Zeitschrift: Histoire des Alpes = Storia delle Alpi = Geschichte der Alpen
Herausgeber: Association Internationale pour l'Histoire des Alpes
Band: 9 (2004)

Artikel: La cultura dell'ospitalità lungo il versante meridionale delle Alpi
Autor: Leonardi, Andrea
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-10113

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

LA CULTURA DELL'OSPITALITÀ LUNGO IL VERSANTE MERIDIONALE DELLE ALPI

Andrea Leonardi

Zusammenfassung

Die Kultur der Gastlichkeit auf der Südseite der Alpen

Der wirtschaftshistorische Blick auf die Anfänge des Tourismus in den alpinen Regionen zeigt, dass verschiedene Faktoren zum frühen Erfolg eines bestimmten Gebiets beitrugen. Dazu gehörten die Umweltbedingungen, die Kommunikationssysteme, die Infrastrukturen für die Beherbergung der Gäste und die damit verbundenen Investitionsströme. Ein ausser- oder metaökonomischer Grund war die Aufmerksamkeit für den Fremden und die Sympathie oder das Misstrauen, die man dem potenziellen Gast entgegenbrachte: davon hing die mehr oder weniger ausgebildete Kultur der Gastfreundschaft ab. Gerade diese Form kulturellen Verhaltens äusserte sich lange vor dem Auftreten des Massentourismus und erhielt ein grosses Gewicht, bildete sie doch einen zusätzlichen «Gang», der den touristischen Take-off begünstigen konnte. Der Beitrag versucht die Elemente zu identifizieren, die es erlaubten, dass sich eine solche Kultur in bestimmten Berggebieten früher formierte und verfestigte als in anderen. Er stellt fest, wie es auf diese Weise möglich war, endogene Initiativen mit exogenen Interessen zu verbinden und damit ein Angebot vorzubereiten, das die touristische Nachfrage auf sich zog.

La ricerca storico economica indirizzata all'analisi del turismo deve riuscire a mettere in luce come l'insieme delle attività turistiche sia composto da un'alchimia di fattori, che richiedono per essere colti nella loro pienezza una

molteplicità di considerazioni.[1] E' stato per altro autorevolmente sottolineato che i diversi angoli visuali da cui si esamina il fenomeno turistico, devono trovare il modo di comporsi armoniosamente, senza per altro dipendere da elementi di carattere fatalistico o deterministico.[2]

Si deve comunque avere la consapevolezza – richiamandosi ai suggerimenti di C. M. Cipolla – che il perseguire modelli interpretativi di tipo semplificatorio, rappresenta una scorciatoia di ben scarso significato,[3] e, per contro, allo stato attuale delle ricerche, non pare raggiungibile, a breve, il conio di modelli particolarmente sofisticati da consentire chiavi di lettura universalistiche del fenomeno turistico. Proprio tenendo conto di tutti questi spunti si intende proporre in questa sede, non tanto un modello interpretativo finalizzato ad omologare i passaggi nodali dell'affermarsi del turismo in area alpina e nello specifico nell'ambito territoriale delle Alpi meridionali, quanto piuttosto una chiave di lettura che consenta di cogliere, utilizzando accanto a parametri di natura economica anche altri elementi, alcune specificità dell'offerta turistica in questo contesto.

Gli studi più recenti tendono a mostrare come il turismo sia stato capace di coinvolgere sia una serie di valenze squisitamente economiche, sia molteplici connotati dell'organizzazione sociale.[4] E mutuando la metodologia e la stessa terminologia utilizzata da A. Gerschenkron e da S. Pollard[5] per spiegare le diverse traiettorie dello sviluppo industriale, anche per rendere comprensibili le differenziazioni, talora marcate, nello sviluppo turistico, la ricerca storico-economica comincia ad essere sensibile, in chiave endogena, ai *prerequisiti* capaci di spiegare il decollo del turismo in una determinata area, e, in chiave esogena, al *differenziale della contemporaneità*

E' evidente che muovendosi in tale contesto metodologico si debbono sottoporre ad attenta analisi sia una serie di indicatori di natura economica, sia una molteplicità di fattori extra e metaeconomici. Per cogliere il ruolo e la portata del turismo in un determinato contesto come l'area alpina non basta infatti collegare l'espansione del fenomeno turistico con la disponibilità di reddito da riversare in servizi, applicando dunque la chiave interpretativa della curva di Engel. Non è del resto possibile legare la domanda di beni turistici esclusivamente al reddito dei consumatori, dimenticando per contro il loro prezzo e, in termini più generali, l'offerta.

Se infatti risulta comunemente condiviso il fatto che l'evoluzione del turismo è dipesa dalla conquista del tempo libero e parallelamente dalla crescita dei

redditi di fasce sempre più ampie della popolazione, appare altrettanto evidente che essa è allo stesso tempo strettamente collegata con gli effetti delle innovazioni intervenute, sia nell'ambito delle infrastrutture di comunicazione, sia in quello delle strutture ricettive, con il coinvolgimento delle risorse umane in esse impiegate.[6] D'altro canto, siccome il turismo, come forma di godimento del tempo libero, riesce a coinvolgere una molteplicità di aspetti dell'essere, vuoi di una determinata persona, vuoi di precise categorie sociali, al punto da rispecchiare il modo di manifestarsi delle diverse tappe del processo di civilizzazione, esso viene anche collegato a quelle trasformazioni culturali che incisero profondamente sugli stili di vita e sui modelli di consumo.[7]
Proprio tenendo conto di tale taratura del fenomeno turistico, per la ricerca storico-economica diventa estremamente rilevante poter definire le tappe salienti dell'affermazione del turismo. E per poterlo fare deve essere portata al centro dell'attenzione l'analisi dell'interazione tra domanda e offerta in ambito turistico, per cogliere quando essa ha avuto modo di manifestarsi in termini economicamente significativi, analizzando l'organizzazione delle istituzioni economiche turistiche e cercando il modo di valutare la loro efficacia, per arrivare a comprendere la produttività, l'efficienza operativa e la redditività del settore. Se l'analisi della domanda deve condurre a comprendere le caratteristiche del tempo libero, o liberato, al pari delle modalità della sua fruizione nel tempo, quella dell'offerta deve articolarsi lungo diversi percorsi: la provenienza e la tipologia degli investimenti che hanno reso nel tempo possibile la realizzazione di strutture ricettive, le modalità di predisposizione delle stesse, il ruolo delle vie di comunicazione e dei sistemi di trasporto, le caratteristiche delle risorse umane impegnate nei servizi propriamente turistici e in quelli che ad essi risultano di corollario.[8]
Diversi contesti territoriali collocati lungo il versante meridionale delle Alpi, specie durante la *belle époque,* seppero gradualmente dare vita ad un'organizzazione turistica capace di orientare l'offerta alle esigenze della domanda.[9] Non sempre tuttavia il tragitto per far affermare dei «prodotti» specifici di una determinata località di soggiorno alpino, quali l'aria salubre, il clima asciutto, il paesaggio incantevole, la prossimità a vette o ghiacciai particolarmente suggestivi e parimenti per individuare e promuovere una serie di indispensabili requisiti di contorno, capaci di lanciarla a livello internazionale, s'è saputo sviluppare lungo direttrici omogenee.[10] Né sempre è riuscito a cogliere risultati di prim'ordine.

