

RIPENSARE IL TURISMO, RISCOPRIRE L'OSPITALITÀ

L'albergatore altoatesino Michil Costa a Sirmione

per presentare il suo libro

La crisi dell'identità turistica è ormai innegabile: divertimento portato al parossismo ovunque, hotel intercambiabili, sfruttamento indecente del territorio – fino a rendere il tutto un orgiastico luna park.

“Questo, in sintesi, è ciò che intendo con turismo porno-alpino, una forma di mercificazione, una dimensione che si perpetua in un falso immaginario, priva di sensualità e di sentimento.”

Michil Costa, da “FuTurismo”

Sirmione, 22 settembre 2025 – La monocultura turistica, fatta di consumo rapido e omologazione, sta trasformando territori e comunità in scenografie senz'anima. Contro questo modello, l'albergatore e scrittore **Michil Costa** lancia un appello appassionato e visionario nel suo libro **FuTurismo** (Raetia Editore), dove invita a ripensare il concetto stesso di viaggio. L'autore sarà ospite a Sirmione, venerdì **31 ottobre 2025** alle **20:45** in Biblioteca Comunale, per presentare il suo libro e dialogare con la giornalista **Marina Brognoli**.

Costa descrive con lucidità la crisi dell'identità turistica contemporanea: un divertimento spinto all'eccesso, strutture intercambiabili, un territorio sfruttato fino a diventare un “orgiastico luna park”. Una deriva che porta ad una mercificazione che priva l'esperienza del viaggio di autenticità e profondità.

FuTurismo, propone un'alternativa fondata su sostenibilità, bene comune e vera accoglienza, capace di restituire dignità sia agli ospiti sia ai territori. Le riflessioni di Costa, pungenti e ricche di riferimenti letterari e personali, si rivolgono tanto agli addetti ai lavori quanto a chi viaggia con consapevolezza, cercando un'esperienza che coinvolga i cinque sensi e metta al centro le persone.

“Michil è un innamorato imprenditore” [...] Sono necessari imprenditori intelligenti - Michil lo è ed esige che tutti imparino a esserlo. Il patrimonio va valorizzato, non dissipato. E il patrimonio è essenzialmente ambiente, paesaggio, bellezza. Rovinarli, distruggerli significa distruggersi.”

così scrive il filosofo ed ex sindaco di Venezia **Massimo Cacciari** nella prefazione al libro, sottolineando da subito due importanti elementi alla base di una necessaria rielaborazione del concetto di turismo: l'amore per quello che si fa e il profitto che bisogna comunque trarne per sé e per gli altri. E nella sua concreta attuazione dell'Economia del Bene Comune Michil Costa punta a combinare questi due fattori. Invece di continuare a investire in infrastrutture costose e deleterie per l'ambiente, è importante far propria una cultura dell'ospitalità che faccia riscoprire agli ospiti il gusto di una vacanza all'insegna della vera accoglienza.

Un incontro che promette di essere una conversazione viva su un tema cruciale per il presente e il futuro delle nostre comunità: quale turismo vogliamo, e quale responsabilità possiamo assumerci – come viaggiatori, ospiti, albergatori, cittadini.

Michil Costa

Nato nel 1961, insieme alla sua famiglia gestisce, seguendo i principi dell'Economia del Bene Comune, a Corvara l'Hotel La Perla (Member of The Leading Hotels of the World) e il Berghotel Ladinia e, vicino a Siena, l'Albergo Posta Marcucci. È presidente della Maratona dles Dolomites. Nel 2007 ha fondato la Costa Family Foundation che promuove progetti di sviluppo in Africa, Asia e Sud America.

INFORMAZIONI:

visitsirmione.com

Ufficio Cultura e Turismo del Comune di Sirmione, 030 9909184 / cultura@sirmionebs.it



