

ISBN 9788835146001

Stefania Cerutti

# **PAESAGGIO, TURISMO, SOSTENIBILITÀ**

**Una parabola geografica**

FrancoAngeli

**FrancoAngeli**

Copyright © FrancoAngeli

N.B: Copia ad uso personale. È vietata la riproduzione (totale o parziale) dell'opera con qualsiasi mezzo effettuata e la sua messa a disposizione di terzi, sia in forma gratuita sia a pagamento.

L'opera è stata pubblicata con il contributo dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale – Dipartimento per lo Sviluppo Sostenibile e la Transizione Ecologica. Il volume è anche l'esito delle riflessioni e delle ricerche condotte nell'ambito del progetto Ecosistema NODES *Nord Ovest Digitale e Sostenibile*.



L'immagine di copertina è di Marta Oglina

Copyright © 2023 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa	Anno
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 2031 2032

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali ([www.clearedi.org](http://www.clearedi.org); e-mail [autorizzazioni@clearedi.org](mailto:autorizzazioni@clearedi.org)).

Stampa: Geca Industrie Grafiche, Via Monferrato 54, 20098 San Giuliano Milanese.

*Indice*

<b>Introduzione</b>	pag.	11
<b>1. Il paesaggio: approcci definitivi e culturali, tipologie e forme</b>	»	15
1. Ambiente, territorio, paesaggio: una “trilogia” concettuale e fattuale	»	16
1.1. Ambiente e questioni ambientali	»	16
1.2. Territorio, ambiente e paesaggio: correlazioni terminologiche	»	21
2. Il paesaggio: geografie e geometrie variabili	»	25
2.1. Paesaggio al plurale, dal campo semantico a quello geografico	»	25
2.2. Componenti paesistiche: fattori naturali, antropici e culturali	»	29
3. Il paesaggio plasmato dall’agricoltura tra cambiamenti e permanenze	»	32
3.1. Paesaggio agrario e paesaggio rurale	»	32
3.2. Sistemazioni, insediamenti e tipologie di paesaggi agrari	»	34
3.3. Trasformazioni, fattori di rischio e azioni di tutela	»	39
4. Il Paesaggio urbano: forme di città dalla <i>polis</i> alla megalopoli	»	42
4.1. Appunti dalla geografia urbana	»	42
4.2. Categorie di città, strutture territoriali e urbane	»	45
5. Dalle aree protette alla Convenzione Europea del Paesaggio	»	50
6. Il paesaggio come patrimonio culturale da leggere, comunicare, narrare	»	55

<b>2. Il turismo: sguardi su un fenomeno in cambiamento</b>	pag.	59
1. Paesaggio e turismo: interpretazioni di un rapporto intenso e dinamico	»	60
1.1. Il punto di vista normativo tra tutela e valori	»	60
1.2. La dimensione percettiva nella costruzione dei paesaggi turistici	»	62
1.3. Paesaggi e “iconemi”: il ruolo dell’esperienza nella lettura delle immagini	»	65
2. Interazioni tra paesaggio e turismo rurale	»	69
2.1. Un percorso di definizione	»	69
2.2. Alcune attività e tipologie di turismo rurale	»	71
2.3. Parchi, aree protette e valorizzazione turistica	»	73
2.4. Paesaggi di riscoperta: il turismo culturale	»	77
2.5. Il turismo enogastronomico tra risorse, narrazioni e strade	»	82
3. Turismo e paesaggio urbano nella prospettiva delle relazioni	»	90
3.1. Lo sviluppo del turismo urbano	»	90
3.2. Dalla mondializzazione alla città-paesaggio	»	92
3.3. Oltre le smart cities: città, cultura e turismo	»	95
<b>3. La sostenibilità</b>	»	99
1. Pensieri e parole della sostenibilità	»	100
1.1. La sostenibilità in principio, la sostenibilità come principio	»	100
1.2. I diciassette volti della sostenibilità: obiettivi e strumenti dell’Agenda Onu 2030	»	104
2. Evoluzione della sostenibilità in rapporto al paesaggio e al turismo	»	110
3. Il quadro italiano: oltre l’Agenda	»	115
<b>4. Parabole, geografie e dinamiche territoriali: progettualità e ruolo degli attori</b>	»	123
1. Percorsi e strumenti di turismo sostenibile nelle dinamiche contemporanee	»	123
1.1. La sostenibilità nel turismo post-Covid	»	123
1.2. Turismo circolare, esperienziale e di comunità	»	128
2. Progetti, parabole e geometrie territoriali	»	131
2.1. Parabola come espressione di un sistema integrato	»	131
2.2. Casi e situazioni particolari	»	138

<b>Conclusioni</b>	pag. 147
<b>Bibliografia</b>	» 151

FrancoAngeli

FrancoAngeli

*A Marta, palma di vita,  
e a Sofia, luce di sapienza,  
con quell'affetto infinito  
che solo l'amore materno sa dare.*

FrancoAngeli

FrancoAngeli



## *Introduzione*

L'ispirazione per questo libro mi è venuta da mia figlia e dai suoi studi: terza liceo scientifico nella città in cui viviamo, lo stesso che ho frequentato tra la fine degli anni Ottanta e i primi anni Novanta. Stessa sezione e stessa materia: la matematica. Un universo ostico, temuto, spesso ritenuto astratto o incomprensibile, eppure così affascinante, interessante, curioso quando si cominciano a trovare porte e chiavi di accesso e comprensione, dentro e fuori di sé, che consentono di impararne i linguaggi, di decifrarne le formule e funzioni, di trovare rimandi alle proprie esperienze.

Il luogo geometrico che, nell'osservare pagine di esercizi, problemi, grafici, mi ha colpita in modo particolare e inaspettato, è quello che si esprime con l'espressione  $y=ax^2+bx+c$ .

Una parabola, dunque.

Una figura che dal piano cartesiano ha iniziato a danzarmi in testa e a prendere una pluralità di forme nel mio ragionare. I pensieri, inizialmente confusi, si sono via via delineati non appena, per associazione mentale e soprattutto "geografica", i termini della parabola sono diventati i miei, quelli assiduamente presenti nella mia quotidianità da ricercatrice e docente.

E in questo modo il paesaggio, il turismo e la sostenibilità hanno trovato un loro posto preciso, divenendo rispettivamente i tre coefficienti  $a$ ,  $b$  e  $c$  dell'equazione.

La  $y$  indica il territorio, ovvero il contesto spaziale organizzato in cui si dipanano, attivandolo, le iniziative che utilizzano, miscelano, dosano e integrano i tre coefficienti per costruire progetti turistici e disegnare scenari di futuro sostenibile basati sulla fruizione, valorizzazione e narrazione del paesaggio. È un territorio dinamico quello che la parabola consente di esprimere e visualizzare, aperto a scambi di modelli e interpretazioni di fenomeni che si originano al mutare dei singoli fattori e delle loro combinazioni da parte degli attori nonché delle loro reciproche relazioni.

Gli attori rappresentano la  $x$  nell'espressione della parabola assunta

come linea metodologica e analitica; accompagnano la percezione e uso del paesaggio alla messa in campo di attività turistiche in grado di trarre, o meno, orizzonti di sostenibilità. La *x* è la “variabile umana” che può parlare al plurale; è cioè una soggettività multipla in cui condensare i diversi ruoli e funzioni degli agenti territoriali. Tanti e diversificati sono, infatti, coloro che si occupano di turismo, dal mondo istituzionale e pubblico a quello imprenditoriale e privato.

È così che, sul far dell'estate 2022, mi sono lasciata trasportare da queste suggestioni. L'ispirazione si è fatta aspirazione, proponimento di ri-lettura. Le progettualità e ricerche seguite negli ultimi anni, in particolare nell'ambito delle iniziative del Centro Studi *Upontourism*, mi hanno dato l'opportunità di testare l'accostamento, probabilmente fin troppo azzardato, tra i fattori matematici con quelli geografici, fornendo spiegazioni e rivelazioni per la configurazione di “parabole” differenti in funzione di attitudini, comportamenti, fatti concretamente osservabili e riconducibili all'approccio adottato.

L'ispirazione si è tramutata anche in ispirazione, ovvero introduzione di “aria nuova”, immissione di linfa ed energia con cui offrire un ancoraggio non solo semantico a questo processo di rilettura.

Consapevole che possa essere una forzatura o, forse, una mera traslazione terminologica, mi sento un po' “rodariana” in questo tipo di approccio; del resto, siamo conterranei, concittadini di nascita, e sogno che per osmosi la grammatica della fantasia di Rodari abbia instillato in me un pur piccolo seme per reinventare un modo di guardare e raccontare. Mi avvalgo, quindi, della creatività pur logica ma non pre-definita per rileggere e reinterpretare concetti a me propri, e cari, al fine di costruire un mio modo di indagare e filtrare la realtà. È questo un percorso da cui non si desumono calcoli e ricadute quantitative, quanto piuttosto una visione che mi consente, e spero consenta a lettori e lettrici, di ritrovare fili e discorsi capaci di mettere in dialogo, sotto il profilo “geo(grafico)metrico”, il paesaggio, il turismo e la sostenibilità.

Parabola come mezzo e strumento, dunque, per scoprire, scomporre e ricomporre, anche divertendosi, le relazioni che intercorrono tra questi tre “concetti” che si muovono nella concretezza di uno spazio e di un tempo, nel piano di un territorio e di una regia, più o meno dichiaratamente voluta e perseguita, da parte degli attori che vi gravitano.

Parabole che sintetizzano l'aspetto “sincronico” dell'intreccio tra paesaggi, turismi e sostenibilità, al plurale, come fosse metaforicamente lo scatto di una fotografia, e quindi una rappresentazione statica, unitamente all'aspetto “diacronico”, simile a una ripresa video ossia a una raffigurazione dinamica o in movimento delle relazioni e conformazioni implementate.

A partire da queste considerazioni, necessariamente sbilanciate verso una

dimensione personale e introduttiva di chiarimento, oltre che di inquadramento metodologico, il volume si articola in quattro capitoli. Il primo si concentra sul fattore a, il paesaggio, visto nei suoi approcci definitivi e culturali, nelle sue componenti, tipologie e forme. La densità di questa parte dà conto dell'importanza concettuale, strategica e fattuale del fattore paesaggio come chiave di lettura geografica di territori, soggetti e progetti. Il secondo capitolo presenta le caratteristiche del coefficiente b, il turismo, soffermandosi sugli sguardi, sulle dinamiche e sulle declinazioni che questo fenomeno e settore manifesta in relazione al paesaggio, e in particolare a quello rurale e urbano. Il terzo analizza i principi fondanti e gli obiettivi in ambito turistico del coefficiente c, la sostenibilità. La scissione iniziale tra le tre parti è funzionale alla comprensione dei meccanismi di inte(g)razione e delle "configurazioni paraboliche" che ne discendono. Ai tre capitoli di natura tassonomica e descrittiva, segue un quarto capitolo in cui la figura della parabola si compone, a partire dalla formula completa e sino ad arrivare all'analisi di casi particolari in cui a, b, c si modificano, si riducono o tendono a scomparire dall'orizzonte progettuale e territoriale.

FrancoAngeli

## *1. Il paesaggio: approcci definitivi e culturali, tipologie e forme*

Anima del ragionamento, anima dei luoghi: si può inizialmente presentare così il paesaggio, cui è dedicato questo primo capitolo ma che resta, sino alla fine, il protagonista principale della trattazione e delle sue implicazioni. È indubbiamente l'elemento fondamentale, che determina la stessa esistenza della parabola poiché, come avremo spazio e tempo per comprendere lungo il dipanarsi del volume, senza il coefficiente a una parabola degenera in una retta, perdendo la propria funzione, forma ed essenza stessa. Ed è un fattore composito, dato che il concetto di paesaggio “deborda” dalla cornice della propria definizione toccando altre cornici o entrando in altri quadri; incontra, in particolare, sovrapponendosi o modificando scale e piani, i concetti di ambiente e territorio che saranno per questo delineati e argomentati in modo funzionale alla comprensione del “fattore paesaggio”.

Il paesaggio è sguardo, è filtro, è immagine e percezione (Lingiardi, 2020). È partecipazione (Pascolini, 2021), linguaggio e poesia (Venudo, 2022). Rappresenta l'enciclopedia primaria del nostro sapere (Croce, Perri, 2009). Il paesaggio è anche materia, dotata di corporeità e di attributi visibili (Calia, 2021). In geografia vi è un paesaggio fisico (le cose, da scoprire), uno cognitivo (le rappresentazioni, da inventare) e uno delle pratiche, da vivere (Tanca, 2018). Capire la complessità della parola “paesaggio” ci fa comprendere come sia inafferrabile nella sua totalità e che non vi sono certezze precostituite o un metodo universale per leggere, interpretare e progettare un paesaggio; esistono, piuttosto, principi, strumenti, saperi, culture e sensibilità che, di volta in volta, si mettono in gioco per descrivere, capire, rappresentare la realtà indagata, che si presenta quindi come unica e irripetibile (Morelli, 2021). Permanenze e cambiamenti sono quindi le caratteristiche con cui avvicinare lo studio degli attributi paesaggistici e delle parabole che essi consentono di originare.

Ripartire dalle parole, continuare nei progetti. Potremmo dare questo

obiettivo di transizione e supporto fattivo a questo capitolo, al fine di costruire parabole e interpretare geometrie che si originano dall'intreccio tra il paesaggio, il turismo e la sostenibilità.

La descrizione e analisi delle componenti, delle tipologie e morfologie paesaggistiche, consente di tracciare alcune riflessioni utili per delimitare il campo semantico nell'uso teorico e operativo della parola paesaggio e per offrire un quadro entro cui incardinare perimetri e orizzonti progettuali. Non solo per condividere il linguaggio della geografia, ma per adottare un proprio lessico per ascoltare, leggere e (far) narrare il paesaggio.

Del resto, il disegno morfogenetico che conduce dai paesaggi al modellamento di strutture e attività turistiche nell'orizzonte della sostenibilità passa attraverso i campi e gli insediamenti del paesaggio rurale, le strade e le piazze di quello urbano, i parchi e i sentieri delle aree protette presentati nei paragrafi: essi costituiscono contesti vivi, frutto di stratificazioni e azioni svolte in modo sostanzialmente dialettico che attribuiscono, o restituiscono, un significato culturale ai paesaggi stessi. La loro dimensione è certamente storica, si rende attuale ad opera degli attori che lo valorizzano e, al contempo, vive anche proiettata nel futuro. Un paesaggio non può, infatti, essere cristallizzato, uniformato, poiché soggetto a incessanti trasformazioni fisiche, giuridiche, economiche, correlato alle visioni delle comunità e alle peculiarità dei territori.

## **1. Ambiente, territorio, paesaggio: una “trilogia” concettuale e fattuale**

### *1.1 Ambiente e questioni ambientali*

Per “ambiente” si intende la porzione di spazio con la quale gli esseri viventi interagiscono, considerata nell'insieme delle sue caratteristiche. Si tratta di un concetto che, nel tempo, ha assunto significati plurimi e declinazioni diverse, si può infatti parlare di ambiente naturale, ambiente sociale, ambiente economico, ecc., e che ha mobilitato numerosi studi, attività pianificatorie, strategie e progetti in funzione della crescente sensibilità e necessità in termini di tutela, protezione ed educazione a fronte di problematiche diffuse e cogenti di tipo ambientale e sostenibile (Ferrari, Rombai, 2015).

Date le sue radici storico-geografiche intricate, la sua complessità teorica e la sua centralità come motore di riorientamento, anche delle visioni politiche ed economiche globali, ha assunto una dimensione polifonica molto più ampia che in passato (Varani, Primi, 2012). «Implicato com'è in un den-

so crocevia tra filosofie, scienze del mondo vivente, ideologie, governance planetaria e nuova economia, richiederebbe quindi più approcci di lettura. Richiederebbe anche, come giusta regola di orientamento, di esplicitare sempre il contesto dell'enunciazione: di chiarire di quali funzioni e significato di 'ambiente', o di quali valori e disvalori ad esso collegati si va parlando, e quale ambito della ricerca [...] o della politica si fa riferimento. Eppure, la complessità che oggi ruota intorno a questo concetto richiede anche una modalità in qualche misura opposta. Infatti 'ambiente', colto attraverso livelli gerarchici d'intersezioni plurime, se resta necessariamente da definire ogni volta secondo una pratica di discorso non confusiva [...], sul piano operativo oggi esige anche aperture essenziali tra questi diversi livelli, disomogenei certo, ma connessi tra loro nella realtà dei processi concreti» (Gagliasso, 2013, p. 117).

