



Citation: E. dell'Agnese (2018) "One island, one resort". Il turismo enclave alle Maldive come eterotopia pianificata. *Bollettino della Società Geografica Italiana* serie 14, 1(1): 27-39. doi: 10.13128/bsgi.v1i1.87

Copyright: © 2018 E. dell'Agnese. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/bsgi>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

"One island, one resort". Il turismo *enclave* alle Maldive come eterotopia pianificata

"One island, one resort". Enclavic tourism in the Maldives as a planned heterotopy

ELENA DELL'AGNESE

Dipartimento di Sociologia e ricerca sociale, Università degli Studi di Milano-Bicocca, Milano, Italia

E-mail: elena.dellagnese@unimib.it

Riassunto. Lo sviluppo turistico delle Maldive, a partire dagli anni Ottanta del Novecento, è stato caratterizzato da una specifica forma di segregazione spaziale. La normativa che regolava il turismo a livello governativo offriva infatti ai visitatori stranieri solo la possibilità di soggiornare su isole altrimenti disabitate, destinate esclusivamente al turismo. Secondo il principio "One island, one resort", su ciascuna di queste isole era possibile realizzare un'unica struttura ricettiva (resort), la cui estensione coincideva con la sua intera superficie. Come altre enclave turistiche (Minca 2009), le "isole resort" delle Maldive possono rientrare nella definizione di eterotopia offerta da Foucault (1984). Tuttavia, a differenza delle enclave turistiche tradizionali, per lo più controllate da interessi e capitali stranieri, le isole resort delle Maldive sono il risultato di uno specifico orientamento della pianificazione locale e di un rigoroso controllo territoriale delle pratiche turistiche, e quindi possono essere definite come "eterotopie pianificate". Nonostante la riduzione del controllo sulle pratiche turistiche promossa dagli ultimi due Masterplan turistici governativi, e qualche tentativo isolato di favorire le connessioni fra i resort e le isole abitate degli atolli, la segregazione spaziale e culturale rimane una caratteristica specifica del turismo maldiviano.

Parole chiave: Maldive, "isole resort", pianificazione turistica, turismo enclave.

Abstract. Tourism development in the Maldives, since the 1980s, has been characterized by a specific form of spatial segregation, imposed by planning at the government level. Foreign tourists were allowed to stay exclusively on islands otherwise uninhabited, in special accommodation facilities (resorts). According to the "One Island, One Resort" principle, there was only one resort on each island, covering its entire area. Like other tourist enclaves (Minca 2009), the Maldivian resort islands may fall within the definition of heterotopia offered by Foucault (1984). However, unlike traditional tourism enclaves, which are mostly controlled by foreign interests and capital, the Maldivian resort islands are the result of a specific orientation of local planning and strict spatial control of tourism practices, and so may be defined as "planned heterotopias." Despite the subsequent reduction in spatial control of tourism practices, and some isolated attempt of networking the resorts with the atolls and the inhabited island, cultural and spatial segregation is still a specific feature of Maldivian tourism.

Keywords: Maldives, resort island, tourist planning, enclavic tourism.

1. Introduzione¹

Lo sviluppo turistico alle Maldive, a partire dagli anni Ottanta del Novecento, è stato caratterizzato da una specifica forma di segregazione spaziale, imposta dalla pianificazione a livello governativo. Ai visitatori stranieri era infatti consentito soggiornare esclusivamente su isole altrimenti disabitate, all'interno di apposite strutture ricettive (i resort). In base al principio "One Island, One Resort", per ciascuna isola vi era un unico resort, che ne occupava l'intera superficie. Le "isole resort" erano dunque *enclave* monofunzionali, isolate sia nei confronti della popolazione maldiviana, che non poteva accedervi, se non per lavoro, sia nei confronti dei loro stessi ospiti, che non potevano uscirne, se non attraverso escursioni programmate. Per i turisti internazionali, persino la possibilità di passare il controllo passaporti, e quindi di accedere al Paese, era subordinata al possesso di una prenotazione presso un resort.

Nel corso del primo decennio del nuovo millennio, il *Third Tourism Master Plan: 2007-2011* (Ministry of Tourism and Civil Aviation 2007) ha dato spazio ad altre offerte turistiche, come le *guesthouse* edificate sulle isole abitate, o le crociere, mentre il successivo *Fourth Tourism Master Plan 2013-2017* (Ministry of Tourism, Arts and Culture 2013) ha varato una serie di misure mirate a promuovere le relazioni fra i resort e le isole abitate. Nonostante la progressiva riduzione del controllo spaziale nei confronti delle pratiche turistiche e la nascita di forme di turismo più radicate nella comunità locale, la segregazione è rimasta una caratteristica specifica del turismo maldiviano; infatti, la formula del turismo *enclave*, a dieci anni dall'apertura delle prime *guesthouse*, è ancora la proposta turistica privilegiata dai visitatori stranieri e continua ad attrarre oltre i tre quarti dei turisti che si recano nel Paese (Ministry of Tourism 2017a). Anche il numero delle isole resort è

in costante crescita: nel 2006 erano 88, mentre nel 2016 sono giunte ad essere 126 (Ministry of Tourism 2017b).

Il modello dell' "isola resort" maldiviana sembra dunque tenere molto bene. Nel quadro della complessa articolazione spaziale dell'arcipelago, dove esistono per tradizione isole piantagione, isole industriali, isole aeroporto, e persino isole prigione (Rufin-Soler 2005), la specializzazione funzionale delle isole turistiche non costituisce una singolarità. Merita tuttavia di essere sottolineato il fatto che le isole resort costituiscono porzioni di spazio soggette a modalità di "territorializzazione" turistica (Turco 2012) decisamente particolari. Poiché sono prive di una popolazione residente, le isole resort sono fuori dal sistema amministrativo degli atolli e non sono neppure soggette alle norme imposte dalla religione al resto dell'arcipelago per quanto riguarda alcol, cibo e abbigliamento. Per di più, hanno una toponomastica ad uso turistico che talora si sovrappone a quella tradizionale, per richiamare simboli ed immagini dello stereotipo dell'"isola tropicale" (Lowenthal 2007; Baldacchino 2012) (con frequenti riferimenti al "paradiso", all'acqua, al sole, a Robinson Crusoe), oppure al lusso o ad elementi paesaggistici tipici dell'atollo corallino (coralli, lagune, *reef*), anche se talora utilizzano termini della lingua locale, per mantenere un tocco di specificità maldiviana. Anche per quanto riguarda la trasformazione materiale, il riferimento costante è il paesaggio tipico dell'"isola tropicale" con i suoi "iconemi" (Turri 1998), ossia le palme da cocco, la sabbia candida e il mare cristallino (dell'Agnese 2016), anche se questo comporta un'alterazione morfologica del contesto e un lavoro di manutenzione costante, talora distruttivo nei confronti della vegetazione costiera.

Le isole resort delle Maldive possono rientrare nella definizione di "eterotopia" offerta da Foucault (1984, ed. it 1998). Secondo Foucault, le eterotopie² sono "spazi differenti", rispetto al territorio circostante, che hanno il potere di giustapporre "in un unico luogo reale, numerosi spazi tra loro incompatibili" (Foucault 1998, 313); inoltre, sono spazi dove non si accede liberamente, in quanto "presuppongono sempre un sistema d'apertura e di chiusura che le isola e, al tempo stesso, le rende penetrabili" (Foucault 1998, 314). Infine, si definiscono come eterotopie gli spazi che "hanno una funzione rispetto a

¹ Questo studio è stato reso possibile grazie al supporto del Marhe Center, della Università di Milano-Bicocca, e in particolare alla possibilità di lavorare presso l'*outpost* di Magoodhoo, atollo di Faaf, gestito dal Marhe Center. Ringrazio inoltre il direttore, prof. Paolo Galli, e i colleghi, Marcella Schmidt di Friedberg e Stefano Malatesta, per gli scambi di idee e le critiche costruttive. Fare ricerca sui resort delle Maldive, data la natura di spazio "segregato" che li contraddistingue, non è semplice. Per questo lavoro, ho preso in esame una dozzina di resort, visitati a più riprese in un arco di tempo compreso fra il 2012 e il 2018, dove in alcuni casi ho svolto "osservazione partecipante coperta" e "ricerca visuale", in altri casi ho potuto effettuare interviste non strutturate ai turisti, al personale e ai manager. Inoltre, per ciascun resort, il sito www.mondo-maldives.it riporta informazioni relative a dimensioni dell'isola, strutture disponibili, tipo di camere, indicazioni relative ai costi, fotografie e una 'carta turistica', uguale a quella a disposizione dei visitatori, in cui sono indicate la disposizione delle strutture turistiche, ma in genere mancano legenda e scala.

