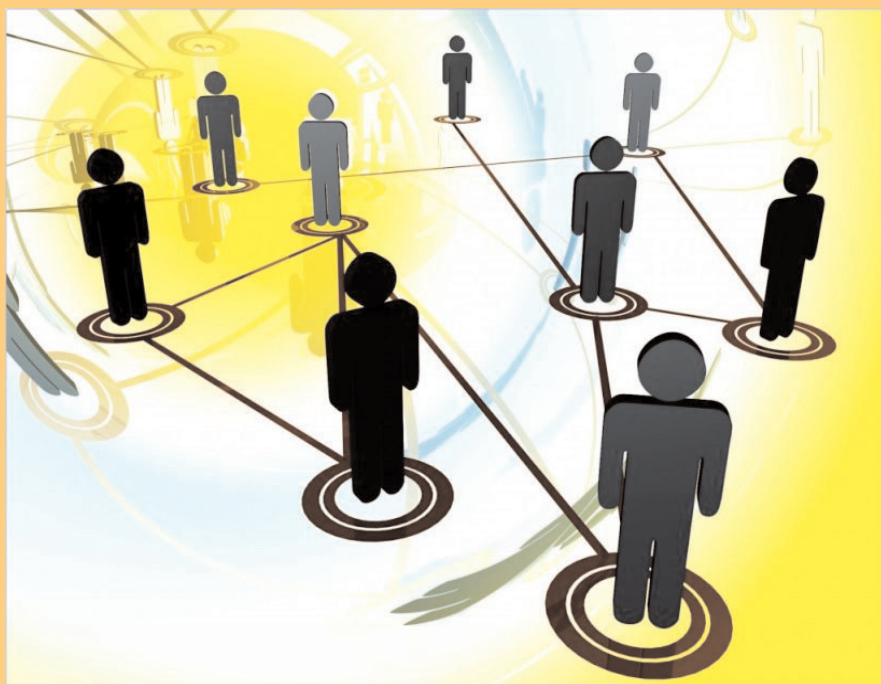


Turismi e turisti

**Politica, innovazione,
economia in Italia
in età contemporanea**

a cura di
Paola Avallone
Donatella Strangio

Collana di Storia Economica



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



COLLANA DI STORIA ECONOMICA

Sezione Volumi collettanei – 2

La Collana si propone di pubblicare studi e ricerche, svolti con rigore scientifico e secondo la metodologia propria della disciplina, che diano prova di contribuire all'avanzamento delle conoscenze in materia. La sua ambizione è di diventare il luogo privilegiato di pubblicazione dei più avanzati studi di storia economica, nella consapevolezza che la conoscenza e l'approfondimento delle tematiche di cui la disciplina si occupa contribuiscono alla migliore conoscenza e comprensione sia delle problematiche economiche sia del complesso mondo economico e sociale contemporaneo.

La Collana si articola in due sezioni: Monografie e Volumi collettanei.

Tutti i volumi sono sottoposti a doppio referaggio anonimo.

Direttore

Ennio De Simone (Università del Sannio)

Comitato direttivo

Giuseppe Di Taranto (Università Luiss "Guido Carli" - Roma) – Vittoria Ferlandino (Università del Sannio) – Mario Taccolini (Università Cattolica del Sacro Cuore - Brescia)

Comitato scientifico

Giuseppe Barbera Cardillo (Università di Messina) – Carlos Barciela López (Università di Alicante) – Carlo Marco Belfanti (Università di Brescia) – Pietro Cafaro (Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano) – Giuseppe Conti (Università di Pisa) – Giuseppe De Luca (Università Statale di Milano) – Luigi De Matteo (Università L'Orientale di Napoli) – Antonio Di Vittorio (Università di Bari) – Giulio Fenicia (Università di Bari) – Massimo Fornasari (Università di Bologna) – Andrea Leonardi (Università di Trento) – Amedeo Lepore (Seconda Università di Napoli) – Luca Mocrelli (Università di Milano-Bicocca) – Paola Pierucci (Università di Chieti-Pescara) – Valeria Pinchera (Università di Pisa) – Maria Stella Rollandi (Università di Genova) – Donatella Strangio (Università La Sapienza - Roma) – Carlo Maria Travaglini (Università Roma Tre)

Turismi e turisti

**Politica, innovazione,
economia in Italia
in età contemporanea**

a cura di
Paola Avallone
Donatella Strangio

FrancoAngeli

Volume stampato con il contributo del CNR – ISSM (Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo). I saggi del volume sono stati sottoposti a peer review presso un Comitato Scientifico di referaggio composto di esperti di riconosciuta competenza negli specifici ambiti di studio che si sono riservati il diritto/dovere di rifiutare o chiedere approfondimenti.

