

MARCELLA SCHMIDT DI FRIEDBERG

IL DIBATTITO SUL TURISMO SOSTENIBILE: VERNAZZA SECONDO RICK STEVES (*)

In occasione della terza giornata del Convegno *Religione e ambiente nell'epoca globale* (1), il ministro per l'Ambiente Willer Bordon aprì il suo molto atteso intervento criticando l'idea di «sviluppo sostenibile» e auspicando un deciso cambiamento di rotta nelle politiche ambientali: il ministro, giunto in occasione delle conclusioni del convegno, non poteva sapere che anche tutti i relatori precedenti, quasi senza eccezione, si erano espressi apertamente contro lo sviluppo sostenibile, citando il termine solo tra virgolette, come locuzione non più lecita a livello internazionale; sulle labbra del ministro, tuttavia, la valutazione negativa si spostava dal livello degli ambientalisti e dei verdi estremisti, a quello istituzionale. Nel recente fallimento della conferenza sul clima dell'Aia è emerso con chiarezza il paradosso implicito nella logica di mercato applicata alla questione ambientale e si può leggere un'ulteriore conferma della fragilità di ogni riferimento ad una «sostenibilità» che non voglia radicalmente mettere in discussione lo sviluppo. Il concetto di sviluppo sostenibile appare per la prima volta a Stoccolma nel 1972 e viene illustrato da parte di organismi internazionali (IUCN, UNEP, WWF) nella World Conservation Strategy del 1980. Il termine si afferma, poi, con il rapporto *Our Common Future* della Commissione Brundtland del 1987 (WCED), il WCS *Caring for the Earth* del 1991, fino a dominare la scena del summit (UNCED) di Rio del 1992. La Commissione Brundtland definisce lo sviluppo sostenibile come sviluppo che risponde alle necessità del presente, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze» (WCED, 1987). E la World Bank: «Sustainable development is development that lasts» (World Bank, 1992, p. 34).

Secondo le voci di un'ampia critica ambientalista e sociale (Shiva, 1990;

(*) Ricerca CNR-SGI *Valorizzazione del paesaggio...* e CNR-Dipartimento di Scienze Storiche e Geografiche, Università di Pavia. Presentato in forma ridotta al Convegno Internazionale Interreligioso *Religione e ambiente*, Arezzo, Camaldoli, La Verna, ottobre 2000.

Lélé, 1991; Sachs, 1992; Latouche, 1995), il concetto di sviluppo sostenibile (1) può essere inteso come un ossimoro rivolto a mantenere una situazione di fatto e a giustificarla dal punto di vista ambientale. A quale tipo di «necessità del presente» e a quali esigenze, infatti, si vuole fare riferimento e per che parte della popolazione? Il *Rapporto Brundtland*, secondo Sachs, non prende posizione a questo riguardo ed evita di affrontare il problema fondamentale della «crisi della giustizia» che insieme alla «crisi della natura» affligge il presente (Sachs, 1999). Aggiunge Latouche:

Il significato storico e pratico di sviluppo, legato al programma della modernità, è fondamentalmente contrario alla modernità. Si tratta di sfruttare, di trarre profitto dalle risorse naturali e umane. [...] Aggiungendo l'aggettivo sostenibile al concetto di sviluppo è non meno chiaro che non si tratta veramente di rimettere in discussione lo sviluppo, tutt'al più si pensa di aggiungere una componente ecologica [Latouche, 1998, p. 5].

La «sostenibilità» acquista così la valenza di un'ideologia conservatrice, strettamente legata al processo di globalizzazione e rivolta a giustificare l'esistente da un punto di vista sociale e politico: una formula quindi, secondo Sachs, rivolta più a raccogliere consensi che a fare chiarezza sui problemi da risolvere (Sachs, 1999). Poco convincente appare anche il proposito, più volte ribadito, di solidarietà con le generazioni future, generazioni delle quali non possiamo indovinare precisamente esigenze, problemi e valori; un termine di riferimento vago, quindi, che sembra volere spostare indefinitamente nel tempo le esigenze attuali di eguaglianza sociale. Commenta Passmore:

Questa è la grande difficoltà, nel nostro caso. Come abbiamo visto, non possiamo essere assolutamente sicuri che i nostri discendenti abbiano bisogno delle risorse che ci proponiamo di conservare per loro, o almeno che ne abbiano bisogno più di noi oggi [Passmore, 1986, p. 96].

L'aggravarsi della questione ambientale nel decennio post-Rio e la mancanza di reali alternative partecipate alle scelte fondamentali dello sviluppo portano Latouche a concludere pessimisticamente:

Almeno, con lo sviluppo non durevole e insostenibile, si poteva conservare la speranza che questo processo mortifero avrebbe avuto una fine. Che un giorno si sarebbe fermato, vittima delle sue contraddizioni, dei suoi fallimenti, del suo carattere insopportabile e dell'esaurimento delle risorse naturali [...] Si poteva quindi riflettere e lavorare ad un doposviluppo meno disperante, mettere insieme una postmodernità accettabile. Lo sviluppo durevole o sostenibile ci toglie ogni prospettiva di uscita, ci promette lo sviluppo realmente esistente per l'eternità [Latouche, 1998].