² "In ogni cultura e in ogni civiltà esistono anche dei luoghi reali, dei luoghi effettivi, dei luoghi che sono predisposti nell'istituzione stessa della società, e che costituiscono delle specie di contro-spazi, delle specie di utopie effettivamente realizzate in cui gli spazi reali, tutti gli altri spazi reali che possiamo trovare all'interno della cultura, sono, al contempo, rappresentati, contestati e rovesciati, delle specie di luoghi che stanno al di fuori di tutti i luoghi, anche se sono effettivamente localizzabili. Dato che rappresentano qualcosa di assolutamente diverso da tutti gli spazi che riflettono e di cui parlano, chiamerò questi luoghi eterotopie, in contrapposizione alle utopie" (Foucault 1998, 310).

tutto lo spazio restante. Questa funzione si dispiega tra due poli estremi. Esse hanno il compito di creare uno spazio illusorio che denuncia come ancora più illusorio l'intero spazio reale, tutti gli spazi in cui la vita umana è suddivisa in compartimenti... Oppure creano un altro spazio, un altro spazio reale, tanto perfetto, meticoloso e ben sistemato, quanto il nostro è disordinato, mal disposto e caotico” (Foucault 1998, 315). Come eterotopie, lo stesso Foucault classifica, insieme alla nave e al cimitero, anche i villaggi vacanza, in stile polinesiano, dell'isola di Djerba³, “che offrono agli abitanti delle città tre brevi settimane di nudità primitiva ed eterna”.

Come altre enclave turistiche (Minca 2009), dunque, anche le isole resort delle Maldive sono delle eterotopie, sono costituiscono spazi “a parte” rispetto al territorio circostante, non sono liberamente accessibili e, soprattutto, nel disegno e nella scenografia, rispecchiano paesaggi altri e altre realtà (“l'isola deserta”, “l'architettura del piacere”, il “ritiro di lusso”) (King 1997). A differenza delle classiche enclave, usualmente oggetto di “territorializzazione eterocentrata” (Minca 2000) in quanto controllate per lo più da interessi e capitali stranieri, tuttavia, le isole resort delle Maldive rappresentano il risultato di uno specifico orientamento della pianificazione locale e di un rigoroso controllo governativo delle pratiche turistiche dal punto di vista spaziale.

Dopo una breve panoramica della letteratura degli studi sul turismo enclave, verrà qui offerta una presentazione delle Maldive come destinazione turistica e una specifica introduzione al modello turistico “One island, one resort”; verranno poi esaminati i processi di segregazione spaziale dell'isola resort e della sua trasformazione in un'icona del lusso, per giungere alla sua descrizione in qualità di “eterotopia pianificata”.

2. Il turismo enclave

Si può parlare di turismo *enclave* nei confronti di diversi tipi di spazio. Secondo Cohen e Neal (2012), ad esempio, è possibile distinguere tra quartieri urbani monofunzionali, enclave per *backpacker*, enclave turistiche religiose e resort. Un'ulteriore distinzione può essere fatta tra le enclave in cui sono riuniti diversi alberghi e quelle costituite da singole attività commerciali, isolate dal resto del territorio. Anche “il grado e le modalità di differenziazione o segregazione” tra i locali e i turisti

possono variare notevolmente (Saarinen 2017)⁴. Così, le enclave composte da più attività commerciali, come i quartieri urbani a specializzazione turistica, hanno usualmente limiti esclusivamente funzionali, mentre i singoli stabilimenti commerciali, che in genere corrispondono a proprietà private, possono essere delimitati da barriere fisiche (come muri o cancellate). In ogni caso, ciò che accomuna questi diversi tipi di spazio turistico è il fatto di essere chiaramente distinguibili rispetto al territorio circostante, sia in relazione alle attività economiche, interamente dedicate al turismo, sia per quanto riguarda i comportamenti sociali.

“Like tourists, resorts have been the butt of jokes and criticism and make easy targets”: così scriveva King qualche tempo fa (2001, 175). In effetti, i resort e gli spazi enclave, sin dagli anni Ottanta, sono stati bersaglio di pesanti critiche nell'ambito degli studi sul turismo, quasi fossero l'incarnazione di “molti degli eccessi del turismo moderno” (King 1997, 12). Krippendorf (1987, 70-71), ad esempio, definisce le enclave turistiche come spazi “recintati e sterilizzati”, che non solo non offrono nulla di “autentico” ai loro visitatori, ma sono ripuliti da ogni possibile contaminazione da parte della “società reale” che si trova al di fuori. Nella stessa direzione vanno Carlisle e Jones (2012, 1), secondo cui le enclave sono “molto efficaci nel proteggere i turisti dalla dura realtà della povertà circostante”, mentre al contempo offrono ai loro ospiti un “paesaggio esotico attentamente costruito”, un “paesaggio da sogno” che mette in evidenza la “superiorità sociale e culturale” di chi sta dentro, nei confronti di tutto ciò che lo circonda. Inoltre, la modalità organizzativa delle enclave fa sì che l'interazione più stretta si verifichi tra gli ospiti, piuttosto che tra i turisti e i locali (Harrison, 2001). Jarkko Saarinen, per questo, sottolinea che, oltre ad essere *all-inclusive* per gli ospiti, le enclave turistiche, sbarrate nei confronti della comunità locale, sono *all-exclusive* per tutti gli altri (2017). Dei locali, entra solo chi lavora, che tuttavia in genere ricopre “le posizioni più umili” (MacCannell 1992, 174), perché le posizioni di vertice sono occupate da manager stranieri. Anche le ricadute economiche delle enclave sull'intorno territoriale sono estremamente limitate; i resort infatti non solo non si appoggiano a fornitori locali di servizi, ma tendono anche a limitare la mobilità dei turisti, così che questi assai raramente si rivolgono alla comunità esterna per i propri acquisti (in questo senso, la segregazione turistica più spinta era quella “sperimentata dal Club Méditerranée francese [...] dove qualsiasi spesa da parte dei turisti [...] viene sostituita da un sistema di gettoni prepagati”

³ Secondo il curatore dell'edizione italiana (1998, 316), “Foucault si riferisce a uno dei primi insediamenti del Club Méditerranée a Djerba (Tunisia)”.

⁴ La traduzione è dell'autrice, come tutte le altre nell'articolo, se non altrimenti specificato.

[Lea 1988, 22]). Così, le enclave turistiche possono essere definite come “forme estreme di segregazione spaziale” (Minca 2000, 389). Infine, sin dai tempi di Britton (1981 e 1982), le enclave vengono generalmente accettate come “prodotti del capitalismo globale e di un’economia di mercato neoliberista non locale” (Saarinen 2017).