Copyright © 2015 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

<i>Presentazione</i> , di P. Battilani	7
<i>Turismi e turisti</i> , di P. Avallone e D. Strangio	9

Sezione prima Organizzazione e promozione turistica

<i>Imprenditori stranieri nella Sorrento di primo Ottocento tra industria e ospitalità</i> , di A. Berrino	27
<i>Alle origini della promozione turistica. L'esperienza ligure</i> , di A. Zanini	45
<i>Alberghi in guerra. Le requisizioni di strutture ricettive a Roma durante la seconda guerra mondiale</i> , di M. Teodori	69

Sezione seconda Politica e istituzioni

<i>Turismo e intervento straordinario nel Mezzogiorno</i> , di S. Creaco	93
<i>Offerta ricettiva e flussi turistici in Sicilia</i> , di S. Cassar	137
<i>La Cassa per il Mezzogiorno nello sviluppo turistico della Campania: alcune realtà aziendali delle aree interne</i> , di V. Fer- randino e E. Cuomo	181

**Sezione terza
Innovazione**

<i>Per i centri abitati “poco noti”, di A. Bertini</i>	207
<i>Veicoli di conoscenza e comunicazione del patrimonio culturale: le tecnologie della comunicazione, di O. Lo Presti</i>	227
<i>Il sottosuolo antropico meridionale. Religione, infrastrutture, civiltà rupestre e buona pratica: il progetto per un itinerario turistico per la valorizzazione dei siti sotterranei, di R. Varriale</i>	251

**Sezione quarta
Nuovi percorsi**

<i>L'enoturismo in Italia. Paesaggi e imprenditoria, di M. Vaquero Piñeiro</i>	285
<i>Il turismo archeologico industriale tra teoria e prassi, di I. Zilli</i>	307
<i>Gli autori</i>	329
<i>Indice dei nomi</i>	335
<i>Indice dei luoghi</i>	343

PREFAZIONE

di *Patrizia Battilani*

Sino ad ora la storia del turismo in Italia ha proceduto a piccoli passi, in assenza di progetti ampi e comparativi che creassero analisi e interpretazioni sistematiche, come sempre avviene in quei comparti della vita economica (e anche della ricerca) in cui si può contare solamente su piccoli finanziamenti.

Questo volume è quindi il benvenuto perché offre nuovo materiale alla costruzione di una narrazione sull'evoluzione del turismo italiano. La formazione dell'imprenditoria turistica, il coordinamento della promozione, la programmazione turistica, il processo di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, le politiche per il mezzogiorno sono solo alcuni dei temi affrontati nei diversi contributi: piccoli tasselli a disposizione di coloro che avranno in futuro la voglia di elaborare nuove interpretazioni complessive.

Tra le tante suggestioni che il lettore può ricavare, vale forse la pena evidenziarne alcune che possono dare un utile contributo al dibattito attuale.

Una prima considerazione riguarda le difficoltà del coordinamento fra gli operatori e le organizzazioni di promozione nella gestione strategica del territorio. I casi analizzati della Liguria fra Ottocento e Novecento e della Sicilia nel periodo fra le due guerre, pur nella loro diversità rimandano alla necessità per i territori di dotarsi di un soggetto istituzionale (privato o pubblico) che guidi le strategie di promozione in virtù di un carisma naturale o del ruolo apicale assegnatoli dalla legge. Se nella Liguria di fine Ottocento tale figura mancava contribuendo all'instabilità dei progetti di collaborazione fra gli albergatori, nella Sicilia del periodo fascista e del dopoguerra di tali figure ne erano state create troppe.

Una seconda suggestione che viene proposta è l'impatto positivo della programmazione turistica realizzata dalla Cassa per il Mezzogiorno, che

avrebbe ridotto il divario fra Nord e Sud in termini di dotazione delle strutture alberghiere. Senza elaborare una progettualità che unisse trasporti, accoglienza e intrattenimento, tuttavia la Cassa del Mezzogiorno contribuì alla valorizzazione turistica di diversi comprensori meridionali.