Il discorso sulla sostenibilità si è affermato con particolare enfasi in campo turistico, nell'ambito del dibattito sui potenziali effetti negativi del «turismo di

(1) L'ambiguità stessa del concetto di sostenibilità porta alcuni geografi a tentare una ridefinizione, in termini critici. K. Takeuchi, per esempio, propone la definizione: «La capacité d'une société à se reproduire, matériellement et culturellement, au moins pour quelques générations à venir» (Takeuchi, 2000, p. 214).

massa» e sull'eventualità di un «turismo alternativo». Osserva Sisman:

The latest emergent theme is that of sustainable tourism which, as far as can be personally gathered, has emerged simply because all forms of development and activity are now preceded by the term sustainable to describe some form of utopian change in how the world should operate and to provide an undefined benchmark of acceptability [...] So sustainability means different things to different people, and it is surprising, post-Bruntland and post-Rio, just how many organisations have suddenly 'discovered' that their policies can be made to 'fit' the concept of sustainability simply by deciding their own benchmark [Sisman, 1994, p. 59].

E Cater aggiunge nello stesso tono:

It is perhaps, no coincidence that much of the debate concerning what constitutes ecotourism has its parallel in the weighty debate surrounding the definition of sustainable development. Both tend to be overworked terms, neatly co-opted by political and business interests to confer an aura of respectability to their activities [Cater, 1994, p. 5].

L'ambiguità ossimorica del concetto di «turismo sostenibile» emerge ancora una volta dalla sua definizione. Si legge nella dichiarazione di Lanzarote del 1995:

Lo sviluppo del turismo deve essere basato sul criterio della sostenibilità [...] Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per assicurarne la redditività, consentendo la salvaguardia del nostro capitale naturale e culturale [*Carta per un Turismo Sostenibile, Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile*, Lanzarote, 27-28 aprile 1995].

Il turismo, a partire dagli anni Settanta, ha conosciuto una crescita esponenziale, sia delle entrate, sia del numero di persone coinvolte, sia della sua diffusione territoriale: per il XXI secolo se ne prevede l'ascesa al primo posto nella classifica delle maggiori industrie mondiali, trasformandosi così in uno dei settori trainanti dell'economia globale, all'interno di una rete di strette relazioni con le altre attività dominanti (trasporti, energia, agro-industria) (Andriola, 2000). Ma in base a quali opzioni e secondo quali logiche – oltre a quella di mercato – «la più grande industria del mondo» potrà guidare il processo di «gestione globale delle risorse? E in nome di quali valori essa potrà tutelare, allo stesso tempo, ciò che è stato interpretato come «capitale» (anche questo termine risente di un'impostazione economicistica), cioè la natura selvatica o la nostra cultura? Si legge ancora nel *Rapporto Bruntland*:

Le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche» [WCED, 1987].

Nell'idea di sostenibilità è implicito il presupposto di un turismo di piccoli numeri, in armonia con l'ambiente sociale e naturale, basato su scelte e decisioni partecipate localmente. Tale dimensione locale del turismo «alternativo» si

oppone alla logica di mercato e alla scala globale del turismo stesso, un'industria in continua espansione; si tratta, secondo Wheeler, di «una micro soluzione [...] per un macro problema» (Wheeler, 1991, p. 93). Dal punto di vista economico, infatti, il volume quantitativo richiesto per la stabilità e la continuità di una località turistica è, spesso, di gran lunga superiore a quella «sostenibile» dal punto di vista ambientale; le comunità locali, d'altro canto, non dispongono sempre di risorse o di consensi tali, da potere imporre qualsivoglia restrizione all'espansione turistica (2). Scrive ancora Wheeler:

Sustainable tourism has burdened itself with conflicting incompatible objectives – small-scale sensitivity and limited numbers to be achieved in tandem with economic viability and significant income and employment impacts [Wheeler, 1991, p. 93].

Per Brauer l'unica forma veramente «sostenibile» di turismo sarebbe il restare a casa, imponendo una riduzione drastica al movimento turistico, un'alternativa, tuttavia, irrealizzabile per un settore così vitale; egli suggerisce quindi di abbandonare l'illusoria pretesa della sostenibilità per rifarsi, invece, a un imperativo etico di «turismo responsabile» (Brauer, 2000). L'ipotesi di un turismo «diverso» – «alternativo», «responsabile», «dolce», «verde», comunque lo si voglia chiamare (3) – con propri attori e risvolti etici, richiama da anni molto interesse ma non è priva anch'essa di contraddizioni. Spiega Prosser:

This search for the «holy grail» of sustainability has spawned an expanding set of subspecies of tourism with meaningful and at time pious labels – soft, green, responsible, harmonious, quality, gentle, eco, progressive, sensitive, community, appropriate – all assembled under the generic title of 'alternative tourism' [Prosser, 1994, p. 32].

Iniziative di turismo alternativo (4) possono, infatti, avere successo a livello locale, ma non sottrarsi alla logica di mercato imposta da un processo globale che agisce al di fuori di ogni connotazione etica. Gli anni Novanta, riportano Smith e Eadington, sono stati previsti come la «decade dell'eco-turismo», mentre il 2002 è stato designato dalle Nazioni Unite come International Year of Ecotourism: l'espansione del turismo alternativo rischia, infatti, di implementare ancora più la domanda e di riempire un'ennesima nicchia di mercato, distribuendo spazialmente e allungando stagionalmente il periodo di sovraffollamento turistico. Il problema centrale rimane sempre l'impatto del volume totale di turisti e la sua crescita quantitativa, con le relative ricadute culturali e ambientali (inquinamento atmosferico per l'aumento dei trasporti, consumo di risorse, degrado paesistico).

(2) Sostiene Butler: «In fact, one may argue that at the root of much of what is being proposed as alternative tourism is really a disguised class prejudice. Large number of middle and lower class tourists are not welcome, nor are «hippies» in any number, but small numbers of affluent, well educated and well behaved tourists are welcome» (Butler, 1994, p.40)

(3) Tutti questi termini, ognuno dei quali è corredato da un'ampia bibliografia specialistica, non sono sinonimi, ma il risultato di iniziative, esperienze e studi diversi, in contesti diversi.