In realtà, le enclave turistiche non sempre sono il frutto di un “processo eterocentrico di territorializzazione” (Minca 2000), ossia non sempre sono il prodotto di interessi e di scelte economiche scollegati dalla realtà locale. In alcuni contesti, al contrario, le enclave sono state favorite da scelte governative centrali, con l’idea di massimizzare “i proventi dell’industria incoraggiando il turismo (...) con un minimo di contatti locali (...)” (Lea 1988, 24). Il fine era quello di evitare che le culture locali fossero sopraffatte da influenze esterne e di proteggere la bellezza del paesaggio, implementando allo stesso tempo il turismo e i suoi profitti (Bodlender, Lickorish, 1991), nella speranza di ottenere rendimenti elevati “da un numero minore di visitatori che spendono di più”.

Una simile strategia di pianificazione venne attuata, ad esempio, in Indonesia negli anni Settanta, quando la francese *Société Centrale pour l’Équipement Touristique Outre-Mer* (SCETO) ricevette dal governo di Giacarta l’incarico di delineare un piano che permettesse di perseguire lo sviluppo turistico dell’isola di Bali, senza al contempo alterarne le peculiarità culturali. La soluzione proposta fu quella di creare, accanto a Kuta e Sanur, località già parzialmente compromesse da una crescita turistica convulsa, una destinazione monofunzionale, dove concentrare gli hotel più lussuosi dell’isola (McTaggart 1980). Venne così scelta una penisola situata nella parte meridionale di Bali, poco abitata a causa della limitata fertilità del terreno, dove fu realizzata la nuova *enclave destination* di Nusa Dua. Il tentativo di limitare l’impatto turistico non fu però un successo: intorno all’enclave fiorirono rapidamente attività ristorative e commerciali, che ridussero gli effetti di segregazione economica, attirando i turisti al di fuori dell’enclave e incrementando i guadagni della comunità, ma nello stesso tempo innescarono quei processi di degrado paesaggistico e culturale che il progetto voleva evitare (dell’Agnese, 1996/97). In altri contesti, invece, la segregazione turistica pianificata è stata molto più efficace. È il caso delle Maldive, dove il modello del turismo enclave, imposto negli anni Ottanta, è rimasto inalterato sino alla prima decade del nuovo millennio.

3. Le Maldive come destinazione turistica

Le Maldive sono uno Stato arcipelagico formato da 1192 isole coralline, allungate nell’Oceano indiano, in

prossimità dell’Equatore, che copre una Zona Economica Esclusiva di circa 859.000 kmq. Le isole, raggruppate in atolli, hanno mediamente una superficie inferiore a 5 kmq e in genere non arrivano a superare i 2 metri di altitudine sul livello del mare.

Queste caratteristiche fisiche conferiscono loro il cosiddetto “fattore Robinson”, ossia quel senso di isolamento e apparente naturalità che ne costituisce attrazione turistica più importante (Shakeela, Weaver 2017, 266). Come sottolineato dal *Third Tourism Masterplan* (Ministry of Tourism and Civil Aviation 2007, 23), infatti, “il fascino delle piccole, fragili e delicate isole coralline è la caratteristica principale che differenzia e valorizza l’immagine esclusiva delle Maldive sul mercato”. Le stesse caratteristiche sono tuttavia anche la causa principale della loro vulnerabilità ambientale. Non solo le isole sono considerate una delle regioni del mondo maggiormente a rischio, per quanto riguarda il cambiamento climatico (Shaig 2006; Malatesta, Schmidt di Friedberg 2017), ma, a causa della loro natura corallina, sono anche “tra le aree geomorfologicamente più dinamiche del pianeta” (Kench 2012, 1).

L’isola capitale, Malé, ha una superficie di appena 5,8 kmq, ma ospita il 38% dell’intera popolazione residente (352.395 individui, secondo il National Bureau of Statistics, 2017). Il resto della popolazione è sparso tra le altre 187 isole abitate. Delle restanti 1004 isole non abitate, 126 sono occupate da un resort, mentre le altre sono destinate a vari usi: alcune sono “isole pic-nic”, vengono cioè utilizzate dai locali come spazio per il tempo libero, altre hanno funzioni specifiche, come l’aeroporto, oppure ospitano piantagioni di cocco, o altre attività agricole e industriali, altre ancora sono semplicemente “isole deserte”.

Culturalmente, il Paese è abbastanza unito: c’è una sola lingua parlata, il *dhivehi*, e solo una religione, l’Islam, che per secoli è stata praticata da gran parte della popolazione in modo non eccessivamente rigido (ad esempio negli anni Settanta del Novecento, come testimoniano le fotografie pubblicate da Bernini, Corbin 1973, le donne non indossavano ancora il velo). Negli ultimi decenni, tuttavia, si è innescato un processo di islamizzazione piuttosto intenso, che ha coinvolto anche la dimensione politica della nazione. Nel 1997, l’Islam è stato designato come religione di Stato nel 1997 e dal 2008 l’articolo 9 sezione D della Costituzione richiede l’adesione alla religione di Stato da parte di tutti i cittadini maldiviani. Parallelamente, si è imposta anche una interpretazione sempre più severa delle pratiche religiose e delle norme, tramite l’applicazione della *Shari’a*. Attualmente, i prodotti non consentiti dall’Islam (come alcool, carne di maiale e materiale pornografico)



Figura 1. Carta delle Maldive. Fonte: United Nations 2012. *Maldives*, Map No. 4479. <http://www.un.org/Depts/Cartographic/map/profile/maldives.pdf>

non possono essere posseduti, consumati o importati, né possono esservi introdotti simboli di altre religioni. Questo processo di islamizzazione ha influito anche sulle relazioni tra i generi: la costituzione garantisce pari diritti alle donne maldiviane, che non sono discriminate nel loro accesso all'istruzione primaria e alla salute, ma "altre restrizioni sociali e culturali, in particolare in relazione al ruolo delle donne all'interno e all'esterno della casa, persistono e possono essere in espansione" (El-Horr, Prabha Pande 2016). Inoltre, la crescente militanza religiosa vissuta da alcune componenti della popolazione rischia di portare ad un aumento del "conflitto percepito tra Islam e Occidente" (Naseem 2015).

La progressiva affermazione di un Islam più severo non si è tuttavia scontrata con lo sviluppo del turismo internazionale; al contrario, negli stessi anni, contemporaneamente al processo di irrigidimento religioso, il turismo è fiorito, sostituendosi alla pesca come principale settore economico del Paese. Oggi, il turismo fornisce, direttamente e indirettamente, circa il 78% del PIL totale (World Travel & Tourism Council 2015). I visitatori, di provenienza prevalentemente europea ed asiatica (soprattutto cinese), sono attratti dal cliché dell' "isola tropicale": secondo i dati raccolti dalla *Maldives Visitors Survey* (Ministry of Tourism 2017a), nel 2016 "quasi il 20% dei visitatori internazionali ha affermato di visitare le Maldive a causa delle loro spiagge, mentre il 18% dei visitatori è motivato dalla bellezza subacquea e il 12% dal fatto che sono piccole isole". Il numero totale di arrivi (1.286.135 nel 2016) (Ministry of Tourism, 2017b) è circa quattro volte superiore al volume della popolazione locale; i posti letto sono 37.482, oltre il 70% dei quali concentrati nelle 126 isole resort, mentre il restante 30% è sparpagliato tra alberghi, guesthouse e *safary boats*. Le isole destinate allo sviluppo turistico sono di proprietà dello Stato e vengono concesse in *leasing* agli imprenditori turistici per la creazione dei resort; il 40% di esse sono gestite da società locali e la parte restante da società straniere (43,5%) o in *joint venture* (16,5%). I resort, tutti classificati da 3 a 6 stelle, sono tipicamente contrassegnati come destinazioni di lusso (Ministry of Tourism 2017b). A questo proposito, il 32% dei turisti intervistati nella *Maldives Visitors Survey* citata in precedenza (Ministry of Tourism 2017a) dichiara di aver speso tra i 5.000 e i 10.000 dollari a testa per il soggiorno, il 12% tra i 10.000 e i 20.000 e il 3% oltre i 20.000 (Ministry of Tourism 2017a).