La questione ambientale è, da alcuni decenni, oggetto di forte attenzione da parte di politici, esperti, opinione pubblica<sup>1</sup>. Prima ancora che problema di natura tecnico-scientifica, l'ambiente viene visto nella pluralità di emergenze che lo connotano come problema culturale da contestualizzare in relazione alla sua evoluzione storica e al suo divenire territoriale. Parlando di ambiente ci si riferisce sovente a cose assai diverse, utilizzando i sinonimi natura, paesaggio, *habitat*, territorio, ecosistema quali termini per definirlo. Per tale ragione, l'asse della questione si è spesso spostato verso le politiche per l'ambiente, al fine di cogliere la pluralità di significati e rappresentazioni dell'ambiente cui corrisponde una pluralità di politiche (Bagliani, Dansero, 2011).

Sotto il profilo definitorio, propedeutico e funzionale alla comprensione dei legami che lo intrecciano con il paesaggio, e più in generale con le articolazioni e percezioni di spazi e politiche "al plurale" (de Spuches *et al.*, 2009), in geografia per ambiente si intende l'insieme dei fattori fisici, chimici e biologici e dei fattori sociali ed economici, secondo un approccio che abbraccia una molteplicità di valori e relazioni. Tra le varie definizioni proposte nel tempo si ricorda quella contenuta nel Libro Verde adottato dal Consiglio d'Europa, secondo la quale «l'ambiente comprende le risorse na-

---

<sup>1</sup>L'attenzione per la problematica ambientale è emersa con vigore negli anni Sessanta del Novecento, quando la concezione estetica di paesaggio come bellezza naturale (di cui si tratterà nei prossimi paragrafi) ha lasciato spazio ad una concezione dell'ambiente come valore. I fenomeni di degrado e inquinamento tendevano ad assumere, prima di allora, dimensioni prevalentemente "locali" e i loro impatti distruttivi erano generalmente compensati dalla capacità della natura di auto-rigenerarsi. Molto si deve alla stessa evoluzione dell'ecologia, come disciplina, e della sostenibilità, come attenzione e insieme di politiche.

turali abiotiche e biotiche quali l'aria, il suolo, la fauna e la flora, l'interazione tra questi fattori, e i beni che formano il patrimonio culturale e gli aspetti caratteristici del paesaggio<sup>2</sup>».

Ambiente è, etimologicamente, “ciò che ci sta intorno” e che può essere natura, e quindi ambiente naturale, o costruito, e quindi ambiente antropico o umanizzato (Leone, 2006)<sup>3</sup>.

L'ambiente è anzitutto risultato dell'interazione di un sistema di variabili appartenenti tanto alla biosfera quanto al comparto abiotico (litosfera, idrosfera, atmosfera). L'insieme delle specie che costituiscono la comunità di una data area e delle caratteristiche abiotiche dell'ambiente costituiscono l'ecosistema: i fattori fisici e chimici di un ecosistema (la temperatura, l'umidità, il tipo di substrato, la ventosità, la latitudine, la salinità, eccetera) influenzano la composizione della comunità biologica di riferimento, determinando il tipo di specie in grado di vivere in quell'area (Pinchemel, Pinchemel, 1996). Le proprietà dell'ambiente naturale e il grado di “ospitalità” verso le specie, animali e vegetali, possono essere individuati utilizzando come fondamentali chiavi di lettura la posizione geografica e la natura geologica. Mentre latitudine, altitudine e morfologia hanno effetto sul clima, la composizione mineralogica delle rocce determina il processo di creazione del suolo e la circolazione delle acque in superficie e in profondità facendo emergere le peculiarità ecosistemiche dell'ambiente. Gli elementi artificiali innestati dalla presenza umana raccontano di processi di utilizzo, modificazione e/o adattamento e dunque di diverse configurazioni e organizzazioni spaziali che hanno alterato, accelerato o limitato le capacità di riproduzione, o autopoiesi, mediante cui gli ambienti cercano di innescare processi resilienti in grado di alimentare energie ed elementi che ne compongono la base vitale ecosistemica e ne alimentano gli obiettivi di sopravvivenza. È in questo senso che è possibile cogliere la rilevanza che viene ad assumere la tutela dell'equilibrio ecologico, intesa come necessaria preconditione per la tutela della qualità della vita, del benessere e della sostenibilità.

<sup>2</sup>Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo e al Comitato economico e sociale: Libro verde sul risarcimento dei danni all'ambiente, COM 47 del 14 maggio 1993.

<sup>3</sup>Deriva dai termini latini *amb* (attorno) ed *entis* (participio presente di andare ovvero, secondo alcuni, forma medievale del verbo essere) e significa “quello che sta intorno”. Storicamente, il primo tentativo definitorio lo diede nel 1673 Galileo Galilei, affermando che «[...] l'ambiente è lo spazio circostante l'uomo [...]» (Morano, 2016, p. 15). Emerge così il significato del sostantivo ambiente quale «complesso delle condizioni esterne all'organismo in cui si svolge la vita vegetale e animale, ovvero, complesso delle condizioni esterne materiali, sociali e culturali nell'ambito delle quali si sviluppa, vive ed opera un essere umano» (voce Ambiente, Dizionario della lingua italiana di N. Zingarelli, XI ed., Zanichelli).



Su scala globale, gli ecosistemi sono classificati con riferimento alle macro regioni climatiche e alle rispettive comunità vegetali e animali. Vengono in tal modo distinti diversi “biomi”, ovvero principali zone ambientali della Terra, contraddistinte da una copertura vegetale caratteristica suddivise in zone di produttività variabile sulla base della presenza e sulla crescita potenziale delle piante<sup>4</sup>. I biomi sono sistemi ambientali complessi, di ampia estensione geografica, costituiti da un insieme di ecosistemi, le cui comunità animali e vegetali hanno raggiunto, in una determinata area, una relativa stabilità in relazione alle condizioni ambientali (Dini, 2012). I biomi sono distinti in marini, d’acqua dolce e terrestri e ogni bioma comprende varie ecoregioni; quelli terrestri sono foreste tropicali, savana, deserti, macchia mediterranea, praterie, foreste decidue temperate, foreste di conifere, tundra. Vi sono differenti modalità e livelli di dettagli nella loro articolazione; non solo, l’instabilità comportamentale e la presenza di molti elementi rendono opportuno parlare di fasce di transizione da un ecosistema all’altro. Da qui la necessità di conoscere caratteri e comportamenti di ciascun ecosistema locale, poiché ogni intervento umano sul territorio dovrebbe essere commisurato alle capacità di carico di ciascun ecosistema senza subire alterazioni di rilievo (Segre, Dansero, 1996), spingendo verso i temi e gli strumenti dello sviluppo sostenibile.

Ripercorrendo la storia del pensiero geografico si possono ricostruire le fasi dell’evoluzione delle relazioni “uomo-ambiente”, secondo le seguenti principali correnti di pensiero:

- determinismo naturalistico, secondo cui i condizionamenti dei fattori fisico-naturali dell’ambiente sono riconosciuti responsabili dei comportamenti umani;
- possibilismo: l’ambiente non condiziona totalmente le comunità umane, che possono cogliere le opportunità da esso offerte in relazione ai bisogni e alle risorse;
- concezione sistemica: l’ambiente è una realtà complessa, costituita da elementi e processi in continua e reciproca interazione.

Sin dall’opera Geografia di Strabone (I secolo a.C.)<sup>5</sup>, la geografia viene interpretata come necessaria per descrivere paesi e genti, ancorando l’evoluzione umana alle regole imposte dalla natura che ci circonda; lungo i secoli si sono susseguiti studi e pubblicazioni che hanno rimarcato come il progresso delle opportunità e attività umane si fondi sui dettami fisico-ambientali

<sup>4</sup>Secondo l’indice di produttività di Paterson (Adamo, 2017).

<sup>5</sup>17 sono i libri che compongono quest’opera, giunta ai giorni nostri quasi completamente integra.

e sia da essi scandito. Tale progresso diventa particolarmente evidente nel corso dell'Ottocento grazie a geografi come von Humboldt, Ritter e Ratzel<sup>6</sup> che, pur secondo declinazioni diverse, riconducono il rapporto tra comunità e natura alle griglie geografiche del paradigma determinista (Marconi, 2013).

Il determinismo fisico-ambientale dell'Ottocento entra in crisi quando in Francia, alla fine del secolo, si sviluppa una nuova corrente secondo la quale la natura non pone vincoli ma offre all'uomo un ventaglio di possibilità; si afferma la concezione successivamente indicata come "possibilismo vidaliano", secondo la quale i gruppi umani sono liberi di utilizzare le risorse a loro disposizione e, a parità di risorse, due comunità diverse possono trarre benefici differenti in funzione delle proprie necessità e capacità<sup>7</sup>. Si tratta di un'impostazione che valorizza due concetti importanti per la geografia: il concetto di paesaggio, come insieme dei tratti tangibili e intangibili di un territorio (Lando, 2012), e il concetto di regione come porzione di un territorio con proprie componenti differenti da quelle di altre regioni (Bolocan, Gavi-nelli, 2022). Definito tradizionalmente come mezzo circostante e diviso in settori tematici separati, l'ambiente diviene dunque da definirsi come mezzo di sostentamento della vita, da intendersi quale integrazione sistemica delle sue componenti (Ingegnoli, 2010) e quale substrato su cui si costruiscono il territorio e il paesaggio (Brancucci, 2003).

---

<sup>6</sup>Alexander von Humboldt (1769-1859) si muove da una formazione naturalistica e intende dare slancio all'impostazione metodologica della geografia, considerando fondamentali alcuni principi nell'analisi geografica quali localizzazione, distribuzione dei fenomeni spaziali, nonché reciprocità e causalità. La sua opera *Kosmos* (1828) si articola in 5 volumi nei quali viene rimarcata l'importanza del clima unitamente all'analisi di popolazione, economia e commercio. Anche Karl Ritter (1779-1859) si interessa alla relazione tra la superficie terrestre e l'uomo, adottando una visione religiosa secondo cui considerare il rapporto "uomo-natura" come disegno provvidenziale; egli si pone anche problemi di natura metodologica per individuare la relazione tra la terra e i suoi abitanti e afferma l'importanza della comparazione geografica sotto il profilo sia spaziale sia temporale. Inserito nel clima filosofico del positivismo, anche Friedrich Ratzel (1844-1904) presenta una visione deterministica dell'ambiente; nella sua opera *Anthropogeographie* presenta i risultati dello studio sui modi di distribuzione dei gruppi umani e sull'influenza determinata dall'ambiente naturale sui gruppi umani. Ratzel, con un'altra opera fondamentale intitolata *Politische Geographie*, dà vita alla geografia politica moderna; in essa lo studioso definisce gli Stati come fossero piante e organismi naturali.

<sup>7</sup>Presso l'Ecole Normal Supérieure, si distingue Vidal de La Blache (1845-1918). Egli non si pone in opposizione rispetto al determinismo; ne riprende il fattore principale, cioè la piena considerazione della realtà, ma si differenzia dal momento che non si limita a trarre conclusioni univoche e predeterminate. Il suo metodo si basa su due aspetti: l'analisi dei rapporti spazio-temporali del fenomeno studiato e la ricerca delle cause che li provocano. Egli dà particolare importanza allo studio dei "generi di vita", ovvero dei comportamenti abituali dei gruppi umani, che si concretizzano nelle forme di insediamento e utilizzazione dello spazio.

La concezione sistemica riconduce il discorso al concetto di ecosistema, dilatandone la portata per abbracciare e porre in contatto gli aspetti naturali con quelli antropici secondo un linguaggio relazionale capace di generare sintesi e combinazione spaziale di elementi differenti, sociali e naturali, materiali e immateriali, anche di scale e dimensioni diverse (Adamo, 2017).

Se la comprensione dello spazio-ambiente come sistema non è completamente avulsa dai due paradigmi presentati, essa trova affermazione con riferimento alle dinamiche territoriali, economiche e di sviluppo locale (Dematteis, Governa, 2005; Dematteis, Magnaghi, 2018).

### *1.2 Territorio, ambiente e paesaggio: correlazioni terminologiche*

Pensiamo al territorio come a uno spazio concreto e occupato da una comunità umana, ma il concetto può valere anche per una specie animale, che se ne appropria, in qualche modo lo delimita e da cui trae le risorse della propria sopravvivenza. Consideriamo l'ambiente come un insieme di elementi (struttura geologica, clima, vegetazione, fauna, flora, ecc.) tra cui sono costituite determinate relazioni di equilibrio.

Entrambe le prospettive includono la considerazione della presenza umana come un fattore determinante e in grado, per scopi per lo più economici, di modificare l'organizzazione del territorio e di sovvertire il sistema ambiente, fino a porne a rischio gli equilibri. Nondimeno in entrambi i casi l'uomo è considerato esclusivamente come un elemento interno a quel sistema di rapporti, a pari degli altri elementi, con cui interagisce con maggiore o minor forza.

Il "territorio" è anzitutto una qualsiasi porzione di superficie terrestre (non marina), con limiti arbitrari o indefiniti; si usa anche per indicare spazi precisamente delimitati su basi giuridiche, come quando parliamo di territorio statale, nazionale ed amministrativo. Perciò indica un sistema ambientale governato da un insieme di soggetti e che si pone al centro del sistema di relazioni in esso presente.

La conoscenza di territori e ambienti consiste spesso di elementi sostanzialmente oggettivi e si esprime in forme prevalentemente descrittive e/o esplicative: misure matematiche, meccanismi evolutivi, modelli di relazioni economiche, di equilibri biologici o demografici, ecc.

La voce "territorio" viene quindi prevalentemente adottata per definire uno spazio col suo specifico contenuto geografico-fisico e umano con riferimento a cosa questo rappresenti per la vita dell'individuo e soprattutto delle collettività. È infatti essenzialmente una costruzione antropica, luogo di vita dell'uomo o di una società, luogo delimitato, che presenta caratteristiche fisi-

che sulle quali si modella l'azione dell'uomo. Erede dei paradigmi del determinismo e possibilismo, questa visione è stata in parte superata o comunque messa in discussione da altre ricerche che hanno messo in luce l'intrinseca natura sistemica del territorio.

Mentre negli studi territoriali di matrice socio-economica il territorio viene considerato come sistema dinamico di relazioni intersoggettive capaci di sedimentare risorse relazionali, cognitive e organizzative di tipo contestuale, nell'approccio geografico dello sviluppo locale queste componenti sono inserite in una visione sistemica più ampia, che comprende tutte le altre componenti che hanno dotato i luoghi di risorse specifiche lungo il corso della storia naturale e umana. Lo sviluppo locale viene così inteso come processo di sviluppo territoriale diversificato, basato sulla valorizzazione sostenibile delle risorse materiali e immateriali presenti in un dato territorio, in grado quindi di coinvolgere la sfera socio-culturale e le capacità auto-organizzative dei soggetti (Dematteis, Governa, 2005). Il locale, in particolare, si fa categoria sostantiva nell'evoluzione delle relazioni tra ambiente, paesaggio e territorio (Ziparo, 2002).

Territorio come contenuto e contenitore (Bramanti, Salone, 2009), come palinsesto di tracce del passato (Corboz, 1985), come archivio stratificato e susseguirsi di linguaggi, come depositario di cose, loro valori e rappresentazioni (Gambi, 1973), come portatore e trasmettitore di informazione genetico-culturale (Dematteis, 2008), come bene comune (Quaini, 2012; Barbanente, 2015).

Il territorio è un artefatto sociale, non vi è in natura; è lo spazio sul quale è poggiato e poggia un esito e, allo stesso tempo, un processo inesorabile e continuo che si compie significando il mondo, dandogli senso, finalità e valori simbolici: la "territorializzazione" (Raffestin, 1984; Governa, 2003<sup>8</sup>). Seguendo il pensiero della teoria geografica della complessità, il processo di territorializzazione è caratterizzato da tre atti: denominare, reificare e strutturare (Turco, 1988). Nel primo atto, lo spazio diviene territorio dopo che lo si nomina, si battezza in un determinato modo. Dare un nome alle cose e agli esseri viventi, crea un mondo di significati, storie umane, narrazioni che acquisiscono senso per i soggetti che se ne sono pre-occupati, un senso

<sup>8</sup>“L'etimologia del termine rimanda a verbi indicanti attività agricole: terēre, arare, triturare le zolle; tauritorium, terreno lavorato dai tori. Ma è anche interessante la possibile derivazione da terreo, terrēre, atterrire, spaventare. [...] Nell'etimologia si trovano due elementi costitutivi del senso della territorializzazione: 1) quella legata alle attività primarie che trasformano uno spazio geografico in spazio per l'abitare; 2) quella che in varie accezioni verrà ripresa nelle definizioni settoriali di alcune discipline e che connota un'idea di spazio appropriativo, difensivo o escludente” (Bonesio, 2012, p. 57).

che può essere tramandato, conservato, o anche trasformato, cancellato, ma che rimane un senso opinabile frutto di un'architettura referenziale: è in tal modo che l'ambiente intorno si oggettivizza. Il secondo atto, la reificazione di un territorio, porta con sé non solo il cambiamento materiale, la forma, la disposizione, ma anche la sua funzione o il suo uso. Il territorio si fa spazio per sé, si fa costruito e viene seguito da una serie di leggi che lo organizzano, regolano, normano. Il terzo atto territorializzante, infine, consiste nello spezzettare l'ambiente in piccole parti, diverse tra loro e dotarle di senso, nel generare strutture territoriali specifiche e sguardi che possono renderle parti di paesaggio<sup>9</sup>.

