

Rita Cannas (2020), *Il turismo sostenibile nel Mediterraneo. Le visioni degli stakeholder a Malta e in Sardegna*, Milano: FrancoAngeli.

Il volume, rivolto a una vasta platea di fruitori, offre un'interessante prospettiva di ricerca: partendo dal presupposto che il dibattito sulla sostenibilità e i suoi significati è ancora aperto, l'obiettivo dichiarato è di indagare i vari aspetti e le specificità della sostenibilità e insostenibilità dello sviluppo turistico a Malta e in Sardegna, attraverso la visione degli operatori locali. Infatti, l'Autrice, riprendendo e riadattando il costrutto condiviso in letteratura, sostiene che la sostenibilità non è un abito standard che può essere indossato indifferentemente da ogni destinazione, ma, al fine di realizzare interventi ad ampio raggio in un'ottica di sostenibilità, è necessario ricostruire le "misure" dell'abito attuale e i trend del turismo sostenibile delle due Isole, che offrono spaccati differenti, mediante i punti di vista e la percezione degli stakeholder, spesso divergenti.

Il volume ha anche il merito di aprire a riflessioni più ampie di quelle riconducibili ai casi di Malta e Sardegna, evidenziando i problemi del turismo di massa lungo le aree costiere del Mediterraneo, come la stagionalità dei flussi e l'eccessiva concentrazione di questi nello spazio, con evidenti conseguenze sul piano economico (ad esempio, assenza di economie esterne e dipendenza da forze esterne), sociale (come la mercificazione della cultura locale) e ambientale (ad esempio, distruzione ed erosione di ecosistemi marini).

L'autrice, inizialmente, delinea il quadro concettuale della sostenibilità e dello sviluppo sostenibile, declinato nelle sue tre dimensioni, attraverso la letteratura scientifica, per poi focalizzare l'attenzione su quello del turismo sostenibile, sottolineandone i principi, ma anche le ambiguità e i conflitti. Basti pensare che per lungo tempo il turismo sostenibile è stato identificato in quei segmenti di domanda non di massa, come l'ecoturismo, che, tuttavia, ha assunto spesso le caratteristiche di una pratica in grado di arrecare danni all'ambiente e alle comunità locali. Pertanto, l'A. insiste sulla difficoltà di applicare nella realtà il concetto di turismo sostenibile senza un reale cambio di paradigma della cultura d'impresa.

Come intuibile già dal sottotitolo, Rita Cannas più avanti concentra la ricerca sui casi di studio di Malta e Sardegna, tratteggiando per ognuno un quadro geografico e socioeconomico, utile alla successiva disamina dei sistemi turistici, per ciascuno dei quali sono stati individuati i punti di forza e le criticità. Conclude il capitolo un confronto tra le due realtà, dal quale di evincono le similarità (clima mite, destinazioni turistiche mature, processo di infrastrutturazione turistica risalente agli anni Cinquanta e Sessanta del secolo scorso) e le differenze. Riguardo a queste ultime, spiccano, tra le altre, la maggiore concentrazione spaziale e temporale dei flussi in Sardegna, la più ampia offerta turistica maltese (balneare, culturale, corsi di lingua ecc.), la visione di lungo periodo che caratterizza gli investimenti pubblici e l'agire dei privati a Malta, poiché in Sardegna al turismo è stata assegnata dai decisori politici un'importanza economica inferiore (ad eccezione della Costa Smeralda e della parte meridionale dell'Isola), che va a scapito di una razionale e sistematica pianificazione. Non è trascurabile, inoltre, che, se a Malta la sostenibilità turistica è perse-

guita prevalentemente nella sua dimensione economica (si mira anche all'aumento dei flussi e alla riduzione dei costi), in Sardegna, proprio per il ruolo più marginale che riveste il turismo, l'aspetto ambientale è maggiormente tutelato, come è dimostrato dai significativi investimenti realizzati, ad esempio, in tema di certificazione ambientale.