Il turismo alle Maldive ha una precisa data di nascita. Il primo gruppo di turisti giunse infatti sulle isole nel febbraio del 1972 dall'Italia, al seguito di un certo George Corbin, un viaggiatore italo-inglese che lavorava appoggiandosi ad un tour operator milanese, *Sesto Con-*

tinente, e voleva promuovere le Maldive come destinazione turistica. Si trattava di una ventina di appassionati di pesca, tutti italiani, e di un fotografo, Franco Bernini. Di notte, dormivano in case private, ospiti di Ahmed Naseem, Mohamed Umar Maniku e Hussain Afeef, amici maldiviani di George Corbin, e durante il giorno praticavano la pesca con la fiocina; per mangiare, si erano portati la pasta da casa, perché i maldiviani non avrebbero saputo cosa offrire loro⁵. Con il fotografo, Corbin pubblicò in seguito un volume dal titolo *Maldives. 2000 isole felici*, dove descriveva le isole come "isole di sogno, pace e amore... in un incredibile isolamento etnico e geografico" (Bernini Corbin 1973, 5). Fu quello il primo strumento promozionale per la costruzione delle Maldive come destinazione turistica. Il secondo gruppo di turisti, ancora costituito da italiani, giunse ad ottobre, ma in questo caso venne ospitato all'interno di una struttura ricettiva, il primo resort delle Maldive, che nel frattempo era stato costruito da Corbin e dal suo gruppo di soci maldiviani su Vihamanaafushi, un'isola non abitata in prossimità di Malé. Il resort venne chiamato *Kurumba*, con un termine *dhivehi* che significa "cocco acerbo" (il frutto che, secondo la tradizione maldiviana, viene offerto agli ospiti in segno di benvenuto). Nel dicembre del 1972 venne aperto un secondo resort, su un'altra isola non abitata, Bandos, da parte di una società di maldiviani di cui faceva parte anche l'allora presidente della Repubblica, Ibrahim Nasir. In questo caso, la toponomastica non venne alterata e il resort si chiama tuttora *Bandos*.

Il modello "One island, one resort", che sarebbe stato in seguito implementato su base governativa, nasceva così. Non era a quei tempi il risultato di una strategia specifica, ma il prodotto da un lato dell'ambizione di fare delle Maldive un rifugio idilliaco, e dunque del bisogno di sviluppare le attività turistiche su isole non abitate, e dall'altro del desiderio, da parte dei primi imprenditori, di "avere a disposizione attrezzature ricettive appositamente costruite per ospitare i turisti" (Amhed Niyaz, comunicazione personale, 31 marzo 2017). In questi primi anni, lo sviluppo del turismo non era ancora regolamentato. I turisti potevano praticare la pesca con il fucile, raccogliere qualsiasi tipo di souvenir e andare ovunque nell'arcipelago, se avevano una barca privata o se erano disposti a navigare su una nave da carico o da pesca. Potevano dormire sulle barche, prenotare una camera in un resort o rimanere in una

⁵ Informazioni fornite in una intervista da M.U Maniku, allora socio di Corbin nella creazione del *Kurumba* e oggi presidente della Universal Enterprise, una società maldiviana che possiede la maggiore catena di resort sulle isole. Vedi Zahir 2016.

delle prime guesthouse create in quegli anni nelle isole intorno a Malé (Niyaz 2017, 1). Nel 1976 venne aperto un Ente governativo per il turismo, ma “il governo aveva un atteggiamento passivo, lasciando la politica del turismo, la pianificazione e gli sviluppi nelle mani di investitori e operatori” (Shakeela, Weaver 2017, 268). Alla fine della presidenza di Ibrahim Nasir, nel 1978, c'erano già 17 resort, con 1300 posti letto.

Con il nuovo presidente, Maumoon Abdul Gayoom (1978-2008), questo primo periodo di *laissez-faire* finì e il comparto turistico iniziò ad essere sottoposto a maggiori controlli. Nel 1978 venne creato un nuovo Department for Tourism and Foreign Investments (DTFI) (rinominato Department for Tourism nel 1982 e trasformato in Ministry of Tourism nel 1988) e nel 1979 venne varata la prima legge maldiviana sul turismo (L. n. 15/79). Al fine di mettere in atto una strategia per il turismo di qualità (Scheyvens 2011), vennero poste misure che proteggevano l'ambiente naturale; sulla base di tali norme, tuttora in vigore, nelle isole resort viene limitato lo spazio edificabile e non possono essere costruiti edifici più elevati delle cime degli alberi. Inoltre, ai resort venne da allora imposto di gestire in autonomia le proprie risorse energetiche, le acque e i rifiuti. Venne anche introdotta una forma di tassazione diretta, da aggiungersi al conto alberghiero, al fine di reindirizzare parte degli introiti al governo centrale. All'epoca, il modello “One island, one resort” era già ampiamente implementato; come testimonia il report redatto da un gruppo di osservatori della Banca Mondiale (Sarwar Lateef et al. 1980, 46), nel 1980 c'erano 25 resort in funzione. Secondo lo stesso report, “ogni resort occupa la propria isola e forma una comunità turistica autonoma. Non ci sono insediamenti maldiviani nelle isole turistiche se non per ospitare il personale”. Tuttavia, in quegli anni i resort non erano l'unica forma possibile di alloggio turistico, dato che sulle isole abitate esistevano alcune guesthouse. Nel 1983, venne lanciato il *First Tourism Masterplan 1983-1992*, che enfatizzava l'importanza della protezione dell'ambiente, ma ancora non poneva vincoli alla distribuzione spaziale dei turisti. La situazione cambiò l'anno dopo, quando “per trovare una soluzione al problema socio-culturale [portato dalla presenza dei turisti] e per preservare i valori indigeni dei locali che vivono in isole abitate”, il governo revocò il permesso di alloggiare in guesthouse (Niyaz 2017, p. 98).

Con questo atto legislativo venne di fatto imposta la segregazione spaziale del turismo. Il divieto di dormire al di fuori dei resort ghettizzava i turisti internazionali, limitando la loro possibilità di movimento da un'isola all'altra all'interno dell'arcipelago; allo stesso tempo, le isole resort rimanevano *off limits* per i maldiviani. Que-

sto avvenne perché, come osserva Niyaz (2017), molti imprenditori temevano che se i turisti avessero iniziato a frequentare in gran numero le guesthouse, sarebbe diminuita la domanda per i resort. Un'altra ragione era legata al desiderio di evitare il deterioramento della qualità dei servizi turistici, che rischiava di scaturire dalla presenza eccessiva di turisti nelle isole abitate (Firaag 1997, 187). Inoltre, il comportamento e agli standard di abbigliamento dei turisti venivano considerati “irrispettosi delle usanze locali e della religione” (Scheyvens 2011, 152). Il governo maldiviano perciò proibì il turismo nelle isole abitate con il triplice scopo di proteggere il mercato dei resort, garantire la qualità dell'offerta turistica e preservare la specificità culturale della regione. Per anni, questa strategia venne considerata come un grande successo, tanto da impressionare favorevolmente numerosi osservatori. Linda Richter (1989, 167), ad esempio, scrisse che “il Paese aveva affrontato lo sviluppo turistico con intelligenza”, mentre la stessa World Tourism Organization lodò le Maldive perché offrivano un eccellente esempio di turismo sostenibile (Scheyvens 2011, 152). La strategia di segregazione spaziale del turismo veniva elogiata “in primo luogo per l'impatto positivo sui profitti del turismo e sulla qualità dei resort” (Sathiendrakumar, Tisdell 1989, 259); inoltre, come rimarcavano gli stessi autori, grazie a questa politica di sviluppo turistico, “le Maldive sono riuscite a ridurre il costo sociale del turismo (...)”. Per questo, il turismo enclave è rimasto il perno delle leggi e norme che hanno regolamentato il settore fino al 2000, come la nuova legge sul turismo delle Maldive (legge n. 2/99), e dei vari piani di sviluppo nazionale (PSN), dei piani regolatori del turismo (PGT) e dei piani d'azione nazionali per l'ambiente (PNAE).

