 21 marzo 1958, n. 326;
- d) la legge 12 marzo 1968, n. 326;
- f) la legge 25 agosto 1991, n. 284;
- g) l'articolo 16 della legge 7 agosto 1997, n. 266;
- h) il decreto-legge 4 novembre 1988, n. 465, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 dicembre, 1988, n. 556;
- i) il decreto legislativo 23 novembre 1991, n. 392;
- l) la legge 29 marzo 2001, n. 135;
- m) gli articoli 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99 e 100 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206;
- n) il comma 4 dell'articolo 10 del decreto-legge 31 gennaio del 2007, n. 7, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40;
- o) l'articolo 83 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59.



Isola Salina, hotel Signum - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO VIII

Le imprese nel turismo

8.1 IL CONCETTO DI IMPRESA TURISTICA. L'EQUIPARAZIONE ALLE IMPRESE INDUSTRIALI E IL PRINCIPIO DI RECIPROCIÀ.

L'impresa turistica, come del resto le altre imprese, è caratterizzata da determinate attività quali: 1) produzione o scambio di beni o servizi; 2) organizzazione, economicità e professionalità. Sotto il profilo economico va aggiunto che deve essere condotta con criteri che prevedano un'adeguata copertura dei costi con i ricavi, altrimenti si ha consumo e non produzione di ricchezza.

Inoltre l'impresa può essere definita come un sistema sociale tecnico aperto: un sistema è un complesso di interdipendenze di parti rispetto ad un obiettivo comune e quando si tratta di un sistema sociale tecnico le parti sono costituite da beni e persone (attrezzature, risorse umane, conoscenze e rapporti sociali). Un sistema aperto, inoltre, scambia con l'esterno conoscenza e produzione. Pertanto, l'impresa è un complesso di interdipendenze tra beni e persone che operano scambiando con l'esterno conoscenza e produzione e perseguendo un comune obiettivo consistente nella produzione di valore.

Le disposizioni fondamentali per l'esercizio d'impresa sono contenute nei seguenti capitoli del codice civile:

Imprenditore - Art. 2082 - È imprenditore chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata (2555, 2565) al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi (2135, 2195). Art. 2083 Piccoli imprenditori - Sono piccoli imprenditori i coltivatori diretti del fondo (1647, 2139), gli artigiani, i piccoli commercianti e coloro che esercitano un'attività professionale organizzata prevalentemente con il lavoro proprio e dei componenti della famiglia (2202, 2214, 2221). Art. 2084 Condizioni per l'esercizio dell'impresa. - La legge determina le categorie d'impresa il cui esercizio è subordinato a concessione o autorizzazione amministrativa. Le altre condizioni per l'esercizio delle diverse categorie di imprese sono stabilite dalla legge (e dalle norme corporative).

Professionista - Art. 2222 Contratto d'opera - Quando una persona si obbliga a compiere verso un corrispettivo (1351) un'opera o un servizio, con lavoro prevalentemente proprio e senza vincolo di subordinazione nei confronti del committente, si applicano le norme di questo capo, salvo che il rapporto abbia una disciplina particolare nel libro IV (1655 e seguenti).

Startup - La startup turismo è funzionale per l'ottenimento di agevolazioni di varia natura in quanto costituisce una specifica figura di start up innovativa sottoposta ad uno statuto



Petralia Sottana, agriturismo Monaco di Mezzo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO IX

Le strutture ricettive e altre forme di ricettività

Premessa.

Le strutture turistico ricettive aperte al pubblico si distinguono in:

- a) Strutture ricettive alberghiere;
- b) Strutture ricettive extralberghiere;
- c) Strutture ricettive all'aria aperta: campeggi e villaggi turistici.

Le strutture turistico ricettive alberghiere ed extralberghiere aperte al pubblico ubicate in immobili soggetti ai vincoli di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137) e successive modifiche ed ammobiliate con arredi d'epoca possono assumere la specificazione aggiuntiva di "residenze d'epoca o dimore storiche".

Sono strutture ricettive all'aria aperta i complessi ricettivi aperti al pubblico, a gestione unitaria, attrezzati per la sosta e il soggiorno sia di turisti provvisti di mezzi autonomi di pernottamento sia dei medesimi sprovvisti di tali mezzi autonomi di pernottamento.