Nell'ultima parte di questo interessante volume, Rita Cannas espone la struttura e lo sviluppo dell'indagine sul campo – che si è avvalsa di vari metodi: 40 interviste faccia a faccia ad operatori del settore (20 sardi, 20 maltesi); 2 *focus group*; analisi SWOT – e rimarca, soprattutto per il caso Sardegna, le difficoltà incontrate nel reperire dati aggiornati, puntuali e attendibili, non solo a causa del ruolo poco strategico del turismo, ma anche per il fenomeno del sommerso che non consente una corretta valutazione dell'effettivo flusso turistico nelle destinazioni. Rifacendosi alla teoria degli *stakeholder*, l'A. ha costruito la mappa concettuale degli intervistati, suddivisi in tre gruppi (organizzazioni imprenditoriali; organizzazioni pubbliche; associazioni e ONG), ai quali sono state sottoposte domande riferite a sei aree tematiche (1. significato della sostenibilità; 2. visione delle politiche pubbliche; 3. visione delle politiche dei trasporti; 4. visione del mercato turistico; 5. analisi dei punti di forza e di debolezza del sistema turistico; 6. visione del cambiamento in atto e del futuro). Per ciascuna macro area è stata predisposta una griglia riassuntiva che, con chiarezza e immediatezza, consente di evincere gli aspetti principali scaturiti dalle interviste, distinti per tipologia di *stakeholder* e per destinazioni. In particolare, appaiono interessanti le visioni delle politiche pubbliche che, per entrambe le destinazioni, risultano carenti sul piano della promozione turistica ed eccessivamente frammentate, mentre per le politiche dei trasporti, se in Sardegna si rileva un'inefficienza sia del trasporto interno sia con l'estero (soprattutto con i mercati europei), a Malta gli operatori lamentano l'inadeguatezza dei trasporti interni e della rete viaria, ma si ritengono soddisfatti della connettività dell'Isola con l'esterno.

Nelle conclusioni, l'A., in uno schema di sintesi, riesce bene a cogliere i temi principali che gli operatori devono affrontare per realizzare uno sviluppo turistico sostenibile: azione congiunta degli *stakeholder* e istituzione di DMO (*Destination Management Organization*); maggiore attenzione alla dimensione sociale della sostenibilità, anche per favorire il benessere delle persone a vario titolo coinvolte nel sistema turistico; ricorso sempre più frequente agli strumenti utili per valutare i miglioramenti effettuati (ad esempio SDG, ETIS); integrazione dell'attività turistica con gli altri settori economici, in modo da ampliare e diversificare l'offerta; rinnovamento dei prodotti turistici maturi. Questi ed altri suggerimenti secondo l'A. possono rivelarsi essenziali in generale per rendere il turismo nel Mediterraneo più attuale e innovativo, anche alla luce delle risposte incoraggianti da parte di alcune imprese innovative e trasformative, particolarmente sensibili alla responsabilità sociale d'impresa, che hanno intrapreso un percorso manageriale rivolto a un "allineamento della loro missione aziendale ai valori della sostenibilità" (p.49).

Francesca Sorrentini  
Università degli Studi di Napoli Federico II  
Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche

Mauro Varotto (2020), *Montagne di mezzo. Una nuova geografia*, Torino: Einaudi

La "montagna di mezzo" viene proposta da Mauro Varotto, geografo umanista dell'Università di Padova, come un'innovativa categoria concettuale per definire uno spazio geografico trasversale ai principali sistemi orografici italiani e contraddistinto da un'omogeneità di caratteri socio-economici e fisiografici.

La modernità occidentale ha sancito il divario tra sistemi urbani e aree montane, assegnando a queste ultime un ruolo marginale nei processi dello sviluppo territoriale alla scala locale e sovralocale. A partire dalla seconda metà del Novecento il progressivo affermarsi del turismo invernale ha costituito una potente strategia di riqualificazione dell'alta montagna, ovvero di quelle fasce altimetriche in grado di assicurare la pratica di sport invernali per un flusso sempre più consistente di cittadini. Le fasce altimetriche intermedie sono rimaste escluse da questo processo, al margine, relegate esclusivamente al ruolo di aree di transito. In molti casi - in particolare lungo la dorsale appenninica - l'altitudine contenuta dei rilievi, associata ad un progressivo ridursi della latitudine e ad una maggiore vicinanza alle coste, e l'assenza di condizioni climatiche idonee alla creazione di piste da sci ed impianti di risalita hanno contribuito ad accentuare i ben noti processi di spopolamento, invecchiamento della popolazione, riduzione delle attività economiche e della occupabilità.