Un terzo aspetto messo in evidenza nel volume è il ruolo cruciale della ricerca e dello sviluppo di nuovi prodotti per catturare l'interesse dei turisti post-moderni, dai piccoli borghi ai percorsi sotterranei agli itinerari enologici.

Un ultimo tema è quello della formazione dell'imprenditoria alberghiera e del legame fra questa e la clientela che essa riceve e ospita nelle proprie strutture ricettive. Il passaggio ad un turismo borghese facilitò anche l'ascesa di un nuovo profilo di imprenditore più vicino per esperienze di vita e consuetudini sociali ai nuovi ospiti e la perdita di centralità dell'ospitalità a pagamento nelle case aristocratiche.

L'elenco potrebbe continuare ma forse vale la pena lasciare al lettore e allo studioso scoprire gli altri approfondimenti proposti dal volume.

TURISMI E TURISTI

di Paola Avallone e Donatella Strangio

1. Introduzione

La prima definizione di turismo è quella di Herman Von Schullard del 1910, in seguito vi furono altre definizioni, tra cui quella del World Trade Organization (WTO) e della Commissione Statistica delle Nazioni Unite (UNSTAT) che risale al 1994 e definisce il turismo come: «L'attività delle persone che viaggiano verso, e si trovano in, luoghi diversi dal proprio ambiente abituale, per un periodo complessivo non superiore a un anno consecutivo a scopo di svago, affari o per motivi diversi dall'esercizio di un'attività remunerata all'interno dell'ambiente visitato».

Tale definizione fa riferimento allo *spostamento* del turista e ne distingue la natura che può essere riassunta nel prospetto A.

Prospetto A

-
1. Il turismo in uscita (*outgoing*) è il turismo effettuato dai residenti di un paese verso il resto del mondo.
 2. Il turismo in entrata (*incoming*) è il turismo all'interno di un paese effettuato dai non residenti.
 3. Il turismo domestico (*domestic tourism*) è il turismo effettuato all'interno di un paese dai residenti del paese stesso.
-

Una seconda distinzione riguarda la *motivazione del viaggio* che può essere sintetizzata nel prospetto B.

Prospetto B

1. Le *motivazioni di piacere*: il tempo libero e lo svago, lo sport, le visite a siti specifici, il turismo culturale, le visite a parenti e amici.
 2. I *motivi professionali*: congressi, convegni, riunioni, fiere, con spese di norma a carico dell'impresa.
 3. Gli *altri motivi*: studio, motivi di salute, pellegrinaggi religiosi.
-

Un altro schema di classificazione riguarda la *durata della vacanza* (prospetto C).

Prospetto C

1. Il *visitatore escursionista*.
 2. Il *visitatore turista*.
-

L'*escursionista* è colui che viaggia per motivi di piacere, di salute, di passaggio (ad esempio coloro che inseriscono un'altra città nel loro tour) e il *visitatore turista* che si realizza appieno se ha la possibilità di aggregare per sé i maggiori benefici attraverso la libera e consapevole selezione delle utilità offerte dal mercato secondo logiche non solo cognitive ma anche emozionali¹. Inoltre, esistono tanti altri metodi di classificare i turisti: secondo le variabili *socio-economiche* (età, sesso, istruzione, reddito, stato occupazionale); secondo la *natura del viaggio*; secondo la *tipologia delle spese sostenute*; secondo il *tipo di alloggio*.

Relativamente al prodotto turistico questo si presenta come un insieme di prodotti eterogenei, dato che non esiste un'industria che produce l'intera gamma dei beni e servizi acquistati dai turisti e nessuna branca di attività economica produce solo beni e servizi destinati ai turisti.

Le diverse tipologie di vacanza possono essere sintetizzate nel concetto di turismi e i confini del turismo sono sempre più sfumati in un'infinita gamma di turismi: turismo d'affari e congressuale, religioso, naturalistico, culturale, agriturismo, oltre ai turismi "maturi" quali balneare, montano e termale.

Il turismo è uno dei settori più importanti delle moderne economie anche se dietro questa semplice affermazione si nascondono seri problemi di

¹ Resciniti (2004).

identificazione e di misurazione del fenomeno turistico in quanto esso è una attività composta da servizi diversi consumati contemporaneamente.