Riferirsi alle strutture territoriali consente di non fare confusione tra territorio e ambiente. L'ambiente costituisce la materia prima sulla quale lavora l'uomo, cioè la società, per produrre il territorio che può diventare, proprio per effetto dello sguardo, o d'uno sguardo peculiare, "il o un paesaggio" (Raffestin, 2005). In questa prospettiva, «non è una costruzione materiale, ma è la rappresentazione ideale di quella costruzione. Ciò significa che un territorio non darà necessariamente vita ad un paesaggio, se non interverrà lo sguardo condizionato da mediatori peculiari, esiste per lo più uno sguardo utilitario, che non sempre riesce a diventare contemplativo» (Raffestin, 1984, p. 29). Paesaggio, territorio, ambiente sono quindi concetti interrelati, contigui ma non intercambiabili, perché diverso è il loro contenuto specifico e, di conseguenza, ciascuno di essi chiama in causa forme, modalità, strumenti di analisi e conoscenza in sé stessi distinti. L'ambiente apre il dialogo tra società e contesto ecologico, il territorio invoca l'agire, il paesaggio il guardare. L'azione umana trasforma l'agire spaziale in agire territoriale; lo sguardo rende il paesaggio manifestazione della territorialità ed esito della territorializzazione, portando valori di soggettività molto marcati.

Le relazioni tra territorio e paesaggio possono essere rappresentate come proiezioni dei rapporti tra cultura e natura, le quali si fondano su relazioni interne rispettivamente alla società e agli ecosistemi (fig. 1). La conoscenza di un paesaggio non può prescindere dalla realtà materiale oggettiva dell'ambiente e del territorio.

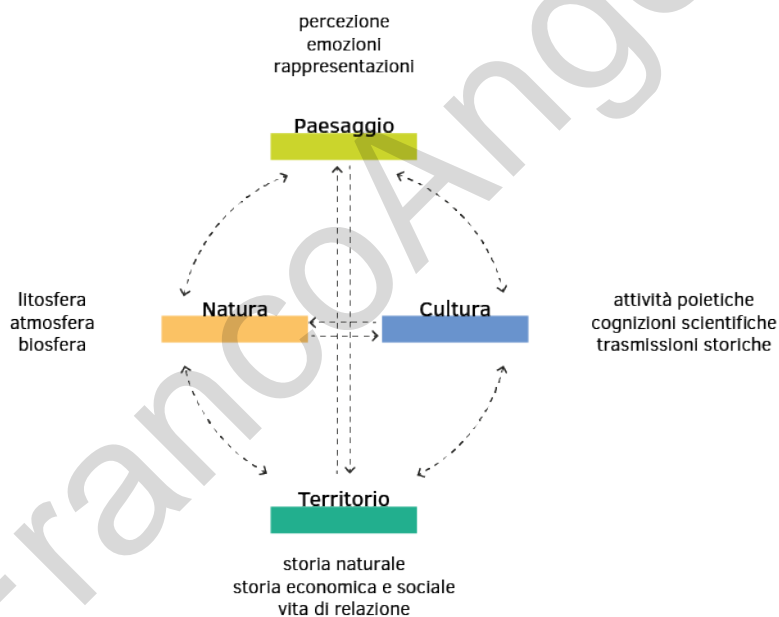
In altre parole, e come avremo modo di approfondire nei prossimi paragrafi, non è pensabile un paesaggio che non sia espressione percepibile di un ambiente, naturale o artificiale, e proiezione soggettiva del territorio.

---

<sup>9</sup><https://www.meltingpot.org/2020/12/definire-il-territorio-come-lo-spazio-si-fa-significato/>

Sono infatti le percezioni, le emozioni e le rappresentazioni a spingere il motore della soggettività e a compiere il mutamento delle strutture territoriali in forme paesistiche, assumendo una funzione non solo definitoria ma anche culturale, formativa ed educativa. Paesaggio come oggetto ma anche come strumento mediante cui interpretare il ruolo degli attori locali, con particolare attenzione volta alla dimensione sociale del paesaggio oltre a quella meramente spaziale (Cisani, Castiglioni, 2019).

Fig. 1 – Relazioni tra paesaggio e territorio



Fonte: Rielaborazione da Turri, 1998

Il rapporto di reciprocità esistente fra le tre categorie presentate è certamente esito di un'evoluzione dei molteplici significati attribuiti nel tempo, e dalle differenti discipline, alle diverse nozioni. Lo "spazio si fa in tre" (Giampino, 2012, p. 214) e si moltiplica in sfumature e significati; abbandonando velleità, e ansie<sup>10</sup>, di tipo descrittivo e definitorio, sin dagli anni Novanta è risultato chiaro come «ciascuno di questi concetti è stato rivisitato nei dibattiti e nelle riflessioni disciplinari, arricchendosi spesso di nuovi significati. [...] In particolare i tre concetti chiave sopra citati hanno ormai raggiunto una tale latitudine interpretativa da renderli sostanzialmente buoni per tutti gli usi e fra loro intercambiabili, al prezzo di un cospicuo aumento della confusione e della difficoltà di confronto e comunicazione interdisciplinare» (Gambino, 1997, p. 18).

La prospettiva geografica, quindi, diviene un utile filtro per uscire da questa confusione: alcuni passi sono fin qui stati compiuti, altri seguono nei paragrafi successivi dedicati alla messa a fuoco e approfondimento del nostro (s)oggetto di indagine e fattore fondamentale della parabola: il paesaggio. Non solo, apre a visioni integrate e feconde con altri ambiti disciplinari inevitabilmente intrecciati e intrecciabili, dalla storia all'urbanistica, dall'antropologia alle scienze turistiche.

## 2. Il paesaggio: geografie e geometrie variabili

### 2.1 Paesaggio al plurale, dal campo semantico a quello geografico

Come anticipato nel precedente paragrafo, la conoscenza di un paesaggio chiama necessariamente in causa l'azione umana sotto un duplice aspetto:

- oggettivo, più immediatamente percepibile, formato dai caratteri specifici che ad esso hanno conferito l'azione costruttiva e le successive trasformazioni operate dai suoi abitanti;
- soggettivo, espresso dalla gamma di percezioni sensoriali, transfert affettivi, emozioni vissute da parte di chi lo vive quotidianamente, o lo ha scoperto a un certo momento della sua vita, e, in ultima analisi, di chiunque è motivato a conoscerlo, ad apprezzarne i valori e comunicarne ad altri il significato. Il paesaggio è il territorio percepito e rappresentato sulla base del

---

<sup>10</sup>Per un maggior approfondimento su questi aspetti si vedano Clementi *et al.*, 1996 e Peano, 1997.



nostro sentire, emozionarci, progettare. Alcuni studiosi parlano di intreccio territorio-paesaggio, sottolineando come spesso non sia possibile tracciare uno spazio metrico che li separi. (Guarducci, Rombai, 2017). Il paesaggio è un concetto plurale dalla forte carica semantica: come afferma Gambi (1987) “nasce entro e dal territorio” (p. 102) e lo investe interamente anche in quelle sue parti dove le tracce della storia o i caratteri ambientali sono meno evidenti.

Si tratta indubbiamente di una nozione enigmatica, quanto affascinante, e dai confini mobili, poiché tutti abbiamo un’idea di che cosa sia concretamente un paesaggio, perché dei paesaggi e della loro estrema varietà facciamo esperienza quotidiana. E tuttavia formulare una definizione globale, sintetica ma al contempo stessa comprensiva, risulta difficile: complesso poter afferrare la sostanza comune, che sta sotto alle molteplici esperienze che si vivono. Una prima definizione orientativa, esito di mediazione tra differenti proposte, potrebbe essere la seguente: il paesaggio è una porzione più o meno delimitata dello spazio naturale o umanizzato che ha caratteristiche specifiche e singolari da caso a caso, percepibili dai nostri sensi. Etimologicamente, il termine “paesaggio” deriva dal latino *pagense*, spazio occupato da *pagi*, cioè villaggi, riconoscibile allo sguardo<sup>11</sup>. Spazio percepito da un osservatore, “nasce soltanto grazie allo sguardo che appositamente vi si dedica” (Socco, 2000). Altri studi fanno risalire l’origine etimologica alle lingue germaniche con *landschaft* e anglosassoni con *landscape* (panorama, vista) termine che indicava l’atto di “guardare o vedere il mondo materiale” (Raffestin, 1978)<sup>12</sup>. La parola paesaggio è dunque legata alla comprensione, alla vista, ma anche al racconto dell’esperienza sul territorio, una porzione di terra che appartiene a qualcuno e in cui ci sono conoscenza e coscienza di sé e dell’ambiente intorno (Venudo, 2021). Non si tratta di una mera immagine, quanto di una forma; non di un’apparenza sensibile evanescente quanto di una fisionomia. In geografia, si definisce paesaggio il complesso di elementi che costituiscono i tratti fisionomici di una certa parte della superficie terrestre, elementi dotati di una propria temporalità che divengono la struttura costitutiva di una civiltà in un dato territorio (Besse 2008).

<sup>11</sup>Nelle lingue latine con *pays*, *pagensis* (paese, comunità) si indicavano contemporaneamente sia l’abitante di un villaggio, sia il villaggio stesso.

<sup>12</sup>In inglese l’unione di *land* e *scape* suggerisce l’idea di orizzonte, panorama, veduta, vista prospettica, introducendo implicitamente anche il concetto di contesto. Analogamente in tedesco, ma con un maggior accento al soggetto ritratto: “paese degli alberi”, che introduce anche il concetto di “paese” non solo come luogo, ma come insieme di individui, che ci vivono, lavorano, generano (Venudo, 2021).



Raramente si usa da solo, ragionando in astratto sul paesaggio in generale; quasi sempre è accompagnato da una serie di connotati più specifici e concreti: paesaggio rurale o urbano, collinoso, montano o marino, mediterraneo, tropicale o nordico quando l'accezione richiama la rappresentazione di spazi che sono ambienti e territori. Uno stesso paesaggio può essere osservato da vicino o da lontano, dall'alto e dal basso, con attenzione o frettolosamente, con gli occhi, ma anche con l'olfatto, l'udito e persino col gusto. "Sguardi" molteplici, dunque. Alla nozione di paesaggio possono essere associati anche aggettivi che designano paesaggi diversi per i contenuti specifici considerati, piuttosto che dimensioni e confini anche se fisicamente sono più o meno sovrapponibili come, ad esempio: "paesaggio mediterraneo", "paesaggio urbano", "paesaggio "fluviale": si tratta in questi casi di un cambio di prospettiva più che di scala. E la lista di aggettivi che lo possono accompagnare e qualificare si allunga ancora, e all'infinito: fioriscono paesaggi visivi, ma anche sonori<sup>13</sup>, così come si profilano paesaggi olfattivi<sup>14</sup>, gastronomici<sup>15</sup> e molti altri che divengono materia prima o prodotti riconosciuti in ambito turistico.

Per molteplici motivazioni, inoltre, uno stesso paesaggio può apparire ricco di attrattive per alcune persone e assai meno per altre, tanto da potersene trarre immagini e percezioni talmente diverse che sembrano avere, in realtà, poco o nulla in comune.

La geografia ha dimostrato la centralità delle rappresentazioni del paesaggio per la comprensione delle geografie sociali, e in questo il paesaggio ha assunto un ruolo di primo piano data la sua natura di (s)oggetto e strumento, sociale e culturale, per comprendere i luoghi attraverso i comportamenti delle comunità e delle persone. Basti citare, a questo proposito e con rimando al secondo fattore oggetto di interesse di questa trattazione, il cosiddetto *tourist gaze*, concetto proposto da Urry (1992) e rielaborato da altri ricercatori proprio in relazione alla ri-costruzione di elementi o processi di formazione dei paesaggi grazie al turismo (Crang, 1997). Per tali ragioni, declinato o inteso al plurale, questo il termine paesaggio sembra manifestare più adeguatamente la straordinaria varietà delle sue espressioni concrete e dei loro significati. Non solo, quando ne perimetriamo una definizione specifica – il paesaggio geografico – possiamo dar conto della sua portata ampia e soggettiva, comprendendo, in senso proprio e figurato, le relazioni funzionali che intercorrono tra le sue componenti poste a diverse scale<sup>16</sup>.

<sup>13</sup>*Soundscape*, si veda Menegat. 2021

<sup>14</sup>*Smellscape*, si veda Henshaw, 2013

<sup>15</sup>*Foodscape*, si veda Vonthron *et al.*, 2014

<sup>16</sup>Prestandosi a "inquadrare" spazi ed ambienti di diversa estensione, si può parlare di paesaggio nazionale, regionale, o di quello di una valle o di un villaggio, rendendo via via

Questo filo di ragionamento consente di fare un passo avanti, ovvero di cogliere le ricadute insite nel superamento di due concezioni legate al paesaggio, ovvero: quella secondo cui il paesaggio geografico si presenti quale sintesi astratta dei paesaggi visibili, in quanto rileva di essi soltanto i caratteri che presentano le più frequenti ripetizioni sopra uno spazio più o meno grande, superiore in ogni caso a quello compreso da un unico orizzonte; quella secondo cui il paesaggio geografico rappresenti un'entità fisionomica ed estetica, localizzata e frutto di visioni comuni legate ad un'idea di "bellezza"<sup>17</sup>, seppur imperfetta<sup>18</sup>.

Secondo Minca (2007), già la nozione humboldtiana di paesaggio crea una figura di compromesso tra esigenze estetiche e scientifiche; si torna a Humboldt, non a caso, in un tempo in cui la distinzione natura-cultura entra in crisi e il paesaggio smette di essere considerato puro prodotto dello sguardo o mero risultato di atti autonomi di progettazione e costruzione (Furia, 2021).

Adottare la prospettiva relazionale, consente di accedere ai processi, in evoluzione e mutevoli, di produzione del paesaggio operati dai soggetti e dalle loro soggettività, facendone emergere parti e connessioni sistemiche. Entrano in gioco dinamiche, e sensi, mediante cui poter soddisfare l'interesse per quell'essenza fluida in incessante trasformazione, per quel movimento continuo, per quelle interdipendenze percepibili che contrassegnano i paesaggi, al plurale, nella loro varietà, differenza, molteplicità. Al contempo, quando i paesaggi assumono un peculiare carattere distintivo e unico che li rende singolarmente oggettivi e quindi richiede di doverne/poterne rappresentare e governare le specificità locali, è possibile in tal modo enucleare le relazioni che li improntano in una costellazione concreta di elementi diversi, in rapporto tra loro singolarmente e complessivamente, e tali da formare un'unità distinta (Paolillo, Ferriolo, 2015). Questo rimanda ancora una volta, non tanto e non solo, a caratteri definitivi e descrittivi, quanto a necessità d'uso, messa in valore, e quindi inerenti ad aspetti pianificatori, territoriali e turistici.

Pluralità e unicità in dialogo, così come alterità e identità rispetto ad un

---

più ricca è la quantità dei particolari che si riesce a mettere a fuoco. Ogni paesaggio a scala superiore, meno definita, contiene al suo interno una varietà di paesaggi a scala inferiore più dettagliati.

<sup>17</sup>Nell'uso più largamente praticato, e più semplice, il paesaggio è (o quasi) sinonimo di "panorama", la veduta di una di territorio da un determinato punto di visuale. Se limitato a questa accezione "visiva", il paesaggio può facilmente essere riprodotto, perdendo tuttavia alcune delle sue caratteristiche, anche sotto il profilo artistico.