(4) Nella definizione di Smith e Eadington: «Forms of tourism that are consistent with natural, social and community values and which allow both hosts and guests to enjoy positive and worthwhile interaction and shared experiences» (Eadington e Smith, 1994, p. 3).

In una situazione di libero mercato, inoltre, appare estremamente difficile qualsiasi riduzione quantitativa del turismo che non metta a repentaglio la sopravvivenza dell'industria o che non implichi dirigismo politico. Aggiunge Butler:

A major concern is that the process of tourism development would appear to be unidirectional; that is alternative small scale tourism can change to mass conventional tourism, and perhaps will inevitably do so without strict management and control, but mass conventional tourism is highly unlikely to be able to change to alternative small scale tourism. Even if this latter change were possible, the consequences in economic, social, and political terms might be too severe ever to allow it to take place [Butler, 1994, p. 46].

L'obiettivo della «salvaguardia» (della natura, dell'ambiente sociale, della cultura), implicito in molte iniziative di turismo alternativo, presume, inoltre, un'interpretazione eminentemente statica di processi naturali e socio-culturali in continua evoluzione: il movimento turistico, invece, agisce all'interno di un mosaico di realtà locali, storicamente caratterizzate da straordinario dinamismo e continuamente confrontate con processi di trasformazione (tra cui oggi la stessa globalizzazione) che travalicano ampiamente l'attività turistica. Il problema della sostenibilità in relazione al turismo coinvolge, infine, aspetti psicologici e sociali e mette in gioco valori incommensurabili, legati all'identità culturale, come la «sopravvivenza delle culture locali» e la «tutela dei residenti», citate da Jungk (Jungk, 1980) (5). Conclude Butler:

Sustainable development is a global concept, and implies achievability only at the global level. To apply sustainable development as a concept at a sector level is inappropriate as specific sectors can never achieve true sustainability or sustainable development in isolation from other sectors and the global environment. Sustainability can be thought of at sector level only in terms of a level of sustainability [...] in tourism, both in general and at specific destinations [...] A tourism enterprise cannot be sustainable on its own because it is too dependent on and inter-related to other sectors [Butler, 2000, p. 3].

A complicare ulteriormente la discussione sulla sostenibilità in campo turistico si aggiunge la difficoltà di reperire un quadro complessivo del fenomeno e delle sue tendenze. I dati statistici sul turismo, infatti, appaiono ancora imprecisi e incompleti e non contribuiscono se non in modo molto parziale ad una visione d'insieme; ne risulta un panorama estremamente variegato che risponde a molteplici chiavi di lettura: al suo interno si sommano indiscriminatamente tendenze globali, dirette da grandi catene multinazionali, verso la specializzazione di un settore in continuo fermento in risposta a nuove mode (6) e nuove nicchie di mercato (nuove infrastrutture, parchi tematici, lo stesso turismo alter-

(5) Per la discussione sul *samft Tourismus* vedi Schmidt di Friedberg, 1996-1997.

(6) «We want experiences not surface expressions» è lo *slogan* dello «*shock tourism*», nuovo fenomeno dell'industria turistica che offre destinazioni non ancora «scoperte», quali impianti industriali e militari, centrali nucleari dismesse dell'ex Unione Sovietica, in modo da fare provare sollievo quando si ritorna «al presente» in www.luffa.nu/shock.

nativo); l'attività di un'imprenditorialità locale, frammentata e diffusa quanto a mezzi e contesti, che propone prodotti molto diversi, in alcuni casi unici e irripetibili; i proventi, infine, di attività sommerse (7) o illegali (abusivismo edilizio, evasione fiscale, prostituzione minorile), difficili da quantificare. Ancora più ardua appare la stima dei movimenti in atto nelle località turistiche o la quantificazione delle materie prime del turismo – beni naturali, culturali e artistici – potenziali vittime del loro stesso successo a causa di fenomeni di degrado o di sovraffollamento (8).

Il caso che vogliamo qui considerare – Vernazza, nelle Cinque Terre – già ampiamente trattato dalla letteratura geografica (Quaini, 1972; Terranova, 1989) intende evidenziare uno dei tanti paradossi impliciti nella gestione «sostenibile» del turismo. Se si sviluppa l'analisi a livello sociologico e antropologico si può osservare come, in Liguria, la maggior parte delle località turistiche appartengano ormai ad una fase di turismo «maturo» (una delle fasi avanzate negli schemi classici di Cohen, 1972; e di Butler, 1980) dove appare impossibile isolare il fenomeno dal suo contesto socio-economico, senza banalizzarlo. Scrive Minca:

We must necessarily abandon any (even marginally) mechanistic/deterministic interpretation of the relation between tourists/observers/spectators and the accordant visited/observed/exhibited/staged places [...] Identity, place and thus also the modernity of that place, can only be conceptualised as, rather, a dialectical process as a relentless negotiation of meanings between diverse social actors. Social actors who are, themselves, engaged within an incessant struggle to re-contextualise their own process of signification – though inevitably bound by the traces of memory of past negotiations [Minca, in corso di stampa].

Anche la divisione tra «turisti» e «residenti», non appare sempre così netta ed evidente: molti residenti oggi viaggiano, diventando turisti altrove e le loro aspirazioni e stili di vita non si distinguono radicalmente da quelli dei visitatori (stranieri e non), influenzati da un mutamento culturale che va ben al di là dal semplice fenomeno turistico e dipende dai mezzi di comunicazione di massa, da trasformazioni sociologiche ed economiche, a scala nazionale e globale (9). Commenta Dell'Agnese:

Anche se agisce talvolta da «catalizzatore» del cambiamento [...] lo stesso turismo a sua volta, non è «un diavolo solitario», in quanto non è che

(7) Secondo un'indagine del Centro Studi del Touring Club e Insud (1998), in Italia il sommerso riguarda più di un terzo del movimento turistico reale.