4. L'isola resort come spazio enclave

L'isola resort maldiviana costituisce uno spazio turistico separato dal resto del contesto socio-spaziale, anche se non è recintata da muri o da altre barriere umane. A causa della sua struttura fisica, i suoi confini appaiono come confini naturali, stabiliti dal mare, e l'isolamento come una ovvia conseguenza dell'insularità, la segregazione è al contrario il frutto di una scelta politica o, meglio, il prodotto di una strategia volta a mantenere una separazione tra i turisti internazionali, con le loro aspettative e comportamenti culturali, e la popolazione locale, con le sue abitudini e le sue norme religiose.

L'isola resort maldiviana è gestita come una proprietà privata, dove solo gli ospiti paganti e i lavoratori sono autorizzati a mettere piede. Anche chi può sbarcare sull'isola, tuttavia, non gode di piena libertà di movimen-

to, in quanto anche all'interno dell'isola vi sono molti confini, che dividono le zone turistiche dalle aree destinate alla manutenzione e dagli spazi riservati alla manodopera. Sia le zone di lavoro sia le aree di servizio sono recintate e rese invisibili agli ospiti da barriere fisiche (generalmente muri, spesso ricoperti da rampicanti tropicali). I turisti non sono ammessi nei dormitori e negli alloggi dei lavoratori, nella moschea e negli spazi ricreativi riservati al personale. I turisti non possono neppure entrare nelle zone di servizio in cui vengono trattati energia, rifiuti e acqua. Per contro, i lavoratori possono andare solo dove il loro lavoro li porta, per cui la loro libertà di movimento sull'isola è ancora più ridotta.

Altri confini sono meno visibili, ma altrettanto potenti. Come già detto, per i turisti internazionali l'isola resort è uno "spazio a parte" per quanto riguarda le norme religiose del Paese. Perciò, per loro non valgono le restrizioni relative al cibo, al sesso o all'alcol in vigore nelle isole abitate delle Maldive ma le stesse eccezioni non si applicano ai quartieri dei lavoratori. Inoltre, i turisti possono indossare costumi da bagno in spiaggia, ma non ciò non è consentito ai lavoratori; i turisti di entrambi i sessi possono usufruire della spa, e trovarvisi in uno stato di nudità quasi totale, mentre nessun addetto alla manodopera può entrarvi, fatta eccezione per massaggiatrici ed estetiste (di solito non maldiviane).

Con l'arrivo di clienti provenienti dai Paesi musulmani, questa intricata compartimentazione degli spazi del lecito e dell'illecito si è arricchita di ulteriori confini. Per i nuovi arrivati, infatti, l'abitudine di servire cibo non halal all'interno dei resort deve essere invertita e nuovi spazi privati devono essere riservati per offrire loro la libertà che desiderano. Anche se possono condividere alcuni spazi comuni con gli altri ospiti, come i ristoranti e la hall, i turisti musulmani sono soliti prenotare ville con piscine private e giardini circondati da mura, in modo che le donne possano fare il bagno in compagnia esclusiva delle loro famiglie. Così, la struttura spaziale dell'isola resort si configura come in un gioco di scatole cinesi (dell'Agnese 2016b): piccole enclave (dove si praticano norme religiose islamiche) sono inserite all'interno dell'enclave turistica, la quale rappresenta uno spazio separato (dove non si mettono in atto le norme islamiche), all'interno di un Paese musulmano (dove queste norme vengono implementate con rigore).

La segregazione dell'isola resort non ha un impatto esclusivamente spaziale o sociale. Dal punto di vista economico, le relazioni del resort con le isole circostanti sono molto ridotte, visto che gli ospiti dei resort generalmente non le visitano, non vi fanno acquisti e non frequentano locali e ristoranti (anche perché ve ne sono davvero pochissimi). Inoltre, i due quinti della manodopera

impiegata nei resort non sono locali (secondo i dati del censimento del 2014, gli stranieri che lavorano nei resort sono 16.388 e i maldiviani 27.828)⁶. Per questo, come sottolinea il *Maldives Human Development Report 2014* (Sobir et al. 2014), una buona parte del reddito generato dai resort non ha alcun impatto sull'economia locale. Il *leakage* è causato dal bisogno elevato di prodotti di importazione, dal fatto che molti dipendenti sono stranieri e dunque inviano all'estero i propri guadagni in forma di rimessa, che molti servizi sono offerti da tour operator stranieri e che anche i trasporti sono legati a compagnie aeree internazionali. Lo stesso report riporta una stima secondo cui la percentuale degli introiti turistici che non rimane alle Maldive sarebbe pari al 60%, o addirittura all'80% del totale. Anche a livello nazionale le ricadute sono piuttosto limitate; infatti, di ciò che rimane, una cospicua quota si concentra nelle mani di una manciata di gruppi societari maldiviani, contribuendo assai poco a ridurre le disuguaglianze di reddito presenti nel Paese.

5. L'isola resort come "paesaggio da sogno"

Oltre ad essere uno spazio segregato, l'isola resort è configurata come un "paesaggio da sogno", sulla base di una serie di caratteristiche comuni ad altri spazi turistici enclave. Innanzitutto, è il risultato di un processo di "de-differenziazione e specializzazione del prodotto resort", volto ad offrire al visitatore – attraverso temi ricorrenti – l'idea di entrare in uno "spazio di piacere" (Shaw, Agarwal 2012, 245). Si parla, in proposito, di una vera e propria "architettura del piacere" (King 1997), mirata a rassicurare i visitatori di essere "nel posto giusto" (Ayala 1991, 569), ossia nel luogo capace di garantire loro il giusto divertimento. Così, "il paesaggio esotico, ma accuratamente costruito ..., promuove un senso di agio e sicurezza e un'esperienza unica di relax" (Carlisle, Jones, 2012, 10).

L'"architettura del piacere" si basa sulla presenza di elementi ricorrenti, che fungono da "iconema", ovvero da "unità percettiva elementare" (Turri 1998), e come tali vengono immediatamente riconosciuti dagli ospiti: si tratta della lobby, che deve essere grandiosa, delle fontane e dei giochi d'acqua, che devono gorgheggiare sullo sfondo, degli spazi verdi, che devono apparire rigogliosi, anche se a tal fine vengono introdotte essenze che nulla hanno a che fare con le specie locali, e ovviamente della piscina. Il processo di adeguamento paesaggistico dell'i-

⁶ National Bureau of Statistics, <http://statisticsmaldives.gov.mv/statistical-release-iv-employment>

sola resort comprende perciò anche la creazione di giardini e fontane, che niente hanno a che fare con la fauna e la flora endemica delle isole, ma sono arricchiti da elementi capaci di offrire un'immagine genericamente orientale, come le carpe giapponesi, le buganvillee e le orchidee.