Strutture ricettive alberghiere – sono caratterizzate da:

- Codice ATECO 55.10 alberghi e strutture simili;
- Identificativo catastale - D/2 alberghi (con fine di lucro).

Strutture ricettive extralberghiere – sono caratterizzate da:

- Codice ATECO 55.20;
- Alloggi per vacanze, bed and breakfast, affittacamere per brevi soggiorni, 55.20.51;
- Ostelli della gioventù - case per ferie 55.20.20; ostelli della gioventù 55.20.20;
- Rifugi di montagna - 55.20.30;
- Identificativo catastale - case/appartamenti per vacanze - affittacamere - bed and breakfast - alberghi diffusi; A/1 abitazioni di tipo signorile; A/2 abitazioni di tipo civile; A/3 abitazioni di tipo economico; A/4 abitazioni di tipo popolare; A/5 abitazioni di tipo ultrapopolare; A/6 abitazioni di tipo rurale; A/7 abitazioni in villini; A/8 abitazioni in ville; A/9 castelli, palazzi di eminenti pregi artistici o storici; A/11 abitazioni ed alloggi tipici dei luoghi (rifugi di montagna); B/1 collegi e convitti, educandati, ricoveri, orfanotrofi, ospizi, conventi, seminari, caserme.



Palermo, scorcio della cupola della chiesa di San Giuseppe dei Teatini - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO X

Le professioni turistiche

Premessa.

Considerazioni sulle professioni turistiche.

In Italia, il regime delle professioni turistiche era, per effetto di disposizioni contenute in leggi regionali e nella sostanza, così ripartito: le **Guide turistiche** esercitavano la loro professione in ambiti territoriali delimitati e per lo più di estensione non maggiore a quella di una provincia; gli **“Accompagnatori turistici”** accoglievano ed accompagnavano durante il viaggio i gruppi di turisti, fornendo i necessari servizi di assistenza, comprese “informazioni significative di interesse turistico sulle zone di transito, al di fuori dell’ambito di competenza delle guide turistiche”.⁽¹⁾

Nella sostanza gli accompagnatori *“cucivano”*, sul piano delle informazioni culturali, artistiche e paesaggistiche, i vari territori consegnando il gruppo alle guide, una volta giunti all’interno della singola località turistica.

Il quadro normativo di riferimento è radicalmente mutato per effetto delle nuove disposizioni di matrice comunitaria introdotte nell’ordinamento.

In primo luogo, occorre rilevare come all’interno della normativa nazionale di settore⁽²⁾ non vi sia alcuna definizione della professione di “Accompagnatore turistico” distinta da quella di “Guida turistica”. Al contrario, si registra una completa equiparazione tra le due figure.

DECRETO LEGISLATIVO N. 79/2011, all’art. 6 (rubricato “Definizioni”) – *“Sono professioni turistiche quelle attività, aventi ad oggetto la prestazione di servizi di promozione dell’attività turistica, nonché servizi di ospitalità, assistenza, accompagnamento e guida, diretti a consentire ai turisti la migliore fruizione del viaggio e della vacanza, anche sotto il profilo della conoscenza dei luoghi visitati”*.

1 Definizione assolutamente prevalente nella normativa regionale, così infatti l’art. 4, comma 1, legge Regione siciliana n. 8/2004; l’art. 114, comma 1, legge regionale Toscana n. 86/2016; l’art. 122, comma 2, legge regionale Friuli Venezia Giulia n. 2/2002; l’articolo 3, comma 4, legge regionale Basilicata n. 35/1998; l’art. 2, comma 2, legge regionale Emilia Romagna n. 4/2000; l’art. 71, comma 1, legge regionale Umbria n. 13/2013; l’art. 2, comma 1, legge regionale Valle d’Aosta n. 1/2003; l’art. 2, comma 2, legge regionale Trentino Alto Adige n. 12/1992; l’art. 2, legge regionale Campania n. 11/1986; l’art. 3, legge regionale Lazio n. 50/1985; l’art. 2, comma 4, legge regionale Liguria n. 44/1999; l’art. 5, comma 2, legge regionale Marche n. 96/2004; l’art. 4, legge regionale Molise n. 36/1996; l’art. 2, comma 2, legge regionale Puglia n. 13/2012.

