

PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Paolo Casetti

Il turismo che fa bene

Il viaggio consapevole tra sogni,
bisogni e realtà

Prefazione di Roberto Lavarini
Postfazione di Roberta Maeran



FrancoAngeli

Pubblico, professioni e luoghi della cultura

Collana diretta da Francesco De Biase, Aldo Garbarini,
Loredana Perissinotto, Orlando Saggion

La collana “Pubblico, Professioni e Luoghi della Cultura” si è caratterizzata per il tentativo di rappresentare i temi e gli argomenti di maggiore interesse, di attualità e di approfondimento presenti nel dibattito culturale tra gli operatori pubblici e privati del settore nei suoi oltre 17 anni di storia e con oltre 65 opere pubblicate.

Ci pare di poter dire, visti i titoli e gli autori che in questi anni si sono avvicendati, che la Collana abbia ampiamente raggiunto il suo scopo e possa rivendicare, a pieno titolo, il ruolo di osservatore e testimone tra i più accreditati oggi nel nostro Paese.

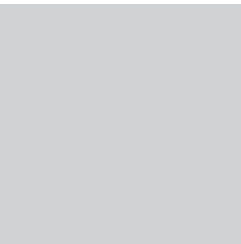
A questo punto, riteniamo che possa iniziare un nuovo sviluppo editoriale capace di indagare l'ampia e variegata pluralità di temi e di voci in campo culturale, per proporre nuovi approfondimenti e suggestioni in aperto confronto con le riflessioni oggi presenti.

In sostanza, ci sembra sempre più urgente la necessità di approfondire alcuni processi, a pieno titolo fondanti le future strategie, nel campo culturale inteso nella sua accezione più ampia. Un esempio su tutti: gli evidenti processi di interazione, ibridazione, intrecci, confluenze ed innesti tra diversi rami del sapere e della conoscenza, al fine di dar corso a pratiche capaci di rappresentare risposte, strategie e operatività efficaci in diversi campi.

La scienza che incontra e ragiona dell'arte figurativa, l'ingegneria e le scienze urbanistiche che declinano nuovi spazi urbani e non solo, le neuroscienze che propongono nuovi confini e nuove modalità dei processi della conoscenza, l'antropologia, la pedagogia e le stesse scienze filosofiche che leggono i processi di integrazione e di multiculturalità e molto altro ancora tra medicina e sociologia, economia e ambiente.

Proprio in questa direzione, nei prossimi anni verranno pubblicate alcune opere che esprimeranno gli intrecci e le contaminazioni qui sopra richiamate.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.



PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Paolo Casetti

Il turismo che fa bene

Il viaggio consapevole tra sogni,
bisogni e realtà

Prefazione di Roberto Lavarini

Postfazione di Roberta Maeran

FrancoAngeli

Isbn e-book: 9788835198468

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della
licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it*

Eventuali link attivi presenti nel volume sono forniti dall'autore. L'editore non si assume
alcuna responsabilità sui link ivi contenuti che rimandano a siti
non appartenenti a FrancoAngeli.

L'autore dichiara che, nella fase di stesura del presente volume, ha utilizzato strumenti di IA
generativa esclusivamente per la ricerca delle immagini contenute nel volume.

A mio padre Roberto, uomo senza confini.

Sono così eccitato che non riesco a stare seduto né a concentrarmi su qualcosa; credo sia un'emozione che solo un uomo libero può provare, un uomo libero all'inizio di un lungo viaggio la cui conclusione è incerta [...] spero di farcela ad attraversare il confine, spero di incontrare il mio amico e stringergli la mano [...] spero che il Pacifico sia azzurro come nei miei sogni [...] spero.

