

Come il turismo ha modificato l'economia della montagna alpina. Le trasformazioni intervenute tra XIX e XX secolo

ANDREA LEONARDI

Gli studi più autorevoli dedicati alla storia economica del turismo evidenziano come la crescente affermazione del fenomeno turistico sia dipesa, dal punto di vista della domanda, da due elementi: la conquista del tempo libero e la crescita del reddito di fasce sempre più ampie della popolazione. Dal versante dell'offerta il turismo è invece stato indotto sia dal consolidamento delle strutture ricettive che dal miglioramento delle infrastrutture e dei mezzi di comunicazione. Risulta comunque evidente che l'interazione tra domanda e offerta in ambito turistico non è un prodotto degli ultimi decenni, ma ha avuto modo di manifestarsi già nella fase in cui il turismo rappresentava ancora un fatto squisitamente elitario.

Svolgendo uno sguardo retrospettivo sul *take off* del turismo in area alpina, con uno specifico riferimento alle Alpi italiane, emerge come il rapporto tra domanda e offerta abbia assunto una conformazione del tutto nuova, con un peso economico significativo, rilevabile per la prima volta anche in termini quantitativi, nel corso del secolo XIX. L'organizzazione turistica, capace di orientare l'offerta alle esigenze della domanda andò gradualmente forgiandosi in un arco di tempo collocabile tra metà Otto-

Questo intervento (presentato nel corso dell'inaugurazione dell'anno sociale della Società di Studi Trentini di Scienze Storiche il 10 gennaio 2022) propone, in sintesi, i risultati di un lungo percorso di ricerca nell'ambito della storia economica del turismo alpino, di cui si dà conto nel richiamo bibliografico finale. Una riproposizione dei temi qui affrontati è stata recentemente esposta nel saggio *Il turismo alpino: da esperienza d'élite a fenomeno globale*, di prossima pubblicazione in un volume dedicato ai 150 anni della SAT.

cento e primo Novecento. Il suo esordio in questi territori è solitamente fatto coincidere con il proporsi dell'alpinismo. Non si può tuttavia mancare di fare cenno a una serie di altri fattori che rendevano attrattive le regioni alpine e al loro interno alcune aree in particolare, prima ancora di riferirsi alla loro "scoperta" da parte degli alpinisti.

Il turismo, concepito come *Erholungstourismus*, vale a dire come periodo di svago e riposo al di fuori della dimora abituale, vantava in effetti in alcune aree delle Alpi una tradizione plurisecolare, connessa con la pratica dei soggiorni estivi trascorsi al fresco dei villaggi collocati a quote elevate, di cui si trovano tracce addirittura nel periodo medievale. D'altro canto non mancavano nemmeno, in diversi ambienti della montagna alpina, altre forme di esercizio dell'ospitalità. Una pratica diffusa era connessa con l'attività mercantile e in particolare con la presenza di mercati e soprattutto di fiere, che rappresentavano il punto d'incontro per operatori internazionali. Dal momento che l'area alpina non è mai stata chiusa in sé 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. I percorsi di attraversamento delle Alpi rappresentavano da secoli un canale privilegiato di contatto e scambio, oltre che propriamente mercantile anche culturale, tra le regioni mitteleuropee e l'area mediterranea. Lungo i tragitti transalpini s'erano per altro venute consolidando anche delle piazze mercantili di diverso peso. Di fronte dunque alla necessità di offrire ristoro e alloggio alle centinaia di persone che annualmente percorrevano le valli delle Alpi in occasione delle diverse fiere, s'era proposto un numero crescente di locande. Queste dunque, al pari delle stazioni di posta, e dei numerosi xenodochi e ospizi, che offrivano ristoro ai pellegrini che transitavano lungo le vie della fede, 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, ma anche per motivi religiosi, la attraversava. A questi esercizi va dunque riconosciuto il ruolo di aver avvicinato persone diverse per cultura, per esercizio professionale e, 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".

Proprio questo tipo di "cultura" ha avuto modo di proporsi ben prima che nelle contrade alpine arrivassero i primi alpinisti e può essere considerata una sorta di prerequisito capace di favorire il *take off* turistico. A for-

giarla nella lunga fase dell'*ancien régime* economico ha contribuito un'offerta variegata, anche se di rilievo economico circoscritto, finalizzata a ospitare mercanti, pellegrini, frequentatori di "bagni contadini", così come soggetti alla ricerca di ristoro alla calura estiva. Tali frequentazioni seppero creare in molte località un clima di consuetudine nei rapporti tra chi viveva abitualmente in montagna e chi veniva da fuori. L'abitudine a confrontarsi con questa diversificata presenza forestiera preparò diverse località ad aprirsi a quegli ospiti che tra fine Settecento e inizio Ottocento si stavano avvicinando in modo nuovo alle Alpi, prospettando modalità di accoglienza dei forestieri che avrebbero assunto una rilevante dimensione economica, con evidenti ricadute anche sul piano sociale.

L'invenzione della montagna

Tanto la pratica alpinistica quanto l'escursionismo alpino, pur avendo esordito in quel periodo, si consolidarono comunque nei decenni centrali del secolo XIX. Si trattava di attività che portavano a una vera e propria "invenzione della montagna", concepita come una nuova sintonia tra spazio e piacere e codificata da una modalità innovativa di percepire sia il paesaggio che l'esercizio sportivo. Era una pratica seguita da una ristretta élite di appassionati di scienze geologiche o di ardimentosi che, sull'onda di concezioni romantiche, intendevano esplorare regioni remote e accedere a picchi inviolati, sfidando percorsi assolutamente impervi, nonché seri pericoli, per conquistare non tanto i pascoli alpestri – come da secoli erano abituati a fare gli appartenenti alle comunità delle alte valli alpine –, bensì quelle parti delle montagne mai raggiunte, limitandosi a ciò che il grande scalatore francese Lionel Terray definì come "conquista dell'inutile".

L'alpinismo dunque per tutte le regioni alpine rappresentò un salto di qualità per l'affermazione del turismo. Rispetto alle tradizionali forme di ospitalità prestata agli operatori mercantili, o ai frequentatori dei *Bauernbadln*, rappresentava un fenomeno nuovo, anche se condivideva alcuni tratti comuni con il turismo di cura. Inizialmente infatti anche l'escursionismo alpino fu un fenomeno aristocratico, destinato a una ristretta cerchia di fruitori, che tuttavia, grazie al proprio entusiasmo, seppero creare numerosi adepti attorno alle proprie imprese alpinistiche. La descrizione delle meraviglie della natura e di paesaggi spettacolari, in luoghi caratterizzati da un clima frizzante, rendeva appetibili le località alpine a soggetti dotati di notevoli risorse e alla perenne ricerca di nuove destinazioni per il proprio *loisir* esclusivo. All'esperienza alpinistica d'*élite*, limitata a prestazioni eccezionali e solitarie, venne dunque sempre più frequentemente affiancandosi

una serie di iniziative capaci di coinvolgere una schiera più vasta di appassionati. Ad assumerle furono i vari *club* alpini, che contribuirono non solo a far conoscere le vette alpine, ma anche a organizzare fattivamente la pratica escursionistica.

Il *take off* turistico delle regioni alpine non sarebbe tuttavia spiegabile senza considerare in modo adeguato un elemento di radicale trasformazione che interessò le infrastrutture di comunicazione di tali regioni a partire dalla seconda metà del secolo XIX. Il riferimento è ovviamente alla “rivoluzione dei trasporti” determinata dall’avvento della ferrovia anche in questi territori. La costruzione della linea del Semmering, nel 1854, rappresentò il primo riuscito tentativo di superamento ferroviario delle Alpi. A seguito vennero realizzate tutte le principali linee tanto sul versante occidentale, che su quello centro-orientale delle Alpi. Le carrozze ferroviarie permettevano di giungere ai piedi dei gruppi montuosi, consentendo pertanto di valorizzare questo territorio per l’imponenza delle sue vette e la maestosità delle sue valli.