<sup>18</sup>Sul paesaggio "imperfetto" si veda Socco, 1998.

luogo (identità territoriale) e rispetto a sé stessi (identità personale) (Castelnovi, 2000). Se è vero che il paesaggio è un oggetto suscettibile di rappresentazione da parte di un osservatore esterno, esso assume sempre più i contorni di un ambiente immersivo caratterizzato da un'espressività propria e da tonalità affettive (Berleant 2010, Griffero 2021). Costituisce una formidabile modalità esplorativa, conoscitiva (Farinelli, 1991), educativa e partecipativa (Castiglioni, 2012; Quaini, Gemignani, 2014). Il geografo Turri ricorre a una metafora particolarmente efficace definendo il "paesaggio come teatro" (Turri, 1998), che quanto consente di interpretare lo spazio che ci circonda (ambiente) come luogo di attività dell'uomo (territorio) allo stesso tempo attore e spettatore. Esso è "interfaccia tra il fare e il vedere quello che si fa, tra il guardare-rappresentare e l'agire, tra l'agire e il ri-guardare» (Turri 1998, p. 16). Attorno a questo teatro l'individuo riveste, perciò, un duplice ruolo: agisce sulla natura come *homo faber* modificandola, riflette su ciò che ha fatto come *homo figurans* rappresentando il proprio mondo attraverso la propria dimensione culturale che, inevitabilmente, comprende una matrice sociale. Ne discende che il paesaggio sia entità e rappresentazione che "sta al di sopra degli individui" (Turri, 1998, p. 40): senza un linguaggio comune viene a mancare il senso collettivo dell'essere e dell'operare sul territorio. Volendo utilizzare la terminologia di Saussure, si può dire che la rappresentazione paesaggistica non possa essere frutto di un'espressività legata unicamente alle parole, cioè all'atto linguistico di un singolo parlante, ma si debba collocare nella dimensione della *langue*, e cioè di una struttura codificata e condivisa socialmente (Durand, 2004). L'auto-riconoscersi intorno a una rappresentazione paesaggistica, pur senza annullare l'ineliminabile discrasia tra gli usi personali e la funzione sociale del linguaggio, crea quel teatro in cui si muove il nostro agire quotidiano e questo, come vedremo, ha forti intrecci anche con le dimensioni culturali, fruibili e turistiche.

## 2.2 Componenti paesistiche: fattori naturali, antropici e culturali

Il paesaggio geografico abbraccia elementi visibili ma anche fatti non visibili. È costituito da fondamentali componenti fisiche, o naturali, e umane, o antropiche. Le principali componenti fisiche sono il clima (che qualifica, ad esempio, il paesaggio arido); l'idrografia (es. paesaggio fluviale); la morfologia (es. paesaggio vulcanico); la vegetazione (es. paesaggio forestale). A tali elementi materiali o chiaramente percettibili, si aggiungono altri segni dell'azione umana, nel senso che i comportamenti fisici sono stati più o meno alterati dalla presenza di sedi di abitazione, vie di comunicazione e

infrastrutture, insediamenti (urbani, industriali, turistici, ecc.), manifestazioni proprie delle civiltà e delle culture, nonché dalla stessa popolazione. Altri fattori umani interagiscono e lasciano segni differenti sul paesaggio naturale:

- la cultura;
- le credenze religiose;
- gli avvenimenti politici;
- lo sviluppo della storia;
- la struttura della società;
- i contatti fra i popoli;
- le migrazioni;
- i modelli economici;
- i livelli di produzione.

Nella risoluzione del Consiglio d'Europa (n. 53 del 1997), il paesaggio viene definito come “porzione determinata di territorio quale è percepita dall'uomo, il cui aspetto risulta dall'azione di fattori umani e naturali e dalle loro interrelazioni”; viene interpretato, quindi, come “una specifica risorsa culturale e ambientale” di cui è necessario analizzare tutte le caratteristiche, ecologiche, storiche, architettoniche, visuali e percettive al fine di consacrarlo come bene comune.

Dalla fecondità di definizioni e punti di vista sul paesaggio, discende che le componenti paesistiche possano essere rilette come insieme di una serie di elementi, che lo formano, e di una serie di fattori, che lo determinano. Gli elementi sono costituiti dai caratteri fisici (morfologia, idrografia, vegetazione ecc.) e da quelli antropici (abitazioni, coltivazioni, infrastrutture varie ecc.). I fattori come latitudine e clima determinano un certo tipo di paesaggio a livello puramente geografico, ma hanno notevole importanza anche le vicende storiche, culturali, sociali derivanti dalle attività umane.

Il sistema-paesaggio si viene così ad articolare come unione di caratteri fisici (forme del rilievo, clima, ecc.); caratteri dell'antropizzazione (uso del suolo, distribuzione e tipologia degli insediamenti, ecc.); caratteri culturali (valori simbolici, estetici, affettivi, ecc.). Si tratta di classificazioni lievemente differenti, ma che insistono su una medesima logica secondo la quale la base naturale, ovvero lo “statico scenario naturale”, esprime le proprietà naturali del paesaggio legate o alla posizione o alle proprietà materiali, su cui si innestano le attività umane ovvero le proprietà organizzative di una collettività, legate a differenti bisogni: dalle fasi iniziali di sopravvivenza a quelle successive di fruizione e gestione socio-culturale, economica, turistica. Tali bisogni conducono al terzo elemento, definito dai significati e simboli che la cultura non materiale ha impresso sui due elementi precedenti.

Nell'interpretazione della Carta di Napoli (1999), il paesaggio è un siste-

ma vivente che alle diverse scale ha una forma fisica di un'organizzazione spaziale specifica (struttura e componenti); possiede una dinamica interna dovuta al movimento e al flusso di energia (funzionamento); è soggetto ad evoluzione nel tempo in relazione alla dinamica e alle modifiche nella struttura e nelle componenti (cambiamento). È pertanto possibile una classificazione dei diversi paesaggi, stabilendone le caratteristiche strutturali e funzionali, utili anche come indirizzo e riferimento per le trasformazioni e le conseguenti politiche da adottare. Ne derivano alcune raccomandazioni esplicite in merito alla messa in campo di metodologie che consentano di esplicitare il paesaggio come risorsa culturale e ambientale tenendo conto delle seguenti caratteristiche che interagiscono tra di loro: ecologico-ambientali e naturalistiche; storico-insediative e architettoniche; visuali-percettive e dell'aspetto sensibile (Ferrara *et al.*, 2007).

Le componenti fisiche e antropiche portano alla macro distinzione tra il paesaggio naturale e il paesaggio umanizzato. È indubbio come, nella maggior parte della superficie terrestre, il primo sussista ormai soltanto in particolari aree ristrette: una distesa di ghiacci oltre i circoli polari o la sommità di un vulcano, una sterminata prateria della Pampa argentina o il deserto sahariano, caratterizzati a perdita d'occhio da un unico elemento dominante, diventano paesaggio quando un osservatore vi giunge ad esplorarli e ne percepisce il fascino, proprio grazie alla loro eccezionalità rispetto alle nostre più usuali esperienze. Si tratta di paesaggi limite, ben poco o addirittura per nulla segnati dalla presenza umana. Ma dove le condizioni ambientali hanno consentito all'uomo di insediarsi stabilmente, i paesaggi recano i segni più o meno profondi della sua azione trasformatrice, arrivati in molti casi fino a cancellarne l'originario aspetto naturale. Per favorire talune attività, ad esempio il turismo, vengono costruite abitazioni, luoghi di ristoro, infrastrutture, impianti, ecc. che seppur spesso necessari per l'economia, sono di frequente elementi di rottura e in forte contrasto con il paesaggio e che quindi rovinano la bellezza naturale dei luoghi. Segni e stratificazioni consentono di studiare un paesaggio, ovvero le forme impresse dall'uomo al mondo della natura, e in tal modo di studiare l'intero complesso delle manifestazioni spaziali di una società; è un modo di ricostruire, attraverso le testimonianze del passato, i processi di adattamento e le tecniche impiegate, le diverse fasi dell'organizzazione attuale.

I paesaggi umanizzati nascono con l'avvento della produzione agricola e il conseguente sviluppo delle civiltà contadine nelle campagne, che delimitano i campi, selezionano le specie vegetali e ne stabiliscono la distribuzione sui terreni, irrigano le colture con canalizzazioni, terrazzano i pendii, costruiscono fattorie e villaggi con materiali durevoli.

Le persone vivono ed organizzano stabilmente lo spazio dapprima in campagna, poi in città, dando vita a società di tipo stanziale. I paesaggi umanizzati, che hanno innegabilmente ridisegnato il volto della terra, si sviluppano con le civiltà evolute, che realizzano ponti e strade ed edificano le prime città, le quali riflettono anche visivamente le loro complessa organizzazione: i palazzi e i templi, simboli grandiosi del potere politico e religioso; le piazze e i teatri, luoghi di incontro, di mercato e di svago; le fortezze e le mura, erette a difesa di sé e dei propri beni.

L'ambiente naturale è la materia prima di ogni paesaggio umanizzato. Sono molteplici i fattori naturali che hanno esercitato ed esercitano una forza attrattiva o repulsiva rispetto alle scelte di insediamento umano: rilievi, baie, guadi fluviali, presenza d'acqua, clima temperato, posizione soleggiata, ecc.

La forma che l'uomo ha impresso ai paesaggi è il prodotto delle sue scelte e di fattori di ordine diverso, determinanti a seconda dei luoghi e delle culture. Oltre ai fattori naturali, vi sono infatti progetti d'uso dei paesaggi che discendono da motivazioni di carattere: economico, tecnico, strategico e di difesa, politico e sociale, culturale (dalla religione al turismo), ecc.

### **3. Il paesaggio plasmato dall'agricoltura tra cambiamenti e permanenze**

#### *3.1 Paesaggio agrario e paesaggio rurale*

Con il termine "paesaggio agrario"<sup>19</sup> si intende un particolare modo di approccio al paesaggio dei campi, studiato soprattutto nelle evoluzioni storiche che hanno portato all'aspetto attuale<sup>20</sup>. È frutto dell'azione continua delle popolazioni umane, che hanno modificato il territorio nel suo assetto fisico e infrastrutturale per adattarlo, in ogni tempo e modo, alle proprie esigenze, legate in primo luogo ai bisogni alimentari. Oggi sembra più corretto parlare di "paesaggio rurale" piuttosto che di paesaggio agrario in quanto l'agricoltura - nonostante sia l'attività che più delle altre dia l'impronta più eloquente al paesaggio rurale - non è più l'attività dominante.

<sup>19</sup>Può considerarsi opera chiave sulle trasformazioni dello scenario naturale da parte dell'uomo il trattato di un geografo inglese, P.W. Bryan: *Man's adaptation of nature. Studies on cultural landscape*, 1933.

<sup>20</sup>I contadini per sopravvivere coltivavano; fin dai tempi antichi hanno organizzato i loro campi, dando vita a diversi paesaggi agrari. Si dicono "tradizionali" i paesaggi nati prima dello sviluppo industriale, quando ancora non esistevano i mezzi meccanici moderni; oggi i paesaggi agrari tradizionali sono quasi completamente spariti; resistono solo dove l'agricoltura occupa un posto importante nella vita dell'uomo.



Secondo la definizione del 1961 data da Emilio Sereni, il paesaggio rurale è «quella forma che l'uomo, nel corso ed ai fini delle sue attività produttive agricole, coscientemente e sistematicamente imprime al paesaggio naturale», e quindi si distingue dal paesaggio naturale proprio per l'intervento culturale che ne ha definito la trasformazione e la struttura. È dunque il paesaggio creato dai sistemi agricoli, forestali e pastorali e caricati dei significati culturali delle comunità che li hanno sviluppati. La definizione di paesaggio rurale si riferisce ai paesaggi agrari che nel corso del tempo sono stati scenario di varie trasformazioni ed evoluzioni storiche che ne hanno determinato l'aspetto attuale.

In alcune aree rurali lo sviluppo delle attività economiche non agricole, delle opere infrastrutturali, degli *habitat*, ecc. è stato tale da rendere ancora più difficile la distinzione tra cosa intendere con il termine agricolo e cosa con il termine rurale. Il paesaggio agrario può dunque essere considerato parte di quello rurale.

Globalmente le terre coltivate si estendono per 1,5 miliardi di ettari, ovvero meno del 10% delle terre emerse. Lo spazio rurale occupa un quinto delle terre emerse; presenta una notevole varietà interna di paesaggi maggiore rispetto agli spazi pastorali o incolti; tende a conservare più a lungo dello spazio urbano le tracce delle sue forme preesistenti di organizzazione e rende riconoscibili le molteplici combinazioni di fattori umani, tecnici e sociali che su di esso hanno agito nel tempo arrivando a caratterizzarne l'aspetto attuale. L'immagine dello spazio rurale è anzitutto caratterizzata dalla sua vegetazione, che oggi può essere anche profondamente trasformata rispetto all'ambiente naturale originario dal millenario lavoro dei contadini (piante dominanti tradizionali).

I paesaggi rurali osservati più da vicino, a scala più grande, manifestano un'estrema varietà di trasformazioni introdotte dagli uomini: incroci, ibridazioni, importazioni di piante da altre regioni, associazioni di colture diverse.

La diversificazione interna può essere più o meno elevata. Possono costituire esempi di diversificazione assente o meno elevata le sterminate colture estensive cerealicole delle pianure americane, le piantagioni di origine coloniale di molti paesi latino-americani e africani e, su scale minore, molte zone del mezzogiorno d'Italia. Esempi di diversificazione più alta: nell'agricoltura intensiva di buona parte dell'Europa occidentale e del Mediterraneo, dove le colture a cereali coesistono in spazi limitati con orticoltura, viticoltura, olivicoltura, piante da frutta, nonché prati, pascoli e boscaglie. Inoltre le superfici destinate alle colture, possono essere più continuative (come in Europa e nel nord America) o più discontinue (come generalmente nei paesi tropicali) e intervallata da spazi incolti, pascoli o foreste. La presenza di

animali addomesticati dall'uomo è generalmente un altro elemento tipico dei paesaggi rurali. Assai diverso può tuttavia essere il grado di associazione tra agricoltura e allevamento: generalmente molto elevato in Europa, molto meno in altri continenti, fino alla totale scomparsa in India per motivi fondamentalmente religiosi.

Ne discende che i paesaggi rurali siano caratterizzati dai segni visibili del lavoro ma anche dalla varietà delle forme di insediamento stabile dei loro abitanti. L'aspetto delle loro abitazioni e i loro criteri di distribuzione rispecchiano generalmente differenti risposte di adattamento a specifiche condizioni ambientali e climatiche, che variano tuttavia a seconda delle condizioni economiche, della cultura, delle tradizioni, della storia delle comunità che le hanno edificate. Costruzioni tipiche del paesaggio rurale: fattoria; case rurali più disperse sul territorio (come in America Settentrionale, Australia e Nuova Zelanda e nel Nord Europa); villaggi fortemente concentrati (come nel resto d'Europa) con notevoli sfumature locali. Altre costruzioni nei contesti rurali possono essere chiese e oratori, cappelle nei campi, castelli secolari, ville signorili. Nelle aree densamente popolate il paesaggio rurale è ancora in gran parte il risultato dell'attività agricola, così come nei luoghi in cui dove l'agricoltura si accoppia alla valorizzazione territoriale. Si tratta di contesti che il turismo va riscoprendo, di paesaggi che entrano nei prodotti/pacchetti turistici legati all'ecologia, all'ambiente, alla natura, al verde, ecc. Molte dimore storiche, sia contadine che signorili, vengono inoltre adibite a strutture ricettive.

### *3.2 Sistemazioni, insediamenti e tipologie di paesaggi agrari*

Lungo epoche e vicende storiche, le diverse esigenze dettate dai mutamenti di ordine sociale, tecnologico, economico, e la conformazione dei luoghi via via "addomesticati" o resi adatti agli usi agricoli e di insediamento umano, hanno prodotto di volta in volta assetti paesistici molteplici e mutevoli, caratterizzati ciascuno da una diversa combinazione di fattori culturali, irrigui, morfologici, insediativi.

Per giungere a una interpretazione e comprensione del paesaggio agrario e delle sue manifestazioni è utile enucleare quali siano gli elementi che lo compongono, mediante cui poterne riconoscere la struttura e leggere l'organizzazione spaziale specifica che nel tempo è mutata, in alcuni casi approfondendosi e in altri semplificandosi.

Tale lettura può avvenire facendo riferimento a tre parametri ritenuti elementi strutturanti:



- sistemazioni agrarie;
- ordinamento colturale;
- insediamento rurale.

Con il termine “sistemazioni agrarie” si intende ciò che riguarda il frazionamento fondiario, l’andamento morfologico dei terreni, la tessitura delle coltivazioni e le colture prevalenti. La presenza di specifiche caratteristiche porta alla fondamentale distinzione fra due tipologie prevalenti di disegni agricoli: i campi chiusi e i campi aperti.