2 Il cosiddetto “codice del turismo” allegato al decreto legislativo n. 79/2011.



Palermo, chiese di S. M. dell'Amiraglio e di San Cataldo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO XI

Le agenzie di viaggio e i tour operator

Titolo IV del decreto legislativo n. 79 del 23 maggio 2011 “Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo”.

- Art. 18 - Definizioni;⁽¹⁾
- Art. 19 - Obbligo di assicurazione;
- Art. 20 - Direttore tecnico;⁽²⁾
- Art. 21 - Semplificazione degli adempimenti amministrativi relativi alle agenzie di viaggi e turismo.⁽³⁾

11.1 LA DEFINIZIONE DI AGENZIA DI VIAGGI E TURISMO

Le agenzie di viaggio e i tour operator sono imprese di intermediazione turistica. Le agenzie di viaggi e turismo rientrano nella categoria delle imprese turistiche, a carattere privatistico.

Alle agenzie di viaggi e turismo è però riferita anche una specifica disciplina pubblicistica in merito alle condizioni per l'esercizio dell'impresa. Si spiega così la presenza di norme sull'agenzia di viaggio e turismo nell'ambito delle leggi quadro e nelle leggi regionali. L'attività amministrativa di queste imprese viene disciplinata dalle leggi regionali in materia, secondo le disposizioni dell'art. 117 della Costituzione. L'agenzia di viaggi e turismo costituisce «figura di sintesi» idonea a ricomprendere altresì i tour operator, anche perché: da un lato non è vietato alle agenzie di viaggi di comportarsi pure come organizzatori di viaggi, in esse così convergendo la qualità di grossista e di dettagliante.

Per le agenzie di viaggi il codice ATECO di riferimento è il 79.11.00; per i tour operator il codice ATECO di riferimento è il 79.12.00.

Il tour operator non risulta mero mandatario, nei confronti del turista, poiché si obbliga non già al compimento di uno o più atti giuridici per conto del turista mandante (art. 1703 codice civile), bensì a fornire il complessivo risultato della realizzazione del viaggio: deve quindi rispondere nei confronti del turista, per l'esecuzione delle prestazioni degli imprendi-

1 Articolo dichiarato incostituzionale dalla sentenza n. 80 pronunciata dalla Corte costituzionale in data 2 aprile 2012.

2 Il secondo comma dell'articolo è stato dichiarato incostituzionale dalla sentenza n. 80 pronunciata dalla Corte costituzionale in data 2 aprile 2012.

3 Articolo dichiarato incostituzionale dalla sentenza n. 80 pronunciata dalla Corte costituzionale in data 2 aprile 2012.



Porticciolo in Sicilia - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

CAPITOLO XII

I contratti del turismo organizzato: “i pacchetti turistici”

12.1 AMBITO DI APPLICAZIONE

La disciplina relativa ai contratti del turismo organizzato di cui al decreto legislativo n. 79/2011 (artt. 32-51) è stata aggiornata dal **decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62**.

La normativa sui pacchetti turistici è stata novellata con il decreto legislativo n. 62/2018 in attuazione della direttiva (Unione europea) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio.

Già il titolo I, capo I del decreto legislativo n. 79/2011 (articoli da 32 a 51 del codice del turismo), è stato dedicato ai “contratti del turismo organizzato”. Si tratta di una parte del codice che ha sostituito gli articoli (soppressi) da 82 a 100 del codice del consumo decreto legislativo 205/2006 (titolo IV, capo II, “Servizi turistici”), che dunque vengono “traslati”, con modifiche, da un codice all’altro.

Le disposizioni del capo I si applicano ai pacchetti turistici, come definiti dall’articolo 34, venduti od offerti in vendita a chiunque a livello internazionale dall’organizzatore o dall’intermediario, di cui all’articolo 33.

Tra le novità contenute nel decreto di recepimento della direttiva 2015/2302 si ricorda che il codice del turismo,⁽¹⁾ entrato in vigore il 21 giugno 2011, tra le altre cose, ha assorbito la normativa che regola i “pacchetti viaggio” abrogando la parte del codice del consumo che se ne occupava (articoli dall’82 al 100).