Nel contesto alpino sono in effetti individuabili diverse tipologie di affermazione delle località turistiche, che si possono collocare tra due estremi: quello delle realtà il cui sviluppo si è prioritariamente fondato sull'apporto di risorse prevalentemente endogene, sostenute in termini dinamici dalla pubblica amministrazione locale, dove si riescono a individuare gli elementi che possono far parlare di una prima forma di affermazione di *aree sistema*[11] e quello, per contro, dove l'organizzazione dell'offerta s'è dimostrata poco lungimirante, caratterizzata da elementi di conflittualità tra risorse endogene ed esogene, dove s'è registrato un altalenarsi di situazioni, con la tendenza ad una sostanziale marginalizzazione.
Prima ancora di riferirsi alla «scoperta» delle Alpi, non si può mancare di fare cenno ad una serie di altri fattori che rendevano note tali regioni ad un vasto pubblico, ben prima degli esordi dell'alpinismo, vale a dire dell'elemento comunemente colto come artefice dell'esordio del turismo alpino.[12] Parallelamente si deve prestare attenzione alle modalità con cui in tali aree si era disposti ad accogliere chi proveniva dall'esterno. In altre parole deve essere colto come l'interazione tra domanda e offerta abbia saputo indirizzare i flussi turistici verso alcuni settori della montagna alpina, ignorandone invece altri, abbia avuto una precoce incisività in alcuni contesti, risultando per contro estremamente labile per lungo tempo in altri.[13]
Risulta che diversi fattori sono entrati in gioco al fine di determinare il successo precoce di un'area turistica alpina. Certamente non sono in discussione la bellezza e la suggestività dei posti, la salubrità dell'aria, le condizioni climatiche favorevoli, così come non può in alcun modo essere sottovalutato il ruolo di primaria importanza assunto dalle diverse tipologie dei sistemi di comunicazione.[14] Tuttavia nella realizzazione di dotazioni infrastrutturali legate all'accoglienza degli ospiti e dunque nel determinare importanti flussi di investimenti che hanno decretato il successo di alcune località – e per contro, quando non si sono verificati, hanno finito per emarginare altre località non meno suggestive e piacevoli delle prime – sono intervenuti anche altri fattori che non si possono certo cogliere facilmente in termini econometrici.[15]

ALLA RICERCA DELLA CULTURA DELL'OSPITALITÀ

Uno di questi è quello legato all'attenzione prestata al *forestiero,* al potenziale ospite, che poteva essere guardato e trattato con simpatia, oppure con diffidenza. L'atteggiamento nei confronti di colui, o di colei, che proveniva dall'esterno risulta dunque un elemento da non sottovalutare, in quanto da esso è dipeso il consolidarsi o meno della *cultura dell'ospitalità.*[16] Proprio questo tipo di *cultura* ha avuto modo di mettersi in luce ben prima che il turismo riuscisse ad affermarsi come fenomeno di massa. Essa ha finito per costituire un ruolo di indiscutibile peso rappresentando, in chiave endogena, una sorta di *prerequisito* capace di contribuire al decollo del turismo in una determinata area, mentre in chiave esogena, mutuando la già ricordata metodologia e la stessa terminologia utilizzata da S. Pollard, potrebbe essere interpretata come spunto riconducibile al *differenziale della contemporaneità.* In altri termini può essere individuata come una sorta di marcia in più che è stata capace di favorire il *take off* turistico.

Risulta dunque interessante identificare gli elementi che hanno reso possibile in alcune aree della montagna alpina il forgiarsi ed il consolidarsi di tale *cultura* in termini più precoci rispetto ad altre, con l'obiettivo di cogliere come, anche grazie ad essa, sia stato possibile il convergere di iniziative endogene con interessi esogeni, al fine di predisporre un'offerta capace di convogliare la domanda turistica.

Alla luce degli studi disponibili sull'esordio del turismo in area alpina e delle ricerche condotte direttamente sul tema, con riferimento agli *Alpenländer* già appartenenti alla Monarchia asburgica,[17] così come richiamando le indagini condotte sulle diverse regioni del versante meridionale della montagna alpina,[18] pare di poter proporre una linea interpretativa che individua quattro diverse tipologie di esperienze di ospitalità, che hanno contribuito a forgiare quella che si è definita *cultura dell'ospitalità.*

Per poterle cogliere, attraverso un'analisi prudentemente regressiva, bisogna porre l'attenzione sulla fase che precede l'enuclearsi del cosiddetto *turismo moderno,* vale a dire quella definita come *prototurismo,*[19] che si colloca antecedentemente alla diffusione del processo di industrializzazione ed è caratterizzata da un turismo essenzialmente di *élite* e dall'assenza di strutture specializzate e che configura una sorta di autoconsumo di servizi turistici (vacanze in ville e altre abitazioni private). In quel contesto, che ha una durata

plurisecolare, l'offerta era costituita da locande e taverne – che in area alpina rispondevano a precisi canoni che demarcavano la loro diversificazione[20] – e servivano ad ospitare mercanti ed altri viaggiatori occasionali e non certo i «turisti», anche se i primi protagonisti del *grand Tour,* nei propri resoconti di viaggio, cominciavano a segnalare la loro presenza.[21]

LOCANDE E CENTRI MERCANTILI

La prima esperienza di ospitalità si colloca proprio in questo contesto ed è connessa con l'esercizio dell'attività mercantile ed in particolare con lo svolgimento di mercati e soprattutto di fiere, che rappresentavano il punto d'incontro per operatori internazionali.[22] Dal momento che l'area alpina non è mai stata chiusa in se stessa, non potendo sopravvivere senza relazioni di scambio con le circostanti economie di pianura, che a loro volta risultavano estremamente interessate a cogliere una molteplicità di risorse, non ultime quelle umane, che potevano attingere dalle regioni di montagna, le vie d'accesso alla dorsale alpina e i valichi per il suo superamento hanno sempre rivestito un'enorme rilevanza. Se dunque J.-F. Bergier ha potuto individuare una sorta di dicotomia tra «Alpi vissute» ed «Alpi attraversate»,[23] che può certamente trovare spiegazione nella diversità delle tipologie di interscambio che regolavano i rapporti tra pianura e montagna (dove non sempre le aree alpine figuravano da protagoniste), pare comunque di poter concordare con la valutazione recentemente espressa da A. Bonoldi, che mette in rilievo come nella maggior parte dei casi «Alpi vissute» ed «Alpi attraversate» tendano a toccarsi e mescolarsi.[24]

Il ruolo dei valichi collocati lungo la dorsale alpina risulta dunque di enorme rilevanza: essi rappresentavano da secoli un canale privilegiato di contatto e scambio, oltre che propriamente mercantile anche culturale, tra le regioni mitteleuropee e l'area mediterranea. Considerando unicamente i percorsi che interessavano l'area meridionale della dorsale alpina, si può cogliere come tra il Col di Tenda a occidente e il Semmering e Tarvisio a oriente, si siano snodati dei percorsi, talvolta angusti e necessariamente poco frequentati, talaltra – come nel caso del Brennero – più agevoli e largamente utilizzati. Lungo tali direttrici di traffico s'erano nel tempo create delle infrastrutture in cui chi svolgeva attività mercantile, sia su scala regionale,

sia soprattutto su scala internazionale, poteva fare tappa e trovare ristoro. Locande dunque e stazioni di posta costituivano un punto di riferimento di fondamentale importanza per chi doveva percorrere lunghe distanze, ma nel medesimo tempo rappresentavano un punto di contatto tra chi viveva sulla montagna alpina e chi per ragioni soprattutto di commercio la attraversava. A questi esercizi va dunque riconosciuto il ruolo di aver avvicinato persone diverse per cultura, per esercizio professionale, probabilmente anche per *Weltanschauung* e dunque di aver contribuito a superare diffidenze e ostilità verso gli estranei, passaggio obbligato per creare le premesse per una *cultura dell'ospitalità.*