RAETIA

Contro la monocultura turistica

Riflessioni di un pioniere del turismo alpino sostenibile

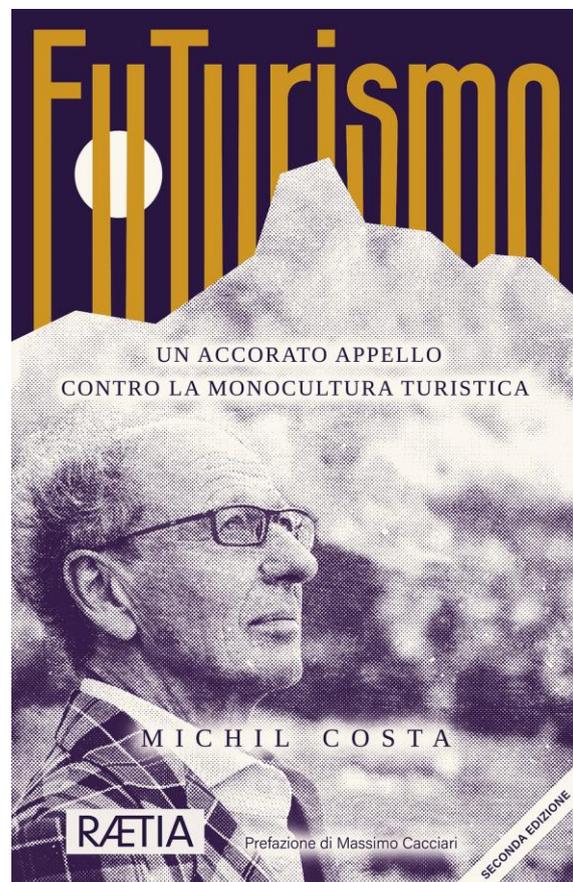
Prefazione di Massimo Cacciari, filosofo, ex sindaco di Venezia

Tante le testimonianze di personaggi famosi, come Corrado Augias, Carlo Cracco, Carlo Cottarelli, Lilli Gruber, Linus

“Oggi ci troviamo di fronte a un bivio preciso, dobbiamo compiere una scelta di campo netta e distinta di fronte al moloch turismo che incombe su di noi.”

Le ripercussioni della monocultura turistica sono evidenti soprattutto sulle Alpi: strade congestionate, seconde case, vuote, che fanno lievitare i prezzi immobiliari, impianti di risalita e piste su ogni vetta, concorrenza spietata tra strutture alberghiere. Ma è proprio questo quello che gli ospiti stanno cercando?

Michil Costa, albergatore esuberante ed entusiasta, uomo di cultura, ambientalista e visionario, invoca un nuovo senso del fare turismo – contro l’industrializzazione dell’economia turistica e a favore di una cultura dell’ospitalità basata sui solidi valori del bene comune, della sostenibilità e dell’umanità.



Michil Costa

FuTurismo

Un accorato appello contro la monocultura turistica

Brossura con alette | 13,5 × 21 cm | 172 pagine

euro 17,90

ISBN 978-88-7283-789-4

Michil Costa

Nato nel 1961, insieme alla sua famiglia gestisce, seguendo i principi dell’Economia del Bene Comune, a Corvara l’Hotel La Perla (Member of The Leading Hotels of the World) e il Berghotel Ladinia e, vicino a Siena, l’Albergo Posta Marcucci.

È presidente della Maratona dles Dolomites. Nel 2007 ha fondato la Costa Family Foundation che promuove progetti di sviluppo in Africa, Asia e Sud America.



Edition Raetia GmbH / Srl
Zollstangenplatz / Piazza Dogana 4
I – 39100 Bozen / Bolzano

T. +39 0471 976 904
MwSt.-Nr./Part. IVA: IT01411360215
Empfängerkodex / Codice destinatario: T04ZHR3

raetia.com

Michil Costa

FuTurismo

un accorato appello
contro la
monocultura turistica

Prefazione di Massimo Cacciari

RÆTIA

Prefazione

Il libro di Michil è una lunga, appassionante gita attraverso la storia delle sue montagne, gli incontri che ha vissuto, le voci che ha ascoltato vivendone le metamorfosi. È una storia drammatica, come tutte quelle davvero autentiche. Nulla di sentimentalistico o idillico. E nulla di oziosamente nostalgico.

Tutto ciò che vive obbedisce anche all'ordine del tempo. Vi è una dimensione della vita che vi si sottrae? Michil, è evidente, lo *crede*, ma non lo *sa* e con grande pudore non ne parla. Dunque, ciò che *sappiamo* è che montagne, boschi, torrenti si consumano come gli uomini che vi *con-vivono*. Consumarsi non significa finire nel nulla, ma, appunto, trasformarsi. Il problema è riuscire a dare a tale incessante trasformazione un senso, un fine, un orizzonte. Questo cerca Michil col suo libro, che è il racconto della sua esperienza, *Er-fahrung*, del suo viaggio: indicare, senza alcuna presunzione “magistrale”, quale *sensò* possa assumere oggi l'inevitabile trasformazione della montagna, della importante struttura economica che in essa ha preso forma, delle attività umane che la caratterizzano.