Il riferimento normativo per i “pacchetti viaggio” è, pertanto, diventato il decreto legislativo 79/2011 aggiornato in ultimo dal decreto legislativo n. 62/2018 che ha recepito la direttiva 2015/2302, con novità in vigore dal 1° luglio 2018. Le regole presenti in questa disamina sono aggiornate e si applicano quindi ai contratti stipulati a partire dal 1° luglio 2018.⁽²⁾

Soggetti coinvolti.

La nuova direttiva 2015/2302 recepita dal decreto legislativo n. 62/2018 entrato in vigore

1 Decreto legislativo n. 79/2011.

2 ADUC - Scheda pratica di Rita Sabelli, 2 luglio 2018.



Costa siciliana - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

BIBLIOGRAFIA

- Adamo C., Pollicino F., Villari S., *Codice della Regione siciliana. Repertorio di giurisprudenza costituzionale*, Dott. A. Giuffrè, Milano, 1996
- Alibrandi A., *Codice della legislazione sul turismo*, Casa editrice Stamperia Nazionale, 1966
- Alvisi Chiara - Zunarelli Stefano, *Lezioni di legislazione del turismo*, Libreria Bonomo Editrice, Bologna, 2005
- Andriola Luca, Interdonato Monica, *Il turismo sostenibile: obiettivi, principi e principali esperienze in atto*, Enea, Roma, 2002
- Antonucci D., *Commento al Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Sistemi Ed.li Se, Napoli, 2005
- Becheri Emilio - Maggiore Giulio, *Rapporto sul turismo italiano*, Mercury s.r.l., Rogiosi Editore, Firenze
- Berry L. L. - Parasuramana A. - Zeithaml V. A., *Servire qualità*, McGraw-Hill, Milano, 1991
- Cabiddu Maria Agostina - Grasso Nicola, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, G. Giappichelli s.r.l., Torino, 2004
- Calabrò Grazia, *La certificazione nel settore turistico*, Franco Angeli, Messina, 2009
- Candela Guido - Figini Paolo, *Economia del turismo e delle destinazioni*, McGraw Hill Companies, 2014
- Cavallaro Carmelo, *Codice alberghiero*, ET/AS Kompass Editore, 1964
- Cavallaro Carmelo, *Codice alberghiero*, Giuffrè Editore, Milano, 1971
- Cavallaro Carmelo, *Codice alberghiero*, Giuffrè Editore, Milano, 1976
- Curti Gialdino C., *Codice costituzionale dell'Unione europea*, Edizioni Giuridiche Simone, Caserta
- De Bono Edward, *Creatività e pensiero laterale*, BUR - Biblioteca Universale Rizzoli, 2001
- De Bono Edward, *Sei cappelli per pensare*, BUR - Biblioteca Universale Rizzoli, 2001
- Degrassi Lidianna - Franceschelli Vincenzo, *Turismo. Diritto e diritti*, collana "Quaderni", Università Milano Bicocca Dipartimento di diritto per l'economia, Giuffrè Editore, 2010