I campi chiusi presentano una trama di appoderamento più minuta, sottolineata dalla presenza di recinzioni e alla cui scala si proporzionano tutti gli altri elementi (insediamenti, percorsi, accessori, ecc.). Questo tipo di configurazione trova la sua origine più importante nel senso di proprietà e nella necessità di sua difesa. La ritroviamo nella colonizzazione agricola romana della *centuriatio* e, soprattutto, nella forma dell’*hortus conclusus* nato anch’esso in epoca romana, poi presente nelle città del Medioevo e del Rinascimento. Dall’Illuminismo in poi, in molte zone d’Europa si assiste a una transizione da un sistema di campi aperti ad uno di campi chiusi, fenomeno dato dalla convinzione che una agricoltura moderna sia capace di sfamare una popolazione crescente in modo esponenziale.

Attualmente i paesaggi a campi chiusi si estendono dalla Spagna alla Scandinavia. Si presentano recintati da siepi o muretti a secco, possono assumere forme irregolari e presentano abitazioni isolate, anziché case poste vicine come avviene nei campi aperti. In Francia, soprattutto nella zona atlantica, tali campi recintati sono da secoli la caratteristica del paesaggio agrario e hanno il nome caratteristico di *bocage*<sup>21</sup> (fig. 2), ovvero regione in cui campi e prati sono delimitati da terrapieni sormontati da siepi o da filari di alberi che segnano i confini di lotti di terreno di forme e dimensioni diverse, e in cui gli insediamenti abitativi sono in genere sparpagliati in fattorie e piccole frazioni. Il *bocage* occupava una larga parte delle aree costiere europee affacciate sull’Atlantico, ma era anche presente nell’entroterra. Se ne trovano ancora esempi nel Nord-Ovest del Regno Unito e, in Francia, in alcune zone della Bretagna e della Normandia, e sono normali al nord.

---

<sup>21</sup>Il termine *bocage* (*bôqueige* in Borgogna, *boscatge* in Provenza, *boscage* in Spagna) deriverebbe dalla forma *boscaticum* (dal latino *boscus* o *boscum* - bosco), che ha dato origine a *bois*, *bosc*, *bosquet*.

Fig. 2 - Esempio di bocage francese



Fonte: [www.couesnon-marchesdebretagne.fr/environnement/biodiversite](http://www.couesnon-marchesdebretagne.fr/environnement/biodiversite)

Nel paesaggio a campi aperti, i terreni non sono divisi da recinzioni, le case dei contadini si trovano al centro dei campi e vicine; nell'area esterna, si propaga prevalentemente il bosco, utile per la fornitura di legna e per far pascolare i propri animali. Campi aperti è la traduzione letterale del termine inglese *open field* (o *common field*): rappresentano un sistema di ordinamento e suddivisione del terreno agricolo prevalente in Europa dal Medioevo e, in taluni contesti, sino a tempi recenti. Dal XII secolo in poi viene gradualmente rimpiazzato dai recinti. A oggi il paesaggio a campi aperti si estende dalla Francia fino al Mar Baltico.

Un altro segno importante che caratterizza diverse tipologie di paesaggio agrario sono gli ordinamenti colturali, ovvero le modalità con le quali vengono disposte le coltivazioni (quali cereali, vigneti, frutteti, ecc.). Essi possono essere suddivisi massimamente in due tipologie, ciascuna delle quali dipende essenzialmente dalla morfologia dei terreni sui quali ci si trova ad operare: vi sono, infatti, quelli che disegnano i terreni in pianura e quelli che riguardano i terreni collinari e pedemontani. Nei terreni di pianura, pur se la natura dei suoli e le ragioni storiche hanno fatto sì che ci siano sistemazioni idrauliche e ordinamenti colturali diversi, l'organizzazione è solitamente caratterizzata da una suddivisione degli appezzamenti più o meno regolare che corrisponde alle diverse proprietà fondiarie e che si appoggia alla rete stradale di accesso ai campi e al sistema dei fossi. Questi ultimi fungono sia da canali di irriga-

zione delle acque, soprattutto nelle pianure irrigue, sia da canali di raccolta dell'eccesso della pioggia.

Nei terreni in pendio, i principali tipi di sistemazione hanno in qualche modo cercato di correggere gli effetti negativi della pendenza del suolo: possono essere a terrazzo, a ciglioni e a gradoni.

Le trame di appoderamento e gli ordinamenti colturali descritti costituiscono lo "scheletro" del territorio, la sua griglia strutturale; le colture, poi, rivestono questa ossatura contribuendo a definire i diversi tipi di paesaggio agrario che cambiano anche a seconda del clima, delle condizioni economiche specifiche e della struttura oro-idro-geologica propria di ciascun luogo. Nel caso del seminativo semplice, il paesaggio presenta, pur costituendo un ambiente monotono, una certa mutevolezza stagionale per la caducità del manto vegetale. Questa coltura è caratteristica delle zone agrarie in cui prevale la trama dei campi aperti ed è solitamente sintomo della mancanza di alternativa: ai campi di grano si alternano infatti i campi ad erba senza alcuna soluzione di continuità.

Il seminativo arboreo è, rispetto al precedente, caratterizzato da una maggiore varietà: anche se non arriva ad avere un disegno così minuzioso come nel caso della trama dei campi chiusi, esso forma una scacchiera molto varia. In questa fattispecie il terreno non è mai dedicato ad un solo tipo di produzione, ma al contrario è caratterizzato dall'alternanza fra colture differenti (cerealicole, foraggere o arboree).

Le colture specializzate sono quelle dove, a differenza delle precedenti, la presenza di un tipo vegetale predomina largamente su tutti gli altri. L'esempio più caratteristico è quello della vite, che viene coltivata in modi anche molto diversi tra loro in molte zone del nostro paese e, proprio a seguito di questa diversità di coltivazione, aiuta a conformare l'ambiente in tutta una serie di tipi differenti<sup>22</sup>. Un altro esempio di coltura specializzata, anch'essa particolarmente importante per comprendere le caratteristiche morfologiche del paesaggio in Italia, è l'olivo, il quale generalmente è disposto a filari equidistanti che seguono, accompagnandolo, l'andamento del terreno e che con la loro regolarità smorzano le differenze fra i vari luoghi, costituendo una presenza continua e unificante. Altra coltura specializzata, anche il riso è dotato di una forte carica espressiva, data dalla sua particolare geometria dei vasti acquitrini e dalle cromie stagionali che lo connotano.

<sup>22</sup>I vigneti siciliani e quelli del Salento, ad esempio, non presentano alcun tipo di sostegno e sono piantati ad "alberello"; un altro esempio è quello della pianura emiliana, dove la vite viene fatta sviluppare verticalmente, facendola appoggiare ad alberi di acero o di olmo; nelle zone montane della Valle d'Aosta o dell'Alto Adige, altro esempio ancora, per evitare il gelo e favorire l'irraggiamento solare la vite viene coltivata su vere e proprie pergole.

Il terzo parametro - definito dagli insediamenti rurali - riguarda i dati pertinenti al sistema degli accessi, della viabilità e dei percorsi poderali, alla posizione del casale e degli annessi agricoli, alle modalità con cui vengono costruiti i confini. Le forme che hanno assunto gli insediamenti, che sono dipese tanto da condizionamenti fisici, quanto da condizionamenti storici, sociali, culturali ed economici, sono frutto di un lungo processo evolutivo. Tale processo si è basato sulla diversa relazione che si è via via formata fra alcuni elementi ricorrenti e ha dato origine a forme assolutamente diverse tra loro a seconda, appunto, delle specifiche finalità, oltre che dei condizionamenti esterni. Questi elementi sono: la dimensione dell'insediamento, il grado di compattezza, l'eventuale presenza di un tessuto e di un disegno di suolo, la forma della maglia viaria sulla quale l'insediamento si è sviluppato, l'eventuale presenza, all'interno dell'insediamento, di vuoti o di propaggini del territorio agricolo, il contesto fisico-ambientale entro il quale l'insediamento è inserito.

Attraverso lo studio delle diverse relazioni che si instaurano tra questi elementi è possibile riconoscere, in maniera del tutto strumentale, alcune delle principali forme insediative che si possono ritrovare nel paesaggio agrario, ovvero le case sparse, l'edificato lungo la strada, le micro-agglomerazioni rurali. Sotto il profilo strutturale, fattorie, casali, cascine, ville, masserie, granai ecc. costituiscono il patrimonio edilizio rurale. Villaggi e paesi rurali possono dunque avere forma, dimensioni e piante diverse, allungati lungo i lati di una via oppure compatti e arroccati in cima a una collina con le terre intorno, ecc.

Possono essere definiti come tipologie particolari di paesaggi agrari la *marcita* e il *polder*.

La *marcita* è una tecnica colturale caratteristica della pianura padana, impiantata per la prima volta nelle cosiddette *grange*, le grandi aziende agricole di proprietà delle abbazie. Si tratta di un terreno coperto da un sottile strato d'acqua di temperatura 9/12 gradi in modo che l'erba cresca anche in inverno.

Il *polder* è un terreno bonificato precedentemente paludoso, poiché colpito dalle inondazioni marine e dalle maree. L'uomo ha prosciugato la palude costruendo le dighe, ha eliminato l'acqua in eccesso con pompe e ha lavato il terreno con acqua dolce per eliminare il sale e renderlo più fertile. I primi esperimenti di prosciugamento di tratti di paludi costiere o di mare aperto furono realizzati nel XII secolo intorno alla città di Bruges. La tecnica fu poi perfezionata ad opera degli Olandesi nei secoli successivi. Oggi oltre la metà della superficie di terreno ottenuto con questa tecnica si trova in Olanda<sup>23</sup>.

<sup>23</sup>Uno dei più significativi esempi di *polder* è quello di Beemster, nei Paesi Bassi, dal 1999

### 3.3 Trasformazioni, fattori di rischio e azioni di tutela

I principali fenomeni alla base delle trasformazioni del paesaggio rurale e agrario sono:

- i processi di urbanizzazione del territorio con forme sempre più omologate al modello diffusivo e indifferente al consumo di suolo e alla perdita di valore territoriale; con esiti che portano non solo ad un diretto consumo di suolo, ma anche ad un enorme spreco dei territori localizzati in prossimità delle aree urbane diffuse;

- lo sviluppo infrastrutturale che implica una forte alterazione del paesaggio e della continuità agricola;

- i processi di meccanizzazione e le strategie di politica agraria, che vedono un progressivo processo di industrializzazione dei sistemi di produzione agricola;

- la regressione dell'agricoltura in ambiti montani e ambiti residuali.

Si innestano, su questi, forti cambiamenti dovuti ai fenomeni di industrializzazione, di turisticizzazione e più in generale di umanizzazione.

Il territorio muta la propria organizzazione spaziale e diventa così rappresentazione simbolica di valori custoditi nella percezione individuale, ma anche immagine della cultura di un popolo e della sua storia, paesaggio umano, antropizzato, "dominato" e cambiato.

Ciò accade, per esempio, per l'agricoltura europea che si configura al centro e nell'Occidente atlantico rispettivamente in coltivazioni a campi aperti (*openfield*) e a campi chiusi (*bocage*), per diventare a sud cultura promiscua mediterranea. Terre coltivate, giardini, orti botanici, sono al tempo stesso realtà fisica e paesaggio percepito, che avvicenda "pieno" e "vuoto", seminativi, prati artificiali, monoculture. Fino a tempi più recenti in cui diventa nuova espressione e la decorazione formale si fa ad esempio land art, nuova frontiera dell'architettura del paesaggio che prescinde da ogni obiettivo funzionale per enfatizzare l'azione dell'uomo sull'ambiente (Motta, 2004).

Accade in maniera altrettanto o, forse, ancora più evidente con lo sviluppo dei sistemi produttivi industriali che hanno segnato in maniera determinante, e spesso irreversibile, la fisionomia e l'"energia vitale" dei paesaggi. Alla produzione industriale e alla distribuzione dei suoi beni e servizi corrisponde uno spazio di tipo nuovo, dai confini fisicamente localizzati eppure

---

patrimonio dell'UNESCO creato nel 1612. Deve la sua fama alla sua accurata pianificazione secondo criteri di stampo rinascimentale e alla sua quasi integrale conservazione dello stato originario. Inizialmente l'acqua veniva aspirata da pompe idrovore azionate dai mulini a vento per essere poi drenata nel mare, in modo da ottenere un ampio spazio di terra asciutta.



indefiniti poiché caratterizzato da una varietà di relazioni in costante espansione: circuiti commerciali, circuiti finanziari, circuiti di merci, persone e informazioni che si muovono e sovra strutturano coinvolgendo la vita di individui e collettività. Si tratta di uno sviluppo che è arrivato a minacciare in molti modi gli equilibri naturali e ambientali: scaricando montagne di rifiuti, inquinando le falde idriche e l'atmosfera, devastando suoli e sottosuoli, impoverendo irreversibilmente le risorse. I paesaggi della storia industriale "celebrano" la potenza produttiva e tecnologica dell'uomo e manifestano, al contempo, la sua incapacità di convivere con gli invalicabili limiti della natura o la finitezza dei suoi indispensabili beni. I segni sul paesaggio possono essere più o meno evidenti: reti autostradali e ferroviarie, viadotti e mezzi meccanizzati, capannoni industriali, palazzi residenziali e commerciali. Essi sono stati realizzati con tecniche, disegni e materiali costruttivi simili in ogni parte del mondo; tendono a caratterizzare omogeneamente i paesaggi urbani ed extra-urbani, contribuendo spesso a cancellare elementi naturali originari e specifiche memorie storiche locali del passato. Numerose aree e siti industriali dismessi vengono recuperati e ri-valorizzati, modificandone frequentemente la destinazione d'uso. E anche questo incide, ovviamente, sul disegno dei paesaggi. Si tratta di un processo in atto in molti paesi industrializzati, ormai da alcuni decenni, che va ad interessare più o meno direttamente anche il fenomeno turistico mediante la creazione di nuove aree verdi, alloggi, strutture ricettive, centri polivalenti, musei e spazi espositivi (fig. 3), e molto altro<sup>24</sup>.

Fig. 3 – Science and Industry Museum di Manchester (UK)



Fonte: [www.scienceandindustrymuseum.org.uk/](http://www.scienceandindustrymuseum.org.uk/)

<sup>24</sup>Il processo di recupero di aree e siti industriali si accompagna, spesso, al fenomeno di transizione turistica di aree precedentemente votate alla produzione industriale, in cui le trac-

Le trasformazioni sul piano agricolo e produttivo sono enfatizzate da altri fattori di rischio dovuti al rapporto conflittuale città-campagna. L'incessante e rapida sovra crescita urbana rischia di compromettere l'equilibrio ambientale, sociale ed economico non solo nei paesi in fase di sviluppo e crescita, ma anche in Europa e in Italia. Secondo i dati del Rapporto 2020 dell'Agenzia Europea per l'Ambiente (AEA)<sup>25</sup>, agricoltura e silvicoltura non sostenibili, espansione urbana incontrollata e inquinamento industriale sono i principali fattori a cui va imputato il drastico declino della biodiversità in Europa, un fenomeno che minaccia paesaggi, ambienti, habitat e sopravvivenza di migliaia di specie animali. Numerose direttive dell'Unione europea (UE) sono state emanate in tema di tutela della natura unitamente ad altre normative ambientali e paesaggistiche, che però non sono ancora state attuate dagli Stati membri. Con particolare riferimento alla "questione paesistica", il Rapporto AEA evidenzia i numerosi fattori che incidono sulla conservazione e salute di un paesaggio: diversità biologica (agro biodiversità, varietà di specie ed ecosistemi, ecc.), importanza culturale e storica dei luoghi (gestione del paesaggio naturale, costruzioni, tradizioni, produzione artigianale, ecc.), valore prettamente estetico, possibilità di ricreazione e interesse scientifico ed educativo del paesaggio o di un sito specifico (importanza archeologica, storica, geografica, ecologica, economica o architettonica). Senza dimenticare che la cura del paesaggio rurale difende il suolo dall'erosione superficiale e previene il dissesto idrogeologico che troppe emergenze provoca a livello europeo e nazionale. È dunque urgente che il mondo agricolo diventi sempre più un soggetto attivo nel mantenimento delle risorse naturali, nella gestione e nella valorizzazione del paesaggio e del patrimonio culturale dei territori rurali.