Morgan Freeman (1994)

Indice

Prefazione , di <i>Roberto Lavarini</i>	pag.	11
Introduzione: il turismo è un diritto di tutti?	»	13
1. Turista o viaggiatore? Un dualismo difficile da superare	»	17
1. Il mito del viaggiatore	»	18
2. Il turista: una figura contraddittoria	»	21
3. Viaggiatori o turisti: un dualismo che si può superare	»	23
2. Perché viaggiamo? Le motivazioni profonde del viaggio	»	27
1. Archetipi della motivazione turistica	»	28
2. Motivazioni dei viaggi del passato, sempre attuali	»	31
3. Le motivazioni del turista contemporaneo: alla ricerca dell'esperienza unica	»	34
4. La motivazione turistica: due modelli interpretativi	»	36
5. Il luogo che cura e lo stato di flow: tutti ne abbiamo uno	»	38
3. Il turismo post-moderno: la pretesa dell'autenticità	»	41
1. I turismi e la riscoperta della soggettività	»	42
2. La necessità imprescindibile dell'esperienza	»	45
3. Il paradosso dell'autenticità	»	46
4. Quando l'autenticità porta al paradosso turistico	»	48
5. Quando l'abito fa il monaco: il luogo che cambia nome	»	51
6. Quanto autenticità fa rima con esperienzialità	»	55

7. Dall'offerta tradizionale al turismo esperienziale: un modello vincente	pag.	58
8. Il turismo esperienziale e le nuove professioni turistiche	»	62
4. Il turismo è immagine (e immaginari)	»	65
1. Paesaggi e ritratti, ieri come oggi	»	66
2. Dai dipinti del Grand Tour ai social media di oggi	»	67
3. Immaginari turistici: costruzione culturale e momento della verità	»	69
4. L'isola: la fuga verso l'Altrove	»	70
5. Resort e crociera: l'insostenibile desiderio dell'enclave turistica	»	72
5. La realtà dell'overtourism: il viaggio di troppi	»	77
1. Dal viaggio di pochi al turismo di molti: origini, crescita e tensioni di un fenomeno globale	»	78
2. Il turismo contro se stesso: l'overtourism	»	80
3. Il ciclo di vita della destinazione: i modelli di Butler e Doxey	»	81
4. Modelli preziosi ma parziali: verso una gestione dinamica	»	83
5. Turista e residente: alla ricerca di uno scambio equo	»	84
6. Il passo che cura: la nuova stagione dei cammini	»	89
1. Il cammino per ritrovare e ritrovarsi: il fenomeno «Buen Camino»	»	90
2. Una testimonianza di inclusività: Viterbo e la Via Francigena	»	93
3. Il turismo <i>nature-based</i> , ovvero la natura che non fa più paura	»	95
7. Oltre la sostenibilità verso la rigenerazione: il turismo che fa bene	»	99
1. Nel turismo la sostenibilità si fa in tre	»	100
2. Dal non nuocere al fare del bene: il turismo rigenerativo oltre la sostenibilità	»	102
3. Dal <i>destination manager</i> al <i>tourism steward</i>	»	104
4. Gli itinerari di senso e con il coinvolgimento della comunità; la riflessione di Marco Giovenco, direttore della rivista <i>Itinerari e Luoghi</i>	»	108

Conclusioni: educare al viaggio al tempo dei social media	pag.	113
Postfazione , di <i>Roberta Maeran</i>	»	117
Bibliografia e sitografia	»	119
Licenze immagini	»	125
L'autore	»	127

Prefazione

di *Roberto Lavarini**

Parlare di turismo voleva dire soprattutto parlare agli operatori o a quei giovani che, affascinati, si affacciavano al mondo del lavoro. Allora come oggi il turismo incanta.

Casetti in questo suo libro adotta un approccio nuovo. Coniuga «turismo» con «stare bene». Questo vale sia per chi ci lavora ma anche, e soprattutto, per chi lo pratica.

Premettiamo che «fare turismo» è pratica di una élite, una grossa élite: 1,5 miliardi di persone. Comunque, circa solo il 18% della popolazione mondiale; va detto anche che chi lo scopre non lo abbandona più. Spesso si dice con enfasi che quando torna da una vacanza, passa in agenzia a prendere i nuovi cataloghi (che per l'appunto escono prima di Natale) e comincia subito a sognare le destinazioni che maggiormente lo affascinano.

Certo, il turista è un grande, grandissimo, infedele. Cerca di non tornare mai negli stessi luoghi. A parte alcune persone di una certa età che si sono create la loro routine. Si sentono più sicure e protette se tornano nei luoghi che già conoscono. Sono il popolo delle seconde case o di quella particolare e speciale pensioncina... Ma sono una minoranza. Tutti gli altri, giovani e adulti, si muovono eccitati alla scoperta di nuovi orizzonti e se per caso è un luogo dove non è mai passato qualcuno diventa la sublimazione della destinazione. Sto esagerando? Forse. So per certo, perché l'ho sperimentato con i miei studenti, che la destinazione è spesso una «sineddoche». Ossia visitano una piccola porzione di un continente e a loro sembra di averlo visto tutto. «Sei stato a Pechino? Il prossimo anno torni in Cina?». «No, l'ho già vista». Ma qualcosa sta cambiando.