L'individuazione delle attività turistiche è estremamente difficoltosa per il fatto che il turismo si manifesta come un complesso eterogeneo di operazioni, di consumo e di spesa. L'attività economica connessa al turismo è determinabile soltanto sulla base del prodotto e del consumo turistico, cioè della domanda. I primi aspetti di definizione della domanda finale che devono essere analizzati, quando si parla in particolare di contabilità nazionale, riguardano la classificazione delle spese e la definizione dei consumi.

Nell'*European System of Accounts* (ESA), la ripartizione dei consumi è articolata in due livelli, distinti in 10 categorie e in 36 sottocategorie.

Conoscenze maggiori sul turismo possono derivare da *ricerche specifiche*; in Italia, queste rilevazioni tendono a prodursi con maggiore frequenza grazie alle ricerche di centri studi che si impegnano a livello territoriale, l'Ufficio Italiano Cambi (UIC), il Touring Club Italiano (TCI), l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART), l'Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT).

Il turismo viene anche definito come "settore economico", composto da combinazioni di parti dell'output di industrie convenzionali dove la combinazione è determinata da quanto dell'output totale è legato alla domanda dei turisti.

Sulla base di queste riflessioni la storia economica del turismo in Italia relativa alla fase storiografica di generale ricostruzione dell'evoluzione del turismo come fenomeno, a livello nazionale o di specifiche aree, ha dato risultati importanti e utili; tuttavia essi ancora non possono identificarsi tali da pervenire alla definizione di uno "statuto disciplinare" della storia economica del comparto assimilabile a quelli che, continuamente aggiornati e arricchiti, ispirano lo studio e la ricerca su altri comparti dell'economia.

Il lungo periodo e i temi come quelli sulle politiche economiche e turistiche, centrali e locali, e i loro risultati, o sul turismo e sviluppo locale, a nostro avviso, possono costituire una chiave di lettura importante per lo sviluppo locale e la storia economica può essere un utile strumento a questo fine.

Dunque, i saggi qui raccolti sono prevalentemente di studiosi di storia economica e affrontano il tema in determinati ambiti cronologici e storici, in riferimento a diverse aree, centri o regioni, e riteniamo possano contribuire alla ricerca storico-economica in materia.

I contributi sono stati inseriti in quattro sezioni che riguardano 1) l'organizzazione e la promozione turistica; 2) la politica e le istituzioni; 3) l'innovazione; 4) i nuovi percorsi.

2. Genesi e articolazione della promozione del prodotto turistico

Le istituzioni sono importanti perché lo sviluppo di organismi che creano un ambiente favorevole a soluzioni cooperative in un complesso contesto di scambi è alla base della crescita economica.

Le istituzioni sono i vincoli definiti da una società per disciplinare i loro rapporti, individuando e limitando l'insieme delle scelte individuali; il cambiamento di tali vincoli influenza lo sviluppo di una società. La differenza di risultati economici che si registra nelle diverse società dipende proprio da tali vincoli e dalla loro evoluzione².

Compito delle istituzioni è determinare una struttura stabile di relazioni sociali che possa ridurre l'incertezza; le istituzioni si distinguono in formali, quando sono progettate consapevolmente (ad esempio la nostra Carta costituzionale), o informali, quali le convenzioni e i codici morali³.

Studiare l'evoluzione delle istituzioni è fondamentale nell'attuale contesto storico⁴.

Le organizzazioni, create per sfruttare le opportunità che le istituzioni definiscono in una società, finiscono, con il loro agire e il loro sviluppo, per alterare le seconde. È bene fare una distinzione tra organizzazioni e istituzioni: sono organizzazioni gli apparati politici, sociali, economici, organismi che nascono intenzionalmente, sulla base dei vincoli istituzionali, e sono costituite da gruppi di persone protese al raggiungimento di uno scopo comune mentre le istituzioni sono le regole del gioco⁵.

L'organizzazione internazionale leader del sistema delle Nazioni Unite in materia di viaggi e turismo, l'OMT sta attuando un'azione sempre più incisiva di promozione del turismo, ampliando i suoi obiettivi cercando di contribuire all'espansione economica, alle relazioni internazionali, alla pace, alla lotta alla povertà, al rispetto universale e all'osservanza dei diritti

² North (1994a), p. 97.

³ Ivi, p. 11.

⁴ Ivi, p. 360.

⁵ Ivi, p. 361.

umani e delle libertà fondamentali senza distinzione di razza, sesso, lingua, religione. L'individuazione di nuove destinazioni turistiche è oggetto di particolare attenzione al fine di assicurare una distribuzione equilibrata dei flussi turistici e di favorire la crescita economica e sociale dei Paesi in via di sviluppo (PVS).