Nelle diverse regioni alpine si stavano dunque aprendo delle opportunità di enorme rilievo, che cominciarono a essere colte tanto dagli operatori economici locali, quanto da un’imprenditoria proveniente da altri contesti. I locandieri presenti sul territorio si mossero tendenzialmente per migliorare il livello qualitativo delle loro “case”, cercando di soddisfare le esigenze della nuova clientela. Gli imprenditori provenienti dall’esterno agirono invece su un terreno completamente nuovo: quello della creazione di poli alberghieri “di rango”, capaci di rispondere a una clientela spiccatamente elitaria. Nacquero così i primi Grand Hotel, dapprima nelle Alpi occidentali e in quelle svizzere, per collocarsi successivamente in diverse località del Tirolo storico.

Rilevanti investimenti vennero indirizzati verso i luoghi di cura alpini. Questi intendevano offrire un’alternativa credibile a una clientela blasonata che si voleva distinguere dai nuovi ricchi, dai *parvenu*, i quali – per dare visibilità alla propria scalata sociale – avevano preso a frequentare i *Kurorte* inglesi e mitteleuropei. L’aristocrazia *habitué* dei tradizionali luoghi di cura guardava con attenzione la possibile trasformazione di tradizionali *Bauernbadln* in veri e propri *Kurorte*. Tali centri di cura sparsi lungo tutta la dorsale alpina risultavano prevalentemente visitati da “curandi” del luogo. Alcuni di essi tuttavia, nonostante non risultassero dotati di strutture ricettive particolarmente qualificate, avevano comunque assunto una fama che aveva ampiamente superato i confini regionali. Così con la seconda metà del secolo XIX ci fu chi, dall’esterno, volle intervenire in termini imprenditoriali anche nelle destinazioni termali delle Alpi, operando significativi investimenti in questo settore. Nei decenni finali del secolo XIX poterono per-

tanto potenziarsi, fino ad assumere rilevanza internazionale, diverse località da secoli conosciute semplicemente come “bagni contadini”. Parallelamente seppero emergere delle destinazioni di soggiorno e cura – i cosiddetti *Luftkurorte* o *Hohenluftkurorte* – promosse come stazioni climatiche, in località particolarmente suggestive sia di fondovalle, come Merano e Arco, sia d’alta montagna, come Madonna di Campiglio, la Mendola o Carezza. Su di esse confluirono importanti iniziative imprenditoriali, capaci non solo di dar vita a rilevanti insediamenti alberghieri, ma anche di creare attorno a essi un indotto di rilievo economico per le popolazioni locali.

Alcuni villaggi di montagna precedentemente dediti in prevalenza ad attività agro-silvo-zootecniche, così come località utilizzate solo per l’alpeggio, videro fiorire insediamenti alberghieri di particolare prestigio. E i primi Hotel “di rango” vennero edificati proprio in località che costituivano da secoli punto di riferimento per i viandanti – sia quelli dediti al commercio, sia quelli spinti da motivazioni religiose – che percorrevano gli itinerari di montagna. Altri sarebbero sorti in prossimità di imponenti vette, di spettacolari ghiacciai o cascate e altri ancora in siti da cui si poteva godere di panorami mozzafiato. Considerando le sole località dell’area dolomitica che vennero alla ribalta nel periodo della *belle époque* come *Hohenluftkurorte* al di fuori dei centri abitati, ma con precedenti legati alla presenza di “ospizi” o comunque di ricoveri per i passanti, si possono certamente ricordare: San Martino di Castrozza, Madonna di Campiglio, Carezza e la Mendola; ma anche nel *take off* turistico di un centro come Cortina d’Ampezzo si può individuare il precedente costituito dalla presenza di uno xenodochio per pellegrini e viandanti. In tutte queste destinazioni si poteva dunque trovare traccia di qualche forma di “cultura dell’ospitalità”.

Ai Grand Hotel si affiancarono gradualmente alcuni altri insediamenti alberghieri di minore maestosità, ma pur sempre di ottimo livello, che vennero realizzati da Courmayeur a Macugnaga, da Alagna a Gressoney, da Ponte di Legno a Trafoi e Solda, da Bormio a Rabbi e Peio, dalla Val Formazza a Misurina. In maniera più o meno consapevole questi nuovi alberghi si richiamavano ai Grand Hotel della Savoia, dell’Oberland bernese e dell’Engadina, le prime destinazioni alpine ad attrezzarsi per ospitare una clientela danarosa, alla ricerca di mete esclusive. La presenza di ospiti blasonati e l’offerta a essi destinata dai Grand Hotel seppe per altro fornire l’*input* per introdurre una serie di trasformazioni che intervennero gradualmente in numerose località prossime agli insediamenti di lusso. Tali località, per ragioni diverse, vennero proiettate verso nuovi sbocchi di espansione turistica e da una posizione di marginalità si trovarono inserite in una nuova prospettiva di crescita, foriera di un possibile successivo sviluppo.

Vennero migliorati i tracciati stradali già esistenti, ne vennero realizzati di nuovi e se ne regolamentò la manutenzione. Sul versante poi delle strade ferrate, una volta completate le principali tratte di collegamento internazionale con la realizzazione dei tunnel transalpini, si promossero i collegamenti con molteplici realtà periferiche. Il modello per tutte le regioni alpine fu certamente quello svizzero: qui a fine Ottocento vennero messe in cantiere numerose linee a scartamento ridotto, sia ad aderenza, sia a cremagliera, capaci di raggiungere anche località d'alta montagna. Stava dunque nascendo un'alternativa al tradizionale equilibrio economico delle alte valli alpine. L'escursionismo alpino iniziava a divenire un'attività significativa accanto al turismo di cura e già durante la *belle époque* lasciava presagire il potenziale che avrebbe potuto assumere.

I grandi alberghi della "belle époque"

Sulla base dei dati ufficiali prodotti dalla *k.k. statistische Zentralkommission* di Vienna è possibile fotografare il quadro complessivo dei Grand Hotel all'interno della Monarchia asburgica proprio all'esordio del XX secolo. Da tali dati emerge la rilevante presenza degli Hotel di lusso nei più rinomati centri termali boemi (Karlsbad, Franzensbad e Marienbad) e in quelli austriaci di Baden, Ischl e Bad Gastein, ma si evidenzia parallelamente una posizione di tutto rilievo per l'offerta proveniente dagli *Alpenländer* e dal Tirolo in particolare.

Dietro la realizzazione delle principali strutture alberghiere del territorio tedesco, ladino e italiano del Tirolo c'erano imprenditori capaci come Franz Josef Österreicher, l'artefice del lancio internazionale di Madonna di Campiglio, dove realizzò l'Hotel des Alpes, raccogliendo l'eredità di un imprenditore locale, Giovan Battista Righi, il primo a credere nelle possibilità di affermazione turistica della località. L'Österreicher, che gestiva dal 1876 il prestigioso Hotel Trento – da lui poi acquisito nel 1883 – aveva conferito anche all'ospitalità della città del Concilio un'impronta meno provinciale. Ma c'erano anche iniziative assunte da imprenditori che avevano creato *ad hoc* delle società per promuovere il turismo. Tra le più significative, sia per le realizzazioni portate a termine, sia per l'indotto generato dal proprio operato, va collocato il *Verein für Alpenhotels in Tirol*, ideato nel 1895 da uno degli artefici di maggior rilievo del *take off* turistico in area sudtirolese: Theodor Christomannos. Egli aveva compreso che attraverso lo sviluppo del turismo, anche aree marginali della montagna avrebbero avuto l'opportunità di offrire alla propria popolazione un potenziale reddi-

to supplementare rispetto a quello procurato dalle tradizionali attività agro-silvo-zootecniche.