L'isola resort, tuttavia, non è solamente un resort “esotico”, è soprattutto un'isola; pertanto, il suo paesaggio deve essere ridisegnato anche per conformarsi al sogno dell' “isola tropicale” (Lowenthal 2007; Baldacchino 2012). Anche in questo caso, entrano in gioco unità di percezione elementare ricorrenti (Turri 1998), come la spiaggia, il mare, le palme (dell'Agnese 2016). La spiaggia, l'iconema più facilmente riconoscibile, deve essere bianca e immacolata, priva dei residui di plastica e dell'immondizia trasportate a riva dal mare (che pure alla Maldive sono presenti anche sulle spiagge delle isole non abitate), di foglie morte, di alghe. Questo significa che “le belle spiagge orgogliosamente pubblicizzate da tutte le isole resort hanno bisogno di una costante manutenzione, al fine di mantenere la loro attrattiva” (Domroes 2001, 127). Il mare, il secondo iconema, deve essere blu e cristallino; ciò comporta talvolta la rimozione della vegetazione marina che cresce nella laguna interna, perché “potrebbe limitare l'area per lo snorkeling e lo spazio per l'ormeggio e portare detriti sulle spiagge, rendendole esteticamente poco attraenti per i turisti” (Hassan 2005, 44). Le palme da cocco, il terzo iconema, sono naturalmente abbondanti, ma anche loro sono “addomesticate”, in quanto le noci di cocco vengono usualmente rimosse per evitare possibili incidenti ai turisti.

Oltre che rilassante e tropicale, l'isola resort deve essere “bella”. Alle Maldive, “i valori estetici delle isole”, l'ambiente insulare e l'immagine turistica delle isole resort (Hassan 2005, 15-16) sono protetti dalla legge, poiché la progettazione architettonica e le misure di capacità di carico ecocompatibili sono sottoposte alla vigilanza del Ministero del Turismo. Inoltre, “non è consentita la costruzione di edifici che non siano compatibili con l'ambiente naturale delle isole” (Hassan 2005, 16). Questo non significa che i bungalow e le ville dei resort abbiano i tetti in lamiera ondulata (che invece sono diffusissimi nelle isole abitate). Al contrario, spesso hanno tetti di paglia, forse per suggerire l'habitat di Robinson Crusoe, in una “metaforica allusione a una tradizione [locale] passata” (Minca 2000, 398) che non è mai esistita. Nelle isole resort, anche la fauna (scarsa) è “addomesticata”. I cani sono proibiti per legge e i gatti sono rarissimi. Zanzare e altri parassiti sarebbero invece abbondanti, ma vengono eliminati da massicce campagne di disinfestazione. I corvi, uccelli rumorosi e poco “esotici”, ma tipicamente pre-

senti in tutte le isole abitate, nelle isole resort vengono talora sostituiti dai pappagalli (introdotti appositamente), più colorati e quindi ritenuti “gradevoli” dal punto di vista estetico. Il processo di “addolcimento” della natura si estende anche alla fauna marina. Nelle isole resort, vi è spesso un *Marine Lab*, un centro per educare i turisti alla sostenibilità dell'ambiente marino, i cui responsabili nutrono le razze dalla spiaggia, per offrire ai visitatori la possibilità di scattare loro delle fotografie. Le razze, come il cane e il gatto di casa, si presentano puntuali all'ora della distribuzione del cibo e innescano l'entusiasmo dei turisti, ma, lungi dall'essere animali domestici, rimangono pesci decisamente pericolosi.

Nella costruzione del sogno esotico, infine, le isole resort delle Maldive costituiscono icone del lusso. Inizialmente, i primi resort offrivano servizi essenziali. *Kurumba* e *Bandos* avevano piccole capanne con tetti di paglia e pareti di corallo, e rispettavano l'esperienza stile “Robinson for a day”, che una vacanza su una “isola tropicale” altrimenti disabitata sembrava poter offrire. Avere l'acqua, calda e fredda, era già una sorta di lusso. Il cibo era semplice e, all'inizio, troppo piccante per i turisti non abituati alla cucina maldiviana. In seguito, nei bungalow, sempre più grandi e raffinati, sono arrivati l'aria condizionata e l'acqua desalinizzata, che oggi viene riscaldata con impianti ad energia solare. Poi, il cibo è diventato internazionale, la cucina si è trasformata in *cuisine*, la possibilità di bere alcolici è divenuta degustazione, il cuoco si è trasformato in *chef*, al bar si è aggiunta la *winery*, al barista si è affiancato il *sommelier*. Alle *beach villa* (ossia, ai bungalow sulla spiaggia) si sono aggiunte le ville *overwater* (ossia le ville costruite su palafitte direttamente sul mare). Poi, all'*overwater* si è aggiunto l'*underwater*: sono così apparsi i ristoranti, le spa e persino i locali notturni sottacqua.

Le isole resort costituiscono oggi alcuni dei luoghi di vacanza più costosi del mondo. Il contrasto tra l'immagine di “isola tropicale” del resort, la sua posizione in mezzo all'oceano e l'alto livello di servizi forniti non costituisce un elemento di dissonanza; anzi, aggiunge un valore al mercato del lusso, che acquisisce una dimensione “ossimorica”. Si parla di *barefoot luxury*, in quanto nell'isola resort l'esperienza del lusso non deriva (solo) dal bere champagne o dal provare la cucina gourmet, ma nasce dall'aver champagne dove non vi sarebbe neppure acqua potabile, o dal degustare tartufo, filetto di manzo e cioccolato dove sarebbero naturalmente disponibili solo cocco e pesce. La dimensione del *barefoot luxury* viene talora accentuata, richiamando, tramite la toponomastica o la natura dei servizi, la narrazione dell' “isola deserta”. A tal fine, un resort si chiama *Robinson Club Maldives*, mentre in un altro vi sono a catalogo un tipo di bun-

galow chiamato “villa Robinson” e un servizio di maggiordomo personale, chiamato “Mr. Friday”, come nel romanzo di Defoe. In altri casi, l'isola resort è costruita come una *private island*, che può ospitare un unico gruppo di amici, o addirittura un'unica coppia, per volta.

6. Dal turismo enclave al turismo di comunità

Come scritto in precedenza, il modello turistico “One island, one resort” è stato lungamente celebrato per la sua capacità di preservare la qualità ambientale e sociale delle Maldive. Tuttavia, anche fra coloro che elogiavano questa strategia di sviluppo turistico vi era, già alla fine degli anni Ottanta, la consapevolezza di alcuni suoi limiti. Dal punto di vista locale, ad esempio, Sathiendrakumar e Tisdell (1989, 263) scrivevano che “quasi tutte le spese del turista vanno a finire nei conti dei resort”, sottolineando come il sistema si dimostrasse incapace di attenuare le disuguaglianze interne al territorio maldiviano. Dal punto di vista del visitatore, invece, la capacità di evitare contaminazioni culturali a livello locale si traduceva, secondo Richter (1989), in una sorta di “quarantena”, che da un lato poneva il turista all'interno di una spessa “environmental bubble”, e dall'altro gli impediva di conoscere la cultura locale.

Con il *Third Tourism Masterplan*, lanciato nel 2007, questa consapevolezza si è affacciata anche a livello governativo. Si è così registrato un cambiamento di politica, mirato a portare “il turismo alla gente nel più ampio quadro dello sviluppo sostenibile” (Kundur 2012, 4). L'obiettivo principale era quello di “espandere l'industria in tutto il Paese per generare maggiori benefici per la popolazione maldiviana, ridurre la perdita economica dal settore turistico e aumentare le opportunità di occupazione per i maldiviani migliorando lo sviluppo delle risorse umane e la formazione per l'industria” (Ministry of Tourism and Civil Aviation 2007, 5). Così, è stato revocato il divieto di aprire guesthouse su isole diverse da quella di Malé. Questa modifica normativa ha cambiato il modello turistico maldiviano, offrendo ai turisti l'occasione di visitare (e di soggiornare presso) le isole abitate e garantendo ai maldiviani la possibilità di partecipare in modo più consistente ai redditi prodotti dal turismo internazionale. A differenza dei resort, le guesthouse sono infatti in larga maggioranza di proprietà e gestione locale e mirano ad attrarre segmenti di mercato di fascia medio-bassa. Dato che si trovano su isole abitate, le guesthouse non possono offrire ai turisti l'esenzione dalle regole religiose consentita dai resort. Riescono tuttavia in genere a riservare un piccolo tratto della spiaggia dell'isola ai loro ospiti, che la usano come “bikini beach”.