Invece, il viaggio e il soggiorno della prima età contemporanea sono spesso interpretati come esito delle pratiche della precedente età moderna oppure come prodromi della maturazione del turismo. Un'attenta analisi storico economica evidenzia che nei decenni di primo Ottocento i caratteri del viaggio e del soggiorno assunsero tratti specifici che attendono, ancora, di essere analizzati e interpretati. Come bene Annunziata Berrino sottolinea nel suo lavoro (*Imprenditori stranieri nella Sorrento di primo Ottocento tra industria e ospitalità*) i mutamenti furono particolarmente evidenti nelle località del golfo di Napoli, che tra fine Settecento e primo Ottocento rappresentarono per viaggiatori e soggiornanti europei una delle aree più attraenti della Penisola Italiana e dell'intera area mediterranea. Fino a oggi la storiografia ha analizzato le testimonianze letterarie, artistiche, architettoniche ed ha persino tentato di valutare la consistenza dei flussi.

Berrino disarticola, descrive e interpreta la complessità delle dinamiche culturali, sociali, economiche e politiche che ebbero luogo tra Napoli e Sorrento, una delle località nelle quali, dalla metà dell'Ottocento, il turismo sarebbe maturato in tempi molto anticipati.

Il saggio accenna all'immaginario che attrasse i primi viaggiatori e soggiornanti in questa parte del golfo e ricostruisce con maggiore dettaglio il profilo di una delle famiglie che, in quel contesto, per prima, colse l'opportunità di investire a Sorrento e di avviare una serie di attività imprenditoriali, tra le quali l'offerta di ospitalità.

A livello microeconomico, per ogni singola impresa che offre prodotto turistico e consumo turistico è indispensabile conoscere la domanda dei turisti per scegliere sulla base dei propri costi l'offerta di massimo profitto netto, una situazione diversa identifica il livello mesaeconomico. Ecco che la promozione e il marchio del "prodotto turistico" acquisiscono importanza sempre maggiore; ma sia la nascita che l'evoluzione della promozione turistica non hanno ricevuto sino ad oggi particolare attenzione. È a questa lacuna che risponde Andrea Zanini (*Alle origini della promozione turistica. L'esperienza ligure*). Non si tratta soltanto di indagare la produzione di guide e dépliant o l'apertura di uffici informazioni, ma di esaminare le modalità attraverso le quali i molteplici attori impegnati nella costruzione del

“prodotto turistico” si organizzano e si coordinano per far conoscere ai potenziali ospiti l’esistenza del prodotto stesso, vale a dire la località o la regione turistica, e le sue caratteristiche in termini di servizi disponibili e i relativi prezzi⁶.

A questo riguardo, ancora di recente John K. Walton ha ricordato che, dal punto di vista economico, le città balneari possono essere viste come organismi che lavorano congiuntamente per definire interessi e identità condivise, tra cui appunto promuovere la località stessa sul mercato turistico⁷. Tale azione sinergica è la risposta a un problema che si manifesta in termini evidenti già nella seconda metà dell’Ottocento, quando la maggiore mobilità indotta dalla rivoluzione dei trasporti favorisce non soltanto un incremento dei flussi, ma anche la crescita della concorrenza a livello internazionale fra le destinazioni rivolte allo stesso target di consumatori. Gli interventi volti a costruire e disseminare l’immagine di una località possono essere paragonati alla produzione di un bene collettivo, dal momento che non vanno a esclusivo vantaggio di un determinato operatore, ma si estendono in primo luogo alla filiera turistico-alberghiera, con importanti ricadute sull’intero sistema economico. È in questa ottica che si colloca l’indagine condotta da Zanini nel ricostruire e seguire la genesi della regione turistica ligure.

Interessante e poco studiato è il tema del lavoro di Marco Teodori (*Alberghi in guerra. Le requisizioni di strutture ricettive a Roma durante la seconda guerra mondiale*) che si inserisce in un filone di ricerca nuovo ma già consolidato da studi importanti su guerra e turismo⁸.

Anche se i complessi rapporti tra guerra e turismo non appaiono univoci⁹, soprattutto nel lungo periodo, il conflitto interruppe l’espansione registrata in Europa tra le due guerre¹⁰. Tranne poche eccezioni, dal punto di vista della domanda si ebbe anzitutto una radicale contrazione delle usuali correnti di viaggiatori provenienti dall’estero, mutate anche nella loro composizione, ma a risentirne fu presto anche il turismo interno.