* Docente presso l'Università IULM di Milano si occupa di Demografia, Turismo e di storia del Pellegrinaggio.

Come scrive Casetti, piano piano si abbandona la frenesia del vedere tutto nel minor tempo possibile per cercare un luogo dove «stare bene».

Ed ecco che si affacciano i nuovi turisti. Si abbandona l'area della competizione per entrare in quella della condivisione. Condivisione di una parte della propria esistenza con i luoghi, con gli abitanti, con i compagni di viaggio, con se stessi.

Il turista come animale sociale ha bisogno di sentirsi calato in un mondo fatto di sensazioni e di stimoli. Ha bisogno di riconoscere le tracce del passato suo e non suo. Ha bisogno di sentire al suo fianco il fratello e la sorella; ha bisogno di riconoscerli nei volti di chi incrocia.

Ha bisogno di sentire sulla pelle la sensazione dello stare bene. Ha bisogno di sentirsi accettato e amato. Ha bisogno, in definitiva, di non avere più bisogni.

Introduzione: il turismo è un diritto di tutti?

In una domenica di fine gennaio del 2025, Roccaraso – storica località dello sci della Val di Sangro, meta amata dai viaggiatori del centro e del sud Italia fin dai primi decenni del Novecento – si trovò al centro di un evento inatteso. All'alba, uno dietro l'altro, iniziarono a comparire sulla strada statale i primi pullman provenienti da Napoli e dalla sua provincia. Nel giro di poche ore, ne arrivarono circa 250, un fiume di mezzi che riversò nella piccola località montana – un borgo medievale di appena 1.500 abitanti – qualcosa come 20.000 persone, molte delle quali alla loro prima esperienza sulla neve.

Quell'arrivo imponente si innestò su un'affluenza tipica dei week end di alta stagione montana: nel fine settimana, infatti, Roccaraso accoglie abitualmente 20.000 sciatori sulle piste e 15.000 visitatori tra le strade del paese. Improvvisamente, la capacità di carico della località venne superata oltre il limite per la destinazione. Ne derivò un'improvvisa congestione: traffico paralizzato, difficoltà nella gestione dei rifiuti, caos nei servizi igienici di bar e ristoranti, servizi sotto pressione e un clima di tensione crescente tra residenti, turisti abituali e i tanti, imprevisi, escursionisti di quella domenica fuori dall'ordinario (Il Fatto Quotidiano, 2025).

L'amministrazione comunale, appresa la notizia che probabilmente anche nel fine settimana successivo si sarebbe ripetuto il massiccio afflusso di escursionisti – nuovamente guidati e incoraggiati dalla stessa influencer che aveva promosso la gita precedente – si trovò costretta ad adottare una serie di provvedimenti straordinari. La memoria del caos vissuto la domenica prima spinse il Comune ad agire con tempestività e pragmatismo. Fu stabilito un numero massimo di pullman turistici autorizzati all'accesso, fissato a quota cento, con l'ulteriore misura delle targhe alterne per sga-
glionare l'ingresso dei mezzi. Per evitare un nuovo congestionamento della

viabilità, vennero istituiti posti di blocco lungo le principali direttrici di accesso al paese, in particolare nelle aree comprese tra Castel di Sangro e Rionero Sannitico, così da poter verificare l'effettivo possesso delle autorizzazioni e contenere il flusso prima che raggiungesse il centro abitato.

Nel frattempo, all'interno del Comune, la popolazione reagì in modo altrettanto determinato. Molti proprietari di seconde case scelsero deliberatamente di non trascorrere lì il fine settimana, temendo di ritrovarsi nuovamente immersi nel disordine della precedente ondata turistica. Una larga parte delle attività commerciali, dopo aver valutato i possibili disagi e la difficoltà di garantire un servizio regolare, decise di abbassare le serrande per l'intero fine settimana. Numerose prenotazioni di alberghi, b&b e appartamenti vacanza effettuate precedentemente per quei giorni vennero annullate creando un forte malumore tra gli imprenditori dell'ospitalità, segno di un clima generale di incertezza e prudenza.