Christomannos interpretava il ruolo del turismo anche in un'ottica a quel tempo in auge, vale a dire in chiave nazionalistica. Era infatti convinto che il turismo d'élite avrebbe consentito ai sudtirolesi di preservare la propria identità tedesca; si impegnò comunque innanzitutto nel promuovere la costruzione di una rete viaria atta a rendere meglio raggiungibili alcune importanti località di montagna. Realizzò poi alle pendici dell'Ortles, insieme con l'architetto viennese Otto Schmid, il Grand Hotel Sulden, che fu inaugurato nel 1893. Si trattava, al pari dell'iniziativa assunta quindici anni prima dalla *Südbahngesellschaft* a Neu Toblach, di un passaggio che avrebbe segnato una tappa di particolare rilievo nell'affermazione del turismo sulla montagna tirolese, finendo per costituire un modello di riferimento per una serie di realizzazioni che si sarebbero susseguite in tutta l'area negli anni immediatamente successivi. Lo stesso Christomannos si adoperò per la realizzazione di un'arteria, considerata non solo un monumento della tecnologia stradale, ma anche la rampa del *take off* turistico dell'area dolomitica: la Bolzano-Cortina. La strada, messa in cantiere nel 1894 e considerata strategica anche dallo stato maggiore austro-ungarico, sarebbe stata completata, nei suoi diversi tronchi per 142 Km complessivi, nel 1909. L'arteria, partendo da Bolzano, percorreva la val d'Ega, raggiungeva il passo di Costalunga, scendeva in val di Fassa e la percorreva fino alla salita del Pordoi, per scendere ad Arabba e quindi salire al Falzarego e raggiungere poi Cortina e di lì dirigersi al valico di Schluderbach e concludersi a Dobbiaco. I lavori del primo tronco, che collegava la val d'Ega con Vigo di Fassa, iniziati nella primavera del 1894, furono portati a termine nel settembre del 1896.

Parallelamente alla realizzazione di questa prima tratta stradale il *Verein für Alpenhotels* intraprese la sua iniziativa più importante e il 5 luglio 1896 fu in grado di inaugurare il Grand Hotel Karersee, progettato dallo studio Musch & Lun e realizzato dall'impresa che faceva capo ai due professionisti meranesi. Il suo elevato profilo qualitativo seppe attrarre nel giro di pochi anni la più prestigiosa clientela europea, che cercava in montagna una nuova forma di *relax* unito a *comfort* e mondanità. La stessa imperatrice Elisabeth, personaggio costantemente inquieto e in perenne movimento, scegliendo di soggiornare nell'estate del 1897 presso il Grand Hotel Karersee, siglò l'autentico lancio della "casa". L'Hotel si qualificò immediatamente come un punto d'incontro privilegiato per teste coronate e nobiltà di tutt'Europa, non disdegnando tuttavia di ospitare anche esponenti delle più facoltose famiglie di finanzieri e imprenditori provenienti da tutto il mondo. Si trattava di un esempio di come, grazie alla convergenza tra im-

prenditori provenienti dall'esterno con energie imprenditoriali locali, si potessero creare forme di ospitalità di alto profilo qualitativo. E non è un caso che lo stesso giorno dell'inaugurazione del Grand Hotel Karersee si inaugurasse al Passo della Mendola il Grand Hotel Penegal, realizzato dall'imprenditore meranese Alois Schrott con caratteristiche analoghe al Grand Hotel Karersee. Nella stessa destinazione tra il 1886 e il 1892 l'imprenditrice bolzanina Maria Spreter aveva edificato due altre prestigiose strutture alberghiere: il Mendelhof e il Mendelpasshotel.

A tali strutture eccezionali si affiancarono in diverse località locande e piccoli alberghi, promossi da operatori del posto, originando un tessuto ricettivo che acquisì gradualmente consistenza, fino a imporsi a livello internazionale. In effetti, proprio durante la *belle époque*, il carattere esclusivo ed elitario del "movimento dei forestieri" cominciò a conoscere qualche incrinatura. Si stava infatti proponendo, con gradualità, un progressivo allargamento della base sociale dei viaggiatori, non più limitata esclusivamente agli esponenti delle blasonate famiglie aristocratiche d'Europa, dell'alta finanza internazionale, o comunque agli esponenti di ceti sociali ad alto reddito. Le *élites* stavano, in altri termini, allargando progressivamente la loro base di reclutamento: così alcune delle località già frequentate dall'aristocrazia iniziarono a essere avvicinate, oltre che dalle *élites* abituate a girare l'Europa, anche da gruppi di persone che decidevano di soggiornarvi solo per periodi limitati, anche di pochi giorni: la "villeggiatura" conobbe in tal modo un nuovo importante connotato.

Anche il versante meridionale delle Alpi – al pari delle Alpi francesi e svizzere – conobbe dunque l'allargarsi del turismo. Parallelamente con l'espansione delle diverse tipologie alberghiere si moltiplicarono le opportunità di lavoro per varie figure professionali necessarie al funzionamento tanto dei piccoli alberghi, quanto soprattutto degli hotel di lusso. Un albergo come il Grand Hotel Karersee occupava tra le 200 e le 220 persone. Pur trattandosi di un impiego stagionale (l'Hotel, come quasi tutti quelli attivi in area alpina, era funzionante da primavera inoltrata a fine ottobre), si trattava pur sempre, specie per le figure professionali meno qualificate, reclutate nel circondario, di un'opportunità di lavoro, e conseguentemente di reddito, di tutto rilievo.

L'attività alberghiera e di ristorazione non rappresentava tuttavia che la punta dell'iceberg dell'organizzazione turistica. Attorno agli Hotel di rango, ma anche agli alberghi a gestione familiare, così come alle locande e ai rifugi alpini, ruotava infatti un indotto di crescente rilievo. In esso erano coinvolte direttamente diverse espressioni dell'artigianato e della manifattura locale. Ne risultavano in qualche misura influenzati anche alcuni indirizzi produttivi del settore agricolo e zootecnico. A essere chiamato in cau-

sa in un lento e graduale processo di trasformazione fu dunque il tessuto connettivo dei territori di montagna. Le comunità locali seppero trovare delle reali alternative, o quanto meno delle integrazioni, alle tradizionali forme di produzione del reddito. Risultava infatti sempre più evidente che numerose destinazioni interessate dalla presenza del turismo non erano più costrette a ricorrere alla mobilità del lavoro o professionale, che induceva diversi operatori delle regioni alpine a esercitare altrove le proprie capacità professionali, al fine di integrare il reddito prodotto localmente.

Non in tutte le aree delle Alpi, però, il turismo si era avviato a divenire una fonte essenziale di reddito, trasformando dei territori di montagna, considerati economicamente fragili, in poli dinamici. Gli esiti del *take-off* turistico nella fase della *belle époque* risultarono profondamente disomogenei, posto che alcuni territori risultarono lenti a smuoversi dai propri tradizionali equilibri. Furono comunque diversi i contesti alpini in cui l'organizzazione produttiva, e conseguentemente la scansione dei ritmi propri della convivenza sociale, risultarono fortemente influenzati dalle opportunità offerte dall'affacciarsi di sempre più numerosi "villeggianti" e nello stesso tempo dalla volontà dei residenti di far fronte al moltiplicarsi della domanda turistica. Le crescenti opportunità di impiego nelle diverse tipologie di esercizi alberghieri per manodopera tanto maschile che femminile, così come il moltiplicarsi di opportunità di lavoro nell'edilizia e nella carpenteria, non determinarono solamente una contrazione dell'esodo migratorio, ma finirono anche per provocare una redistribuzione della forza lavoro locale, con una crescita del secondario, ma soprattutto del terziario a evidente scapito del primario. Se ciò non poteva rappresentare che uno sbocco positivo, data l'eccessiva pressione sulla terra, in un momento in cui faticosamente anche l'agricoltura di montagna tentava di affacciarsi sul mercato, comportava indubbiamente degli effetti che sul piano sociale non possono essere sottovalutati.

In effetti la presenza degli ospiti nelle località di montagna non era colta solo come un'occasione capace di integrare le forme tradizionali di produzione del reddito, quanto piuttosto come fonte di disorientamento morale. Delle comunità ancorate a stili di vita estremamente semplici e parsimoniosi potevano infatti risultare turbate dal dispendioso tenore di vita che caratterizzava le prime *élites* che frequentavano la montagna. Di fronte poi alle rigidità prodottesi nel periodo del *Kulturkampf*, in molti ambienti tradizionalmente cattolici della montagna alpina, specie tirolese, non mancavano le preoccupazioni per un cedimento morale e un "rilassamento dei costumi" nelle popolazioni locali. Nonostante le possibili tensioni sociali, nei diversi *Alpenländer* si venne comunque forgiando un nuovo equilibrio, che in termini economici cominciò gradualmente a sostituire quello precario che

si reggeva sull'agricoltura, sull'allevamento e sullo sfruttamento delle risorse boschive, combinato con una serie di produzioni manifatturiere in larga misura legate al settore primario, nonché con una circoscritta attività commerciale.