(8) Per l'Italia, nel 1998 al quarto posto nella graduatoria delle località di destinazione turistica, si prevede una recessione, mentre in espansione è l'area del Sud-est asiatico e del Pacifico (Andriola, 2000).

(9) Commenta acutamente Rosenbaum, a proposito del turismo newyorchese: «We are left with a muddle of questions: is Time Square a cultural resource? Should it be "preserved"? If it's torn down, should it be replaced with "indigenous architecture"? What's that? Do people in New York really want a bunch of tourists crowding their city? If not them, who? Is the couple drinking coffee at Starbucks on 47th Street native New Yorkers? Or recent arrivals? Or visitors? Or former residents? Or suburbanites who just came into town to see a show? Will those people who are tourists please raise your hand?» (Rosenbaum, 1995, p. 1).

una delle molteplici forme attraverso le quali può filtrare il processo di modernizzazione, insieme all'urbanizzazione, all'educazione di massa o alla diffusione dei mezzi di comunicazione [...] Uno degli errori sistematici che penalizzano molte delle survey dedicate alle ripercussioni socioculturali del turismo consiste proprio nell'incapacità di separare l'azione del turismo da quella degli altri fattori di cambiamento che indipendentemente da essa agiscono nel cuore della società [Dell'Agnese, 1996-1997, p. 154].

Gli stessi «turisti», a loro volta, non provengono tutti da indifferenziati agglomerati urbani, ma hanno una loro identità locale, magari altrettanto specifica di quella dei «residenti», la quale opera con un'azione di *feedback* sulle stesse località turistiche, innescando un'offerta di servizi e di manifestazioni culturali *ad hoc* (prodotti gastronomici e artigianato «tipici», manifestazioni folcloristiche, tradizioni). L'attrazione turistica di un luogo, quindi, la sua singolarità (lo *spiritus loci*?), quell'atmosfera unica creata da chi vi partecipa (turisti compresi), elemento speciale di richiamo o repulsione per chi giunge dal di fuori, dipende da un impalpabile *je ne sais quoi*, nel linguaggio di Vidal de La Blache, sommatoria di spirito dei tempi (l'economia tradizionale, gli anni Sessanta, gli anni Settanta), di personalità individuali, di attività, di mode o dal semplice caso, in continuo mutamento, al di fuori di qualsiasi programmazione. Aggiunge Dell'Agnese:

Cercare di analizzare il suo impatto, positivo o negativo, in relazione alla cultura locale, come se questa fosse un bersaglio statico, rischia perciò di essere uno sterile esercizio. Invece di essere un fattore esterno, il turismo rappresenta all'opposto un processo di trasformazione che agisce dall'interno, che si adatta e viene adattato alle caratteristiche della popolazione ospite e al suo vario modo di interpretarlo [*ibidem*, p. 157].

Le Cinque Terre sono afflitte dai tipici problemi della maturità turistica: lo scontro tra esigenze di tutela ambientale e sovraffollamento turistico, l'abbandono dell'economia tradizionale, il degrado paesistico. Il territorio presenta vincoli ambientali e culturali (la ripidità dei versanti, la scarsa viabilità, il terrazzamento, l'isolamento) che da una parte ne costituiscono l'attrattiva dal punto di vista turistico, ma dall'altra richiedono un continuo impegno di manutenzione (pulizia dei sentieri, controllo antincendio, manutenzione dei muri a secco ecc.) e ne condizionano la fruibilità: per l'abbandono dell'agricoltura, in tutta l'area vi è la tendenza ad un ritorno del bosco e della vita selvatica che, paradossalmente, a sua volta minaccia il paesaggio, principale risorsa turistica. La tutela di un paesaggio unico al mondo, un paesaggio non naturale ma creato dall'uomo nei secoli, è diventata una priorità a scala sia regionale che nazionale ed europea: nel 1997 le Cinque Terre sono state inserite (10) nella World Heritage List dell'UNESCO; dopo anni di gestazione, con il decreto del presidente della Repubblica del 6 ottobre 1999 (11), inoltre, è stato istituito il Parco Nazionale

(10) In occasione della sessione del Comitato per il Patrimonio Mondiale svoltasi a Napoli nel dicembre del 1997, ai sensi della legge 184 del 6 aprile 1977 di ratifica ed esecuzione della convenzione sulla protezione del patrimonio culturale enaturale mondiale, firmata a Parigi il 23 novembre 1972.

(11) Pubblicato nella «Gazzetta Ufficiale», Roma, 295, del 17 dicembre 1999.

delle Cinque Terre, un parco diverso «nato per difendere un'opera dell'uomo dall'attacco della natura». Nelle Cinque Terre, Vernazza spicca per una serie di iniziative che ne hanno fatto un modello di studio della sostenibilità turistica.

I primi turisti sono apparsi a Vernazza all'inizio degli anni Sessanta, ma il loro numero è rimasto contenuto, proprio per la ridotta accessibilità dei luoghi. Solo verso la metà degli anni Ottanta, dopo la costruzione dei collegamenti stradali, il fenomeno del turismo di massa è diventato dirompente. Il sovraffollamento attuale, con picchi massimi in primavera ed estate, dipende in gran parte da un turismo italiano (circa il 70%) di escursionisti che arrivano dal mare per mezzo di un sempre più articolato sistema di battelli, in treno o in auto. Uno studio del Centro VIA ha quantificato il flusso giornaliero in alta stagione in 800-850 persone che superano le 1.300 nei periodi di punta; la «capacità» del paese è invece stata così sintetizzata: circa un migliaio di persone possono sedersi nel centro storico; possono attraccare 190 barche di piccole dimensioni; i posti letti sono circa 620 (P. Schmidt di Friedberg, 1998; Cici, 1999).