Il sindaco di Roccaraso, consapevole della delicatezza della situazione e desideroso di evitare nuove criticità, predispose l'installazione di bagni chimici nelle aree di potenziale grande affluenza e ordinò un rafforzamento dei controlli nei punti nevralgici del paese montano, coordinando vigili, volontari e personale di supporto. Complici anche le condizioni meteorologiche sfavorevoli, l'intervento preventivo diede i suoi frutti. Nel secondo fine settimana arrivarono a Roccaraso soltanto sessanta pullman, ben al di sotto del limite prefissato, e un paio di mezzi vennero respinti ai posti di blocco perché privi delle autorizzazioni richieste. Questa volta non si registrarono criticità significative: l'esperienza della settimana precedente e le misure tempestive adottate permisero di mantenere la situazione sotto controllo, evitando un nuovo collasso della piccola località montana.

Quanto accaduto a Roccaraso non è soltanto un episodio di cronaca locale salito alla ribalta nazionale, ma rappresenta un autentico caso di studio, quasi un laboratorio a cielo aperto, in cui si condensano con straordinaria chiarezza molte delle imprescindibili contraddizioni che accompagnano il fenomeno turistico fin dalla nascita del turismo organizzato. In quella domenica, nel cuore dell'Abruzzo innevato, sono emerse dinamiche sociali, psicologiche ed economiche che da sempre animano il dibattito sul turismo di massa e sulla sua sostenibilità. Da un lato si manifestò il desiderio, profondamente umano e comprensibile, di poter vivere almeno una volta nella vita un'esperienza turistica ritenuta di significato: un viaggio in montagna, un'uscita sulla neve, un momento di svago condiviso con amici o familiari. Per molti di quei visitatori – attirati anche dal richiamo efficace e immediato dei social media – si trattava della possibilità di emulare, seppure in forma semplificata, i rituali vacanzieri di chi abitualmente può permettersi soggiorni invernali, settimane bianche o esperienze outdoor

strutturate. Dietro quel flusso imponente di persone vi era infatti un bisogno di partecipazione e di inclusione, il tentativo di colmare una distanza socioeconomica percepita come irraggiungibile. Nei prati innevati di Roccaraso, migliaia di persone hanno cercato di godere di un contesto montano, per molti di loro del tutto nuovo, come hanno potuto, spesso con abbigliamento non proprio adeguato all'esperienza montana, non conoscendo le dinamiche territoriali, i comportamenti, le etichette comportamentali, i riti consolidati da tempo dai viaggiatori habitués della montagna. Naturalmente questo non giustifica comportamenti non rispettosi nei confronti del paese e del suo decoro, ma questo è un problema trasversale di mancanza di educazione e rispetto dei luoghi pubblici che si può trovare trasversalmente in ogni gruppo anche di differenti estrazioni sociali.

D'altro canto, l'arrivo improvviso di migliaia di persone ha generato inevitabilmente un sentimento opposto, fatto di fastidio, disorientamento e in alcuni casi di esplicito rifiuto. Residenti e villeggianti abituali hanno visto mettere in discussione le loro abitudini consolidate, l'equilibrio fragile di una località turistica montana e persino il «patto implicito» che definisce chi si sente di appartenere al luogo e chi invece vi arriva dall'esterno. Molti hanno percepito quei nuovi arrivati come visitatori «altri»: inesperti della montagna, poco avvezzi alla neve, appartenenti a una classe sociale considerata distante, e per questo non del tutto legittimati – dal loro punto di vista – a condividere il medesimo spazio turistico. È in questa frizione psicologica che riaffiorano antiche dinamiche di distinzione sociale: ciò che Pierre Bourdieu chiamava il «gusto» come strumento di appartenenza e separazione sociale, non una facoltà puramente individuale, ma profondamente radicato nel contesto sociale ed economico in cui si cresce (Bourdieu, 1979).

In mezzo a queste tensioni, l'amministrazione comunale si è trovata a svolgere un compito estremamente delicato: mettere ordine nel caos, salvaguardare la sicurezza pubblica, tutelare il territorio e al contempo non negare a nessuno il diritto di vivere un'esperienza di turismo e di tempo libero. Perché, al di là delle differenze culturali o economiche che evidentemente esistono, il desiderio di conoscere un luogo – o anche solo di trascorrere una giornata sulla neve – non può essere considerato illegittimo.