- D'Elia Aldo, *Management del turismo. Imprese e destinazioni nella new economy del turismo*, Wolters Kluwer, 2021
- Fazio F. - Balsamo E. - Lattanti M., *Legislazione turistica*, Istituto Poligrafico dello Stato, Libreria dello Stato, 1964
- Franceschelli Vincenzo - Morandi Francesco, *Manuale di diritto del turismo*, VII edizione, coordinato da Malo Maurizio e G. Tassoni, G. Giappichelli editore s.r.l., Torino 2019
- Galgano A., *La qualità totale*, Il Sole 24 Ore, 2004
- Giurrandino A. - Cangemi A., *The Eden project: an instrument to stimulate the relationship between sustainability and tourism*, convegno "Sustainable Tourism within High Risk Areas of Environmental Crisis", Messina, 22-25 aprile 2009, ISBN: 978-88-96116-21-0
- Gorla Stefano, *Il Nuovo Codice del Turismo: commento organico al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79*, Edizioni Simone, Napoli, giugno 2011
- Grönroos Christian, *Management e marketing dei servizi*, Isedi, 2009
- Guerinoni Ezio, *Disciplina dei contratti turistici e danno da vacanza rovinata*, Ipsa, 2009
- Ishikawa K., *Che cos'è la qualità totale*, Il Sole 24 Ore, 2004
- Kotler P. - Jain Dipak C. - Maesincee Suvit, *Il marketing che cambia. Un nuovo approccio al profitto, alla crescita e al rinnovamento*, Il Sole 24 Ore, Pirola, 2002
- Kotler Philip - Bowen J. - Makens J., *Marketing del turismo*, McGraw - Hill Companies, 2003
- Kotler Philip, *Marketing management*, XI edizione, Pearson Education Italia, 2004
- Kotler Philip - Trias de Bes Fernando, *Marketing laterale. Tecniche nuove per trovare idee rivoluzionarie*, Il Sole 24 Ore, Pirola, 2004
- Kotler Philip - Kotler N., *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi, risorse*, Einaudi, 2004
- Martelloni Rossella, *Nuovi territori. Riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, Franco Angeli Editore, Milano, 2007
- McCarthy Edmund Jerome, *Basic marketing: a managerial approach*, R. D. Irwin, 1960,
- Murphy P. E., *Tourism and Sustainable Development*, W. F. Theobald, *Global Tourism: The Next Decade*, Oxford: Butterworth-Heinemann, 274-290, 1994
- Nelson, Scuola di Chicago, *Il modello di segnalazione*, 1970
- Organizzazione mondiale del turismo, *Guida degli indicatori di sviluppo sostenibile per le destinazioni turistiche*, 2004
- Panzica Saverio, *La normativa di riferimento per le strutture turistico-ricettive in Sicilia*, Editore AAPIT Palermo; I edizione, giugno 1999 (volume + cd)

- Panzica Saverio, *La normativa turistica in Sicilia. Vademecum del quadro normativo nel comparto turistico. Raccolta della legislazione nazionale e regionale*, Editore AAPIT Palermo; II edizione, maggio 2003 (volume + cd)
- Panzica Saverio, *La normativa turistica e dei beni culturali e paesaggistici. Vademecum del quadro normativo turistico e culturale. Raccolta della normativa italiana e siciliana in relazione con le disposizioni internazionali*. Editore AAPIT Palermo; III edizione, agosto 2007 (volume + cd)
- Panzica Saverio, *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle regioni e dello Stato italiano. Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea*, Editore Regione siciliana, Assessorato del turismo, dello sport e dello spettacolo; IV edizione, gennaio 2015 (volume)
- Panzica Saverio, *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle regioni e dello Stato italiano. Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea*, V edizione, agosto 2016 (pdf)
- Panzica Saverio, Giurrandino Angela, Noto Giuseppe, *La ricettività diffusa per lo sviluppo della micro impresa turistica*, I edizione, DES s.r.l., Palermo, 2016
- Panzica Saverio, *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle regioni e dello Stato italiano. Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea*, VI edizione, DES s.r.l., Palermo, febbraio 2017 (e-book, pdf).
- Panzica Saverio - Marino Antonio, *Guida al Diritto pubblico e privato del turismo*, Marino Tourist s.r.l., I edizione, San Vito Lo Capo, 2019
- Panzica Saverio - Marino Antonio, *Guida al Diritto pubblico e privato del turismo*, Marino Tourist s.r.l., II edizione, San Vito Lo Capo, 2023
- Pastore Raffaella (a cura di), *Codice dell'Unione europea*, VII edizione, La Tribuna, 2022
- Plog Stanley C., *Leisure Travel: Making it a Growth Market... Again!*, settembre 1991.
- Santagata Renato, *Diritto del turismo. Il sistema giuridico italiano*, V edizione, editore UTET Giuridica, maggio 2021
- Sciarelli Sergio, *Il management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la governance*, G. Giappichelli editore s.r.l., Torino, 2007
- TCI - Touring Club Italiano, *Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico*, Milano, 2005
- Tesauo Giuseppe, *Manuale di diritto dell'Unione europea*, III edizione, vol. 1 e vol. 2, a cura di Patrizia De Pasquale e Fabio Ferraro Collana "Manuali per l'Università", Editoriale Scientifica, Napoli, 2021
- Vipiana Piera Maria, *Diritto pubblico del turismo*, Pacini Giuridica, Pisa, 2019.



MARINO TOURIST

small hotels collection & villas residence

www.marinotourist.it

**Scopri le nostre strutture ricettive a
San Vito Lo Capo, Trapani e Palermo**

Finito di stampare nel mese di novembre 2023
presso lo stabilimento Photograph s.r.l.
di Palermo
per conto della società Marino Tourist s.r.l.
di San Vito Lo Capo (Trapani).