Si tratta di un tema complesso e su cui si innestano dimensioni, politiche e azioni multilivello e multi direzionate. L'Europa<sup>26</sup> e le Nazioni Unite<sup>27</sup> ci richiamano alla tutela del suolo, del patrimonio ambientale, del paesaggio, al riconoscimento del valore del capitale naturale e ci chiedono di azzerare il consumo di suolo netto entro il 2050, di allinearli alla crescita demografica e di non aumentare il degrado del territorio entro il 2030 . A livello nazionale

---

ce del passato sono divenute parte della cosiddetta "archeologia industriale" e dunque elementi patrimoniali più o meno recenti su cui il turismo ha giocato un ruolo importante. Numerosi sono i casi italiani che testimoniano questo processo (Dansero *et al.*, 2003).

<sup>25</sup><https://www.eea.europa.eu/it/highlights/la-piu-recente-valutazione-dell2019aea>

<sup>26</sup><https://ec.europa.eu/environment/action-programme/>

<sup>27</sup><https://sdgs.un.org/2030agenda>

il Piano per la transizione ecologica (PTE) ha fissato l'obiettivo di arrivare a un consumo netto pari a zero entro il 2030<sup>28</sup>, ovvero anticipando di vent'anni l'obiettivo europeo e allineandosi alla data fissata dall'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile. L'azzeramento del consumo di suolo, secondo il PTE<sup>29</sup>, dovrà avvenire sia minimizzando gli interventi di artificializzazione, sia aumentando il ripristino naturale delle aree più compromesse, quali gli ambiti urbani e le coste ed è considerato una misura chiave anche per l'adattamento ai cambiamenti climatici, da normare attraverso un'apposita legge nazionale, come già richiamato anche dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)<sup>30</sup>. Numerosi, e sottotraccia, sono i rimandi al mondo del turismo, di cui si tratterà nel secondo e terzo capitolo del volume.

Altro aspetto evidente e incentivato riguarda le filiere produttive agricole e agroalimentari<sup>31</sup>, con particolare riferimento alla gestione sostenibile dei paesaggi (Donadieu *et al.*, 2008; Gottero, 2013). L'agricoltura sostenibile richiede di reinterpretare sia la produzione agricola sia la gestione del territorio e del paesaggio; la sua pratica richiede una dimensione culturale che trascende il metro coinvolgimento di specialisti e si apre a tutta la società (Barontini, 2020). La prospettiva della tutela attiva e dello sviluppo sostenibile diviene indispensabile per garantire un governo del paesaggio condiviso e partecipato, capace di riequilibrare restanze, partenze, cambiamenti che intrecciano dimensioni visive e immateriali, estetiche ed etiche, collettive e individuali.

## 4. Il Paesaggio urbano: forme di città dalla *polis* alla megalopoli

### 4.1 Appunti dalla geografia urbana

La città è un centro abitato di considerevole taglia demografica, fulcro di relazioni e di comunicazioni, ad alta organizzazione, con funzioni multiple e complesse esercitate da una popolazione che vive in massima parte di attività non agricole. La città è uno degli elementi umani dello spazio geografico sotto il profilo: insediativo ed economico; anche politico (perché sempre vi

<sup>28</sup><https://www.isprambiente.gov.it/it/attivita/suolo-e-territorio/suolo/il-consumo-di-suolo/obiettivi-e-orientamenti-comunitari>

<sup>29</sup><https://www.programmazioneeconomica.gov.it/wp-content/uploads/2022/02/PTE-definitivo.pdf>

<sup>30</sup><https://www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR.pdf>

<sup>31</sup>[https://www.cdp.it/resources/cms/documents/La\\_filiera\\_agroalimentare\\_italiana\\_e\\_la\\_sfida\\_della\\_sostenibilita\\_01-04-2021.pdf](https://www.cdp.it/resources/cms/documents/La_filiera_agroalimentare_italiana_e_la_sfida_della_sostenibilita_01-04-2021.pdf)



si concentrano almeno alcune attività di governo, da quelle locali a quelle nazionali o internazionali) e, ancora, culturale, sia in quanto luogo elettivo della produzione di cultura, sia in quanto sede di beni culturali accumulatisi nel tempo<sup>32</sup>. Da tale molteplicità di funzioni si evince l'importanza della città e si comprende come essa risulti uno degli elementi-guida dell'organizzazione dello spazio (Giordano, Pica, 2021), inteso quale ambiente, territorio e paesaggio. Si tratta di un insediamento umano particolarmente articolato per forma, varietà e ampiezza di funzioni e attività, aspetti simbolici.

Il paesaggio urbano racchiude infatti una notevole complessità, tale da determinare spesso una sua interpretazione parziale o focalizzata su alcuni aspetti piuttosto che altri.

Nell'ambito della geografia urbana, una delle questioni di fondo riguarda la definizione di "città" e "urbano". Se per certe caratteristiche la città è un agglomerato fisico di edifici e strade, per altri aspetti essa è un mercato, un tipo di società, un centro di scambio, ecc.

Il criterio più utilizzato per la sua definizione è quello della dimensione in termini di popolazione, con cui si separano anche il mondo rurale da quello urbano, criterio che trova alcuni importanti ostacoli sia perché è difficile stabilire, in molti contesti, la linea di separazione precisa tra centri abitati e non, sia perché alcuni insediamenti rurali accolgono numerosi abitanti e svolgono funzioni tipicamente afferenti alle città (Fumagalli, 2008).

Chiusa per secoli dentro mura e fossati, la città si è aperta sino a divenire città-regione, dilagando perché "inarrestabile" (Toschi, 1966). Le città hanno certamente continuato a dilagare, la loro popolazione a crescere, confermando questa tendenza all'inarrestabilità.

L'accrescimento delle città grande e continuo a cavallo tra XX e XXI secolo, ha conferito al paesaggio urbano un importante dinamismo che ha portato la riflessione geografica a precisare che l'insieme di elementi che costituiscono il paesaggio vada volto nella dinamica delle realtà economiche, sociali, culturali, ideologiche, che concorrono a determinarlo in un dato momento, vedendolo cioè in una globalità dinamica che privilegia il concetto di interdipendenza tra le diverse categorie (Corna Pellegrini, 1989).

La totalità che definisce il paesaggio urbano è intesa come un insieme di parti tra loro correlate; la complessità del paesaggio stesso, viene scissa in alcune componenti fondamentali che riportano all'uso del suolo, agli stili architettonici degli edifici e alla loro stratificazione e distribuzione, ai piani urbanistici e di pre-visione generale dell'organizzazione spaziale (Fumagalli, 2011).

Descrivendo le città come insediamenti, la geografia urbana rappresenta così fatti culturali, sociali ed economici che vanno ben oltre la semplice realtà

fisica dell'agglomerazione di edifici e di persone<sup>33</sup>. È interessante notare che anche le diverse parole usate per indicare il fenomeno urbano hanno seguito un analogo cammino che va dal concreto del luogo abitato ai suoi diversi significati più astratti e generali: *pólis*, *urbs*, *civitas*, *oppidum*, pur originando una medesima traduzione letterale si riferiscono a “cose” molto precise. Una lunga parte della *Politica* di Aristotele narra di Ippodamo di Mileto e del suo impianto ortogonale dato dalla struttura ordinata e a scacchiera, che si adatta alla topografia del territorio. Secondo gli antichi, la pianificazione della città rispecchia la razionalizzazione delle relazioni tra i cittadini e la ricerca di un equilibrio politicamente ordinato e regolato si concretizza in geometrie spaziali visibili. In particolare, nel modo greco lo spazio della città si correla alla riflessione politica sulla comunità e sui rapporti tra i suoi cittadini: pur nella diversità, la città antica è soprattutto il progetto di una identità ricercata tra *pólis* e *polítes*, città e cittadino (Prato, Rautenberg, 2015). Città, dunque, intesa non tanto come luogo fisico, delimitato da mura e riconoscibile nella specificità dei suoi spazi, quanto, prima di tutto, come comunità vivente<sup>34</sup>. *Urbs* è lo spazio in cui si insediano gli edifici, *oppidum* la zona delineata da mura e fortificazioni, che porta con sé la demarcazione tra fuori e dentro, tra esclusione e protezione. *Civitas* pone invece l'accento sull'aspetto inclusivo, così come il termine greco *pólis*, che sembra contenere, può anche indicare l'insieme dei cittadini come “molteplicità” unificata, comunità che abita lo spazio condiviso (Grbac, 2013). Da *pólis* deriva poi la costituzione su cui si regge la città-stato (*politeía*)<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup>Parte della geografia umana, la geografia urbana studia la città in tutte le sue forme e manifestazioni, analizzandola in base alle relazioni che essa ha con altri fenomeni, quali il processo di urbanizzazione, lo spazio economico, fisico e sociale, la percezione dello spazio, l'organizzazione urbana e il paesaggio urbano.

<sup>34</sup>Questa, forse, è una delle suggestioni più interessanti che ci offre la radice etimologica della parola “città”: deriva dal latino *civitas*, propriamente l'insieme dei suoi *cives*, e implica il riconoscimento dello statuto giuridico dell'essere cittadino.

<sup>35</sup>Affinché ci sia una città, gli elementi essenziali sono infatti l'esistenza di una comunità, un insieme di leggi che ne regoli la convivenza e uno spazio da pianificare in modo rigoroso. Inoltre, per il greco del V secolo a.C. la città coincide con lo stato, in quanto ogni *pólis* si governa in modo libero e autonomo, in parte come avverrà, a distanza di secoli, nelle signorie del Rinascimento. Si avvicendano regimi democratici, aristocratici, tirannici, ma la *polis* resiste a lungo come spazio pubblico da tutelare nel riconoscimento di distinte sfere di influenza e aggregazione: il sacro recinto del *temenos* e i templi della città alta (*akròpolis*), la vivacità commerciale dell'agorà, i portici eleganti, le abitazioni della città bassa (*asty*), gli edifici destinati all'amministrazione della giustizia (Ioli, 2015 <https://aulalettere.scuola.zanichelli.it/il-passato-ci-parla/polis-civitas-urbs/>).

Nella concezione degli antichi anche l'originaria nozione di metropoli sembra contenere non solo l'idea di madre-patria (da *méter*, "madre"), città originaria a cui fanno capo le colonie successivamente fondate, ma anche quella di città-misura (da *métron*, "metro", "limite"). La *pólis* greca non esiste senza un'anima: è un organismo vivente e un *kosmos*, un universo equilibrato in cui ogni attività trova corrispondenza nella delimitazione e nel riconoscimento di un luogo, che a quell'agire o a quel pensare è destinato.

Lungo i millenni e i secoli, le città, nel loro essere un organismo vivente, hanno mutato assetto, assunto forme, mescolato e aggregato funzioni, modificato logiche pianificatorie e insediative, generando contesti alquanto differenziati sotto vari profili. Non è obiettivo di questo paragrafo, né di quelli a seguire, soffermarsi sui numerosi aspetti che riguardano la "questione urbana" (Secchi, 2011; Maggioli, 2010; Ietri, Mastropietro, 2020). Tanti, e troppi, sarebbero gli argomenti, propri e correlati, da trattare nello studiare la città moderna e contemporanea dal punto di vista fisico e paesaggistico, economico, sociale, politico, architettonico: dall'agglomerazione degli spazi costruiti alla mobilità quotidiana, dalla formazione delle infrastrutture e degli spazi aperti alla centralizzazione e costituzione dei luoghi di largo consumo e attrazione, dai fattori di rivitalizzazione alle pratiche di diffusione e dispersione, dai processi di gentrificazione a quelli di periferizzazione, dalle iniziative di rivitalizzazione alle spirali dell'omologazione.

Per tale ragione, ci si sofferma sugli elementi che compongono e rappresentano, in modo osservabile, diverse tipologie di città e insediamenti urbani. Molti sono gli argomenti, le situazioni, le esperienze, i fatti correlati ai momenti di evoluzione o involuzione che hanno investito o investono le città; come quello che stiamo vivendo, delicato, imprevedibile, globale, e che accende con vigore il faro della sostenibilità su uno scenario geopolitico mondiale alle prese con forti crisi ed avvenimenti pandemici. Ambienti, territori, paesaggi urbani subiscono inevitabilmente effetti e cambiamenti importanti. Progettare e governare le città del futuro non può prescindere dalla conoscenza delle radici storico-geografiche che le hanno generate e dai profili urbani sedimentati in termini di paesaggio visibile o percepibile (Balducci *et al.*, 2017).

#### 4.2 *Categorie di città, strutture territoriali e urbane*

La formazione delle città è un processo complesso; richiede che si realizzino alcune condizioni sociali, politiche e soprattutto materiali a ciò favorevoli. Se il "fattore alimentare" ha consentito il nutrimento delle popolazioni,

lo sviluppo delle civiltà cerealicole, l'affermarsi di una forma egemonica sulle campagne, la presenza di una rete di comunicazioni adatta ai trasporti pesanti (fiumi e canali navigabili) ha aggiunto il fattore indispensabile per spostamenti, commerci, insediamenti. Le formazioni più antiche del fenomeno urbano sono rappresentate dalla Mesopotamia, dalla Valle del Nilo, dalle polis greche, dalle città etrusche e da Roma. Le città, come anticipato nel sotto paragrafo precedente, sono sistemi che mutano nel tempo la propria configurazione per effetto della cosiddetta "dinamica urbana"; la crescita degli agglomerati urbani e il loro mantenimento nel tempo possono dipendere da cause anche totalmente estranee rispetto alle motivazioni iniziali.

Le città possono essere suddivise in differenti categorie, sulla base di: forma politica, forma urbanistica, funzioni e specializzazioni che contengono<sup>36</sup>. E i paesaggi urbani che disegnano acquisiscono fisionomie peculiari e indagabili nei sedimenti che si mantengono visibili, nelle tracce parziali, pur frammentarie e flebili, a livello fisico e territoriale, nelle testimonianze recuperabili, nelle fonti anche non direttamente osservabili.

In base alla forma politica si possono identificare:

- Città stato e Stato città: le città stato hanno dimensioni statuali relativamente piccole, con un solo polo urbano, la tipologia più elementare è quella delle città palazzo del III millennio a.C. (Knossos e Phaistos nell'isola di Creta). La città stato per antonomasia è Atene, la *polis*, ma sono città stato anche le sedi di governo etrusco (es. Caere, Cerveteri). Lo stato città rappresenta una regione più estesa che presenta caratteri urbani e che tuttavia sono interamente dipendenti da un'unica città.

- Città capitale: capitale di un territorio di riferimento con costruzione dimensioni e struttura statale; si può creare e inventare dal nulla (es. Washington, Madrid), si può verificare il caso della mobilità delle capitali (es. in Italia: Torino, Firenze, Roma, Napoli) oppure si può registrare una fissità nel ruolo (es. Londra, Parigi, Tokio).

- Città imperiale: è una città capitale che deborda oltre i confini della nazione di appartenenza ed estende il proprio dominio su altri territori (es. Babilonia, Cusco, Pechino). La città imperiale per eccellenza è Roma, caratterizzata da una forte intelaiatura infrastrutturale.

---

<sup>36</sup>Numerosi sono i modelli della geografia urbana: oltre alla teoria delle località centrali di Christaller, si possono utilizzare modelli sulla rappresentazione del suolo urbano, da parte di E. W. Burgess (ad anelli concentrici), H. Hoyt (a settori), C.D. Harris e E.L. Ullman (a nuclei multipli); modelli che permettono una classificazione delle zone della città in base alla statistica multivariata; modelli che spiegano il funzionamento della città come macchina complessa (J. W. Forrester, I. Lowry).

- Città sacra: città punto di riferimento religioso, in relazione alle principali confessioni monoteiste (e quindi Roma, Gerusalemme, La Mecca), mete del pellegrinaggio spirituale (es. Lourdes, Santiago de Compostela, ecc.), città cerimoniali (es. Macchupicchu).

La forma urbanistica presenta una possibile distinzione tra:

- città ideologica (es. Isola di Utopia, Moro);
- città teorica (es. Sforzinda, Filarete);
- città personale (città monarchiche: es. città intitolate ad Alessandro Magno);
- città di fondazione (correlate a elementi di pianificazione urbanistica);
- città di colonizzazione (es. centuriatio romana);
- città murata e turrita (es. Carcassone, Monteriggioni);
- città fortezza (es. Palmanova);
- città islamica (es. Gerusalemme).

I caratteri funzionali portano a individuare:

- città materiale (es. Siena e città medievali);
- città aperta (non-città, es. Sparta; “città dei trulli” in Puglia; Stoccolma, città aperta in opposizione a conurbazione);
- città porto (es. Pisa, Roma, Vienna, Budapest);
- città mercato (es. dalle polis a Singapore sono le città con funzioni commerciali);
- città di servizi (es. NY, Tokio);
- città industriale (es. Manchester, città cinesi e dell’est Europa);
- città fabbrica (es. Detroit, Torino);
- città rifugio (es. baraccopoli);
- ecc.