L'autore invita a riflettere sui facili entusiasmi che possono suscitare i dati e le immagini satellitari relativi alla crescente rinaturalizzazione del territorio italiano e sull'ambiguità che suscita il termine stesso nell'immaginario collettivo. La rinaturalizzazione, nelle aree interne montano-collinari, può considerarsi l'ultimo atto di un processo di deterritorializzazione che implica la perdita di segni identitari, di pratiche agricole e silvo-pastorali che hanno determinato l'organizzazione territoriale, di forme insediative, di un patrimonio materiale ed immateriale da valorizzare e tutelare.

La prospettiva di Mauro Varotto è tutt'altro che nostalgica. La "montagna di mezzo" va ripopolata e rifunzionalizzata, tenendo conto delle potenzialità che tali luoghi possono esprimere proprio in virtù della loro *medietas*. "Abitare la montagna" per il geografo padovano non significa, tuttavia, farne un luogo di residenza per *city users*, ovvero per coloro che investono capacità, affinano competenze e perseguono obiettivi economico-produttivi in contesti urbani, periurbani o rurban. Questo atteggiamento non si discosta molto da quello dei turisti invernali in cerca della *wilderness* e di altri stereotipi nelle località sciistiche delle Alpi o degli Appennini. La montagna, infatti, è vista e vissuta in funzione della città, quasi sempre metropolitana, ed è percepita in una posizione di subalternità rispetto alle economie più vivaci delle aree urbane in quanto da esse dipendono le quote di reddito destinate dai turisti ai soggiorni invernali.

Questo rischio è diventato ancora più rilevante dopo i ripetuti lockdown per far fronte all'emergenza sanitaria Covid 19; lo scollamento tra luogo di residenza e luogo di lavoro trova nello *smart working* e, più in generale, negli innovativi sistemi di comunicazione una spinta significativa. La montagna di mezzo presenta condizioni ottimali in termini di prossimità e accessibilità rispetto alle aree urbane, consenten-

do anche di coniugare una migliore qualità della vita con un mercato immobiliare più contenuto rispetto alle località turistiche dell'alta montagna. Il testo, come sottolinea l'autore stesso nell'introduzione, è stato redatto nella fase antecedente al Covid 19 e rivisto durante il lockdown; in tal senso, va riconosciuto a Mauro Varotto il merito di aver toccato una delle problematiche più insidiose delle nuove logiche di ripopolamento delle aree montane marginali. Abitare la montagna, infatti, non significa risiedere in montagna, ma promuoverne il territorio, puntare alla multifunzionalità, valorizzarne le risorse, implementare il *know how* locale con nuove *skills*, contribuire alla vivacità culturale ed economica del territorio e diventare parte integrante di una nuova comunità.

La multifunzionalità dell'economia montana è un altro punto su cui il geografo insiste nel suo libro per diversi motivi. L'economia montana è storicamente impostata sulla coesistenza di una pluralità di attività in relazione alla disponibilità di risorse nei diversi periodi dell'anno e nelle diverse unità paesistico-ambientali. Tale modello ha subito una forte crisi nel momento in cui la modernità ha indirizzato le logiche della produzione verso una continua specializzazione. La pandemia ed il repentino mutare degli assetti geopolitici (con i loro riflessi sui contesti locali) hanno dimostrato che i sistemi multifunzionali sono più resilienti di quelli tendenti alla specializzazione.

Compito dei nuovi montanari è quello di far riemergere - in una prospettiva innovativa e postmoderna - questa vocazione multifunzionale delle aree montane per creare economie che non siano più dipendenti da quelle di altri contesti, ma che abbiano una loro individualità ed un loro posizionamento sui mercati globali. La transizione digitale contribuirà in maniera sempre più incisiva a svincolare le aree montane da quelle condizioni di marginalità legate alla scarsa permeabilità delle informazioni e dei flussi. Affinché ciò si verifichi, è necessario che la montagna diventi "il baricentro del progetto di vita" dei nuovi abitanti; questo consentirà di "superare l'idea della montagna come margine", "coltivare la pendenza", "combattere la dittatura del selvatico in nome di una biodiversità coltivata", produrre "cibo di montagna e non montagne di cibo" e, non ultimo, "superare gli stereotipi di una montagna-vetrina". Il geografo padovano approfondisce nei diversi capitoli questi aspetti, riportando esempi concreti che lasciano intravedere a chiare lettere una lunga frequentazione della "montagna di mezzo", un impegno concreto nella valutazione *in loco* degli effetti paesaggistici, valoriali ed economici di interventi promossi dalle comunità per la rinascita di contesti montani marginali. Basti pensare alla sezione dedicata ai terrazzamenti e alle modalità di sistemazione idraulico-agraria dei versanti per un'agricoltura di qualità che, nel contempo, possa mitigare il rischio di frane e smottamenti, tramandare un patrimonio materiale ed immateriale connesso all'ambiente montano, promuovere un turismo culturale attento ai luoghi, contribuire alla gestione sostenibile del territorio in termini socio-economici ed ambientali. Sarebbe, forse, preferibile una rinaturalizzazione? Mauro Varotto conduce il lettore verso una nuova idea di montagna attraverso una riflessione che parte dallo squilibrio territoriale prodotto della modernità per delineare un modello di sviluppo montano che è anche un modo di vivere *smart* e *green*.