La nascita della stagione invernale

La guerra, scoppiata nell'estate del 1914, interruppe un percorso di crescita estremamente promettente e, dimostrando tutta la vulnerabilità del settore turistico, introdusse una serie di pesanti incognite sulla sua successiva evoluzione.

Con la fine del conflitto e la ridefinizione dell'Europa, per il turismo alpino si aprì una stagione decisamente complessa. Interrotti i fasti della *belle époque* erano anche venuti meno i canoni di un turismo d'élite che sembrava scomparso con la dissoluzione tanto degli imperi centrali, quanto di quello zarista. I risultati delle prime stagioni turistiche postbelliche dimostrarono che le aspettative di coloro che ipotizzavano un puro e semplice ritorno agli equilibri prebellici sarebbero andate disilluse. La clientela d'élite si era rarefatta e non dava segnali concreti di ripresa, mentre quella nuova, che gradualmente cominciò a proporsi, sarebbe stata costituita da persone appartenenti al ceto medio, che non ambiva l'offerta dei Grand Hotel. Questi cominciarono pertanto a essere rimpiazzati da piccoli alberghi, da camere affittate presso privati e da appartamenti per le vacanze. Il rilancio del turismo alpino non avrebbe però solo potuto passare attraverso una sorta di empirica sostituzione degli ospiti, ma avrebbe dovuto percorrere strade nuove, volte sia al graduale recupero della clientela tradizionale, sia alla cattura di un nuovo *target* di ospiti. Si sarebbe tra l'altro dovuto approfittare anche dell'onda emotiva suscitata dalla guerra e dal desiderio insito nell'opinione pubblica di visitare i luoghi dove essa era stata combattuta. Nel contesto delle Alpi italiane era rilevante l'offerta dei territori annessi; le "nuove province" infatti risultavano particolarmente attrattive, potendo dare risalto ai luoghi di culto dell'idealità nazionale – costituiti dai cimiteri di guerra e dagli ossari –, ma parallelamente anche ai più tradizionali e già consolidati emblemi di richiamo. Il tutto era tra l'altro accompagnato da una capacità ricettiva più consistente rispetto a tutte le altre regioni alpine italiane. Bisognava però riqualificare i servizi e promuovere la nuova offerta, utilizzando anche casse di risonanza come quelle offerte dal Touring Club Italiano o dal Club Alpino Italiano, per suscitare un crescente interesse per le vacanze in montagna, sottolineando soprattutto il rilievo che potevano vantare i territori da poco annessi. Si stava facendo strada

anche una novità: la frequentazione della montagna limitata alla sola stagione estiva presentava infatti qualche incrinatura di fronte al primo timido affermarsi degli sport invernali.

La pratica sportiva dunque, che era stata all'origine della valorizzazione turistica della montagna attraverso l'alpinismo, determinò anche l'avvio della stagione invernale. Accanto infatti alla ripresa della pratica alpinistica, con il ritorno della frequentazione estiva dei rifugi, stava facendo capolino un interesse per la montagna innevata e per gli sport della neve. Già prima della guerra alcune località avevano cominciato ad attrezzarsi introducendo il riscaldamento in qualche hotel, in modo da promuovere il soggiorno invernale per ospiti amanti oltre che dell'aria balsamica dei boschi innevati, anche delle pratiche sportive e in particolare del pattinaggio, dello slittino, del bob, delle corse con le slitte trainate da cavalli, dei birilli su ghiaccio e di quello che sarebbe diventato lo sport invernale per antonomasia: lo sci. Fu però col dopoguerra che la pratica dello sci prese a diffondersi anche sul versante meridionale delle Alpi: da esperienza per pochi ardimentosi, che si sobbarcavano la fatica di risalire i pendii con gli sci ai piedi, cominciò a trasformarsi in pratica sportiva sempre più diffusa. Alcune località cominciarono ad attrezzarsi per ospitare anche d'inverno chi voleva cimentarsi in questa nuova attività. Si trattava di un'esperienza ancora in fase di rodaggio, che tuttavia, una volta superati i momenti più dirompenti prodotti della crisi economica mondiale, cominciò ad allargarsi, con il coinvolgimento di nuove iniziative e l'organizzazione di un'offerta mirata. L'introduzione poi dei primi impianti di risalita rese possibile una pratica decisamente più diffusa dello sci, che tuttavia continuò a rimanere per tutto il periodo infrabellico appannaggio di un'élite più o meno ristretta.

Si operò con efficacia a Cortina d'Ampezzo come in val Gardena, dove già dalla seconda metà degli anni Venti vennero realizzate le prime funivie bifuni, dimostrando la concreta capacità di tradurre in realizzazioni le intuizioni di alcuni innovatori della trasportistica in montagna. Parallelamente i pionieri degli sport invernali seppero approntare nella seconda metà degli anni Trenta le prime "slittovie" tanto sul monte Bondone, quanto in val Gardena e in val Badia. Impianti di questo tipo erano operativi anche a Bardonecchia e a Madonna di Campiglio, che nel 1938 e nel 1939 fu scelta grazie anche alla presenza di un impianto di tal tipo per ospitare i "Littoriali della neve".

L'alternanza delle stagioni turistiche rappresentò pertanto una nuova sfida per gli operatori economici delle regioni alpine. E se inizialmente la stagione invernale fu una prerogativa di quei luoghi d'alta montagna già provvisti di una consistente organizzazione turistica, in un secondo tempo riuscì a dare respiro anche a diverse località prima solo sfiorate dai flussi di

viaggiatori. La disponibilità a offrire ospitalità ai turisti anche d'inverno cominciò così ad affiancarsi alla pratica turistica estiva: il processo di cambiamento si avviò nei tardi anni Venti a Madonna di Campiglio, Cortina d'Ampezzo, San Martino di Castrozza, nelle valli Gardena e Badia e in una certa misura anche a Bardonecchia nelle Alpi occidentali e a Livigno nelle Alpi lombarde. La novità di maggior rilievo si verificò all'inizio degli anni Trenta, quando il presidente della Fiat Giovanni Agnelli individuò sul colle di Sestrières, un'area d'alpeggio a 2.000 metri di quota, il sito ideale per creare dal nulla un centro di sport invernali: una stazione sciistica destinata a quello che sarebbe stato definito dagli urbanisti francesi lo *ski total*. Nell'arco di pochi anni, nonostante ci si trovasse nel pieno della "grande depressione" furono realizzati con i criteri dell'architettura razionalista i grandi alberghi e gli impianti di risalita, dotando la stazione delle infrastrutture e dei servizi che potevano renderla appetibile agli sciatori. Si trattava del primo esempio in Italia di una destinazione prettamente invernale. Nella seconda metà degli anni Trenta fu seguita da un intervento simile in Valle d'Aosta, dove, in un sito d'alpeggio a 2.000 metri d'altezza, ai piedi del versante meridionale del Cervino, fu creata la stazione turistica di Breuil/Cervinia. L'obiettivo era quello di realizzare un centro di sport invernali di prim'ordine, che tuttavia potesse essere fruito anche per la villeggiatura estiva e come base di partenza per importanti escursioni alpinistiche. L'insediamento urbanistico si rivelò fin da subito piuttosto disordinato, preludio allo scempio che si sarebbe verificato con l'espansione selvaggia che avrebbe avuto inizio con gli anni del "miracolo economico" postbellico.