Ne discende che le città possano essere città plurifunzionali oppure monofunzionali/specializzate, caratterizzate da una funzione nettamente prevalente e tale da condizionare e organizzare intorno a sé le altre. Le funzioni sono numerose: culturali, direzionali, produttive, distributive, ecc.

Una stessa città può assumere forme e funzioni differenti, che ne consentono la descrizione del paesaggio urbano. Anche le città contadine o le città dormitorio, che popolano i Paesi in Via di Sviluppo possono essere definite specializzate.

Qualora le città presentino una gamma completa o quasi delle funzioni, e siano per il loro tramite in grado di esercitare una forte attrazione e polarizzazione a livello macroregionale ci troviamo di fronte alle cosiddette “metropoli”. Le poche metropoli o regioni metropolitane con raggio di influenza a scala planetaria vengono dette città mondiali o città globali (es. New York, Los Angeles, Tokio, Londra, Parigi, Mosca). Secondo i concetti urbanistici la metropoli è la città sviluppatasi “naturalmente” a partire da un centro prin-

cipale mediante espansione radiocentrica; tale centro, caratterizzato da una forte concentrazione di popolazione, tende ad assorbire i nuclei abitati vicini, cui è legato da rapporti sociali ed economici, formando un unico tessuto urbano. Comunemente il termine metropoli è utilizzato per indicare ogni grande città. Si definisce “area metropolitana” l’ampia zona su cui la città esercita la sua influenza. A seconda della struttura che possiede e del grado di sviluppo che assume l’area metropolitana può essere definita:

- agglomerato urbano: città principale con sobborghi e città di cintura gravitanti su di essa (es. Los Angeles, Londra, Parigi, Tokio, Roma);

- conurbazione: concentrazione su larga scala di popolazione e attività; si tratta di un’area urbana estesa, formatasi dalla saldatura di vari centri urbani in origine separati (es. conurbazione della Ruhr in Germania e bacini carboniferi delle *Midlands* in Inghilterra);

- regione urbana, costituita da una città principale e dominante e da un’area circostante, funzionalmente legate e vicendevolmente dipendenti (es. regione urbana di Milano).

Le vaste macro regioni urbanizzate, in cui la maggioranza degli abitanti abbia adottato generi di vita urbani, con una soglia demografica minima di 25 milioni di abitanti, sono note come “megalopoli” (Gottmann, 1961<sup>37</sup>; Petrillo, 2006; Gabbianelli, 2019). Negli anni Cinquanta del secolo scorso si contavano solo due megalopoli, ovvero New York e Tokyo. Da allora si registra una crescita esponenziale di questi insediamenti: oggi sono infatti presenti 33 megalopoli e le più popolate sono Tokyo, con più di 37 milioni di abitanti, Shanghai, con una popolazione che supera i 25 milioni, e Delhi, con 28 milioni, che è destinata a salire di almeno un terzo nei prossimi decenni (D’Alessandro *et al.*, 2020). A caratterizzare queste città è anche l’alta densità di popolazione, che dà origine a importanti conseguenze (Sorensen, 2019) sul piano ambientale, sociale, economico, sanitario (Adler *et al.*, 2020). In Italia, con il termine la “megalopoli padana” (fig. 4), introdotto da Turri, si designa l’area delimitata naturalmente dalle catene montuose delle Alpi e degli Appennini, che annovera città che vanno da Torino a Milano, fino a Bologna e Rimini, includendo città pedealpine e pedappenniniche.

---

<sup>37</sup>Il termine *megalopolis* coniato da Gottmann indica inizialmente la coalescenza dei campi urbani lungo la costa nord-orientale degli Stati Uniti



Fig. 4 – Vista su Milano, cuore della megalopoli padana



Fonte: Andrea Cherchi, *Semplicemente Milano*. Per gentile concessione

Con riferimento ai paesaggi urbani del Sud del Mondo, le città sono dominate da due fenomeni profondamente connessi, che riassumono le varie componenti del sottosviluppo a scala mondiale: la grande crescita demografica, l'esplosione urbana. Sono infatti gli agglomerati urbani maggiori, in alcuni paesi solo le città-capitali, ad assorbire la gran parte dell'incremento della popolazione mondiale, ormai concentrato nella quasi totalità nella parte povera del pianeta. Le opportunità di sviluppo e le convenienze localizzative si addensano prevalentemente nei centri maggiori, grandi concentrazioni di manodopera e attività produttive e nodi degli scambi con l'interno e l'esterno, tuttora poli di attrazione della popolazione in fuga dalle aree rurali. Si tratta di una forma di urbanizzazione dominata da un irreversibile gigantismo urbano<sup>38</sup>.

<sup>38</sup>Negli anni '50 del '900 solo Shanghai, Buenos Aires e Calcutta apparivano fra le prime 10 città della terra. All'inizio del XXI secolo il rapporto si è invertito e fra le prime 20 città ci sono solo Tokio, New York e Los Angeles a rappresentare i paesi più industrializzati, mentre Città del Messico viaggia verso i 25 milioni, San Paolo verso i 22, Calcutta, Bombay e Shanghai tra i 16 e i 17.

Si rileva come l’Africa sia il continente di più recente urbanizzazione, l’America Latina sia quello più urbanizzato, mentre l’Asia, pur mantenendo in valori assoluti un numero di abitanti superiori rispetto ad Africa e America Latina, presenti in alcune regioni caratteri di “sotto urbanizzazione”. Alla scala dei singoli paesi si evidenziano il ruolo della grande città nell’organizzazione del territorio nazionale e l’emarginazione delle aree rurali e dei centri medi e piccoli. Nella sua geografia interna, inoltre, è possibile analizzare l’organizzazione degli spazi abitativi e di lavoro, le segmentazioni sociali, le tensioni, il dilatare delle sterminate e squallide periferie urbane (baraccopoli, *slums*, ecc.).

Il paesaggio urbano può rivelarsi un fattore importante per l’aumento delle disparità, per la segregazione spaziale e per l’isolamento sociale (Blanchard, Volchenkov, 2021). Può altresì incidere fortemente sugli elementi e obiettivi di sostenibilità (Damiano, 2019), di cui si tratterà nel terzo capitolo. Alcuni fatti e cifre possono sintetizzare la situazione<sup>39</sup>:

- oggi metà dell’umanità, vale a dire 3,5 miliardi di persone, vive in città;
- entro il 2030, quasi il 60% della popolazione mondiale abiterà in aree urbane;
- il 95% dell’espansione urbana nei prossimi decenni avverrà nei paesi in via di sviluppo;
- attualmente 828 milioni di persone vivono in baraccopoli, e il numero è in continuo aumento;
- le città occupano solamente il 3 per cento della superficie terrestre, tuttavia sono responsabili del 60-80% del consumo energetico e del 75% delle emissioni di carbonio;
- la rapida urbanizzazione esercita pressione sulle forniture di acqua dolce, sulle fognature, sull’ambiente e sulla salute pubblica;
- l’alta densità delle città può portare efficienza e sviluppo tecnologico, riducendo il consumo di risorse e di energia.

## 5. Dalle aree protette alla Convenzione Europea del Paesaggio

Ripercorrendo in sintesi la legislazione italiana sui beni ambientali e paesaggistici, è utile soffermarsi su alcune tappe fondamentali (Cerutti, 2021):

- L. 688/1912 Ville, parchi e giardini di interesse storico o artistico;

---

<sup>39</sup><https://unric.org/it/obiettivo-11-rendere-le-citta-e-gli-insediamenti-umani-inclusivi-sicuri-duraturi-e-sostenibili/>



- L. 1497/1939 Bellezze naturali;
- L. 431/1985 Vincolo paesistico (Legge Galasso);
- L. 394/1991 Legge quadro per le aree naturali protette;
- D.L. 368/1998 Istituzione del ministero per i beni e le attività culturali;
- D.L. 490/1999 Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali e ambientali;
- D.L. 42/2004 Codice dei beni culturali e del paesaggio;

La legge n. 1497 del 1939 identifica come bellezze naturali soggette a vincolo ambientale: gli immobili con cospicui caratteri di bellezza naturale o di singolarità geologica; le ville, i giardini e i parchi che si distinguono per la loro bellezza; i complessi di immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico o tradizionale; le bellezze panoramiche considerate come quadri naturali o i belvedere accessibili. Introduce la possibilità di disporre un Piano Territoriale Paesistico per le bellezze di insieme incluse in vaste località, per coordinare gli interventi di salvaguardia ambientale.

La legge “Galasso” n. 431 del 1985 supera la tutela di singoli “beni” o “cose” ed estende il vincolo paesaggistico-ambientale a intere categorie morfologiche di beni; il vincolo viene apposto “automaticamente” e si trasforma da strumento per la tutela di ambiti eccezionalmente “belli”, a strumento di presidio di quegli elementi che caratterizzano il paesaggio italiano.

La legge quadro per le aree naturali protette (n. 394 del 1991) ridefinisce le modalità per la conservazione e la valorizzazione del patrimonio naturale attraverso le aree naturali protette; prevede che il territorio dei nuovi parchi sia destinato ad “usi multipli” (conservazione della natura, ricerca scientifica, ricreazione, fruizione sociale); definisce il Piano del Parco come strumento finalizzato alla tutela dei valori naturali e ambientali.

In generale, esse costituiscono territori sottoposti a uno speciale regime di tutela e gestione; possono essere istituite mediante leggi apposite a livello nazionale o regionali da enti pubblici o da privati, quali istituti di ricerca o beneficenza, con la funzione di preservare l’equilibrio ambientale e paesistico di un determinato luogo, aumentandone o mantenendone l’integrità e la biodiversità.

Si può ricordare che il primo parco nazionale del mondo sia il Parco di Yellowstone (US) fondato nel 1872<sup>40</sup>, mentre con riferimento all’Italia il primo è quello del Gran Paradiso istituito nel 1922.

---

<sup>40</sup>Cambia il modo di intendere la natura, di vivere il rapporto uomo-ambiente. La natura non più come nemico da combattere, vincere e dominare, ma un valido e necessario alleato da proteggere e rispettare, a garanzia del soddisfacimento di altri e nuovi bisogni futuri. Al seguente link si trova la rete dei parchi americani <https://www.nps.gov/index.htm>

Le aree protette nazionali sono suddivise in<sup>41</sup>:

- Parchi Nazionali;
- Parchi naturali regionali o interregionali;
- Riserve naturali;
- Zone umide di interesse internazionale;
- Altre aree naturali protette;
- Zone di Protezione Speciale (ZPS);
- Zone Speciali di Conservazione (SIC).

Aree terrestri, lacuali, fluviali o marine, i parchi nazionali contengono uno o più ecosistemi intatti o parzialmente alterati da interventi antropici, una o più formazioni fisiche, geologiche, geomorfologiche, biologiche di rilievo internazionale o nazionale per valori naturalistici, scientifici, estetici, culturali, educativi e ricreativi tali da richiedere l'intervento dello stato ai fini della loro conservazione per le generazioni presenti e future

Aree terrestri, fluviali, lacuali ed eventualmente tratti di mare prospicienti la costa, di valore naturalistico e ambientale, i parchi naturali regionali o interregionali costituiscono, nell'ambito di una o più regioni limitrofe, un sistema omogeneo, individuato dagli assetti naturalistici dei luoghi, dai valori paesaggistici e artistici e dalle tradizioni delle popolazioni locali.

Quando le aree terrestri, fluviali, lacuali o marine contengono una o più specie naturalistiche rilevanti della flora e della fauna, ovvero presentano uno o più ecosistemi importanti per la diversità biologica o per la conservazione delle risorse genetiche, si parla di riserve naturali. Possono essere statali o regionali in base alla rilevanza degli elementi naturalistici in esse rappresentati.

Le zone umide di interesse internazionale sono aree acquitrinose, paludi, torbiere oppure zone naturali o artificiali d'acqua, permanenti o transitorie<sup>42</sup>. Altre aree naturali protette (quali oasi delle associazioni ambientaliste, parchi suburbani, ecc.) che non rientrano nelle precedenti classi si suddividono in aree di gestione pubblica, istituite cioè con leggi regionali o provvedimenti equivalenti, e aree a gestione privata, istituite con provvedimenti formali pubblici o con atti contrattuali quali concessioni o forme equivalenti. Infine, le zone di protezione speciale sono costituite da territori idonei per estensione e/o localizzazione geografica alla conservazione di alcune specie animali<sup>43</sup>.

<sup>41</sup><http://www.parks.it/>

<sup>42</sup>Sono comprese le zone di acqua marina la cui profondità, quando c'è bassa marea, non superi i sei metri. Per le loro caratteristiche, possono essere considerate di importanza internazionale ai sensi della Convenzione di Ramsar.

<sup>43</sup>Designate ai sensi della Direttiva 79/409/CEE, proteggono ad esempio specie di uccelli di cui all'allegato 1 della direttiva, concernente la conservazione degli uccelli selvatici.

Parchi, riserve, aree naturali, una rete di verde che copre circa il 22% del territorio nazionale, sono mete turistiche sempre più ambite da turisti italiani e stranieri con milioni di visitatori l'anno; sono divenuti paradigma di un turismo sostenibile, lento, verticale e anche di prossimità, di cui si tratterà nei prossimi capitoli.

A scala europea si aggiungono a questa classificazione le Riserve della biosfera Unesco<sup>44</sup> e altri riconoscimenti assegnati alle aree protette impegnate in modo particolare a raggiungere gli obiettivi prefissati, ovvero il Diploma europeo<sup>45</sup> e la Riserva biogenetica<sup>46</sup>.

La sostenibilità di questi contesti delicati e identitari passa attraverso sistemi di protezione che vanno oltre la delimitazione di ambiti protetti e in qualche modo vincolati. Oggi questo è un tema di grande attualità in ragione soprattutto delle più recenti tendenze che sottolineano l'importanza della tutela dell'ambiente come condizione essenziale per garantire la conservazione del territorio e degli equilibri ecologici per le generazioni presenti e future.

Nell'ambito della protezione e salvaguardia attiva del paesaggio e della natura esistono trattati internazionali vincolanti fra gli stati; le leggi nazionali conoscono ulteriori strumenti di protezione, mentre gli strumenti volontari appartengono a meccanismi più limitati ma talvolta meglio radicati perché supportati dall'impegno delle persone e delle comunità locali partecipi e consapevoli. Si manifesta in tal senso un fertile incontro, che risponde a necessità territoriali diffuse e radicate, tra questioni giuridiche e dimensioni operative.

In termini esemplificativi, si possono citare alcuni trattati internazionali che hanno prodotto e sostenuto notevoli ricadute propositive e progettuali oltre a svolgere un fondamentale ruolo di inquadramento normativo e procedurale:

- la Convenzione delle Alpi<sup>47</sup> (1991) per la protezione diffusa e lo sviluppo sostenibile delle Alpi; comprende diversi Protocolli, fra cui quello sulla difesa del suolo, sulla pianificazione territoriale e lo sviluppo sostenibile, sulla protezione della natura e la tutela del paesaggio, unitamente a numerosi studi e relazioni anche in termini di valorizzazione locale delle filiere e del turismo;

<sup>44</sup>Regione modello in cui viene realizzato in maniera esemplare lo sviluppo sostenibile in senso ecologico, economico e sociale.

<sup>45</sup>Rilasciato dal Consiglio d'Europa, [www.coe.int/en/web/bern-convention/european-diploma-for-protected-areas](http://www.coe.int/en/web/bern-convention/european-diploma-for-protected-areas).

<sup>46</sup>La segnalazione delle aree come riserva biogenetica avviene su base volontaria su iniziativa di un paese membro.

<sup>47</sup>[www.alpconv.org](http://www.alpconv.org)

- la Convenzione relativa alla conservazione della vita selvatica e dell'ambiente naturale in Europa (Convenzione di Berna, 1979), per la tutela della fauna e della flora selvatica europea, e la Convenzione di Bonn (1979) per la protezione e la conservazione delle specie migratrici degli animali selvatici<sup>48</sup>;

- la Direttiva Flora-Fauna-Habitat, decreto vincolante per gli stati membri dell'UE sulla protezione dell'ambiente;

- la Convenzione sulla diversità biologica delle Nazioni Unite, stipulata in occasione della Conferenza delle Nazioni Unite<sup>49</sup> per l'ambiente e lo sviluppo (UNCED) a Rio de Janeiro nel 1992;

- la Convenzione di Ramsar (1972) per la protezione delle zone umide, in particolare come habitat per uccelli acquatici e uccelli ecologicamente dipendenti dalle zone umide;

- la Convenzione europea sul paesaggio (CEP, Convenzione di Firenze, 2000), convenzione del Consiglio d'Europa del 2000 per la tutela del paesaggio, cui possono aderire anche stati non appartenenti all'UE<sup>50</sup>.