Lungo i percorsi transalpini s'erano per altro venute consolidando anche delle piazze mercantili di diverso peso. Se è vero che alcune di esse, particolarmente importanti, s'erano collocate nella fascia pedemontana – basti pensare a Bergamo, Brescia e Verona, non si può tuttavia ignorare che altre, il più delle volte di rilievo eminentemente locale, ma in qualche caso capaci di assumere una fisionomia di indubbio prestigio, avevano trovato ubicazione proprio tra i monti e tra quelli del versante meridionale delle Alpi si possono richiamare Chiavenna, Bolzano e Graz.[25]

Di fronte alla necessità di offrire ristoro e alloggio alle centinaia di persone che annualmente percorrevano le valli delle Alpi centro-orientali in occasione delle quattro fiere bolzanine, s'era proposto un numero crescente di «locande». Così a Bolzano nel 1546 erano segnalate ben 68 «case» in grado di offrire ospitalità a fieranti e contrattanti e 10 erano registrate poco più a Nord, nella Valle superiore dell'Isarco a Sterzing/Vipiteno, lungo il tragitto che conduceva a Bolzano.[26] Anche se l'evoluzione dei secoli successivi portò ad un ridimensionamento di tali strutture ricettive,[27] la presenza di *Taberwirte, Baumwirte e Buschen,* così come nell'area italiana di locande con le medesime caratteristiche, divenne un fatto consolidato in primo luogo nei centri mercantili, ma anche lungo le direttrici di traffico che ad essi conducevano, lungo tutta la dorsale meridionale delle Alpi.[28]

Le varie locande, grazie all'esperienza che nel tempo erano andate accumulando, avevano saputo far maturare i primi elementi della *cultura dell'ospitalità.* I gestori di questi esercizi, nonostante alcuni evidenti limiti, come quello costituito dal fatto di essere nella condizione di esercitare una sorta di monopolio nel campo dell'ospitalità,[29] erano ad ogni buon conto riusciti ad accumulare un'esperienza nei rapporti con la loro clientela, tale da confe-

rire loro non solo prestigio in sede locale, ma anche una consuetudine nel confrontarsi con i propri ospiti. Tutto ciò avrebbe potuto far maturare le loro competenze e renderli capaci di cogliere i segnali di mutamento tanto nelle frequentazioni dei loro esercizi, quanto nelle esigenze dei nuovi ospiti.[30]
Non può dunque essere un caso che quando il fenomeno turistico andò assumendo, specie nella seconda metà del secolo XIX, nuovi connotati finendo per assumere una visibilità rilevabile anche dal punto di vista quantitativo ed un peso economico capace di conferirgli un ruolo di crescente rilievo, il *take off* turistico di Bolzano, in connessione soprattutto con le dotazioni infrastrutturali che la città aveva saputo realizzare attraverso investimenti tanto di carattere endogeno, quanto richiamati dall'esterno, sia risultato assai più veloce rispetto ad altre città alpine, basti pensare alla vicina Trento. Il terreno dunque in cui a Bolzano venne maturando l'offerta turistica risultava fertilizzato dalle plurisecolari esperienze di ospitalità.
Va per altro sottolineato che se il caso di Bolzano appare eclatante, non va tuttavia considerato come isolato. Appare infatti indubbio che, seppure con delle sfasature cronologiche anche rilevanti, diverse aree interessate da flussi di carattere mercantile e dunque toccate dalla consuetudine di rapporti con estranei alle comunità locali, hanno saputo assumere una dimensione turistica. Se tali trasformazioni in qualche caso si sono presentate fin dalla *belle époque,* molto più spesso hanno assunto visibilità solo col prorompere dell'interesse per gli sport invernali e dunque con la fase successiva alla ricostruzione del secondo dopoguerra. Si può così individuare un collegamento tra il percorso mercantile che utilizzava il Col di Tenda e l'affermazione turistica di Limone Piemonte; tra il Monginevro e l'area turistica della cosiddetta Via Lattea (da Sestriere a Sauce d'Oulx); tra il Piccolo S. Bernardo e La Thuile; tra il S. Gottardo e il S. Bernardino e Bellinzona; tra lo Spluga e Madesimo e Chiavenna; tra Resia e l'alta Val Venosta; tra Monte Croce Comelico e l'alta Pusteria da una parte, Sappada e il Cadore dall'altra. Ovviamente c'è piena consapevolezza che dietro i flussi di investimenti, tanto di carattere endogeno, quanto di natura esogena, che hanno reso possibile, seppure in tempi diversi, l'affermazione turistica di queste come di altre località collegabili ad esperienze mercantili, ci sia stata una serie piuttosto vasta di motivazioni. Quello che qui si intende sottolineare è che tra i fattori localizzativi di un impegno imprenditoriale focalizzatosi proprio su queste piuttosto che su altre similari aree di montagna, abbia giocato un ruolo non secondario proprio la

consuetudine di questi luoghi, per via delle tradizionali attività mercantili che per secoli li hanno coinvolti, a rapportarsi con i «forestieri».[31]
In altre parole nel predisporre l'offerta ad una domanda sempre più larga di servizi turistici e dunque nel motivare le scelte dei residenti e nel richiamare energie dall'esterno ha certamente avuto un suo peso il più o meno forte radicamento della *cultura dell'ospitalità.*

OSPIZI E PELLEGRINI

Una seconda esperienza di ospitalità che ha coinvolto numerose località lungo l'intera dorsale alpina, con una certa frequenza per altro proprio lungo il versante meridionale delle Alpi, è quella che per secoli ha visto come protagonisti i pellegrini che dal centro Europa si incamminavano verso Santiago de Compostela, verso Roma, o anche verso i porti mediterranei in cui si sarebbero imbarcati per la Terra Santa. Si trattava di persone che, animate da motivazioni religiose, intraprendevano itinerari spesso estremamente lunghi e faticosi, con scarsi mezzi a propria disposizione. Inserire tale categoria nell'orbita del *prototurismo* potrebbe rappresentare una forzatura; ai fini delle considerazioni che si intendono qui produrre, vale tuttavia la pena soffermarsi anche sulla tipologia di offerta che nell'area alpina era riservata per garantire ospitalità proprio a questi soggetti.
Attorno ad essi si muovevano infatti diversi tipi di interventi che non mancavano in casi specifici di assumere anche una significativa rilevanza economica.[32] Nel corso dei secoli lungo l'antico regime economico si era tentato di trovare risposta alle esigenze di riparo e assistenza manifestate da questi viandanti. La risposta era venuta dall'ospitalità gratuita dei numerosi ospizi, xenodochi, od ospitali, dislocati lungo le principali direttrici, nelle zone più frequentate e particolarmente impervie. Queste «foresterie» furono una tipica creazione del Cristianesimo, e infatti avevano solitamente carattere religioso, quasi sempre custodite e gestite da monaci, ed erette grazie a qualche atto di carità che veniva poi continuamente arricchito dai lasciti di privati, che in tal modo contribuivano al loro mantenimento.[33]
La loro ubicazione in punti nevralgici lungo la dorsale alpina non era certo casuale. La loro funzione precipua era quella di accogliere pellegrini e viandanti, ma, modificatasi la sensibilità religiosa e soprattutto ridefinitesi

in termini radicali le modalità di spostarsi per lunghe tratte, a seguito della «rivoluzione dei trasporti», che nel corso del XIX secolo toccò tutte le contrade d'Europa, ivi comprese quelle alpine,[34] alcune località, che avevano ospitato quel tipo di infrastrutture, finirono per trasformarsi in celebri stazioni turistiche estive ed invernali. Anche in questo caso è dunque possibile ipotizzare che esistano dei collegamenti tra il successo turistico di quei luoghi ed i precedenti «storici» degli ospizi. Non a caso questi erano collocati in prestigiose posizioni nel contesto della montagna alpina e se un tempo risultavano adatte a favorire la sosta di viandanti di passaggio, mutati, con il secolo XIX, gli equilibri economici e sociali europei, le stesse località dove tali infrastrutture erano collocate sono divenute appetibili ad una nuova tipologia di fruitori della montagna. Si deve poi tenere nel dovuto conto che in questi luoghi – al pari che nei centri fieristici, o comunque caratterizzati dal commercio di transito – si era venuta lentamente costituendo un'attenzione particolare, che aveva consentito di superare diffidenze e preconcetti ostili nei confronti dei passanti. La base dunque di una prima forma di *cultura dell'ospitalità,* che se nel caso specifico si era rivolta a pellegrini provenienti anche da regioni piuttosto lontane, si sarebbe potuta riversare anche su una nuova tipologia di forestieri.[35]