Tuttavia, nonostante le aspettative iniziali, l'apertura delle guesthouse non si è mostrata, per diversi motivi, la panacea che il *Third Tourism Masterplan* sembrava promettere. Innanzitutto, anche per aprire una guesthouse è necessario disporre di capitali e dunque il Masterplan offriva nuovamente una possibilità di guadagno solo ad una quota della popolazione insulare, quella più abbiente. Inoltre, in seno alle comunità locali sono emerse divergenze nei confronti della possibilità di avere persone culturalmente diverse, e di religione non musulmana, che girano per l'isola. In più, a causa dei costi di trasporto e delle difficoltà di spostamento che tuttora persistono fra gli atolli, le guesthouse (393 nel 2016) si sono concentrate nelle vicinanze di Malé, su isole facilmente raggiungibili con i mezzi pubblici, come Maafushi, Himmafushi, Huraa, Thulusdhoo e Dhiffushi (Zubair, Bouchon 2014) e questo ha accentuato, invece che ridurre, le disuguaglianze spaziali all'interno dell'arcipelago (Malatesta et al. 2014). Infine, aumentare la popolazione presente (con l'arrivo dei turisti) sulle isole abitate ha innescato problemi di carattere ambientale (legati al consumo di acqua e di energia e alla gestione dei rifiuti) che la tradizionale competenza locale non sempre si è mostrata in grado di risolvere (Schmidt di Friedberg, Malatesta, 2017).

Il *Fourth Tourism Masterplan* (2012-2017) ha introdotto alcune indicazioni utili ad attenuare questi problemi. Una di queste indicazioni, ad esempio, prevede che i resort (da anni obbligati a garantire lo smaltimento dei propri rifiuti, e quindi dotati di impianti per il riciclo di materiali come la plastica o il vetro) debbano offrire assistenza al fine di “sviluppare piani di gestione dei rifiuti per le isole abitate negli atolli” (cosa che è avvenuta, per esempio, fra il resort *Velavaru* e l'isola di Magoodhoo, nell'atollo di Faafu). Altre misure atte ad integrare i resort all'interno del territorio dal punto di vista economico sono mirate a garantire una maggior presenza di manodopera maldiviana e la realizzazione di trasporti più agevoli tra le isole abitate e i resort. Alcuni resort, spesso motivati da ragioni di marketing e dal desiderio di apparire più “sostenibili”, hanno lanciato politiche di collaborazione e varato misure *pro-poor* nei confronti delle isole abitate. C'è chi ha attivato corsi di nuoto per i bambini (*Soneva Fushi*), chi supporta economicamente la scuola locale (*Six Senses Laamu*), chi ha promosso un programma di incontri fra le autorità amministrative delle isole, gli insegnanti delle scuole e persino la polizia locale, e i manager dei resort, per verificare come il resort possa assistere le isole in termini di finanziamenti e servizi (ancora *Six Senses Laamu*). In altri casi, si è aperta una collaborazione fra i resort e le guesthouse delle isole vicine, che possono fruire degli stessi mezzi di trasporto e persino inviare i propri clienti (a pagamento) sul-

le spiagge dei resort (*aaaVee* e *Vermillion*), nell’atollo di Dhaalu. Tutte queste iniziative offrono prospettive di collaborazione certamente interessanti, anche se al momento hanno un carattere esclusivamente episodico.

7. Conclusioni: l’isola resort, dall’eterotopia all’integrazione territoriale?

Le isole resort maldiviane sono micro-enclave turistiche, create trasformando alcune isole disabitate dell’arcipelago al fine di accogliere i turisti, pur tenendoli separati dalla popolazione locale. Separate dalla realtà sociale ed economica delle comunità locali, le isole resort sono porzioni di spazio che non hanno alcuna popolazione residente, ma sono abitate in modo temporaneo dalla manodopera e dai turisti. La loro dimensione esigua aggiunge un tocco speciale al paesaggio turistico, costruito in modo da soddisfare il mito dell’ “isola tropicale”, che deve essere orlata da spiagge bianche, da palme e da mare turchese e cristallino, anche se ciò a volte implica una massiccia alterazione dell’ambiente. L’insularità della posizione e la dimensione limitata dell’isola esaltano l’esperienza ossimorica offerta dal resort come luogo dove è possibile avere tutto, quando nulla è facile da ottenere. Si può dire che esse soddisfino in pieno la definizione di “eterotopia” offerta da Foucault (1984), non solo perché sono porzioni di spazio “a parte”, difficilmente accessibili, o perché costituiscono un luogo dove altri luoghi (e sogni) sono simultaneamente rappresentati, contestati e invertiti, ma anche, e soprattutto, perché, in questa inversione, e nella capacità di mescolare l’immagine dell’ “isola tropicale” con quella dell’icona del lusso, trovano la loro ragione d’essere.

La formula del turismo enclave, e la conseguente segregazione spaziale dei turisti, ha accompagnato lo sviluppo delle attività turistiche alle Maldive dagli anni Ottanta alla prima decade del 2000. Con il *Third Tourism Masterplan*, lanciato nel 2007 e rimasto in vigore sino al 2011, si è registrato un cambiamento di politica. Così, il controllo spaziale sul turismo si è allentato e le Maldive hanno visto l’apertura di una nuova fase del turismo, segnata dalla presenza di attività ricettive nelle isole abitate e meno orientato in modo esclusivo verso le fasce più alte del mercato. Il *Fourth Tourism Masterplan* (2012-2017) non ha modificato la linea di apertura nei confronti delle guesthouse. Nello stesso tempo, alcuni resort hanno avviato una politica mirata ad instaurare relazioni economiche e sociali con le isole vicine. Dato il carattere puntuale delle iniziative, tuttavia, i resort rimangono ancora prevalentemente isolati e i turisti che li frequentano (che, come ricordato all’inizio, sono

i tre quarti di tutti coloro che si recano alle Maldive) galleggiano tuttora in quella sorta di “quarantena culturale” nei confronti dell’arcipelago denunciata da Linda Richter oltre 30 anni fa (Richter 1989, 165). Per questo, il processo mirato a creare delle relazioni positive fra le isole resort e la comunità locale, rompendo l’isolamento dorato delle enclave e collocandole all’interno di un sistema territoriale, sembra destinato ad essere ancora piuttosto lungo.

Riferimenti bibliografici

- Ayala, H. (1991). Resort hotel landscape as an international megatrend. *Annals of Tourism Research*, 18, 568-587.
- Baldacchino, G. (2012). The Lure of the island: A spatial analysis of power relations. *Journal of Marine and Island Cultures*, 1, 55-62.
- Bernini, F., Corbin, G. (1973). *Maldiva. 2000 isole felici – Two thousands enchanted islands*. San Mauro Torinese, Ruggero Aprile Editore.
- Bodlender, J., Lickorish, L.J. (1991). *Developing tourism destinations: policies and perspectives*. Harlow (UK) Longman.
- Britton, S. (1981). The spatial organisation of tourism in a neo-colonial economy: A Fiji case study. *Pacific Viewpoint*, 21 (2), 144-165.
- Britton, S. (1982). The political economy of tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 331-358.
- Carlisle, S., Jones, E. (2012). The beach enclave: A landscape of power. *Tourism Management Perspectives*, 1, 9-16.
- Cohen, E., Neal, M. (2012). A middle eastern Muslim tourist enclave in Bangkok. *Tourism Geographies*, 14, 570-598.
- dell’Agnese, E. (1996/97). Nusa Dua (Bali). Un tentativo di ‘segregazione pianificata’ dell’impatto turistico. *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, II, 186-196.
- dell’Agnese, E. (2016). *Tropical island: the power of a landscape myth*. Comunicazione all’International Geographical Union Joint symposium of Commissions on Islands, Political Geography, and Geomorphology & Society, 26-29 giugno, NTU Global Change Research Center, Taiwan.
- dell’Agnese, E. (2016b). *Resorting the island in the Maldives: from the Bali Syndrome to the Kurumba Game*.