Negli ultimi anni, il turismo straniero a Vernazza è stato dominato dalla presenza nordamericana (circa il 22,3% nel 1998) che ha superato nettamente quella tradizionale di svizzeri e tedeschi. L'improvvisa celebrità di Vernazza negli Stati Uniti e in Canada come meta di vacanze si deve principalmente ad un singolo prodotto di mercato, le guide di Rick Steves, figura di spicco dell'imprenditoria turistica d'oltre oceano. Steves scoprì le potenzialità del *budget travel* a metà degli anni Settanta, conducendo personalmente piccoli gruppi organizzati, e in seguito ottenne uno straordinario successo con le sue celebri guide d'Europa e popolari serie televisive, *Travel in Europe with Rick Steves* e *Rick Steves' Europe*, prodotta in proprio nel 2000. La società «Europe Through the Back Door» di Steves, con sede a Edmonds, impiega oggi più di cinquanta persone ed è riuscita a trasformare progressivamente il viaggio a poco prezzo «do it yourself» in un grande giro d'affari. La «filosofia di viaggio» delle 31 guide «lean and focused», controllate personalmente dall'autore sempre in cerca di equilibrio tra le destinazioni più note e le sue mete preferite, promette di «viaggiare come un europeo temporaneo», «andando nelle campagne per osservare come vive la gente». Le «Back Doors», nella terminologia di Steves, sono località minori, al di fuori degli itinerari convenzionali, in base allo *slogan*, fin troppo realistico: «gemme sconosciute si trasformano in sentieri battuti». Il messaggio delle guide, rivolto ad un ceto medio, privo di grandi ambizioni culturali, è immediato e desolatamente semplice; leggiamo nella presentazione della guida alla «vera Europa»:

Europe is a bubbling multicultural fondue. A Back Door is a steaming forkful [...] By learning where to jab your fork, you'll put together a travel feast exceeding your wildest dreams [12].

Rick Steves ha «scoperto» Vernazza all'inizio degli anni Ottanta e ne ha fatto uno dei pilastri del suo itinerario italiano. Così si presenta, infatti, l'impianto di *Rick Steves' Italy 2000*, la «bibbia» sull'Italia, non solo per migliaia di *Steveites*,

(12) R. Steves, *What are Back Doors, and How Can I Find Them?*, in www.ricksteves.com.

ma ormai per ogni operatore turistico locale: Roma – Venezia – Firenze – le città collinari dell'Italia Centrale (13) – le Cinque Terre – Milano – il Lago di Como – le Dolomiti – Napoli, la Costiera Amalfitana e Pompei. In questa geografia dell'Italia, ridotta e molto personale, all'interno della quale il viaggiatore non deve perdere tempo nella scelta tra troppe alternative, Vernazza ha un ruolo di località centrale: all'interno del *Whirlwind Three-Week Tour of Italy* ad essa sono dedicate ben 8 pagine (su 22) del capitolo sulle Cinque Terre. Così Steves ci presenta la sua *Italian home*:

If the Mediterranean was a cup of hot chocolate, there would be five tiny marshmallows: the Cinque Terre villages of the Italian Riviera [14].

Ed ecco Vernazza:

Vernazza is the 5-Terre village I call home. Its one street connect the harbor with the train station before melting into the vineyards. Like veins on a grape leaf, paths and stairways connect this watercolor huddle of houses with Main Street. Everyday is a rerun in this hive of lazy human activity. A rainbow of laundry flaps as if to cool the old men who man the bench. Like the barnacles filling ancient doorways, local grandmothers watch life drift by. Little varnished boats are piled peely everywhere and sailors suckle at salty taverns. Kids play soccer on the breakwater while the sun sets unnoticed- except by tourists [15].

Il successo della guida è stato dirompente, tanto da mettere a repentaglio la località quale meta di un turismo «diverso», proprio perché invasa dalle folle richiamate dalla guida stessa. Denuncia la giornalista Ioni Balter, del «Seattle Times»:

Gaggles of Steveites fill the town. As they walk around staring at his guidebook almost like the goons in the old horror movie Night of the living Dead [16].

La giornalista mette poi in guardia i lettori del rischio di dover aspettare anche due anni per ottenere una prenotazione alberghiera nel paese. La presenza degli «Steveites», a sua volta, ha radicalmente modificato l'offerta turistica locale, in una rincorsa senza fine delle caratteristiche culturali e delle modalità ricettive, annunciate dalla bibbia di Steves: si è moltiplicato il numero delle camere in affitto, sono apparsi servizi di *laundromat*, di deposito bagagli e di internet; non manca il *brunch* dai menù locali e nelle notti d'estate spettacoli musicali (come la «notte dei Pirati») intrattengono un pubblico giovane, americano.

Mentre sul mercato internazionale le Cinque Terre vivono un momento di celebrità senza precedenti, lo straordinario paesaggio e il particolare contesto sociale di Vernazza ne hanno fatto l'oggetto di un'esperienza pilota a livello europeo, proprio perché legata al turismo sostenibile. Nel 1998, è stato inaugurato il «Laboratorio Mediterraneo per un Turismo Sostenibile», del Centro VIA Ita-

(13) Il destino di Vernazza è condiviso da Civita di Bagnoregio.

(14) R. Steves, *Italian Riviera News*, in www.ricksteves.com.

(15) R. Steves, *Top Riviera Hideaways*, in www.ricksteves.com.