La montagna dunque, aprendosi ai suoi frequentatori anche durante la stagione invernale, andava acquisendo nuove opportunità di affermazione. L'esordio delle stagioni invernali risultò essere l'elemento capace di attutire la portata della crisi, che invece si manifestò in termini particolarmente vistosi soprattutto in alcuni dei più rinomati *Kurorte*, che in alcuni casi videro semplicemente flettere la clientela che tradizionalmente si rivolgeva loro, ma in altri la videro irrimediabilmente crollare. La crisi mondiale aveva infatti modificato le caratteristiche della domanda turistica, circoscrivendo la richiesta di servizi e determinando dei significativi cambiamenti nelle esigenze di chi poteva permettersi di viaggiare. A ridare slancio alla domanda turistica fu sicuramente il successivo graduale miglioramento delle condizioni economiche sia italiane che europee, ma fu anche il nuovo impianto legislativo che in diversi paesi europei contribuì sia a ridurre l'orario lavorativo, che a mettere in atto la disciplina delle ferie pagate. Nello stesso tempo si vennero organizzando degli organismi finalizzati proprio alla valorizzazione del tempo reso libero dal lavoro. Non può infatti essere di-

menticato il ruolo assunto dall'“Opera Nazionale del Dopolavoro” nell'Italia fascista, così come quello svolto dall'organizzazione denominata “Kraft durch Freude” nella Germania nazionalsocialista. Parallelamente alle iniziative assunte da tali organismi si manifestò lo sforzo degli operatori turistici per adeguare l'offerta turistica, che varie località alpine potevano proporre, al nuovo tipo di domanda. Di fondamentale rilevanza fu dunque, accanto all'avvio degli sport invernali, la messa a disposizione di una clientela assai variegata di una serie di nuove infrastrutture turistiche, alcune delle quali attive anche nella stagione invernale oltre che in quella estiva. Tra di esse vanno menzionate le “colonie” alpine destinate a organizzazioni dopolavoristiche e a diversi tipi di associazioni di tutela dei minori. Le capacità ricettive del sistema, sia alberghiero che extra-alberghiero, di diverse località delle Alpi italiane si stavano avviando ad accogliere il turismo di massa. Il successivo scoppio degli eventi bellici incise però profondamente sul movimento turistico di ogni destinazione.

Lo “ski total” e le seconde case

Finita la guerra era difficilmente ipotizzabile una riattivazione dei flussi turistici con i ritmi manifestati nella seconda metà degli anni Trenta, più per il prosciugamento di diverse fonti di reddito che per le distruzioni materiali, che comunque avevano profondamente segnato soprattutto le infrastrutture di comunicazione. Il riavvio dell'attività turistica era reso difficile dal clima complessivo di privazioni e di enormi difficoltà negli approvvigionamenti, che rendeva complessa la ripresa di un'offerta dignitosa, oltre a rendere debole e asfittica la domanda. Nell'arco di pochi anni tuttavia l'offerta turistica delle regioni alpine fu in grado di impostare una gamma rinnovata di proposte, riuscendo a consolidare l'esperienza della doppia stagionalità. A seguito dello sviluppo innescato dal Piano Marshall, le migliorate condizioni economiche e il moltiplicarsi delle occasioni di scambio, legate all'avvio della politica di integrazione europea, consentirono un'accelerazione della ripresa e con essa anche il ripristino del movimento turistico. Artefice del nuovo *take off* del turismo alpino si dimostrò un complesso di fattori, ciascuno dei quali di significato circoscritto, ma capace, interagendo in termini concomitanti con gli altri, di produrre un effetto di rilievo nei confronti di una domanda in costante espansione. È infatti indiscutibile che già a partire dai primi anni Cinquanta, parallelamente con il manifestarsi del “miracolo economico”, si verificò un'espansione quantitativa, accompagnata da un progressivo miglioramento qualitativo delle attrezzature ricettive. Tale passaggio fu reso possibile, oltre che dall'intra-

previdenza degli operatori locali, da un massiccio intervento di capitale di provenienza esogena rispetto alle regioni alpine.

Le varie iniziative erano solo parzialmente mirate a sostenere e promuovere quella tipologia di turismo che risultava ancora prevalente nella maggior parte delle destinazioni, vale a dire quella che si indirizzava verso le località montane nella stagione estiva. Tra gli anni Cinquanta e Sessanta infatti si intraprese un vigoroso potenziamento degli impianti a fune, più che per assecondare le nuove richieste dei frequentatori estivi della montagna, soprattutto per rendere possibile una crescente diffusione degli sport invernali. Proprio l'incremento di seggiovie, in un primo tempo, quindi di funivie e di numerose sciovie, contribuì in maniera sostanziale ad ampliare la fisionomia dell'offerta turistica delle diverse regioni alpine. Con il progressivo aumento del traffico lungo le strade d'Europa si delineò poi, accanto a un'ospitalità coincidente con la tradizionale villeggiatura estiva, quella che doveva rispondere al cosiddetto "turismo di scorrimento".

Alla nuova e sempre più numerosa tipologia di ospiti, che tendeva a soffermarsi nelle zone di montagna solo il tempo indispensabile per appagare le proprie curiosità, si offrirono infrastrutture e servizi adeguati. Per consentire la "stabilizzazione" di questi ospiti si propose un'accoglienza in sintonia con i nuovi gusti della clientela, capace di diversificare l'offerta. La strada su cui si incamminarono diverse stazioni turistiche alpine fin dagli anni Sessanta si indirizzò a superare la monostagionalità, consolidando il concetto di doppia stagione. Parallelamente si allargò la sfera dell'offerta, cominciando ad attrezzare per l'accoglienza di diverse tipologie di ospiti anche destinazioni che non avevano alle spalle alcun tipo di blasone.

Nella diffusione generalizzata di un modello di nuovo sviluppo per la montagna si cercarono anche scorciatoie, che nel medio-lungo periodo si rivelarono poco remunerative tanto per l'ambiente, quanto per le comunità locali. La nascita, in quegli anni, delle stazioni di seconda generazione – come le definì Rémy Knafou – in siti privi di insediamenti preesistenti, e soprattutto delle "stazioni integrate" che, partite dall'Alta Savoia, nel corso degli anni Settanta cominciarono a diffondersi anche sul versante alpino italiano, ha lasciato ferite anche profonde in un delicato scenario ambientale. Lo sviluppo talora anarchico di insediamenti come quelli realizzatisi a Breuil/Cervinia o al passo del Tonale, o anche quello semplicemente scomposto di stazioni come il Sestrières o Folgarida, o quello quanto meno problematico delle stazioni finalizzate allo *ski total*, come Prato Nevoso, Artesina, Pila e San Sicario nelle Alpi occidentali, Alpiroz e Montecampione nelle Alpi centrali, Marilleva e Fassalaurina nell'area dolomitica e Piancavallo nelle Alpi orientali, ha certamente comportato dei costi ambientali non irrilevanti. D'altro canto, la coscienza ambientale non era ancora un

elemento sufficientemente forte da caratterizzare le scelte attuate nella fase espansiva degli anni Settanta, quando si misero in atto decisioni le cui conseguenze sul paesaggio sarebbero risultate evidenti solo successivamente

La riorganizzazione delle infrastrutture di ricezione procedette per tappe successive ed ebbe un andamento differenziato nelle diverse regioni alpine italiane. Mentre infatti in tutte le Alpi centro occidentali, ma anche in quelle venete e friulane, nella loro predisposizione, venne assumendo una netta prevalenza la logica delle “seconde case” – realizzate talora in termini caotici –, nell’area dolomitica e più marcatamente nelle località sudtirolesi rispetto a quelle trentine continuò a mantenere un ruolo primario l’ospitalità alberghiera. L’affermazione e il consolidamento della nuova tipologia insediativa e organizzativa risultò nel tempo piuttosto complessa. Inizialmente a frenare l’espansione dell’offerta turistica delle regioni alpine fu la ancora modesta disponibilità di capitale reperibile localmente, che alimentò molteplici speculazioni di natura prevalentemente esogena. Vennero così gradualmente emergendo, accanto a centri che vantavano una solida tradizione di ospitalità, anche delle località che potenziarono le proprie infrastrutture ricettive soprattutto grazie a investimenti di provenienza esterna, certamente poco attenti alla salvaguardia dell’ambiente.