- Comunicazione al 33rd International Geographical Congress, International Geographical Union, 21-25 agosto, Beijing.
- Domroes, M. (2001). Conceptualising State-Controlled Resort Islands For An Environment-Friendly Development Of Tourism: The Maldivian Experience. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 22, 122-137.
- El-Horr, J., Prabha Pande, R. (2016). *Understanding Gender in Maldives: Toward Inclusive Development*. World Bank eLibrary. <http://dx.doi.org/10.1596/978-1-4648-0868-5>
- Firaag, I. (1997). *Tourism and the Environment: Current Issues for Management*. In Nickerson, D.J., Maniku, M.H. (a cura di). *Workshop on Integrated Reef Resources Management in the Maldives*, Madras, Bay of Bengal Programme, 187-198. <http://www.fao.org/docrep/X5623E/x5623e0p.htm>
- Foucault, M. (1998). Eterotopie. In Pandolfi, A. (a cura di). *Archivio Foucault 3. 1978-1985. Estetica dell'esistenza, etica, politica*. Milano, Feltrinelli, 307-316 (ed. orig. Foucault, M. [1984]. Des espaces autres [conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967]. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49).
- Harrison, D. (a cura di). (2001). *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*. Wallingford, CAB International.
- Hassan, M.Z. (2005). *Environmental Guidelines for Tourist Resort Development & Operation in The Maldives: a guide for planners, managers & operators*. Malé, Ministry of Tourism.
- Kench, P.S. (2012). Compromising Reef Island Shoreline Dynamics: Legacies of the Engineering Paradigm in the Maldives. In Cooper, J.A.C., Pilkey, O.H. (a cura di). *Pitfalls of Shoreline Stabilization*. Dordrecht, Heidelberg, New York, Londra, Springer, 165-186.
- King, B.E.M. (1997). *Creating Island Resorts*. Londra, Routledge.
- King, B.E.M. (2001). Resort-based Tourism on the Pleasure Periphery. In Harrison, D. (a cura di). *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*. Wallingford, CAB International, 175-190.
- Krippendorff, J.C. (1987). *The Holidaymakers*. Londra, Heinemann.
- Kundur, S.K. (2012). Development of tourism in Maldives. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2 (4), 1-5.
- Lea, J. (1988). *Tourism and Development in the Third World*. Londra, Routledge.
- Lowenthal, D. (2007). Islands, Lovers, and Others. *Geographical Review*, (97), 202-229.
- Maccannell, D. (1992). *Empty meeting grounds. The Tourist Papers*. Londra, Routledge.
- Malatesta, S., Schmidt di Friedberg, M., Squarcina, E., Cajiao, M.A., Di Pietro, A. (2014). Stato centrale e centri periferici: la geografia politica delle Malidve tra omologazione e segregazione. *Scripta Nova*, 18, Número especial dedicado al XIII Coloquio Internacional de Geocrítica: El control del espacio y los espacios de control. <http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15034>
- Malatesta, S., Schmidt di Friedberg, M. (2017). Environmental policy and climate change vulnerability in the Maldives: from the 'lexicon of risk' to social response to change. *Island Studies Journal*, 12 (1), 53-70.
- McTaggart, W.D (1980). Tourism and Tradition in Bali. *World Development*, 8, 457-466.
- Minca, C. (2000). 'The Bali Syndrome': the explosion and implosion of 'exotic' tourist space. *Tourism Geographies*, 2, 389-403.
- Minca, C. (2009). The island: Work, tourism and the biopolitical. *Tourist Studies*, 9 (2), 88-108.
- Ministry of Tourism and Civil Aviation (2007). *The Maldives Third Tourism Master Plan 2007-2012*. Malé, Republic of Maldives.
- Ministry of Tourism, Arts & Culture (2013). *Fourth Tourism Master Plan 2013-2017*. Malé, Republic of Maldives.
- Ministry of Tourism (2017a). *Maldives Visitors Survey*. Malé, Republic of Maldives.
- Ministry of Tourism (2017b). *Tourism Yearbook 2017*. Malé, Republic of Maldives.
- National Bureau of Statistics (2017). *Statistical Pocketbook of Maldives 2017*. Malé, Republic of Maldives, Ministry of Finance & Treasury.
- Naseem, A. (2015). The Honeymoon Is Over: Maldives as a Growing Security Threat in the Indian Ocean. *Irish Studies in International Affairs*, 26 (99), 99-119.
- Niyaz, A. *Maldives Tourism. A Historical perspective*. Malé, in corso di stampa.
- Richter, L.K. (1989). *The politics of tourism in Asia*. Hawaii, University of Hawaii Press.

- Rufin-Soler, C. (2005). Les politiques de gestion insulaire dans l'archipel des Maldives. *CyberGeo. Revue européenne de géographie*, articolo 322, 1-17. DOI: 10.4000/cybergeo.3067
- Saarinen, J. (2017). Enclavic tourism spaces: territorialization and bordering in tourism destination development and planning. *Tourism Geographies*, 19 (3), 425-437.
- Sarwar Lateef, K., Loos, J., Santen, G.V., Doggart, C., Tanaka, Y. (1980). *The Maldives: An Introductory Economic Report. World Bank Country Study*. Washington DC., The World Bank.
- Sathiendrakumar, R., Tisdell, C. (1989). Tourism and the economic development of the Maldives. *Annals of Tourism Research*, 16, 254-269.
- Scheyvens, R. (2011). The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimensions of sustainability. *Asia Pacific Viewpoint*, 52 (2), 148-164.
- Schmidt di Friedberg M., Malatesta S. (2017). La risposta sociale al cambiamento. Il ruolo delle donne in una comunità insulare: il caso di Faaf-Magoodhoo (Rep. of Maldives). *Geotema*, 53, 88-96.
- Shaig, A. (2006). *Climate Change Vulnerability and Adaptation Assessment of the Maldives Land and Beaches*. Townsville, Australia, James Cook University, Centre for Disaster Studies.
- Shakeela, A., Weaver, D. (2017). The Maldives. Parallel paths of conventional and alternative tourism. In Hall, M.C., Page, S.J. (a cura di). *The Routledge Handbook of Tourism in Asia*. Londra, Routledge, 265-274.
- Shaw, G., Agarwal, S. (2012). Changing geographies of coastal resorts: development processes and tourism spaces. In Wilson, J. (a cura di), *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*. Londra, Routledge, 240-248.
- Sobir, A.R., Shiuna, F., Ibrahim, L., Shafeeq, S. (2014). *Maldives Human Development Report 2014. Bridging the Divide: Addressing Vulnerability, Reducing Inequality*. Malé, Ministry of Finance and Treasury and the United Nations Development Programme in the Maldives.
- Turco, A. (2012). *Turismo e territorialità*. Milano, Unicopli.
- Turri, E. (1998). *Il paesaggio come teatro*, Padova, Marsilio.
- World Travel & Tourism Council (2015). *Travel & Tourism. Economic Impact 2015. Maldives*. Londra. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2015/maldives2015.pdf>
- Zahir, N. (2016). Exclusive: M.U. Maniku – Crafting a Legacy. *Hotelier Maldives - The magazine for the hospitality and tourism professional*, 8 maggio. <https://www.hoteliermaldives.com/exclusive-m-u-maniku-crafting-a-legacy/>
- Zubair, F.N.I., Bouchon, F. (2014). Maldives as a backpacker's destination: Supply and demand perspectives. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 256-263.