⁶ Tissot (2003), pp. 32-33; Cavalcanti (2003), p. 58.

⁷ Walton (2011).

⁸ Butler, Suntikul (2013); Walton (2013); Strangio (2014).

⁹ Butler, Suntikul (2013); Walton (2013).

¹⁰ Nelle sue linee essenziali, l’evoluzione storica del fenomeno turistico nel continente europeo è descritta da Tissot (1996). Per il caso italiano, si vedano Battilani (2009) e Berri-
no (2011).

In Italia, il conflitto pose fine anche ai preparativi per l'Esposizione universale di Roma del 1942, che avrebbe potuto rappresentare un'occasione di ulteriore crescita ed evoluzione del sistema turistico nazionale e capitolino¹¹. È quasi superfluo sottolineare l'importanza del turismo nel tessuto economico romano¹². Nel 1938, ultimo anno prebellico, nella provincia di Roma – ma il dato si riferisce quasi esclusivamente al capoluogo – furono registrati un milione di arrivi per un totale di circa 3,4 milioni di pernottamenti. Lo stato di guerra non solo incise pesantemente sul movimento turistico – già nel 1940 i pernottamenti si erano ridotti a circa 2,5 milioni (-27%), per poi decrescere ancora rapidamente negli anni successivi – ma coinvolse in modo diretto molte delle strutture ricettive romane. Nell'iniziale illusione di un esito rapido e vittorioso della guerra, le preoccupazioni del Ministero della cultura popolare, competente in materia di politica turistica, si concentravano sull'esigenza di conservare in efficienza il potenziale ricettivo per la ripresa nel dopoguerra. Già nel 1940, tuttavia, si era affrettato a stilare una prima lista di alberghi che, nelle diverse località italiane, presentavano caratteristiche tali da poter essere, all'occorrenza, trasformati dalle autorità militari in «ospedali, convalescenziari, comandi ecc.». Attraverso requisizioni o, talvolta, contratti di locazione, un numero crescente di alberghi iniziò così ad essere sottratto alla sua destinazione originaria per essere utilizzato da organi militari e civili dello Stato; a Roma, nella maggior parte dei casi, le strutture requisite erano adibite ad uffici.

Per alcuni esercizi, ricevere dallo Stato un'indennità di requisizione o un canone di affitto poteva forse rappresentare un parziale sollievo economico, considerato il drastico ridimensionamento della clientela a causa della guerra, ma, in realtà, si trattò dell'inizio di un lungo e difficile periodo per l'industria dell'ospitalità. La requisizione di strutture alberghiere non rappresentava una novità per Roma; si ricreava una situazione che aveva già caratterizzato gli anni della prima guerra mondiale. A rendere sensibilmente diversa l'esperienza delle requisizioni sperimentata dagli albergatori romani durante la seconda guerra mondiale, tuttavia, intervenne l'occupazione della città da parte di truppe straniere. All'interno di questa disamina Teodori

¹¹ In funzione di quell'evento, erano stati intensificati gli interventi statali a favore del settore alberghiero per adeguare la ricettività all'ingente domanda di ospitalità attesa; Teodori (2007, 2013).

¹² Girelli Bocci (2006, 2007).

individua e analizza in modo attento le tre fasi in cui si è snodata la vicenda fornendo un inedito quanto utile quadro economico e statistico.