La realizzazione e la ristrutturazione di numerose infrastrutture ricettive è stata certamente facilitata dalle provvidenze previste dalla legislazione sul turismo e dall’intervento di intermediari creditizi istituiti *ad hoc*, come la “Sezione autonoma per l’esercizio del credito alberghiero e turistico” della Banca nazionale del lavoro. E un ruolo significativo è sicuramente attribuibile anche ai vari assessorati al turismo, dopo l’istituzione nel 1972 delle regioni. La maggior parte degli interventi tuttavia non si sarebbe mai potuta concretizzare senza l’intraprendenza messa in campo da tanti piccoli operatori delle aree interessate al potenziamento dell’offerta turistica. Questa del resto non avrebbe potuto far presa su una domanda sollecitata da una marea crescente di proposte se non fosse stata opportunamente sorretta da un apparato promozionale.

Il flusso alimentato dalla motorizzazione privata sarebbe ulteriormente aumentato quando, dopo una lunga fase progettuale, poté essere realizzata l’autostrada del Brennero, così come la Torino-Aosta. Ad accelerare ulteriormente l’arrivo dei turisti contribuì certamente anche il miglioramento della viabilità ordinaria, così come risultò di indiscutibile attrazione il fatto di poter disporre in tutte le aree di montagna di un rilevante numero di impianti a fune. Questi conobbero una marcata trasformazione a partire dagli anni Settanta, quando in diverse aree cominciarono a essere messe in funzione le telecabine, si diffusero enormemente le sciovie e le funivie di nuova concezione. L’ultima fase di trasformazione degli impianti a fune è

quella avviatasi lungo gli anni Novanta, quando, specie nell'area dolomitica, vennero introdotte le telecabine ad ammortamento automatico, le seggiovie pluriposto, destinate a sostituire i vecchi impianti, e le Funifor.

A consolidare il ruolo della stagione invernale nelle Alpi italiane contribuirono i campionati mondiali di sci alpino in val Gardena nel 1970, a Bormio nel 1985 e nel 2005, al Sestriere nel 1997, quindi quelli di sci nordico in val di Fiemme nel 1991, nel 2003 e nel 2013 e le olimpiadi invernali di Torino nel 2006. Tali eventi non esercitarono semplicemente un'importante funzione promozionale nei confronti delle aree interessate dalle manifestazioni, ma furono occasione per la realizzazione di una serie di interventi tanto sulle infrastrutture ricettive quanto su quelle di comunicazione.

Tra cementificazione e parchi naturali

Negli ultimi decenni del XX secolo frattanto, insieme con l'affermazione prorompente dello sci, venne esplodendo il fenomeno della "cementificazione" della montagna. Nel suo dilagare ha finito per coinvolgere, accanto a vecchie e nuove stazioni direttamente interessate agli sport invernali, anche località circostanti, che hanno così perso la loro tradizionale fisionomia tanto economica che urbanistica. La convergenza di capitale speculativo di provenienza esogena con gruppi di interesse locali portò a realizzazioni che, specie nelle regioni alpine centro-occidentali, non sempre sono andate nella direzione che i loro promotori si attendevano, riuscendo invece a creare delle evidenti ferite ambientali. Pesanti interrogativi sono successivamente stati formulati tanto sul loro significato urbanistico-ambientale, quanto su quello connesso con i rapporti con il tessuto connettivo dei territori che le ospitavano. Grazie anche all'ingombrante presenza di una tipologia di destinazione turistica che, bene o male, costituiva una frattura rispetto a un utilizzo più *soft* della montagna, verificatosi fino a quel momento, ci si rese conto della necessità di una regolamentazione complessiva degli insediamenti turistici in vecchi e nuovi siti. A fornirla furono, seppure senza un disegno omogeneo, diversi interventi di programmazione adottati dalle amministrazioni regionali. Attraverso di essi si cercò da più parti di impostare un modello di sviluppo che intendeva valorizzare le differenti potenzialità espresse dalle aree della montagna alpina. Venne in diversi casi impostata la realizzazione di zone destinate a parchi attrezzati a uso turistico-residenziale e soprattutto di parchi naturali per scopi di tutela ambientale. Il turismo, con modalità evidentemente differenti, si sarebbe comunque dovuto basare sulla compresenza di stazioni attrezzate per gli sport e la

residenza invernale ed estiva e di ambienti tutelati, preservati da ogni tipo di speculazione.

Il settore turistico delle regioni alpine ha dunque saputo progressivamente rinnovarsi anche attraverso la graduale affermazione di una coscienza ambientale. Avviatosi ormai dagli anni Settanta a divenire uno dei pilastri portanti dell'economia di molti territori alpini, ha dovuto procedere negli anni più recenti a un'ulteriore riqualificazione lungo la direttrice della diversificazione e riqualificazione dell'offerta.

La nuova frontiera del turismo nelle regioni alpine è costituita dall'obiettivo della multistagionalità, legata – oltre che alla sempre più diffusa percezione di una particolare godibilità della montagna nella stagione autunnale – anche all'organizzazione di eventi congressuali concentrati nella stagione primaverile, in termini tali da poter rendere fruibili le infrastrutture ricettive e di compendio in tutte le stagioni, con evidenti ritorni di natura economica. Tutto ciò comporta tuttavia la presa di coscienza dei possibili rischi connessi a un'eccessiva antropizzazione della montagna, capaci di produrre evidenti squilibri dal punto di vista ecologico e un incremento dell'entropia.

Davanti alla sfida dei cambiamenti climatici, che inevitabilmente interessano anche le regioni alpine, riusciranno ad affermarsi solo quelle località turistiche che sapranno considerare come loro principale "capitale" la natura e il paesaggio. I responsabili pertanto delle politiche turistiche, unitamente agli operatori economici del settore, devono sapersi muovere con la consapevolezza che compito di chi opera in un'area fragile come quella di montagna deve essere quello di coniugare uno sviluppo controllato del turismo, divenuto ormai elemento portante dell'economia di numerose aree alpine, con le esigenze di salvaguardia del territorio.

Bibliografia

- Alpi e turismo: trovare il punto di equilibrio*, Roma, WWF Italia, 2006.
- Rainer Amstädter, *Der Alpinismus: Kultur, Organisation, Politik*, Wien, WUV Universitätsverlag, 1996.
- Fabio Bartaletti, *Aspetti quali-quantitativi del turismo nelle Alpi italiane*, in *Turismo sostenibile in ambienti fragili*, pp. 183-209.
- Fabio Bartaletti, *Le grandi stazioni turistiche nello sviluppo delle Alpi italiane*, Bologna, Patron, 1994.
- Fabio Bartaletti, *Gli impianti di risalita in Italia. Caratteristiche tecniche, distribuzione spaziale, evoluzione temporale*, in *Ottavo Rapporto sul Turismo Italiano*, Firenze, Turistica-Mercury, 1998, pp. 381-396.
- Fabio Bartaletti, *Le trasformazioni del turismo montano*, in *Montagne d'Italia*, Novara, De Agostini, 2002, pp. 166-179.
- Fabio Bartaletti, *L'evoluzione storica del turismo invernale nelle Alpi italiane*, in *Pour une histoire des sports d'hiver. Zur Geschichte des Wintersports*, éd. par Thomas Busset, Marco Marcacci, Neuchâtel, CIES, 2006, pp.169-184.
- Patrizia Battilani, *L'impatto della guerra sull'immagine turistica dei luoghi: il caso del Trentino e dell'Alto Adige*, in *Krieg und Tourismus*, pp. 249-268.
- Elisabeth Baumgartner, *Eisenbahnlandschaft Alt-Tirol: Verkehrsgeschichte zwischen Kufstein und Ala im Spannungsfeld von Tourismus, Politik und Kultur*, Innsbruck, Haymon, 1990.
- Elisabeth Baumgartner, *Elektrisches Alpenglühen. Die Hotel- und Eisenbahn-Gründerzeit in den Tiroler Dolomiten*, in "Distel", 8 (1990), pp. 56-65.
- Werner Bätzing, *Die Alpen – Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft*, München, Beck, 2015.
- Werner Bätzing, *Le Alpi italiane. Un'analisi dei problemi attuali nella prospettiva di una Convenzione alpina*, Vaduz, CIPRA, 1990.
- Werner Bätzing, Manfred Perlik, *Tourismus und Regionalentwicklung in den Alpen 1870-1990*, in *Verreiste Berge. Kultur und Tourismus im Hochgebirge. Tourismus: transkulturell & transdisziplinär*, hrsg. von Kurt Luger, Karin Inmann, Innsbruck-Wien, Studien Verlag, 1995, pp. 43-79.
- Jean Paul Bozonnet, *Des monts et des mythes: l'imaginaire social de la montagne*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1992.
- Geoffrey Cubitt, *History and memory*, Manchester-New York, Manchester University Press, 2007.
- Francesco Dal Negro, *Hotel des Alpes. Storia di alberghi e albergatori dalla Savoia al Tirolo*, Baden, Hier und Jetzt, 2007.
- Gino De Vecchis, *La montagna italiana: sensibilità (ambientale e culturale) e sviluppo turistico*, in *Turismo sostenibile in ambienti fragili*, pp. 157-180.
- Roland Flückinger Seiler, *Berghotels zwischen Alpweide und Gipfelkreuz. Alpiner Tourismus und Hotelbau 1830-1920*, Baden, Hier und Jetzt, 2015.
- Michael Forcher, *Zu Gast im Herzen der Alpen: eine Bildgeschichte des Tourismus in Tirol*, Innsbruck, Haymon, 1989.