*per acquistare il volume
contattare*



saveriopanzica@gmail.com



info@marinotourist.it



328.6645339 dott. Saverio Panzica



328.2764348 dott. Antonio Marino



Case per vacanza, B&B,
Alberghi diffusi, Agriturismo, Hotel

caratteristiche tecniche del volume

dimensioni: cm base 16,5 x altezza 24

pagine: n. 464

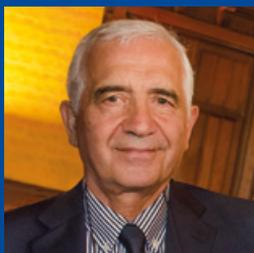
stampa: a colori

legatura: brossura, fresato, copertina rigida con bandelle

illustrazioni: Ludmila Shashkova, Minsk

ISBN: 979-12-210-4349-5

aggiornamento: II edizione, novembre 2023



Saverio Panzica

Esperto in legislazione, marketing e qualità dei servizi turistici. È stato dirigente della pubblica amministrazione nel settore turismo: *Ente provinciale turismo (EPT)*, *Azienda autonoma provinciale per l'incremento turistico di Palermo (AAPIT)*, *Agenzia regionale per l'ambiente (ARPA)* e *Assessorato regionale per il turismo, sport e spettacolo della Regione siciliana*. Ha svolto compiti di direzione nelle seguenti aree: Informazioni turistiche; Professioni turistiche; Agenzie di viaggi e tour operator; Strutture turistico-ricettive alberghiere ed extra-alberghiere; Finanziamenti per le strutture turistico-ricettive; Fondi strutturali per i finanziamenti dell'Unione europea.

Docente per la formazione IFTS, universitaria, post-universitaria. Ha collaborato alla stesura di oltre 70 tesi nel settore turistico, sia vecchio ordinamento che nuovo ordinamento; master universitari e privati e dottorati di ricerca post-lauream. È autore di oltre dieci pubblicazioni in materia di legislazione turistica oltre che relatore di innumerevoli congressi e seminari in tutta Italia.

e-mail: saveriopanzica@gmail.com tel. + 39.328.6645339



Antonio Marino

Albergatore e consulente, vive tra San Vito Lo Capo e Palermo. Fin dai banchi di scuola è un appassionato di diritto ed in particolare di diritto e legislazione turistica, ragione per la quale frequenta la facoltà di giurisprudenza LUMSA di Palermo, ove si laurea con una tesi di diritto del turismo dal titolo "La normativa turistica tra fonti regionali, statali e dell'Unione europea. Il caso della Sicilia".

Giovanissimo, entra a far parte dell'azienda di famiglia, la *Marino Tourist Hotels*, collaborando alla gestione della società turistico-alberghiera. Dopo anni di esperienza maturata sul campo e una volta conseguita la laurea, si trasferisce a Padova e poi a Parma, dove consegue due master specialistici. È consulente giuridico di varie strutture turistiche ricettive in tutto il territorio nazionale. È docente del Master in "Hotel and Tourism Management" presso la Università LUMSA di Palermo. Nel 2023 fonda e dirige la società *Host Minutes*, società impegnata nella consulenza e nella gestione di attività alberghiera ed extra-alberghiera all'interno del territorio siciliano. Dal 2005 amministra la società di famiglia, la *Marino Tourist Hotels*, con strutture a San Vito Lo Capo, Trapani e Palermo, tra cui hotel, residence, affittacamere, B&B, ville e appartamenti, gestendo oltre 250 posti letto.

Dal 2019, ricopre la carica di Presidente provinciale di Federalberghi Trapani.

e-mail: dott.antoniomarin@gmail.com tel. + 39.328.2764348

ISBN 979-12-210-4349-5



9 791221 043495

© 2023 Marino Tourist s.r.l.
ISBN 979-12-210-4349-5

euro 30,00

Quicksicity[®]

Studio grafico Pietro Lupo - Palermo

 www.quicksicity.com  asplupo@libero.it - info@quicksicity.com  [Quicksicity.com](https://www.facebook.com/Quicksicity.com)

 vers 111023