(16) J. Balter, *In Italy, a traffic jam through the Back Door*, in www.ricksteves.com.

lia (17) «allo scopo di avere una sede appropriata dove poter “sperimentare” delle metodologie innovative per promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile oltre a favorire lo scambio di informazioni e svolgere studi sul tema nel contesto territoriale del bacino mediterraneo» (Chitotti e Villa, 1999, p. 12). Il Laboratorio organizza, tra l'altro (18), «working holidays» in base al programma «proteggi il paesaggio di Vernazza»; si tratta di *stages* a pagamento di vacanza/lavoro sulle terrazze di Vernazza dove i turisti, coordinati da operatori locali, contribuiscono al recupero delle terrazze abbandonate, alla pulizia dei sentieri, alla vendemmia e fruiscono dell'offerta ricettiva locale (19). Come i seguaci di Steves, anche la maggior parte dei partecipanti ai *working holidays* è reclutata attraverso Internet, mediante il sito www.protectvernazza.org: molti di essi provengono dagli Stati Uniti (14 statunitensi, 4 tedeschi nell'autunno 2000) e nel sito di Rick Steves non manca la segnalazione dell'iniziativa da parte di un partecipante (20). Ma come pensare di «mettere a punto schemi di comportamento, manualistica e opportunità formative trasferibili ad altre località nel bacino del Mediterraneo» (Cici, 1999, p. 31) in luoghi non segnati dalla «bibbia» di Rick Steves? Sembra difficile, infatti, scindere il successo del laboratorio da una situazione congiunturale (il richiamo del *Tourism Through the Back Door*) che potrà avere una durata più o meno lunga e non può assumere il valore di modello generale. La via della sostenibilità che emerge dall'approccio del Centro VIA passa attraverso una logica di «soluzioni basate su conti realistici, saldamente ancorati al mercato». Propone il Centro VIA:

Il paesaggio (costruito artificialmente) non è una conseguenza accessoria delle pratiche agricole, bensì il fattore di attrazione principale dell'industria vernazzese: la sua tutela e valorizzazione dovrebbero essere a carico del settore in una logica di mercato. In altre parole chi produce paesaggio deve essere retribuito e chi trae vantaggio dal paesaggio deve pagarne i costi [21].

(17) Tra le altre iniziative del Centro VIA sul turismo sostenibile si segnala: *International Conference*, Genova e Vernazza, 23-25 ottobre 1997, *Environmental Impact Studies Applied to Tourism: The Case Study of Vernazza, Research on behalf of the European Commission DG XI*, dicembre 1997, *International Conference Approches and Tools for a Sustainable Tourism*, 29 ottobre 1999.

(18) Il Centro VIA collabora al processo di implementazione di *Agenda 21 Locale del Comune* con il supporto della Regione Liguria (delibera di Giunta Regionale 98 del 9 settembre 1999).

(19) Senza volere qui ampliare ulteriormente il discorso, si segnala anche il problema dell'autenticità dell'esperienza turistica, già ampiamente trattato da diversi autori (Cohen, 1972; Mac Cannel, 1973; Greenwood, 1989): l'illusione, cioè, dei turisti nel loro desiderio di esperienze autentiche, di partecipare alla vita locale può trasformarsi in una *staged authenticity* nel linguaggio di Mac Cannel e Cohen.

(20) Leggiamo nella «Newsletter» di Steves: «Volunteer in Vernazza: If you want to get your hands dirty by helping shore up the trails, terraces, and vineyards of Vernazza, consider participating in the work project: “Protect the landscape of Vernazza”. You sign up for a three-day block of time between Aug. 1 and Nov. 15. The cost of \$ 250 per person includes breakfasts, dinners, and a four-night stay in modest accommodations in Vernazza. You help out in the mornings only. You need to be reasonably fit and bring trekking boots. The project is backed by an Italian non-profit environmental organization», in www.ricksteves.com

(21) *Agenda 21 Locale del Comune di Vernazza*, in www.centrovia.it.

La fiducia nel mercato, un mercato globale che sfugge in gran parte ad ogni regolamentazione da parte degli amministratori locali, e il tentativo di affidare ad esso il paesaggio, non fa che mettere in luce «gli obiettivi conflittuali incompatibili» evidenziati da Wheeler nell'idea stessa di sostenibilità turistica: conflitti tra interessi pubblici e privati, tra globale e locale, tra tutela della natura e affollamento turistico, tra settori di produzione, tra gruppi d'interesse diversi all'interno della stessa comunità (commercianti, albergatori, agricoltori, compagnie di navigazione, agenzie turistiche, agenzie immobiliari, privati cittadini amanti della quiete), conflitti inter-generazionali. Il paesaggio naturale e culturale delle Cinque Terre rimane una realtà estremamente dinamica, dove agiscono attori e fattori di pressione in continua trasformazione; senza volere entrare qui nell'inesauribile dibattito sulla definizione di paesaggio, appare estremamente riduttivo, a nostro avviso, limitarsi a concepire come «fattore di attrazione industriale» una realtà viva e proteiforme senza mai un punto di arrivo, indissolubile sintesi di natura e artificio, ove «l'opera di tante generazioni si è accumulata» (Sestini, 1963, p. 10).