- Mariangela Franch, *Il turismo alpino: caratteristiche strutturali della domanda e dell'offerta*, in *L'industria turistica in Italia* = "Note economiche", 2007, n. 3, pp. 125-143.
- Hans Henning Gerlach, *Atlas zur Eisenbahngeschichte Deutschland, Österreich, Schweiz*, Zürich, Orell Füssli, 1986.
- Wolfgang Hackl, *Der Gast als Bedrohung. Reimmichls Kulturkampf gegen den Fremdenverkehr*, in *Literatur und Sprachkultur in Tirol*, hrsg. von Johann Holzer, Oskar Putzer, Innsbruck, Institut für Germanistik der Universität, 1997, pp. 359-379.
- Hanns Haas, *Die Sommerfrische – Ort der Bürgerlichkeit*, in *Durch Arbeit, Besitz, Wissen und Gerechtigkeit. Zur Geschichte des Bürgertums der Habsburgermonarchie. Bürgertum in der Habsburgermonarchie*, hrsg. von Hannes Stekl [et al.], Wien-Köln-Weimar, Böhlau, 1992, pp. 364-377.
- Hans Heiss, *Theodor Christomannos und der Bau der Alpenhotels im Tiroler Raum*, in *Ortler – "Der höchste Spitz im ganzen Tyrol"*, Bozen, Athesia, 2004, pp. 133-144.
- Hans Heiss, *Touristische Unternehmerschaft: das Beispiel des "Elephanten" in Brixen 1773-2001*, in *Tourismus und Entwicklung im Alpenraum*, pp. 413-440.
- L'invenzione di un cosmo borghese. Valori sociali e simboli culturali dell'alpinismo nei secoli XIX e XX*, a cura di Claudio Ambrosi, Michael Wedekind, Trento, Fondazione Museo storico, 2000.
- Remy Knafou, *Les stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises. L'aménagement de la montagne à la française*, Paris, Masson, 1978.
- Wolfgang König, *Bahnen und Berge: Verkehrstechnik, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870-1939*, Frankfurt am Main-New York, Campus Verlag, 2000.
- Krieg und Tourismus im Spannungsfeld des Ersten Weltkrieges. Guerra e turismo nell'area di tensione della prima guerra mondiale*, a cura di Patrick Gasser, Andrea Leonardi, Gunda Barth-Scalmani, Innsbruck-Wien-Bozen, Studien Verlag, 2014.
- Ennio Lappi, Paolo Luconi Bisti, *Franz Joseph Oesterreicher. Pioniere del turismo in Trentino*, Trento, Curcu & Genovese, 2020.
- Lamberto Laureti, *Carico antropico e compatibilità ambientale nell'alta montagna alpina in conseguenza dello sviluppo turistico*, in *Turismo sostenibile in ambienti fragili*, pp. 237-250.
- Andrea Leonardi, *Nascita e sviluppo del turismo termale. Levico tra XIX e XX secolo*, Trento, TEMI, 1990.
- Andrea Leonardi, *L'importanza economica dei Kurorte nello sviluppo del turismo austriaco*, in *Il luogo di cura nel tramonto della monarchia d'Asburgo*, a cura di Paolo Prodi, Adam Wandruszka, Bologna, Il Mulino, 1996, pp. 173-218.
- Andrea Leonardi, *Mobilità imprenditoriale e di capitale nella nascita e nello sviluppo dei Kurorte austriaci nel secolo XIX*, in *Mobilità imprenditoriale e del lavoro nelle Alpi in età moderna e contemporanea*, a cura di Giovanni L. Fontana, Andrea Leonardi, Luigi Trezzi, Milano, Università. Dipartimento di storia della società e delle istituzioni, 1998, pp. 209-226.

- Andrea Leonardi, *Der Aufstieg der österreichischen Kurorte im 19. Jahrhundert: ein Interpretationsmodell*, in *Destinations-Management. Führung und Vermarktung von touristischen Zielgebieten*, hrsg. von Harald Pechlaner, Kurt Weiermair, Wien, Linde Verlag, 1999, pp. 261-285.
- Andrea Leonardi, *Agli albori della destinazione. Lo sviluppo dei Kurorte asburgici nel XIX secolo*, in *Destination management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, a cura di Harald Pechlaner, Kurt Weiermair, Milano, Touring Club Italiano, 2000, pp. 195-215.
- Andrea Leonardi, *La montagna e il suo utilizzo nel tempo. Dalla "rivoluzione industriale" all'avvento del turismo. Un'analisi storico-economica*, in *La SAT. Centotrent'anni. 1872-2002*, a cura di Claudio Ambrosi, Bruno Angelini, Trento, SAT, 2002, pp. 431-454.
- Andrea Leonardi, *Turismo e modernizzazione economica nell'area alpina austriaca. Analisi di alcuni indicatori quali-quantitativi*, in *Tourismus und Entwicklung im Alpenraum*, pp. 251-275.
- Andrea Leonardi, *La storia economica del turismo: un nuovo settore della storia economica*, in "Società e Storia", 26 (2003), n. 99, pp. 91-104.
- Andrea Leonardi, *Un settore in lenta, ma radicale evoluzione: il terziario*, in *Storia del Trentino, 5: L'età contemporanea. 1803-1918*, a cura di Maria Garbari, Andrea Leonardi, Bologna, Il Mulino, 2003, pp. 665-743.
- Andrea Leonardi, *La cultura dell'ospitalità lungo il versante meridionale delle Alpi*, in "Histoire des Alpes - Storia delle Alpi - Geschichte der Alpen", 9 (2004), pp. 87-109.
- Andrea Leonardi, *La graduale affermazione del turismo di massa pluristagionale*, in *Storia del Trentino, 6: L'età contemporanea. Il Novecento*, a cura di Andrea Leonardi, Paolo Pombeni, Bologna, Il Mulino, 2005, pp. 547-597.
- Andrea Leonardi, *Turismo e sviluppo in area alpina. Una lettura storico-economica delle trasformazioni intervenute tra Ottocento e Novecento*, in "Storia del turismo. Annale", 6 (2005), pp. 53-83.
- Andrea Leonardi, *Die Kultur der Gastlichkeit in den südlichen Alpen: 19.-20. Jahrhundert*, in: *Menschen – Regionen – Unternehmen*, hrsg. von Helmut Alexander, Elisabeth Dietrich-Daum, Wolfgang Meixner, Innsbruck, University Press, 2006, pp. 125-140.
- Andrea Leonardi, *La ripresa dell'offerta turistica nel secondo dopoguerra. Il turismo alpino verso un nuovo take-off*, in *La rinascita economica dell'Europa. Il Piano Marshall e i suoi riflessi sull'area alpina*, a cura di Andrea Bonoldi, Andrea Leonardi, Milano, FrancoAngeli, 2006, pp. 161-194.
- Andrea Leonardi, *Le infrastrutture per le fiere. Il forgiarsi della cultura dell'ospitalità*, in *Bozen im Messenetzt Europas (17.-19. Jahrhundert). Bolzano nel sistema fieristico europeo (secc. XVII-XIX)*, a cura di Andrea Bonoldi, Markus A. Denzel, Bolzano/Bozen, Athesia, 2007, pp. 187-200.
- Andrea Leonardi, *Le trasformazioni del modello di sviluppo turistico tra belle époque e miracolo economico: il caso del Trentino*, in *Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo. Italia e Spagna a confronto*, a cura di Patrizia Batilani, Donatella Strangio, Milano, FrancoAngeli, 2007, pp. 187-210.