Michil è un innamorato *imprenditore*. Questo mi piace: tanto ama il suo *Mutterland* (patria è sempre in fondo *matria*), quanto mai dimentica che in esso opera, lavora, e lavorare si deve anche *con profitto* per sé e per gli altri. Sono necessari imprenditori *intelligenti* – Michil lo è ed *esige* che tutti imparino a esserlo. Il patrimonio va valorizzato, non dissipato. E il patrimonio è essenzialmente ambiente, paesaggio, *bellezza*. Rovinarli, distruggerli significa distruggersi. E i tempi possono essere ormai rapidissimi proprio in forza della straordinaria rapidità della crescita: territori che erano rimasti sostanzialmente identici per secoli e secoli fino a cinquant'anni fa, oggi sono minacciati da una trasformazione che spesso appare una violenta *negazione* della realtà precedente.

Michil ci mostra come ciò non sia affatto un destino, come si possa resistere a queste tendenze, e lo mostra discutendo *progetti concreti*, non astratte utopie. La sua è una *ecologia* propositiva e realistica, quella di cui il nostro mondo ha davvero bisogno.

L'imprenditore intelligente oggi non soltanto sa che deve essere il primo a difendere l'ecosistema in cui opera, ma anche che la sua impresa ha carattere sociale più ampio. Che lo voglia o no, l'impresa ha oggi questo carattere. Al negativo: quando, centrata su sé stessa e il proprio interesse "a breve", cerca di trarre dall'"ambiente" ogni risorsa possibile e non si cura dell'"energia" che in esso rimette. Al positivo: quando si organizza in modo tale da considerare tutti gli interessi che nel contesto in cui opera sono presenti e tutti questi vuole, per quanto possibile, soddisfare.

Massimo Cacciari

*filosofo, professore emerito di Estetica presso l'Università di Venezia,
ex sindaco di Venezia*

Fotografia pp. 8-9:

Ernesto Costa – padre di Michil Costa

A black and white photograph showing the interior of a car. A person's hand, wearing a plaid shirt, is visible on the steering wheel. The image is partially obscured by a white horizontal bar containing the text 'Introduzione'.

Introduzione



Entrai a far parte dell'azienda di famiglia, l'Hotel La Perla di Corvara, all'inizio degli anni ottanta. All'epoca nessuno si preoccupava del concetto di ospitalità, dei valori della nostra professione e nemmeno del marketing. Ci si limitava a lavorare come si era sempre fatto, tirandosi su le maniche, non lesinando l'impegno. La presenza in albergo dei miei genitori era costante: Anni ed Ernesto hanno l'ospitalità nel sangue. Nel percorso alla scoperta di questo mestiere, l'insegnamento più importante è stato il loro fulgido esempio. Per capire il significato del termine ospitalità, mi è bastato provare a emularli. Ma i tempi cambiano e le decadi scorrono e oggi ci troviamo di fronte a un bivio preciso, dobbiamo compiere una scelta di campo netta e distinta di fronte al moloch turismo che incombe su di noi. Le pagine che seguono vogliono essere da un lato considerazioni contro la monocultura turistica, espresse in base non solo alle mie esperienze personali, e dall'altro uno stimolo alla riflessione per capire quale passo fare, del resto siamo gente di montagna, verso una cima che non può essere fatta solo di consumo esasperato del territorio, di scelte urbanistiche spregiudicate, di obiettivi legati al dio profitto.

Il turismo in Val Badia nacque all'inizio degli anni cinquanta. La popolazione viveva sostanzialmente di agricoltura e questa nuova attività rappresentava la grande opportunità per uno sviluppo economico che avrebbe potuto rendere più facile la vita di ogni giorno. Non c'erano esempi professionali ai quali rifarsi, né istituti alberghieri da frequentare, men che meno concetti – quali, appunto, l'ospitalità – verso cui orientare la propria attività. Si lavorava semplicemente di buona lena per accogliere gli ospiti

nel miglior modo possibile. Si procedeva un po' per tentativi, sulla base dei propri valori culturali personali: il rispetto, la gentilezza, l'umiltà. Dopo il boom economico, negli anni settanta fu l'avvento del turismo invernale a costituire la svolta, portando lo sviluppo economico e urbanistico in tutta la vallata. Il turismo diventa così gran parte della nostra vita. Per tale ragione ho inserito fra le varie considerazioni sul tema alcune esperienze autobiografiche che contribuiscono a rendere più chiaro, ai miei occhi, il mondo dell'ospitalità nel suo insieme.