La prima conseguenza di tutto ciò sta nell'iniziativa assunta da operatori locali, che risultarono particolarmente solerti nel cogliere le opportunità che sarebbero loro derivate se avessero efficacemente saputo riversare la loro attenzione nel predisporre delle infrastrutture adatte ad ospitare un nuovo tipo di frequentatori della montagna. Ma ancora più significativo risultò l'afflusso di capitale e il travaso di imprenditorialità che dall'esterno si riversò proprio su queste località, creando in alcune di esse un'offerta turistica di prim'ordine.[36] E' chiaro che la scelta di indirizzare gli investimenti verso località evidentemente ricche di fascino, ma parimenti dotate di una certa consuetudine con il passaggio di forestieri, può aver giocato un ruolo decisivo verso questo tipo di opzione rispetto ad altre possibili scelte.

Anche considerando il solo versante meridionale della dorsale alpina appare come la dislocazione di ospizi, o comunque di centri di ospitalità finalizzati ad accogliere i pellegrini, risulti estremamente capillare, capace ad ogni buon conto di interessare un gran numero di itinerari transalpini.[37]

Monginevro e Moncenisio, unitamente al Gran S. Bernardo rappresentavano i valichi più frequentati delle Alpi occidentali, il Sempione, lo Spluga, il

S. Bernardino e il S. Gottardo erano i più battuti dai pellegrini nelle Alpi centrali, mentre il Brennero costituiva la principale arteria di comunicazione tra l'Italia e il mondo tedesco, non solo con riferimento alle Alpi centro-orientali, ma in assoluto. Ma ospizi ed ospitali non si trovavano collocati unicamente in prossimità di tali valichi, ma anche di vie, talora secondarie che servivano tali passi. Ed è proprio in situazioni di questo tipo che si possono trovare delle trasformazioni particolarmente eclatanti.
Tra le sole località dell'area dolomitica che vennero alla ribalta nel periodo della *belle époque* come «luoghi di cura d'aria alpini» al di fuori degli insediamenti permanenti e con precedenti legati alla presenza di «ospizi» o comunque di «ricoveri» per i passanti, si possono certamente ricordare: S. Martino di Castrozza,[38] Madonna di Campiglio,[39] Carezza[40] e la Mendola.[41] Ma nello stesso *take off* turistico di Cortina d'Ampezzo che pure rappresentava un insediamento permanente in diversi villaggi è possibile individuare il precedente costituito dalla presenza di un punto di riferimento sicuro per pellegrini e viandanti: Ospitale d'Ampezzo.[42] Se poi dalla fase della *belle époque* ci si spinge ai decenni successivi, quando il turismo alpino andò assumendo in termini sempre più decisi il connotato stagionale invernale, per rimanere sempre nell'area dolomitica, emerge come lo sviluppo sciistico del Passo del Tonale e del Passo di S. Pellegrino sia andato a collocarsi esattamente dove preesisteva un ospizio. In tutti questi casi dunque l'insediamento di autentici *Hoteldörfer,* vere e proprie albergopoli in alta quota, venne a interessare località sede di ospizi e dunque avvezze ad accogliere chi veniva da altre realtà.

BAGNI CONTADINI E CENTRI DI CURA

La terza tipologia di ospitalità che in area alpina è venuta maturando dopo aver affondato le proprie radici in un'esperienza pregressa che aveva abituato a far convivere la gente del posto con persone di diversa provenienza, è quella connessa con la pratica delle cure nei cosiddetti «bagni contadini», i *Bauernbadln.* I centri balneari e di cura sparsi lungo tutta la dorsale alpina meridionale – basti ricordare le fonti di Vinadio, Vicoforte, Garessio e Valdieri nel Cuneese, quelle di Ceresole Reale in prossimità di Torino, quelle di Courmayeur, Pré St. Didier, St. Vincent in Val d'Aosta, quelle di Bognanco e

Crodo nel Piemonte settentrionale, quelle di Bormio, Santa Caterina Valfurva e Val Masino in Valtellina, quelle di Bracca, Gaverina, S. Pellegrino, S. Omobona e Trescore nel Bergamasco, di Angolo e Boario nelle Prealpi bresciane, di Peio, Rabbi, Comano, Levico-Vetriolo e Roncegno nel Trentino, di Rasun-Anterselva e San Martino in Badia nel Sudtirolo, di Recoaro nelle Prealpi vicentine, di Arta in Carnia e di Bled in Slovenia –,[43] a causa dei limiti nel sistema viario e dunque, conseguentemente, dei disagi che i potenziali «clienti» avrebbero dovuto sopportare per raggiungerli, risultavano prevalentemente visitati da «curandi» del luogo. Alcuni di questi centri tuttavia, nonostante non risultassero dotati di strutture ricettive particolarmente qualificate, avevano comunque assunto una fama che aveva ampiamente superato i confini regionali e vantavano una clientela che complessivamente oltrepassava le diverse migliaia di persone.

Lungo l'intera dorsale alpina meridionale tuttavia, proprio le difficoltà di collegamento, unitamente alla modestia dei servizi termali offerti e alla pochezza delle strutture alberghiere, ben poche località erano assurte al ruolo che parallelamente s'erano conquistati numerosi *Kurorte* d'oltralpe.[44] La maggior parte delle località termali aveva finito per accogliere una clientela prevalentemente locale, o di provenienza regionale, nonostante gli sforzi messi in atto da forze imprenditoriali del luogo. Posto tuttavia che, con la seconda metà del secolo XIX, un numero crescente di viaggiatori aveva cominciato a spostarsi anche in diverse regioni alpine, in cerca di condizioni ambientali favorevoli all'evoluzione positiva di talune patologie, o di ambienti dove potessero essere praticate delle terapie naturali, ritenute efficaci contro certe malattie,[45] ci fu chi, dall'esterno, volle intervenire anche nelle località termali delle Alpi meridionali per assumere delle iniziative imprenditoriali in questo settore, operando significativi investimenti.[46]

Non si può escludere che nel selezionare gli investimenti per indirizzarli verso la valorizzazione di certe sorgenti, piuttosto che altre e dunque per trasformare alcuni bagni contadini in *Kurorte,* lasciando che numerosi altri perdessero gradualmente rilevanza,[47] abbia rivestito un suo ruolo la maggior predisposizione di alcune località rispetto ad altre ad essere ben disposte ad accogliere i «curandi» e dunque ancora una volta la *cultura dell'ospitalità.*

In questi casi si trattava di attivare un nuovo tipo di strategia imprenditoriale, che sull'onda dell'interesse per specifici aspetti e contenuti della montagna, sapesse diversificare l'offerta nei confronti dei potenziali fruitori di un

soggiorno in area alpina, valorizzando sia risorse e professionalità maturate in sede locale, sia imprenditorialità e capitale di provenienza esterna. Se la disponibilità di sorgenti da cui scaturivano acque con diversi tipi di mineralizzazione poté costituire il punto di partenza per la valorizzazione di un particolare tipo di offerta turistica, prestando sempre attenzione ad una domanda turistica di tipo salutista, poterono trovare spazio per un proprio *take off* anche località prive di acque medicamentose, ma comunque dotate di un clima favorevole, che opportunamente proposto, seppe diventare punto di forza per un nuovo tipo di clientela, che intendeva prevenire, o anche in numerosi casi curare, grazie alla salubrità dell'ambiente alpino, la malattia del secolo: la tisi.