L'idea di sostenibilità turistica, così intesa, non sembra volere affrontare realmente gli interrogativi posti dal turismo di massa, del se e con quali strumenti arginarlo; non spiega come fare coincidere l'obiettivo economico dichiarato di «aumentare il potere negoziabile» di Vernazza anche attraverso una maggior visibilità internazionale» (Cici, 1999, p. 33), migliorandone l'accessibilità e potenziando le infrastrutture turistiche, e il disagio causato dal sovraffollamento attuale. Precisa ancora Butler:

It has to be accepted that is virtually impossible for all tourist destinations to successfully adopt sustainable tourism methods of operation and be able to serve the growing market at the same time. Mass tourism is by far the largest segment of the market, and while we may wish to believe that tourists as a whole are becoming more sustainable, critical rigorous evidence to that effect has not yet been demonstrated. Some elements of some populations are becoming more sustainable and that is encouraging, but to pretend that there is a new tourism market in the next decade or so, is naive and wishful thinking [Butler, 2000, p. 4].

Nel successo della nuova nicchia di mercato del «turismo alternativo», messa in evidenza dalle *working holidays* e fatta propria da Rick Steves, traspare il paradosso di una sostenibilità che, a Vernazza, rischia di essere un prodotto dello stesso turismo di massa.

Recentemente un nuovo attore entra in gioco nella realtà vernazzese, sempre alla ricerca di nuovi equilibri tra paesaggio, residenti e turisti, un attore il cui ruolo, appesantito dalla pesante tradizione vincolistica italiana, è ancora da esplorare a livello locale: si tratta del nuovo Parco Nazionale delle Cinque Terre (22). Tre le future azioni del parco, ancora da valutare con occhio critico (ma già annunciata da Rick Steves), è previsto un «biglietto d'ingresso» alle Cinque Terre, i cui proventi dovranno essere reinvestiti in iniziative di recupero paesisi-

(22) Forti perplessità verso il Parco provengono, ad esempio, dalla frazione di Tramonti, («La Nazione», Firenze, 5 aprile 2000).

tico. Uno strumento più originale, ideato al fine di continuare a produrre paesaggio in modo creativo, è il progetto «adotta un vigneto», presentato dal Parco insieme a Legambiente, in occasione del BIT-2000 di Milano: «qualsiasi cittadino del mondo che ami le Cinque Terre» può chiedere al Parco l'attribuzione in conduzione, per un periodo di almeno vent'anni, di un appezzamento di terreno incolto fino ad un massimo di 3.000 metri da risistemare. Al parco sono già pervenute circa un migliaio di domande.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

[«BSGI» = «Bollettino della Società Geografica Italiana», Roma; «MSGI» = «Memorie della Società Geografica Italiana», Roma; «RGI» = «Rivista Geografica Italiana», Firenze; SGI = Società Geografica Italiana]

ADAMS W.M., *Sustainable Development?*, in R.J. JOHNSTON, P.J. TAYLOR e M.J. WATTS (a cura di), *Geographies of Global Change. Remapping the World in the Late Twentieth Century*, Oxford, Blackwell, 1995, pp. 354-373.

ANDRIOLA L., *Turismo durevole e sviluppo sostenibile: il quadro di riferimento italiano*, ENEA, 21 luglio 2000, in www.amb.casaccia.enea.it.

BIANCHI M., *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, Milano, MC Editrice, 1998.

BRAUER D., *Sustainable Tourism. Illusion or Realistic Alternative?*, in «D+C Development and Cooperation», Francoforte, 2000, 5, pp. 1-3.

BUTLER R., *Alternative Tourism: The Thin Edge of the Wedge*, in SMITH e EADINGTON (1994), (a), pp. 31-46.

BUTLER R., *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution*, in «Canadian Geographer», Toronto, 1994 (b), pp. 5-12.

BUTLER R., *Sustainable Tourism and Regional Development: Identifying, Monitoring and Managing Human and Environmental Impacts*, intervento all'European Tourism Congress (Beja, May 31-June 3, 2000).

CATER E., *Introduction*, in CATER e LOWMAN (1994), pp. 3-19.

CATER E., *Environmental contradictions in sustainable tourism*, in «The Geographical Journal», New York, 1995, pp. 21-28.

CATER E. e G. LOWMAN (a cura di), *Ecotourism. Sustainable Option?*, Chichester, John Wiley & Sons, 1994.

CHITOTTI O. e A. VILLA, *Working Holiday. Proteggi il paesaggio di Vernazza*, in «Notizie dal Centro VIA Italia», Milano, dicembre 1999, 15, pp. 12-14.

CICI C., *Turismo sostenibile: la sperimentazione in corso a Vernazza*, in REGIONE LIGURIA (1999).

CICI C., O. CHITOTTI e A. VILLA (a cura di), *Turismo sostenibile. Dalla teoria alla pratica*, Milano, Centro VIA Italia, 1999.

COHEN E., *Toward a Sociology of International Tourism*, in «Social Research», Guildford, 1972, 39, pp. 164-182.