- Andrea Leonardi, *Turismo e bilancia dei pagamenti nel secondo dopoguerra. Le valutazioni dell'E.C.A. e dell'O.E.C.E.*, in *Il dilemma dell'integrazione. L'inserimento dell'economia italiana nel sistema occidentale (1945-1957)*, a cura di Alberto Cova, Milano, FrancoAngeli, 2008, pp. 211-233.
- Andrea Leonardi, *Il proporsi e il consolidarsi di una coscienza ambientale: l'esperienza quarantennale dei parchi naturali del Trentino*, in "Storia e futuro. Rivista di storia e storiografia", 8 (2002), n. 18, online.
- Andrea Leonardi, *Dal dominio del primario all'affermazione del terziario*, in *La regione Trentino-Alto Adige/Südtirol nel XX secolo*, pp. 7-52.
- Andrea Leonardi, *Dal turismo d'élite al turismo di massa*, in *La regione Trentino-Alto Adige/Südtirol nel XX secolo*, pp. 309-330.
- Andrea Leonardi, *Entrepreneurial mobility in the development of the Austrian Kurland in the nineteenth century*, in "Journal of Tourism History", 2 (2010), n. 2, pp. 99-116.
- Andrea Leonardi, *Dal "Grand Hotel" alle stazioni di sport invernali: le trasformazioni del turismo alpino italiano*, in *La evolución de la industria turística en España e Italia*, ed. por Carlos Barciela López [et al.], Palma Mallorca, Institut Balear d'Economia, 2011, pp. 609-669.
- Andrea Leonardi, *Le infrastrutture di comunicazione nelle Alpi: gli interventi innovativi realizzati tra XIX e XX secolo*, in *Vie e mezzi di comunicazione in Italia e Spagna in età contemporanea*, a cura di Carlos Barciela López [et al.], Soveria Mannelli, Rubbettino, 2013, pp. 71-94.
- Andrea Leonardi, *La prima guerra mondiale e la vulnerabilità del fenomeno turistico*, in *Krieg und Tourismus*, pp. 57-98.
- Andrea Leonardi, *Il turismo alpino: non solo neve*, in *L'Italia e le sue regioni, 2: Territori*, a cura di Mariuccia Salvati, Loredana Sciolla, Roma, Istituto della Enciclopedia italiana, 2015, pp. 629-638.
- Andrea Leonardi, *La rilevanza economica del turismo nel contesto alpino tra XIX e XX secolo*, in "Archivio Trentino", 2015, n. 1, pp. 52-96.
- Andrea Leonardi, *Die Geschichte und Kraft der Alpen: was zeichnet sie aus?*, in *Erfolgreich in den Alpen. Perspektiven und Strategien*, hrsg. von Hans Gohm, Birgit Pikkemaat, Innsbruck, Studia Universitätsverlag, 2016, pp. 14-35.
- Andrea Leonardi, *Sind Tourismus und Krieg vereinbar? Eine Untersuchung über die habsburgischen Alpenländer im Ersten Weltkrieg*, in "Annali dell'Istituto storico italo-germanico in Trento / Jahrbuch des italienisch-deutschen historischen Instituts in Trient", 42 (2016), n. 2, pp. 55-77.
- Andrea Leonardi, *I Grand Hotel come motore dello sviluppo turistico in area alpina*, in *I Grand Hotel come generatori di cambiamento tra 1870 e 1930. Indagini nei contesti alpini e subalpini tra laghi e monti*, a cura di Monica Aresi, Riva del Garda, MAG, 2017, pp. 9-36.
- Andrea Leonardi, *La ridefinizione dell'assetto produttivo e il nuovo volto delle aree di montagna*, in *Paesaggi delle Venetie. Storia ed economia*, a cura di Gian Pietro Brogiolo, Andrea Leonardi, Carlo Tosco, Venezia, Marsilio, 2017, pp. 543-598.

- Andrea Leonardi, *Economic transformation in the 19-20th century Alps: the role of tourism. An overview in the Habsburg Alpenländer and the Italian Alps*, in *Al confine delle Alpi. Culture, valori sociali e orizzonti nazionali fra mondo tedesco e italiano (secoli XIX-XX)*, a cura di Fiammetta Balestracci, Pietro Causarano, Milano, FrancoAngeli, 2018, pp. 45-83.
- Andrea Leonardi, *La politica turistica italiana nel secondo dopoguerra: il riavvio dei flussi internazionali e il ruolo dell'ERP*, in "Storia economica", 24 (2021), pp. 367-390.
- Andrea Leonardi, *Il turismo alpino: da esperienza d'élite a fenomeno globale*, di prossima pubblicazione.
- Umberto Martini, Maria Della Lucia, *Sustainable Tourism Development in the Dolomites UNESCO World Heritage Site: Implications on Well-being*, in *Well-being in Tourism and Recreation*, Rovaniemi, Lapland Institute for Tourism Research and Education, 2011, pp. 85-95.
- Paul Messerli, *Mensch und Natur im alpinen Lebensraum: Risiken, Chancen, Perspektiven*, Bern, Stuttgart, Haupt, 1989.
- Reinhold Messner, *Salvate le Alpi*, Torino, Bollati Boringhieri, 2001.
- La regione Trentino-Alto Adige/Südtirol nel XX secolo, 2: Economia. Le traiettorie dello sviluppo*, a cura di Andrea Leonardi, Trento, Fondazione Museo storico del Trentino, 2009,
- Bettina Schlorhauser, *Berghotels 1890-1930. Südtirol / Nordtirol / Trentino. Bauten und Projekte von Musch & Lun und Otto Schmid*, Basel, Birkhäuser, 2021.
- Hasso Spode, *Zur Geschichte des Tourismus. Eine Skizze der Entwicklung der touristischen Reisen in der Moderne*, Starnberg, Studienkreis für Tourismus, 1987.
- Leon Strauss, *Un tempo nuovo per gli operai: le ferie pagate (1930-1960)*, in *L'invenzione del tempo libero 1850-1960*, a cura di Alain Corbin, Roma-Bari, Laterza, 1996, pp. 405-426.
- Lionel Terray, *Les Conquérants de l'inutile. Des Alpes à l'Annapurna*, Paris, Gallimard, 1961.
- Laurent Tissot, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIX siècle*, Lausanne, Payot, 2000.
- Laurent Tissot, *Development of a tourist industry in the 19th and 20th centuries: International perspectives*, Neuchâtel, Alphil, 2003.
- John Towner, *An historical geography of Recreation and Tourism in the Western World, 1540-1940*, Chichester-New York, Wiley, 1996.
- Tourismus und Entwicklung im Alpenraum. Turismo e sviluppo in area alpina*, Innsbruck, Studien Verlag, 2003.
- Turismo sostenibile in ambienti fragili: problemi e prospettive degli spazi rurali, delle alte terre e delle aree estreme*, a cura di Maria Chiara Zerbi, Milano, Cisalpino, 1998.
- Bruno Zanon, *L'immagine del territorio alpino tra "spopolamento", "sovrapopolamento" e nuove dinamiche locali*, in *Le Alpi. Immagini e percorsi di un territorio in trasformazione*, a cura di Claudio Diamantini, Bruno Zanon, Trento, TEMI, 1999, pp. 71-78.