Da qui nasce una serie di interrogativi profondi, che toccano la sociologia, l'economia del turismo e persino l'etica pubblica. Il turismo deve essere un diritto di tutti, indipendentemente dalle possibilità materiali, dall'origine sociale o dal livello di familiarità con le pratiche del viaggio? E le limitazioni imposte dal sindaco – pensate per evitare il collasso della viabilità e garantire la sicurezza – erano una misura necessaria o rischiano di trasformarsi in strumenti di esclusione, anche involontaria? Più in

profondità, l'episodio invita a riflettere su un sentimento diffuso, spesso taciuto: quella sorta di superiorità percepita che porta alcuni viaggiatori a ritenersi custodi «autentici» dell'esperienza turistica, e a considerare altri come intrusi da contenere o limitare. Da dove nasce questa dinamica? E soprattutto: è compatibile con una visione del turismo come spazio di incontro, di democratizzazione del tempo libero e di condivisione del patrimonio materiale e immateriale dei territori?

Infine, si è visto in concreto l'impatto dei social media sulle dinamiche degli afflussi nelle località turistiche. Un contenuto social creato da un influencer con un elevato numero di follower che diviene virale può creare un evidente impatto sul territorio. L'influencer, facendo un post su Roccaraso ha poi organizzato una trasferta domenicale chiamando a raccolta tutto il suo «popolo» di follower. L'amministrazione comunale ha potuto solo prenderne atto quando sono arrivati in massa a Roccaraso non potendo prevedere e gestire in prima istanza la prima ondata di pullman: troppo veloce il passaparola social per poterlo intercettare. Si può sostenere che, nel contesto attuale, gli algoritmi dei social media, decidendo quali contenuti mostrarci, orientino in modo significativo le nostre scelte di viaggio.

Questo testo propone un viaggio alla ricerca di un turismo che faccia davvero bene: un percorso che attraversa le criticità e le contraddizioni della pratica turistica contemporanea tra sogni, aspettative, bisogni e la realtà delle destinazioni turistiche, per individuare buone pratiche possibili e cambi di paradigmi. Il primo passo è inevitabile e per certi versi rivelatore: fermarsi a osservare la figura, spesso ambigua, del turista e la sua eterna contrapposizione con il viaggiatore, nodo centrale da cui prende avvio il prossimo capitolo.

1. Turista o viaggiatore?

Un dualismo difficile da superare

Turista: termine con il quale i turisti designano, con una sfumatura di disprezzo, talvolta di noia, altri turisti.

Pierre Daninos (1958)



1. Il mito del viaggiatore

L'epoca del Grand Tour in Italia ha consegnato alla storia del viaggio la figura del viaggiatore aristocratico, principalmente nordeuropeo, desideroso di scoprire i luoghi del Mondo Classico, dopo gli anni di studio passati sui testi e le opere classiche. Era un viaggio formativo e rituale dove il giovane rampollo della nobiltà si confrontava con il mondo, passando verso l'età adulta attraverso un itinerario di esperienze culturali e, soprattutto, di vita vissuta. Era enorme il senso di privilegio che avvertivano questi nobili viaggiatori ritenendosi gli unici, per formazione culturale e ceto, a poter apprezzare e capire ciò che avrebbero visto e vissuto nelle terre d'Italia. Era un viaggio, quello del Grand Tour, che portava alla costruzione e alla conferma di una precisa identità di un determinato gruppo di viaggiatori. Questa identità si strutturava su tre pilastri fondamentali: il confronto con la cultura locale, il senso di appartenenza a un'élite e l'esclusività di genere.