3. Il ruolo della politica economica e dell'efficienza delle istituzioni

Nel periodo post-unitario l'azione dello Stato italiano non fu orientata ad affrontare la grave situazione socio-economica delle regioni meridionali con strumenti particolari ovvero interventi specifici. Al contrario, la preoccupazione costante del legislatore fu quella di creare strutture amministrative uniformi per tutte le regioni, nel timore che un'azione amministrativa speciale per talune avrebbe compromesso gravemente il processo di unificazione amministrativa e, in definitiva, l'Unità politica del nuovo Stato. Il riconoscimento che la dualità socio-economica del Paese non potesse essere superata con provvedimenti tendenti all'uniformità della legislazione in tutto il territorio nazionale portò alla introduzione di importanti misure ispirate da intenti e finalità di propulsione economica, che non avevano soltanto l'obiettivo di livellare situazioni di partenza, ma anche quello di creare contesti di favore nel Mezzogiorno rispetto alle restanti regioni del Paese. Anche la dualità nel turismo risultava da tutti gli aspetti specifici del settore. Riprendendo le esperienze di stampo keynesiano già maturate nei paesi capitalistici per promuovere lo sviluppo delle aree arretrate, il Presidente del Consiglio dei Ministri, Alcide De Gasperi, presentava il 17 marzo del 1950 il disegno di legge n. 1170, contenente la "Istituzione della Cassa per opere straordinarie di pubblico interesse nell'Italia meridionale", che basava il «risollevamento del Mezzogiorno e delle aree depresse in genere» sull'attuazione di un programma speciale di «spese produttive di incremento del reddito globale»¹³. È in questa ottica che i saggi di Salvo Creaco (*Turismo ed intervento straordinario nel Mezzogiorno*), Silvana Cassar (*Offerta ricettiva e flussi turistici in Sicilia*) e Vittoria Ferrandino e Erminia Cuomo (*La Cassa per il Mezzogiorno nello sviluppo turistico della Campania: alcune realtà aziendali nelle aree interne*) offrono aspetti e fonti inediti, sia negli aspetti metodologici che contenutistici.

¹³ Camera dei Deputati (1950), p. 1.

Il lavoro di Salvo Creaco esamina la parabola dell'intervento straordinario nel settore turistico offrendoci un quadro istituzionale importante e problematico. Corroborato da una nutrita rilevazione statistica e bibliografica, il lavoro ha adottato una differente prospettiva di analisi: proseguendo una linea di indagine avente lontane radici, valuta l'impatto dell'intervento straordinario su un particolare settore su cui esso si svolse, mostrando la riduzione della dualità presente nella domanda e nell'offerta turistica. In questa direzione l'Autore, estendendo valutazioni precedenti, offre una diversa chiave d'interpretazione di quelli che furono i risultati della politica regionale a favore del Mezzogiorno. Se ulteriori studi di carattere settoriale saranno effettuati per valutare l'intervento straordinario nel Mezzogiorno, il saggio potrà aver contribuito ad iniziare un nuovo, e forse fecondo, filone di investigazione.

Silvana Cassar, attraverso un lavoro significativo sulle fonti, ricostruisce e descrive le politiche per il turismo valutandone la bontà e l'efficacia. Attraverso il caso siciliano la storica spiega perché, a fronte di tanti sforzi e, soprattutto, di tanta spesa, gli esiti concreti siano stati modestissimi come attesta la posizione della Sicilia con riferimento ad arrivi e presenze. Ciò forse perché la moltiplicazione di enti, più o meno utili, in campo turistico è stato in larga parte una delle tante facce di una politica interessata più a creare posti di lavoro e consenso che agli effettivi risultati dell'azione svolta? Cassar fa uno sforzo valutando l'efficacia o meno dell'azione sulla Sicilia non solo dando rilievo a un fattore "esogeno" come le politiche e l'intervento pubblico ma attraverso la descrizione del mercato, degli imprenditori locali anche della dimensione endogena, valutando che è forse la debolezza su questo versante una delle ragioni del sostanziale fallimento delle politiche intraprese.

Vittoria Ferrandino e Erminia Cuomo entrano nel particolare e valutano l'apporto dell'azione della Cassa ad alcune importanti e significative aziende impegnate nel settore turistico campano, con particolare riferimento all'area beneventana. Nella legge istitutiva della Cassa veniva riconosciuta la necessità di interventi creditizi a favore degli impianti alberghieri e turistici, considerati come elementi essenziali nella vita economica del Mezzogiorno¹⁴; con il progressivo incremento delle disponibilità finanziarie, l'azione della Cassa divenne fondamentale anche nel settore delle attrezzature ricettive e delle opere di impianti di interesse turistico, concentrandosi

¹⁴ Cassa per il Mezzogiorno (1952), p. 111.

nelle zone con possibile vocazione turistica. Non va trascurato, in tale contesto, il ruolo svolto dalla Cassa per il Mezzogiorno per la ricostruzione e la modernizzazione delle strutture ricettive, con un impegno di spesa previsto per le opere pubbliche di circa 25 miliardi di lire, cui se ne aggiungevano quasi altri cinque a favore del credito alberghiero, che operò pure in Campania, non limitandosi alle zone costiere, ma incidendo anche sulla ripresa di alcune aree interne. Ecco, quindi, che tra le strutture ricettive sannite ammesse ad usufruire degli aiuti della Cassa per il Mezzogiorno va annoverato l'Hotel Italiano, prima azienda alberghiera ad operare proprio a Benevento già dagli anni Venti del secolo XX, allora con forma giuridica di ditta individuale, facente capo a Giulio Italiano, imprenditore proveniente dalla Puglia, dove era nato nel 1867¹⁵ ma anche l'impresa Minieri di Telese.