Oggi, giunti all'apice di questo sviluppo, siamo di fronte a un paradosso: l'estrema ottimizzazione delle strutture ricettive ha portato all'industrializzazione del settore turistico, tanto che più di qualcuno, anche tra gli operatori, avverte la necessità di dare un senso più profondo a questo mestiere. Io stesso, figlio di due pionieri del turismo dolomitico, fratello maggiore di due uomini meravigliosi, Mathias e Maximilian, entrambi fondamentali per lo sviluppo dell'azienda, dopo aver vissuto in prima persona l'evoluzione del settore dell'ospitalità dalla *fase eroica* degli anni settanta e ottanta a oggi, dovrei essere fiero dei risultati che abbiamo conseguito grazie al duro lavoro, in una valle remota come la nostra. Invece, quando sento parlare di industria turistica, di soverchiante monocultura, mi si stringe lo stomaco. Non vorrei essere frainteso: se condotta nella giusta maniera, come ogni altra cosa, l'industrializzazione del turismo porta ottimi risultati, soprattutto dal punto di vista economico. Ma la domanda che all'epoca della nascita del turismo nelle nostre vallate non avemmo il tempo di porci, rimane ancora senza una risposta: che senso vogliamo dare alla nostra ospitalità? Puntiamo su un'industria turistica volta a una continua massimizzazione del profitto? Oppure aspiriamo a un'accoglienza d'eccellenza che si fondi su valori più profondi quali la solidarietà, il bene comune, la sostenibilità ambientale, la *Menschlichkeit*, ovvero l'umanità? È

facile capire quale potrà essere la risposta dei più. Se invece approfondissimo la questione, capiremmo che dalla crisi dell'identità turistica nella quale ci siamo cacciati, potremo uscire solo se troveremo un'armonia tra le due aspirazioni e con essa la sintonia tra l'essere umano e l'ambiente che lo circonda. Solo se riusciremo a dare un senso alle prospettive future e ragioneremo in termini di bene comune, possiamo dare una concreta alternativa al dilagare del turismo porno-alpino che non solo sta logorando il magnifico territorio che madre natura ci ha donato, ma anche minando la nostra identità. Dobbiamo farlo, è nell'interesse di tutti.

Il turismo porno-alpino

La natura come capitale, il profitto come unico scopo aziendale, la monocultura turistica al posto della cultura dell'ospitalità, la turistificazione di massa al posto della convivenza: questo, in sintesi, è ciò che intendo con turismo porno-alpino, una forma di mercificazione, una dimensione che si perpetua in un falso immaginario, priva di sensualità e di sentimento. Una rappresentazione oscena che si manifesta da anni attraverso pratiche che hanno nel cemento e nella speculazione i fattori più subdolamente maschilisti e nella natura il soggetto sottomesso al più indecente meretricio. Non c'è afflato moralistico in questa definizione del modo di fare turismo che ormai si è diffuso ben oltre le montagne, piuttosto una semplice constatazione: la trivialità del turismo attuale sancisce la fine del turismo stesso. Per questo parlo di FuTurismo, nella convinzione che il turismo del futuro possa avere nuova vita e uscire dal postribolo in cui si è cacciato solo se entra in una dimensione altra che sappia rivalutare appieno il concetto di ospitalità.



Anni Costa con i figli Mathias e Michil

A un certo punto della storia dello sviluppo turistico nelle Alpi, negli anni caratterizzati dal post boom turistico, siamo quindi nei primi anni ottanta, si è iniziato a perdere la consapevolezza legata all'ospitalità che man mano è andata scivolando verso una messa in scena artificiale della cultura alpina. Un mito quasi fiabesco, quello di Heidi che vive tra i monti, una certa nostalgia di tempi forse mai esistiti, di una vita alpina fatta di baite di legno, di cuoricini, di dirndl, di strudel, di musicchetta leggera, di stufe calde e di una spensieratezza al limite dell'ipocrisia più becera. Questa coulisse pseudo alpina si è insinuata nel paesaggio turistico montano, rendendolo a tratti disneyano, senza ritegno e senza rispetto per la vera cultura autoctona, la storia, le tradizioni, le quali sono state tramutate sempre di più in concetti di marketing, pur sempre di grande successo. Il messaggio rivolto alla massa era ed è tuttora: "Auf der Olm do gib's koa Sünd" (lassù sulle Alpi non vi è peccato).