Il confronto con la cultura dei luoghi visitati avveniva inevitabilmente attraverso il filtro delle aspettative e dei pregiudizi: ciò che non corrispondeva all'ideale classico appreso sui libri veniva spesso giudicato come decadente, corrotto, inferiore. Il senso di appartenenza a un'élite si manifestava in una rete di relazioni e di scambi tra i viaggiatori stessi, una sorta di club esclusivo – oggi la chiameremmo anche una community – in cui si condividevano esperienze, si chiedevano consigli, si scambiavano indirizzi di fiducia. Infine, l'esclusività di genere caratterizzava profondamente il Grand Tour: inizialmente riservato agli uomini, questo viaggio rappresentava anche un'occasione per esplorare non solo le bellezze artistiche e paesaggistiche dell'Italia, ma anche quelle personali, spesso in cerca di avventure – anche sessuali – lontano dagli occhi indiscreti della società di provenienza. Già in quel tempo lontano e romantico, si intravedevano così le prime ombre di un approccio al viaggio che oggi ci è fin troppo familiare. Accumulare reperti, oggetti, quadri e talvolta esperienze più personali e intime sfruttando povertà e disagio locali – era una pratica diffusa tra quei viaggiatori, un modo per portare con sé al rientro nelle loro residenze un pezzo dell'Altrove. Un Altrove che, come osservò lucidamente Zygmunt Bauman (Bauman, 1999) indagando gli aspetti negativi del turismo moderno, rischia di diventare una merce, un prodotto da consumare piuttosto che viverlo come un'esperienza autentica.

Il viaggio e il viaggiatore, nella loro essenza originaria, sono stati dunque per lungo tempo un privilegio riservato alle élite, una prerogativa esclusiva delle classi aristocratiche. In un mondo in cui le distanze erano

amplificate dalle difficoltà tecniche e logistiche, viaggiare era un atto di audacia e di prestigio, un'esperienza che richiedeva risorse, tempo e coraggio. Con il trascorrere del tempo, però, i grandi mutamenti economici e sociali cambiarono progressivamente il volto del turismo, trasformandolo da esclusiva esperienza d'élite a fenomeno sempre più accessibile. Le rivoluzioni industriali, veri e propri spartiacque nella storia dell'umanità, non solo modificarono il paesaggio urbano e le dinamiche lavorative, ma portarono con sé un progresso tecnologico che ridisegnò anche le modalità del viaggio. La nascita delle ferrovie, che collegavano città e nazioni, segnò una svolta epocale: le distanze, un tempo insormontabili, si accorciarono, rendendo i viaggi più veloci, sicuri e relativamente economici. Le navi a vapore, inoltre, con la loro capacità di sfidare i mari con velocità e affidabilità sempre maggiori, resero possibile l'esplorazione di terre lontane, aprendo le porte di un mondo interconnesso. Successivamente le prime automobili, simboli di libertà individuale, aggiunsero un nuovo livello di autonomia permettendo a chi ne possedeva una di tracciare percorsi personali, di viaggiare secondo il proprio ritmo, lontano dai vincoli delle rotte prestabilite.

Il senso di unicità e privilegio nel viaggiare aristocratico iniziò così a essere messo in discussione quando il giovane rampollo della nobiltà europea si rese conto che cominciava a condividere la sua esperienza con un numero crescente di viaggiatori di ceto anche inferiore al suo come la borghesia, con persone che si erano arricchite con il proprio lavoro e, inaspettatamente, anche con le donne che cominciavano a mettersi in un viaggio a loro prima escluso. Tutto ciò era troppo per l'identità dell'aristocratico viaggiatore e quando il Grand Tour iniziò a essere un viaggio alla portata di molti, egli si mise alla ricerca di nuove destinazioni da raggiungere, anche terre estreme e pericolose come le prime scalate in montagna o i safari in terra d'Africa; il tutto per ribadire con un nuovo altrove il suo status unico. Come scrive Marco D'Eramo (2017), da allora è iniziata una catena che si potrebbe definire di «non sopportazione turistica», ovvero, i nobili non vogliono viaggiare laddove ci sono troppi borghesi, i borghesi non vogliono stare dove ci sono troppi impiegati, gli impiegati non vogliono stare dove ci sono troppi operai, in una scala sociale che rifletteva il desiderio di distinzione; un'aspirazione ancora attuale nel variegato mondo del viaggiatore-turista contemporaneo.

La figura del viaggiatore e il suo immaginario hanno da sempre esercitato un fascino profondo e duraturo. Anche quando il viaggio ha progressivamente smesso di essere privilegio di pochi, aprendosi a fasce sempre più ampie della società, questo richiamo non si è affievolito. Al contrario, ha trovato nuova forza proprio in coloro che, per scelta o per