Ciò naturalmente non ha modificato la posizione di arretratezza di Benevento nel panorama italiano ma i casi esaminati hanno fatto emergere e confermato la necessità di una migliore cooperazione tra i diversi attori del turismo insieme ad una sapiente pianificazione al fine di raggiungere importanti traguardi.

4. Turismi e nuovi turisti

L'identità locale e il suo mantenimento diventano uno degli aspetti che sempre più emergono come fattore di progresso economico e come un elemento direttamente legato ai processi di sviluppo, in grado di plasmare il rapporto con la comunità locale, come un elemento stabile, teoricamente definibile in sede di analisi di programmazione.

Mentre i centri storici delle città rivelano le differenti culture urbane che li hanno prodotti, le periferie si moltiplicano e si espandono, molte eguali tra loro, alcune diverse, ma tutte succubi dei contesti storici, geografici e culturali in cui sono inserite. Le periferie di quasi tutte le città sono spesso città dormitorio, aree con elevate concentrazioni di attività monofunzionali, spesso a rilevante impatto ambientale, aree di passaggio, di transito per molte delle attività direzionali, culturali ed economiche, che si svolgono nella aree centrali. L'Italia è il Paese europeo che ha più produzioni certifi-

¹⁵ Notizie fornite dal dr. Giulio Italiano, attuale amministratore del Grand Hotel Italiano S.r.l.

cate e i piccoli comuni italiani danno un grande contributo a questi primati agroalimentari ed enogastronomici. Come bene ha esaminato Antonio Bertini (*Per i centri abitati "poco noti"*) la funzione agricola può ancora svolgere un ruolo prevalente. Sviluppare attività di *green economy* coerenti con le finalità di elevata tutela ambientale (agricoltura di qualità ecologica, turismo formativo, uso di energie rinnovabili, efficienza energetica degli edifici, forme di mobilità sostenibile, raccolta differenziata e riciclo dei rifiuti ecc.), nelle parti di tali aree dove sono presenti insediamenti e attività economiche, contribuisce a mantenere e aumentare la qualità dell'ambiente e offre occasioni di sviluppo e di lavoro impensabili solo fino a qualche anno addietro.

Olga Lo Presti (*Veicoli di conoscenza e comunicazione del patrimonio culturale: le tecnologie della comunicazione*) sostiene che l'evoluzione degli strumenti tecnologici e la varietà del loro utilizzo ha pervaso ogni campo della vita sociale, politica ed economica di ogni paese del mondo, anche dei meno sviluppati. Tra le tecnologie informatiche esistenti, Internet rappresenta il successo più diffuso. La sua evoluzione parte dalla versione statica – il *Web 1.0* in cui non esisteva nessuna partecipazione da parte dell'utente –, per giungere all'evoluzione *Web 2.0*, termine coniato da Tim O'Reilly nel 2005¹⁶. Il *Web 2.0* è stato definito come «l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente come i blog, i forum, le chat, i wiki, le piattaforme di condivisione di media ottenute tipicamente attraverso opportune tecniche di programmazione e relative applicazioni web afferenti al paradigma del web dinamico in contrapposizione al cosiddetto web statico o web 1.0». L'evoluzione attraverso l'*Information and Communication Technology* (ICT) contribuisce non solo alla tradizionale trasmissione del significato del bene culturale, ma anche all'amplificazione delle esperienze emozionali del soggetto che ne fruisce, come nel caso dei progetti di Pompei e dei Bizantini.

Roberta Varriale (*Il sottosuolo antropico meridionale. Religione, infrastrutture, civiltà rupestre e buona pratica: il progetto per un itinerario turistico per la valorizzazione dei siti sotterranei*) rileva come il sottosuolo abbia avuto un ruolo importante nello sviluppo urbano assolvendo a varie funzioni in tutta autonomia rispetto alla superficie. Attraverso l'esame dei risultati di alcuni studi e progetti che da qualche anno si stanno portando

¹⁶ O'Reilly (2005), p. 4.