Parlo di un turismo porno-alpino perché questo tipo di turismo è una pratica al limite del buon senso, sembra forte ed eroico, in qualche modo sovrumano, invece è sfigurato, insensato, volto a creare eccitazione e soddisfare piaceri feticci. Il turismo porno-alpino ha banalizzato quella sacralità che la montagna ha avuto per secoli nella cultura autoctona, ha invaso confini mentali e territoriali, conquistando le vette, rendendole agibili alla massa, rendendole un semplice e banale prodotto di consumo.

Nel supermercato dell'umanità la condizione transitoria del paesaggio viene fissata come paesaggio originario atemporale. Ogni generazione crea così il suo proprio passato, apparentemente senza tempo, e nel farlo distrugge il passato dei padri, per dirlo con le parole di Lucius Burckhardt. Ciò che contesto è quindi l'abuso, il modo distorto e falso di fare turismo attraverso lo scempio quotidiano che esercitiamo nei confronti della natura, senza capire che è nella natura che troviamo la nostra redenzione.

Contrappongo al concetto del turismo porno-alpino che violenta la natura, il concetto della cultura dell'ospitalità, il nucleo pulsante della mia concezione di FuTurismo. La grande differenza sta nel modo di porsi, nel modo di concepire l'ospitalità: il vero a fronte del falso, la sincerità a fronte della pura messa in scena, la persona a fronte dell'industria turistica, il rispetto a fronte dell'effimera euforia, l'autenticità a fronte della finzione. Nel porno-turismo domina il catalogare le persone alla stregua di un buon affare. Nella cultura dell'ospitalità alberga un'idea di natura non straziata e snaturata, bensì ispiratrice nella consapevolezza che il depauperamento ecologico coincida con l'impoverimento del nostro essere umani.

Le pagine che seguono sono il frutto di esperienze vissute in prima persona in quanto albergatore figlio di albergatori. Ci sono frammenti di vita privata mischiati alla vita reale, ci sono emozioni che si fanno considerazioni, c'è l'andare del tempo che, giorno dopo giorno, assume la forma di una montagna in cui è bello salire in punta di piedi.

Nota: *ho voluto ricorrere spesso a citazioni, fra le quali trovano soprattutto spazio i classici e i greci, sia per il fatto che la cultura ellenica mi affascina, sia perché trovo che tuttora sappia legare insieme epoche e società diverse e successive. Sono i classici che ci aiutano a capire, a comprendere e a sapere di più su noi stessi, è la conoscenza che ci aiuta a mantenere vivo e continuo un filo rosso, il quale lega l'umanità, tutta l'umanità. Conoscere il presente attraverso il passato è un modo per riflettere e ripensare a quello che è stato e a quel che potrà essere il nostro futuro e il nostro FuTurismo.*

Indice

Prefazione di Massimo Cacciari	5
Introduzione	8
Il turismo porno-alpino	12
Il viaggio, tra accoglienza e ospitalità	16
L'incontro	19
Xenia	27
Il turismo, l'industrializzazione del viaggio	34
Dolomieu	37
Il fronte dolomitico	39
L'innevamento programmato	43
Il turismo in Alto Adige Südtirol: dati	49
Autoctonomia	53
I ladini delle Dolomiti	55
Posti letto	62
Schiavitù	72
Modelli	81
La musica, una legge morale	90
Tra vini, sculture e caffè	97
Il futuro dell'ospitalità	103
I turisti, comportamenti umani e tipologie di umanoidi	112
Gli alunni del Sole non ci sono più	115
I turisti che offendono	118

Le cose di casa, attività, idee, progetti di ieri, oggi e domani	122
La Maratona dles Dolomites	125
La Costa Family Foundation	130
I collaboratori	136
L'Economia del Bene Comune	145
This is the end, beautiful friend, alla fine di un lungo viaggio, tutto ricomincia	148
Ringraziamenti	159
Riferimenti bibliografici	163
Crediti fotografici	169