Non si può certo sostenere che in questi casi a determinare il salto qualitativo verso la predisposizione di un'offerta turistica sia stato in termini decisi il proporsi di una vera e propria *cultura dell'ospitalità,* anche se il convergere di situazioni riconducibili alle tipologie più sopra esaminate non può del tutto escludere che anche i nuovi *Luftkurorte* non siano stati del tutto privi di tradizionali rapporti con frequentazioni dall'esterno. Appare invece evidente come in tutte queste località abbia rivestito un ruolo decisivo per l'affermazione di un'offerta turistica capace di interessare una domanda sempre più larga, ma parallelamente anche estremamente esigente e capace di discernere tra una pluralità di strutture ricettive, uno sforzo convergente tra energie imprenditoriali di tipo endogeno e capitale ed imprenditorialità arrivati dall'esterno.

Di questa nuova attenzione poterono beneficiare anche delle località praticamente sconosciute della montagna alpina, che conobbero, proprio grazie ad una serie incisiva di investimenti provenienti dall'esterno, l'occasione per dare vita a delle forme di ospitalità di alto profilo qualitativo, che venendo ad affiancarsi a locande e piccoli alberghi, promossi dall'imprenditoria locale, seppero originare un tessuto ricettivo che andò gradualmente acquisendo consistenza, fino ad imporsi – durante la *belle époque* – a livello internazionale. Su di esse seppero confluire importanti iniziative imprenditoriali, capaci non solo di dar vita a rilevanti insediamenti alberghieri, ma anche di creare attorno al settore turistico un indotto di estremo rilievo economico per le popolazioni locali.[48]

A titolo esemplificativo potrebbero essere riportati gli investimenti realizzati dall'imprenditoria milanese sul Lago di Como e sul Verbano e su questo

stesso lago anche i flussi di capitale svizzero, in funzione del potenziamento dell'offerta alberghiera di rango.[49] Non mancarono casi in cui le iniziative imprenditoriali esogene si trasformarono in autentico volano per l'economia di alcuni poli dell'area alpina meridionale, riuscendo ad attivare energie locali sopite, che seppero risvegliare la propria attenzione nei confronti dei «forestieri», riuscendo a trasformarla in opportunità di crescita per le comunità locali.

Nel contesto dunque della dorsale alpina meridionale il caso di collaborazione sinergica tra imprenditoria esogena, che faceva da traino nei confronti degli operatori economici locali, pur non essendo tra il secondo Ottocento e il primo Novecento del tutto frequente non era nemmeno assente. Basterebbe ricordare le iniziative promosse in area trentina da Franz Josef Österreicher, autentico artefice del *take off* turistico di Madonna di Campiglio,[50] o in area sudtirolese da uno dei più intraprendenti imprenditori turistici dell'area alpina: Theodor Christomannos,[51] che attraverso il *Verein für Alpenhotels* si fece promotore di una serie di iniziative alberghiere di grande rilievo da Trafoi a Canazei, da Solda a Carezza.

Quanto abbia giocato la presenza di qualche, seppur timido, segnale di *cultura dell'ospitalità* nella scelta di far affluire su certi villaggi, o su località non abitate permanentemente, massicci investimenti, assunta da imprenditori venuti da fuori, è difficile da verificare. Certo è che un clima di non ostilità nei confronti dei nuovi visitatori,[52] dunque degli alpinisti per un verso e degli ospiti in cura per altro verso, non può che aver giovato alla loro scelta.

LA PRATICA DELLA «SOMMERFRISCHE»

E tale clima non ostile può essere individuato anche nell'ultima tipologia di affermazione dell'ospitalità in area alpina, riscontrabile per il vero in termini massicci sul versante alpino abitato da popolazioni di lingua tedesca,[53] ma presente anche sul versante meridionale delle Alpi. Essa risponde alle caratteristiche assunte dalla pratica della *Sommerfrische,* risalente al periodo medievale, e all'ospitalità che nelle località in quota poste attorno ai centri abitati di fondovalle si offriva ai cittadini benestanti, alla ricerca di sollievo di fronte alla calura estiva. La consuetudine di uscire dalle città nei mesi estivi, nonostante tra XVI e XIX secolo la «piccola glaciazione» avesse

probabilmente attenuato le punte più elevate del caldo stagionale, vantava tradizioni consolidate anche nel settentrione italiano. A differenza tuttavia del versante settentrionale delle Alpi, anziché verso località ubicate ad alta quota, piuttosto distanti dai centri maggiori, si indirizzava verso le campagne e i laghi prealpini, dove l'aristocrazia dei grandi centri possedeva importanti residenze e dove appunto cercava, nei paesaggi riposanti e nei climi salubri, evasione dalla quotidianità urbana.[54]

Evidentemente l'arrivo dei «signori» con il loro seguito di servitù, rappresentava per le comunità ospitanti un fatto consolidato e posto che dalla loro presenza era possibile ricavare anche qualche beneficio economico, tale «intrusione» non era generalmente malvista, pur non mancando episodi di intolleranza. Se si tiene poi conto del fatto che nelle valli propriamente alpine, come quelle trentine e sudtirolesi, la consuetudine di passare qualche periodo «ai freschi» non era una prerogativa esclusiva della componente sociale più dotata di risorse – quella che poteva disporre di propri alloggi in montagna – ma era riconosciuta anche a chi apparteneva ai ceti più umili e viveva abitualmente a fondovalle,[55] si può cogliere come essa avesse creato un clima di consuetudine nei rapporti tra chi viveva abitualmente in montagna e chi veniva da fuori. Quando poi queste frequentazioni, col secolo XIX, concomitantemente con un miglioramento della viabilità ordinaria e con la realizzazione delle prime linee ferroviarie, ma anche in relazione ad un innalzamento della temperatura estiva, cominciarono a divenire più intense,[56] l'abitudine a confrontarsi con questa presenza forestiera, preparò in tutte le località da essa interessate, l'enuclearsi dei primordi della *cultura dell'ospitalità.*

Nella fase dunque in cui i villaggi di montagna interessati dalla presenza stagionale di «villeggianti» cominciarono ad essere frequentati da nuovi ospiti che nel corso del secolo XIX si spingevano verso quella che era considerata la *conquista dell'inutile,*[57] la consuetudine maturata a rapportarsi con chi veniva dall'esterno, li fece guardare con uno sguardo meno diffidente, rispetto al modo con cui erano accolti in località non avvezze ad alcun tipo di frequentazione esogena. Certamente non mancarono iniziative volte a ridimensionare e a contenere la portata di un fenomeno, che grazie ad uno stile di vita privo di vincoli, si temeva avrebbe potuto snaturare il modo di vivere «regolato» della gente di montagna,[58] ma si trattava di una battaglia di retroguardia destinata ad essere sconfitta dai vantaggi economici che il turismo portava con se.