Maria Ronza  
Università degli Studi di Napoli Federico II  
Dipartimento di Studi Umanistici

Annunziata Berrino (2022), *Grand Hotel Vesuvio. Napoli, 1882-2022*. Napoli: Guida Editori

Nell'immaginario dei viaggiatori di tutto il mondo l'identità partenopea prende forma attraverso gli elementi iconografici della città: la natura ruvida e rigogliosa del Vesuvio, l'abbraccio azzurro del golfo, i vicoli lunghi e fragorosi del centro antico, la sontuosa architettura di chiese, piazze e palazzi tra marmi e rocchi di colonne consumati dal tempo. Questo volume ricostruisce e traduce in centinaia di pagine patinate la storia di una delle strutture più amate dai viaggiatori di tutto il mondo che hanno soggiornato a Napoli: il Grand Hotel Vesuvio, un albergo che da oltre un secolo rappresenta uno dei principali baluardi dell'accoglienza turistica di lusso. Collocato nel cuore di una delle aree più panoramiche di Napoli, il quartiere di Santa Lucia, proprio di fronte a Castel dell'Ovo, in uno scenario di bellezza incomparabile dominato dalla collina di Posillipo, il Grand Hotel Vesuvio nasce poco dopo la costruzione dell'Hotel Royal des Etrangers (successivamente Hotel Royal Continental), ma viene immediatamente considerata una struttura turistica a vocazione internazionale in quanto albergo dotato, tra i primi, di energia elettrica e di ascensore, nonché di riscaldamento, oltre al bagno in ogni camera. Dalla regina Victoria di Svezia a Guy de Maupassant fino agli ospiti del G7, nel 1994, il parterre di ospiti prestigiosi che si sono avvicendati nelle sue stanze è davvero imponente.

Questo libro ne ricostruisce la fortuna secondo una prospettiva storica che l'abile penna di Annunziata Berrino dipana tra le decine di fonti d'archivio e di istantanee che colorano il testo. Troviamo immagini del vulcano fumante che trasuda lava, gli antichi interni stile pompeiano, fotografie di alcuni dei suoi ospiti più illustri. Tra ospiti d'eccezione e "repeaters" le pagine del libro offrono un lungo elenco di viaggiatrici e viaggiatori che si sono deliziati dell'accoglienza di questo Hotel: Pablo Picasso, Enrico Caruso, Keanu Reeves, Sofia Loren, Ferzan Ozpetek, Riccardo Muti, Isabella Rossellini, Gwyneth Paltrow, Jodie Foster... Divinità del jet set internazionale che accompagnano il tempo di narrazione storica dell'Autrice che si alterna in alti e bassi storici del turismo a Napoli sottolineando come il Grand Hotel Vesuvio sia stato brillante protagonista della scena internazionale anche quando, negli stessi anni Sessanta, la Napoli turistica, pittoresca, solare e seducente per popolarità e mondanità comincia a vacillare di fronte alle strutture di accoglienza turistica pluri-stelle di Capri, di Sorrento o di Amalfi.

Il libro si serve di ogni dispositivo semiotico per parlare con il suo lettore. Lo interessa, lo incuriosisce e lo distrae con la sua inesauribile narrazione, restituendo la storia del turismo alberghiero in un crescendo simbolico-culturale il cui denominatore comune è la bellezza del vivere il viaggio attraverso la finestra dorata di fronte al golfo di Napoli.

Fabio Corbisiero  
Università degli Studi di Napoli Federico II  
Dipartimento di Scienze Sociali