COHEN E., *Authenticity and Commoditization in Tourism*, in «Annals of Tourism

- Research», Amsterdam, 1988, 15, pp. 371-386.
- DELL'AGNESE E., *Ricerche geografiche e antropologiche nel turismo come cultura dell'incontro*, in «Annali Internazionali del Turismo Internazionale», Milano, 1996-1997, 2, pp. 147-160.
- GREENWOOD D., *Culture by the Pound. An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*, in V.L. SMITH (1989), pp. 171-186.
- HIRSCH F., *I limiti sociali allo sviluppo*, Milano, Bompiani, 1981.
- JUNGK P., *Sanftes Reisen: Wieviele Touristen pro Hektar Strand?*, in «Geo», Amburgo, 1980, 2, pp. 154-156.
- LATOUCHE S., *La megamacchina. Ragione tecnoscientifica, ragione economica e mito del progresso*, Torino, Bollati Boringhieri, 1995.
- LATOUCHE S., *Il paradosso dell'Economia ecologica e lo sviluppo sostenibile come ossimoro*, intervento al Seminario di Studio dell'Università di Padova, 30 settembre 1998, in www.edscuola.it/archivio/interlinea/interlinea02.html.
- Mc LAUGHLIN J., *The Evolution of Modern Demography and the Debate on Sustainable Development*, in «Antipode», Oxford, 1999, 3, pp. 324-333.
- LELE S., *Sustainable Development: A Critical Review*, in «World Development», 1991, 19, pp. 607-21.
- MINCA C., *Bellagio and Beyond*, in C. CARTIER e A. LEW (a cura di), *Seductions of Place*, in corso di stampa.
- PASSMORE J., *La nostra responsabilità per la natura*, Milano, Feltrinelli, 1986.
- PEARCE D., A. MARKANDYA e E. BARBIER, *Progetto per una economia verde*, Bologna, Il Mulino, 1991.
- PEARCE D.G., *Alternative Tourism: Concepts, Classifications, and Questions*, in SMITH e EADINGTON (1994), pp. 15-30.
- PLACE S., *Ecotourism for Sustainable Development: Oxymoron or Plausible Strategy?*, in «Geojournal», Dordrecht, 1995, 2, pp. 161-173.
- QUAINI M., *Per la storia del paesaggio agrario in Liguria*, in «Atti della Società Ligure di Storia Patria», Genova, 1972, pp. 201-361.
- REGIONE LIGURIA, *Atti del Convegno internazionale «Agenda XXI della Regione Liguria: Ambiente e Sviluppo Sostenibile (Genova 13-15 ottobre 1999)»*, in www.regione.liguria.it.
- ROSENBAUM A., *Cultural Resources and Sustainable Tourism: The End of Tourism as We know It*, The Rosenbaum Group Inc., 1995.
- ROSSER R., *Societal Change and the Growth in Alternative Tourism*, in CATER e LOWMAN (1994), pp. 19-39.
- RUZZENENTI M., *«Sviluppo sostenibile». Riflessioni intorno ad una teoria controversa*, in «Saggi», in www.altronovecento.quipo.it/numero1saggi2.html.
- SACHS W., *The Development Dictionary*, Londra, Zed Books, 1992.
- SACHS W., *Sustainable Development and the Crisis of Nature: On the Political Anatomy of an Oxymoron*, in F. FISCHER e M.A. HAJER (a cura di), *Living With Nature. Environmental Politics as Cultural Discourse*, Oxford, Oxford University Press, 1999, pp. 23-41.
- SCHMIDT DI FRIEDBERG M., *Il sanfter Tourismus tedesco: un'alternativa al turismo di*

- massa?*, in «Annali Internazionali del Turismo Internazionale», Milano, 1996-1997, 2, pp. 99-107.
- SESTINI A., *Il paesaggio*, Milano, TCI, 1963 (collana «Conosci l'Italia», VII).
- SHIVA V., *Sopravvivere allo sviluppo*, Torino, ISEDI, 1990.
- SISMAN R., *Tourism: Environmental Relevance*, in CATER e LOWMAN (1994), pp. 57-69.
- SMITH V.L. (a cura di), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1989.
- SMITH V. e W.R. EADINGTON (a cura di), *Tourism Alternatives. Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Chichester, John Wiley & Sons, 1994.
- STEVES R., *Rick Steves'Italy 2000*, Santa Fe, John Muir Publications, 2000.
- TAKEUCHI K., *Conceptions traditionnelles de la nature et gestions des ressources naturelles au Japon*, in V. BERDOULAY e O. SOUBEYRAN, *Milieu, colonisation et développement durable. Perspectives géographiques sur l'aménagement*, Parigi, L'Harmattan, 2000, pp. 211-221.
- TERRANOVA R., *Il paesaggio costiero agrario terrazzato delle Cinque Terre in Liguria*, in «Studi e Ricerche di Geografia», Genova, 1989, pp. 1-58.
- UNITED NATIONS, *Agenda 21: Programme of Action for Sustainable Development*, New York, United Nations, 1992.
- WHEELER B., *Tourism's Troubled Times*, in «Tourism Management», Birmingham, 1991, 2, pp. 91-96.
- WORLD BANK, *World Development Record 1992*, New York, Oxford University Press, 1992.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED), *Our Common Future*, Oxford, Oxford United Press, 1987.
- YODER A., *Sustainable Development, Ecotourism, and Globalization: Are They Compatible? Interdisciplinary Mirror in Global Sustainability*, Irvine, University of California, Spring 1998 («Student Paper»).

THE SUSTAINABLE TOURISM DEBATE: VERNAZZA ACCORDING TO RICK STEVES. – Sustainable tourism has been defined as an oxymoron. The case of Vernaza, a small village of the Cinque Terre, on the Ligurian coast, famous for its landscape of terraced vineyards, shows the contradictions of sustainable tourism in Italy. Vernazza, already a well known tourist resort, with high figures in mass tourism, has acquired celebrity in the United States over the last few years, after being «discovered» by Rick Steves, anchor-man of a popular TV series and author of the travel guidebooks «Europe Through the Back Door». The impact of American Tourism has deeply changed the town and its hospitality. In the meantime, an Italian organization has chosen Vernazza as «Mediterranean Laboratory for Sustainable Tourism»; the idea is to build a model of sustainable tourism that can be extended to other Mediterranean resorts. The success of the undertaking, however, seems to be connected with the celebrity of Back Door tourism. The participants to the paying working holidays devoted to «protect the landscaper» of the Cinque Terre are mostly US citizens, followers of Rick Steves. The paradoxical result is that sustainability, in Vernazza, is a product of mass tourism.

Università di Pavia, Dipartimento di Scienze Storiche e Geografiche «C.M. Cipolla»