Non può d'altro canto essere sottovalutato il fatto che l'organizzazione produttiva e conseguentemente la scansione dei ritmi propri della convivenza sociale siano risultati fortemente influenzati dalle opportunità offerte dall'affacciarsi di sempre più numerosi «villeggianti» e conseguentemente dalla volontà dei residenti di far fronte al moltiplicarsi della domanda turistica.[59] Certamente il passaggio verso nuovi equilibri è risultato più graduale e meno dirompente dove preesisteva un tradizionale, seppur contenuto, rapporto con i forestieri rispetto alle località interessate *ex novo* dal fenomeno turistico.[60] E' evidente che i rischi di carattere morale prodotti dal turismo apparivano ingigantiti in quelle realtà in cui non esistevano, o meglio dove risultavano piuttosto labili, sia i rapporti commerciali, sia gli interscambi di persone con situazioni esterne. Dove invece si presentava una o più delle tipologie più sopra illustrate, il crescente afflusso di ospiti generatosi concomitantemente con l'affermarsi di un nuovo interesse per la montagna, riuscì a trovare un clima più disteso e pronto a recepire senza particolari traumi le novità apportatrici di nuovi equilibri tanto economici che sociali.

E questi furono i contesti, anche del versante meridionale della dorsale alpina, dove più precocemente che altrove si generarono le opportunità di mettere in atto nuovi interventi endogeni e nel medesimo tempo adatte a richiamare investimenti esogeni finalizzati a predisporre le infrastrutture capaci di incanalare i nuovi flussi di domanda.

Il turismo rappresentò per queste località dell'area alpina meridionale, in termini più precoci che per altre, un veicolo di modernizzazione economica, capace di mettere in contatto l'organizzazione produttiva tradizionale con i sistemi innovativi che il diffondersi del processo di industrializzazione stava ormai introducendo in larghe plaghe dell'occidente europeo. Durante la *belle époque* grazie allo spostamento sempre più massiccio di persone proprio verso le regioni alpine, riacquisirono rapidamente vitalità diversi centri già blasonati per la loro vivacità mercantile, ma da tempo caduti in declino; parallelamente riuscirono a lanciarsi in una competizione sempre più agguerrita a livello internazionale vecchi e nuovi *Kurorte;* seppero anche emergere da una posizione di marginalità realtà che erano state solo toccate delle tradizionali rotte commerciali, o che avevano costituito punto di riferimento negli storici spostamenti dei pellegrini, o altre ancora che erano semplicemente state scelte da aristocratici e non come temporaneo ristoro nelle stagioni più afose. Molte di queste località seppero trasformare le montagne e

i boschi da cui erano circondate, un tempo simbolo di inaccessibilità e custodi di oscuri timori, in punto di forza ed emblema della loro affermazione sullo scenario internazionale.

NOTE

1 Si veda a riguardo: A. Leonardi, H. Heiss (Hg.), *Tourismus und Entwicklung im Alpenraum 18.–20. Jh. Turismo e sviluppo in area alpina. Secoli XVIII–XX,* Innsbruck 2003 ed in particolare i lavori di carattere antropologico e sociologico presenti in tale volume di K. Köstlin, R. Gubert e G. Scaramellini.

2 L. Tissot, *Storia del turismo e storia economica: considerazioni metodologiche ed epistemologiche,* in: Leonardi, Heiss (cfr. nota 1), pp. 23–41.

3 C. M. Cipolla, *Introduzione allo studio della storia economica,* Bologna 1993, pp. 18–21.

4 P. Battilani, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo,* Bologna 2001, pp. 23–32.

5 A. Gerschenkron, *Il problema dell'arretratezza economica,* Torino 1965; S. Pollard, *La conquista pacifica. L'industrializzazione in Europa dal 1760 al 1970,* Bologna 1984, pp. 309–318.

6 L. Tissot, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIXe siécle,* Lausanne 2000; H. Heiss, «Touristische Unternehmerschaft: das Beispiel des ‹Elephanten› in Brixen 1773–2001», in: Leonardi, Heiss (cfr. nota 1), pp. 413–440; B. Kümin, «Vormodernes Gastgewerbe und früher Tourismus in den bernischen Alpen», ivi, pp. 281–300.

7 H. Spode, «Tourismusgeschichte als Forschungsgegenstand. Bilanz und Ausblick», in: Leonardi/Heiss (cfr. nota 1), pp. 83–100.

8 Tissot (cfr. nota 2), pp. 23–41.

9 W. Bätzing, M. Perlik, «Tourismus und Regionalentwicklung in den Alpen 1870–1990», in: K. Luger, K. Immann (Hg.), *Verreiste Berge. Kultur und Tourismus im Hochgebirge. Tourismus: transkulturell & transdisziplinär,* Innsbruck, Wien 1995 vol. I, pp. 43–79; A. Leonardi, «Turismo e modernizzazione economica nell'area alpina austriaca», in: Leonardi/Heiss (cfr. nota 1), pp. 227–280.

10 G. Carone, «Il turismo nell'economia alpina», in: *Atti del XXI Congresso geografico Italiano,* 1971, vol. II, t. III, Novara 1973, pp. 251–263.

11 Sul concetto di destinazione turistica, si veda H. Pechlaner, L. Osti, «Strategisches Personalmanagement in Tourismusorganisationen», *The Tourist Review,* 4, 1997, pp. 41–45; P. Tschurtschenthaler, «Umwelt und Destination Management in alpinen Tourismus-Regionen», *Tourismus Journal,* 3/4, 1997, pp. 535–562; R. Mussner, «Management della destinazione turistica», in: R. Mussner, H. Pechlaner, A. Schönhuber, *Destinations management. Management della destinazione,* Zürich 1999, pp. 87–88.

12 G. P. Motti, *La storia dell'alpinismo,* Torino 1994; R. Amstädter, *Der Alpinismus: Kultur, Organisation, Politik,* Wien 1996.

13 Leonardi, (cfr. nota 9), pp. 251–275. Sulla diversificazione del processo di sviluppo economico moderno all'interno delle aree alpine, si veda A. Leonardi (a cura di), *Aree forti e deboli nello sviluppo della montagna alpina,* Trento 2001.

14 La bibliografia sul tema è vastissima. Tra i lavori più recenti ci limitiamo a segnalare: G. Zwanowetz, *Das Strassenwesen Tirols seit der Eröffnung der Eisenbahn Innsbruck-Kufstein (1858),* Innsbruck 1986; H. Navé, A. Luft, *Die Semmeringbahn. Die erste Gebirgsbahn Europas,* Zürich 1985; E. Baumgartner, *Eisenbahnlandschaft Alt-Tirol: Verkehrsgeschichte zwischen Kufstein und Ala im Spannungsfeld von Tourismus, Politik und Kultur,* Inns-

bruck 1990, pp. 11–17; R. Hoffmann, «Reisen unter Dampf. Die touristische Erschliessung Salzburgs durch die Eisenbahn», in: H. Haas, R. Hoffmann, K. Luger (Hg.), *Weltbühne und Naturkulisse. Zwei Jahrhunderte Salzburg-Tourismus,* Salzburg 1994, pp. 38–44; W. König, *Bahnen und Berge: Verkehrstechnik, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870–1939,* Frankfurt a. M. 2000.

15 Per uno sguardo d'insieme su tale argomento si veda: A. Leonardi, «La montagna e il suo utilizzo nel tempo: dalla «rivoluzione industriale» all'avvento del turismo. Un'analisi storico-economica», in: C. Ambrosi, B. Angelini (a cura di), *La SAT. Centotrent'anni 1872–2002,* Trento 2002, pp. 431–454.

16 Definizione coniata da chi scrive nel contesto del convegno internazionale *Il turismo: una risorsa economica e culturale per le regioni alpine. Un accostamento storico,* Bressanone 20–22 settembre 2001.

17 A. Leonardi, *Nascita e sviluppo del turismo termale: Levico tra XIX e XX secolo,* Trento 1990; Id., «L'importanza economica dei Kurorte nello sviluppo del turismo austriaco», in: P. Prodi, A. Wandruszka (a cura di), *Il luogo di cura nel tramonto della Monarchia d'Asburgo,* Bologna 1996, pp. 173–218; Id., «*Der Aufstieg der österreichischen Kurorte im 19. Jahrhundert: ein Interpretationsmodell*, in: H. Pechlaner, K. Weiermair (Hg.), *Destinations Management. Führung und Vermarktung von touristischen Zielgebieten,* Wien, 1999, pp. 261–285.

18 L. Buzzetti, «Industria e turismo nell'area prealpina lacuale», in: C. Saibene (a cura di), *Ricerche sull'assetto territoriale della Lombardia,* Milano 1976, pp. 1–318; Touring Club Italiano, *90 anni di turismo in Italia,* Milano 1984; E. Bevilacqua, «Il turismo sulle Alpi italiane», in: D. Ruocco (a cura di), *Le Alpi, barriera naturale, individualità umana, frontiera politica,* Bologna 1990, pp. 135–154; F. Bartaletti, *Le grandi stazioni turistiche nello sviluppo delle Alpi italiane*, Bologna 1994; A. Carera (a cura di), *Temi di storia economica del turismo lombardo (XIX–XX secolo),* Milano 2002; M. De Lucia, *Viaggi in Europa. Vie di comunicazione e turismo nello sviluppo economico europeo,* Napoli 2002.

19 Pur avendo espresso in un recente lavoro (A. Leonardi, «La storia economica del turismo: un nuovo settore della storia economica», *Società e storia,* 99, 2003, pp. 93–106) qualche perplessità in merito a tale scansione proposta da Battilani (cfr. nota 4), pp. 33–35, pare comunque di poterla utilizzare, tenendo per altro nel dovuto conto anche le osservazioni prodotte sull'argomento da G. Scaramellini, «L'interesse per le Alpi quali meta di viaggio e di proto-turismo», in: F. Piola Caselli (a cura di), *Regioni alpine e sviluppo economico. Dualismi e processi di integrazione (secc. XVIII–XX),* Milano 2003, pp. 367–394.

20 Si pensi alla distinzione, in area tedesca, tra *Taberwirte, Baumwirte e Buschen:* presso le *Taberwirte* oltre al vitto e all'alloggio si poteva trovare il servizio di stalla per i cavalli, questo non era previsto presso le *Baumwirte;* le *Buschen* infine erano autorizzate a servire unicamente piatti freddi e bevande (H. Frass, F. H. Riedl, *Historische Gaststätten in Tirol. Nord-, Ost- und Südtirol,* Bozen 1978).

21 A. P. Newton (ed.), *Travel and travellers of the Middle Ages,* London 1976; J. Towner, «The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism», *Annals of Tourism Research,* 12/3, 1985; H. C. Peyer, *Viaggiare nel Medioevo. Dall'ospitalità alla locanda,* Roma, Bari 1990.

22 A. Bonoldi, «Fiere e mercati in area alpina tra funzioni locali e intermediazione (secc. XVIII–XIX)», in: Piola Caselli (cfr. nota 19), pp. 105–126.

23 J.-F. Bergier, «Des Alpes traversées aux Alpes vécues. Pour un projet de coopération internationale et interdisciplinaire en histoire des Alpes», *Histoire des Alpes – Storia delle Alpi – Geschichte der Alpen*», 1, 1996, pp. 11–21.

24 Bonoldi (cfr. nota 22), p. 108.

25 Su Chiavenna si veda: G. Scaramellini, «Der Pündtner London: commercio, finanza e manifattura nel borgo e nel contado di Chiavenna nei secoli XVI–XIX», in: G. L. Fontana, A. Leonardi, L. Trezzi (a cura di), *Mobilità imprenditoriale e del lavoro nelle Alpi in età moderna e contemporanea,* Milano 1998, pp. 239–268; C. Sala, «Un'antica vocazione: il turismo

in Valchiavenna tra Ottocento e Novecento», in: Carera (cfr. nota 18), pp. 199–228; su Bolzano: A. Bonoldi, *La fiera e il dazio: economia e politica commerciale nel Tirolo del secondo Settecento,* Trento 1999; H. Heiss, «Die ökonomische Schattenregierung Tirols. Zur Rolle des Bozner Merkantilmagistrates vom 17. bis ins frühe 19. Jh.», *Geschichte und Region / Storia e regione,* 1/1, 1991, pp. 66–88; su Graz: F. Popelka, *Geschichte der Grazer Messen,* Graz 1921.

26 F. Huter, «Das historische Verkehrsnetz und die Einrichtungen des älteren Verkehrswesen in Tirol», *Hundert Jahre Tiroler Verkehrsentwicklung 1858–1958,* Innsbruck 1961, pp. 19–36.

27 Per Bolzano, cf. R. Marsoner, K. Th. Hoeniger, J. Blaas, *Bozner Bürgerbuch 1551–1806,* Innsbruck 1956.

28 Leonardi (cfr. nota 9), pp. 227–280; Scaramellini (cfr. nota 19), pp. 367–394.

29 Secondo Hans Heiss, i locandieri, godendo dei vantaggi loro derivanti da una posizione privilegiata, si dimostrarono spesso poco propensi a cogliere i primi sintomi che un nuovo tipo di clientela cominciava a manifestare nei decenni iniziali del secolo XIX. Lo stesso studioso ha tuttavia attribuito un rilevante peso al consolidamento professionale dei gestori di antiche locande lungo le direttrici di traffico transalpine (cfr. H. Heiss, «Locandieri o albergatori? Aspetti di una differenziazione professionale dell'industria alberghiera nel Tirolo fino al 1914», in: Fontana/Leonardi/Trezzi (cfr. nota 25), pp. 175–192.

30 Una tale valutazione era avanzata alcuni anni or sono da M. Forcher, «Vor Hundert Jahren begann die Zukunft. Die Anfänge des Tourismus in Tirol und die Gründung der ersten landesweiten Fremdenverkehrsorganisationen vor 100 Jahren», *Tirol,* 34 ,1989, pp. 4–14.

31 La considerazione è riferita alle cosiddette stazioni climatiche e di soggiorno di «prima generazione», vale a dire quelle che hanno avviato la propria attività nel periodo della *belle époque,* se non addirittura precedentemente. In effetti quando in montagna il turismo invernale, dedicato allo sci, ha assunto la prevalenza su quello estivo, sono subentrate motivazioni del tutto diverse da quelle qui prese in esame. Su tale tema si veda: U. Bonapace, «Il turismo della neve in Italia e i suoi aspetti geografici», *Rivista geografica italiana,* 75, 1968, pp. 157–186, 322–359; K. Ruppert, «Raumstrukturen der Alpen», *Geographische Rundschau,* 34, 1982, pp. 386–389; Bartaletti, «Le grandi stazioni turistiche» (cfr. nota 18), pp. 29–54.

32 Esemplare il caso studiato da M. Romani, *Pellegrini e viaggiatori nell'economia di Roma dal XIV al XVII secolo,* Milano 1948.

33 U. Corsini, «Notizie storico-geografiche intorno ai principali ospizi alpini del Trentino», *Notiziario alpino,* a. XXVIII, 1940, pp. 438–453, a. XXIX, 1941, pp. 90–107; P. Deffontaines, *Geografia e religioni,* Firenze 1957, pp. 291–355; L. Gnesda, *Gli «ospizi» nelle Dolomiti,* Firenze 1979, pp. 5–18.

34 Zwanowetz (cfr. nota 14), pp. 175–206.

35 Heiss (cfr. nota 29), pp. 175–192; Leonardi (cfr. nota 9), pp. 243–249.

36 Leonardi (cfr. nota 9), pp. 243–250.

37 Per le Alpi occidentali si veda: L. e G. Aliprandi, M. Pomella, *Le Grandi Alpi nella cartografia dei secoli passati 1842–1865 con gli itinerari dei valichi tra la Val d'Aosta la Savoia e il Vallese e considerazioni sulla zona del Gran Paradiso,* Ivrea 1974; per le Alpi orientali: Gnesda (cfr. nota 33).

38 F. Tauffer, «Le origini dell'industria alberghiera di San Martino di Castrozza», *Bollettino della SAT,* XX, 1957, pp. 13–18; A. Orsingher, *Cenni storici di San Martino di Castrozza,* Calliano (TN) 1985.

39 H. Kramer, «Erzherzog Albrecht, Arco und Madonna di Campiglio – Ein Beitrag zur Geschichte des Fremdenverkehrs in Alttirol», *Der Schlern,* 26, 1952, pp. 415–424; M. Grazioli, «Max Kuntze e le origini dell'Höhenkurort di Campiglio», in: M. Kuntze, *L'insediamento di Madonna di Campiglio e i suoi dintorni,* Arco 1998.

40 I. Kircher, *Ein Jahrhundert Karersee-Hotel. Entwicklung des Fremdenverkehrs im Karerseegebiet seit der Eröffnung des Hauses,* Bozen 1996.

41 *L'Hotel al passo della Mendola, il Mendelhof e la Mendola,* [Zurigo] 1903.

42 G. Richebuono, *Storia di Cortina d'Ampezzo. Studi e documenti dalle origini al 1915,* Milano 1974, pp. 140–142; A. Galvani, *Il turismo a Cortina d'Ampezzo dalle origini agli anni Novanta,* Bologna 1992.

43 Elencarli per intero comporterebbe la realizzazione di una mappatura eccessivamente complessa ai fini del presente lavoro, si è dunque preferito citare esclusivamente quelli la cui presenza si è protratta fino ai giorni nostri e che hanno avuto un'indiscutibile ricaduta di carattere turistico sul territorio in cui sono collocati.

44 Si veda a riguardo: A. Leonardi, «L'affermazione dei Kurorte nei territori alpini asburgici», *SM Annali di San Michele,* 16, 2003, pp. 301–320.

45 V. Krizek, *Kulturgeschichte des Heilbades,* Stuttgart, Berlin, Köln 1990; H. Lachmayer, S. Mattl Wurm, C. Gagerle, *Das Bad. Eine Geschichte der Badekultur im 19. und 20. Jahrhundert,* Salzburg, Wien 1991.

46 A. Leonardi, *L'economia di una regione alpina: le trasformazioni economiche degli ultimi due secoli nell'area trentino-tirolese*, Trento 1996, pp. 163–218. Emblematico il caso delle terme di Levico, che non appare certo isolato in area alpina. Cfr. Leonardi, *Nascita e sviluppo* (cfr. nota 17), pp. 59–164.

47 Per uno sguardo d'insieme sulla rilevanza dei luoghi di cura in area alpina si veda: J. Nössing (Hg.), *Die Alpen als Heilungs- und Erholungsraum. Le Alpi luogo di cura e riposo,* Bozen/Bolzano 1994.

48 Si veda a riguardo: A. Carera, «Stili di management alberghiero sui laghi prealpini lombardi (XIX–XX secolo)», in: Leonardi/Heiss (cfr. nota 1), pp. 319–369; M. Forcher, *Zu Gast im Herzen der Alpen: eine Bildgeschichte des Tourismus in Tirol,* Innsbruck 1989, pp. 66–88.

49 Carera (cfr. nota 48), pp. 319–338; Carera «Linee di evoluzione economica del movimento turistico lombardo tra XIX e XX secolo», in: Carera (cfr. nota 18), pp. 21–64, pp. 21–64; C. Noccarato, «Il turismo d'élite sul lago di Como: il Grand Hotel Villa d'Este (1873–1963)», in: Carera (cfr. nota 18), pp. 165–197.

50 Grazioli (cfr. nota 39); C. Cristel, *Campiglio attraverso i secoli,* Trento 1995.

51 Baumgartner (cfr. nota 14), pp. 115–127; Kircher (cfr. nota 40).

52 Tale clima non era affatto scontato, al punto che non mancarono in diversi casi manifestazioni di diffidenza, se non addirittura di aperta ostilità nei confronti di coloro che si accostavano alla montagna non tanto per coglierne le «ricchezze» tradizionalmente fruite dalla gente del posto, ma semplicemente per cimentarsi con essa. Su tali temi si veda: H. Heiss, «Sommerfrischwesen in Südtirol», in: Nössing (cfr. nota 47), pp. 79–90; Leonardi (cfr. nota 9), pp. 232–241; Id., (cfr. nota 15), pp. 431–454.

53 H. Haas, «Die Sommerfrische – Ort der Bürgerlichkeit», in: H. Stekl, E. Bruckmüller, P. Urbanitsch, H. Heiss (Hg.), *Durch Arbeit, Besitz, Wissen und Gerechtigkeit,* Wien, Köln, Weimar 1992, pp. 364–377; Id., «Die Sommerfrische – eine verlorene touristische Kulturform», in: Haas, Hoffmann, Luger (cfr. nota 14), pp. 67–75; W. Rosner (Hg.), *Sommerfrische. Aspekte eines Phänomens,* Wien 1994.

54 C. Brusa (a cura di), *Ville e territorio,* Varese 1989; D. Cosgrove, *Paesaggio palladiano* (edizione italiana a cura di F. Vallerani), Verona 2000; Carera (cfr. nota 48), pp. 322–325; Scaramellini (cfr. nota 19), pp. 370–373.

55 Heiss (cfr. nota 52), pp. 79–90.

56 G. Carone, «Caratteristiche economiche ed evoluzione del turismo nel Trentino Alto Adige», *Atti del XVII Congresso geografico Italiano,* 1956, vol. II, Bari 1957, pp. 492–499.

57 H. Spode, *Zur Geschichte des Tourismus. Eine Skizze der Entwicklung der touristischen Reisen in der Moderne,* Starnberg 1987; K. H. Burmeister, «Gli albori dell'alpinismo nel Vorarlberg, con riferimento ai Paesi limitrofi», in: Nössing (cfr. nota 47), pp. 295–318;

M. Wedekind, «La politicizzazione della montagna: Borghesia, alpinismo e nazionalismo tra Otto e Novecento», in: C. Ambrosi, M. Wedekind (a cura di), *L'invenzione di un cosmo borghese. Valori sociali e simboli culturali dell'alpinismo nei secoli XIX e XX,* Trento 2000, pp. 19–52.

58 Emblematica a riguardo la presa di posizione di una parte significativa del clero tanto nella parte tedesca che in quella italiana del Tirolo, interessata da una crescente affluenza di turisti negli anni della *belle èpoque*. Cfr. W. Hackl, «Der Gast als Bedrohung. Reimmichls Kulturkampf gegen den Fremdenverkehr», in: J. Holzer, O. Putzer, M. Siller (Hg.), *Literatur und Sprachkultur in Tirol,* Innsbruck 1997, pp. 359–379; J. Rohrer, *Camere libere*, Merano 2003, pp. 78–79.

59 D. Weinberg, *Peasant wisdom. Cultural adaptation in a Swiss village,* Berkeley, Los Angeles 1975.

60 R. Béteille, «Tourisme et milieu montagnard: l'exemple du Pitztal (Tirol autrichien)», *Revue de Géographie Alpine,* 56, 1968, pp. 367–376; H. G. Rosenberg, *Un mondo negoziato: tre secoli di trasformazioni in una comunità alpina del Queyras,* Roma, San Michele all'Adige 2000, pp. 173–194.

Leere Seite
Blank page
Page vide