La CEP introduce un concetto importante incentrato sulla qualità della protezione, della gestione e della pianificazione del paesaggio e che riguarda l'intero territorio, non solo i paesaggi eccezionali ma anche quelli ordinari e degradati. Il paesaggio è una parte del territorio, così come viene percepita dalla popolazione locale o dai visitatori, che si evolve nel tempo come risultato dell'azione delle forze naturali e degli esseri umani. La "politica del paesaggio" riflette la consapevolezza delle autorità pubbliche della necessità di definire e attuare una politica del paesaggio. Grazie al suo approccio innovativo e alla sua portata più ampia, essa integra le convenzioni del Consiglio d'Europa e dell'UNESCO sul patrimonio culturale e si estende anche all'ambito naturale e ambientale. La CEP resta un riferimento fondamentale per la comprensione del paesaggio e per le questioni fruibili che lo riguardano, lontane da ideali di "santuarizzazione" o prassi di eccessivo ingessamento (Ferrata, 2013; Laslaz *et al.*, 2014). Come ricordano Gavinelli e Zanolin "il paesaggio tutelato nelle aree protette si presenta nell'Unione Europea, a vent'anni dall'adozione della CEP, come un caleidoscopio di politiche, pratiche e narrazioni ancora in evoluzione. Il paesaggio nelle aree protette è sempre più una costruzione sociale, abbinata ad altri elementi (la biodiversità e il patrimonio) e frutto di dinamiche e poteri ben precisi" (Gavinelli, Zanolin, 2021, p. 289).

<sup>48</sup>[www.coe.int](http://www.coe.int), [www.cms.int](http://www.cms.int)

<sup>49</sup>Fino ad oggi alla convenzione hanno aderito 196 stati contraenti. [www.cbd.int](http://www.cbd.int)

<sup>50</sup>[www.coe.int/it/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/176](http://www.coe.int/it/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/176)

## 6. Il paesaggio come patrimonio culturale da leggere, comunicare, narrare

Capire le conformazioni del paesaggio e la loro evoluzione, interpretare la distribuzione delle componenti paesistiche e il rapporto che esiste tra loro, equivale a dare un significato alle forme naturali e vedere come l'azione umana abbia modificato l'ambiente; in, sostanza, porta quindi a comprendere perché il territorio abbia l'aspetto oggi osservabile, intrecciando i fili del discorso sin qui condotto.

Diversi sono i metodi con cui leggere un paesaggio, tra cui:

- lettura "orizzontale": quali sono gli elementi, le relazioni tra elementi, i significati dei singoli elementi e del paesaggio nel suo insieme, i significati funzionali, simbolici, progettuali;
- lettura "verticale": quali interpretazioni si possono dare di un paesaggio e dei singoli elementi che lo compongono in relazione a dinamiche e fattori non direttamente visibili;
- lettura "temporale": quali trasformazioni ha subito un dato e quali potrà subire.

Chiaramente, si possono aggiungere altre modalità correlate alla stessa natura del paesaggio: progettuale e comunitaria (Cerutti, 2021; Gallitano, 2022), esperienziale e sonora (Cattedra *et al.*, 2017), percettiva (Moretti, 2016), formativa (Castiglioni *et al.*, 2020) e molte altre, ad esempio storica, patrimoniale, statutaria così come emozionale e affettiva.

In quanto elemento essenziale per la crescita socio-culturale ed economica, la gestione e la valorizzazione di un territorio, il paesaggio partecipa ai processi di patrimonializzazione, costituisce un elemento fondamentale del carattere identitario di un luogo e, come tale, può giocare un ruolo attivo in processi di sviluppo sostenibile e durevole (Magnaghi, 2017). Ne discende che i modi per leggerlo, comunicarlo e rappresentarlo siano molteplici, soggettivi e poliedrici, forse più di quanto non siano quelli per definirlo.

La comunicazione è, e dovrebbe essere, concepita come importante strumento per tutelare, promuovere e arricchire il paesaggio (Scatena, 2016). Si tratta di un tema affine al turismo, che tornerà a popolare le pagine del prossimo capitolo. Comunicare il paesaggio vuol dire condividere una descrizione della realtà, un punto di vista e offrire una visione: in un mondo in cui le immagini si susseguono una dopo l'altra in maniera fugace e sovrapposta, la nascita di un turismo che vira verso una conservazione del paesaggio e riscoperta di esso porta con sé un nuovo modo di farsi spettatori. La comunicazione del paesaggio può assumere diverse finalità, quali scopi socio-economici per l'incremento dei flussi turistici, la destagionalizzazione di questi, la crescita del turismo straniero e della notorietà di un luogo. Comunicare il

paesaggio dev'essere un impegno, anche da parte degli abitanti di un territorio e le comunità che vi gravitano, per cui il loro sentirsi profondamente legati e orgogliosi alla propria terra porta a volerlo comunicare e condividere. Politiche a favore della territorialità, del Km0 e delle tradizioni locali hanno acquisito, nel tempo, dei ritorni significativi, sia economici che socio-culturali. Investire nel paesaggio vuol dunque dire investire nelle persone e nelle relazioni tra le diverse realtà locali, nel rispetto delle specificità di ognuno.

Comunicare il paesaggio, o meglio, i paesaggi, non porta alla chiusura quanto piuttosto evoca l'apertura dei contesti, delle menti, delle relazioni. E la comunicazione è sia interna che esterna, può essere realizzata mediante processi e progetti di natura diretta (quali quelli del cosiddetto *marketing* territoriale turistico) e indiretta (altre iniziative).

Comunicare e narrare, nel paesaggio, sono dimensioni che si intrecciano. La comunicazione del paesaggio è narrativa. In qualità di bene e patrimonio culturale esso è narrazione, riconoscibilità, e dunque assume un ruolo centrale nella definizione e nell'evoluzione sociale identitaria, non solo locale, e nella definizione di scenari orientativi futuri. Ne discende una complessità che si ritrova non solo in relazione a come il paesaggio stesso venga raccontato ma anche come venga percepito, apprezzato, vissuto e "spinto" avanti.

Il paesaggio può essere al contempo letto come una narrazione individuale e corale, espressione e fondamento dei caratteri delle popolazioni o da esse riconosciuti: non esiste di per sé, ma prende forma solo se c'è qualcuno che lo osserva, lo abita, lo costruisce, lo plasma e racconta (Malvica, 2020).

Dalla sua lettura, plurale e polisemantica, consegue la ricerca di elementi di persistenza e trasformazioni, che oggi si conservano nella presenza di componenti tangibili e intangibili sul territorio (Mastroianni *et al.*, 2021).

Si può dunque affermare che il paesaggio non sia una sola narrazione, ma contenga molteplici narrazioni, strumenti, linguaggi (Bellini, 2008). Viene generato da una serie di processi concatenati di esplorazione e di continua ridefinizione creativa, messo in atto nel corso delle relazioni mutevoli stabilite dalle società in divenire con i diversi contesti territoriali. Un progetto di paesaggio rappresenta l'esito emergente di un processo collettivo di riconoscimento e di costruzione di significati che rispondono e danno voce alla complessità della società contemporanea, esito non prefigurabile di un intreccio fra chi vive, abita e attraversa i territori del presente (Pezzoni, 2010) e base su cui progettare spazi di azione, recupero, messa in valore (Tolusso *et al.*, 2022).

La narrazione, in questo senso, non si appiattisce sul cosiddetto *storytelling* ovvero sull'insieme di atti rivolti a determinati e definitivi obiettivi di valorizzazione legati a iniziative di matrice turistica, *online* e *on site*, pre-

valentemente di *marketing* e *brandizzazione*. La narrazione del paesaggio consente, infatti, di trasmettere contenuti densi e di contribuire alla creazione di solidi e prospettici legami territoriali. Il ricorso agli strumenti del *placetelling*, che consentono di delineare e implementare i tempi e modi di una geograficità attiva, strategica e partecipata (Epifani, Damiano, 2022), agevola questo tipo di approccio e orientamento. Molto si correla al settore turistico, dato che il *placetelling* rappresenta un metodo per creare narrazioni di luoghi, un asset strategico a supporto dei processi di comunicazione, promozione e, più in generale, di sviluppo locale sostenibile. (Pollice *et al.*, 2020).

FrancoAngeli

FrancoAngeli



## *2. Il turismo: sguardi su un fenomeno in cambiamento*

Sedimenti, impronte, tracce: sono queste le dotazioni su cui si struttura la parabola a partire dal paesaggio, il suo elemento primario. Sono anche i segni, visibili e non, che portano all'incontro con il secondo coefficiente, la  $b$  dell'equazione  $y=ax^2+bx+c$ : il turismo. Può mancare  $c$ , il cosiddetto termine noto che in questa trama matematico-geografica è interpretato dalla sostenibilità, ma certamente non può esserci  $b$  senza  $a$  e dunque turismo senza paesaggio.

Vi sono territori che, per le loro proprietà e funzioni, vengono qualificati come "turistici", definendo regioni e destinazioni in cui le morfologie territoriali, dotate appunto di proprie condizioni ecologiche e climatiche e specifiche forme di organizzazione dello spazio, sono plasmate dalla presenza di attività turistiche. Ma un paesaggio turistico non è costituito dalla semplice presentazione di dati materiali definiti una volta per tutte. Le caratteristiche (s)oggettive di un luogo costituiscono un sistema di risorse attive, potenziali o latenti che un processo di "messa in turismo" può valorizzare mediante progettualità ad opera di attori motivati alla loro messa in scena: in altre parole, gli elementi geografici vengono composti, ricombinati, resi fruibili in termini di prodotti e di esperienze. È questo un processo articolato e decisamente interessante, che porta alla ricomposizione delle componenti patrimoniali di un luogo con nuovi valori e nuovi sguardi portati sul territorio, in funzione di un modello o più approcci di tipo culturale e sociale.

Parlare di turismo, oggi, in questa che viene definita come fase dell'Antropocene, significa cogliere le numerose sfaccettature assunte da un fenomeno in continua trasformazione (Molinari, 2019), particolarmente condizionata dagli accadimenti recenti dovuti alla pandemia da Covid-19 e agli eventi bellici in corso.

Il capitolo intreccia le dinamiche del turismo ( $b$ ) con la capacità dei paesaggi ( $a$ ) di rispondere a desideri e bisogni sociali secondo modelli che, in

un preciso momento e per determinati profili, possono consentire agli attori (x) di generare attrattività, profitto territoriale, ritorni positivi allestendo proposte calibrate sia in funzione della domanda, di mercato, che dell'offerta, di territorio. Fruizione e valorizzazione integrata e sinergica delle risorse rendono la parabola e il territorio che essa esprime (y) estremamente dinamici, forti o deboli in funzione della spinta evolutiva o involutiva che i processi e flussi turistici possono creare.

Lentezza, prossimità, responsabilità, sostenibilità divengono le parole-chiave con cui porre sguardi differenti al turismo e agli scenari futuri che progettualità e attori possono disegnare. Turismo che il capitolo cerca di comprendere - in alcune delle sue molteplici declinazioni (rurale, urbano, enogastronomico, culturale, ecc.) - per poter essere governato e, quindi, per poter contribuire a quello sviluppo locale, creativo e sostenibile che sa parlare delle/alle comunità (Scrofani *et al.*, 2019).

## **1. Paesaggio e turismo: interpretazioni di un rapporto intenso e dinamico**

### *1.1 Il punto di vista normativo tra tutela e valori*

Vi sono indubbiamente molti modi per leggere e interpretare il rapporto che intercorre tra paesaggio e turismo, secondo angolazioni differenti e intersecanti, quali quella normativa, "iconomica", culturale, narrativa, tematica, percettiva.

Un primo approccio possibile è quello che si poggia sull'analisi dell'evoluzione della nozione di paesaggio in ambito normativo, specchio delle società, delle loro dinamiche e visioni. Il paesaggio è emanazione dell'ambiente e frutto della cultura, e per tali ragioni è stato (s)oggetto di attenzione legislativa che ne ha rimarcato i rimandi e le connessioni ambientali e culturali. Sono state così formulate e si sono susseguite, a livello nazionale così come di altri paesi europei e della stessa Europa, alcune regole concertate per la salvaguardia del paesaggio e dell'ambiente. Il paesaggio è un bene ambientale e culturale ed è considerato tra gli obiettivi di un processo di identificazione delle comunità umane su un territorio, che esse stesse contribuiscono a definire. Pur qualificandosi come insostituibile, pubblico, inalienabile e naturale, quindi non riproducibile, l'attività umana, produttiva ed economica, condiziona costantemente i processi fisiologici ed evolutivi di un paesaggio. Come anticipato nel primo capitolo, leggi e indicazioni normative hanno, di fatto, accolto sensibilità e attenzioni provenienti dalla società civile, dalle istituzioni, dalle organizzazioni pubbliche, ponendo in

dialogo istanze multilivello e mettendo in rilievo la necessità di andare oltre la dimensione estetica per abbracciare tempi e modi differenti di tutela e valorizzazione. Il monitoraggio dei beni paesaggistici, in generale, può essere attuato tramite una modalità passiva, mediata e attiva. La tutela passiva avviene mediante vincoli, ad esempio quelli paesaggistici: opera o con divieti o, come nel caso delle norme sul paesaggio, con l'obbligo di assoggettare ad autorizzazione paesistica ogni progetto comportante trasformazione delle aree protette da vincolo. La tutela mediata è la tutela mediante gli strumenti della pianificazione territoriale e protezione territoriale (dai piani territoriali regionali al piano regolatore comunale e regolamento ambientale), con i quali si impongono dei divieti, ma anche delle indicazioni e formazione sia di tipo localizzativo che di tipo normativo. La tutela attiva è una modalità volta a mantenere le caratteristiche di un bene mediante azioni: buona progettazione, buona gestione, azioni per conoscerlo meglio - condotte attraverso studi di tipo scientifico - e per farlo conoscere meglio - condotte attraverso la divulgazione delle peculiarità di quel bene e della necessità di tutelarlo. Tutto questo ha importanti risvolti in relazione alla sfera del turismo, sia come possibilità di utilizzo degli spazi, edificazione, modificazione, in stretta connessione con il lato della strutturazione dell'offerta turistica locale e "localizzata", sia come opportunità di accessibilità e fruizione, comunicazione e narrazione di luoghi, paesaggi e beni, con ricadute significative sulla domanda turistica e sulle motivazioni dei target che la compongono.

A differenza del paesaggio, nella nostra Carta costituzionale il termine turismo non viene citato nemmeno una volta; tuttavia, ciò non significa che sia indifferente agli interessi e ai diritti di turisti e operatori e rispecchia la competenza attribuita alle Regioni. Alcuni principi costituzionali sono, indirettamente, ricollegati al turismo: libertà d'impresa nella prospettiva dell'imprenditore e dello sviluppo economico del Paese; libertà di circolazione e protezione nel rapporto contrattuale nella prospettiva del turista; interesse pubblico alla conservazione e valorizzazione dei beni culturali e ambientali nella prospettiva delle principali mete turistiche (Capelli, Grasso, 2020). Quest'ultima dimensione pone in evidenza gli stessi valori di riferimento su cui si fondano le norme e regole in chiave paesaggistica.

Il prodotto turistico, a differenza di quello di altri settori, non è costituito da un bene tangibile, bensì sovente da un'esperienza che il turista vive direttamente in loco. Alla base di questo settore economico, quindi, oltre a tutti i servizi offerti dagli operatori vi sono i territori con le loro risorse (*ibidem*; Savelli, 2004; Galvagno, Giaccone, 2017). Esse sono sussumibili dall'art. 9, che come precisato nel primo capitolo afferma che "la Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio

e il patrimonio storico e artistico della Nazione”. Entrambi i commi rappresentano una disposizione a favore del turismo: la spinta verso lo sviluppo turistico va bilanciata con la tutela del paesaggio e del patrimonio storico, artistico e culturale. Si ricorda che anche in virtù delle disposizioni contenute *Codice dei beni culturali e del paesaggio* del 2004, la tutela invocata dall’art. 9, “è una concezione dinamica perché non può essere solo conservativa; una concezione positiva, non solo la tutela, ma la tutela orientata alla fruizione e al riconoscimento e all’attuazione del rapporto tra diritti fondamentali” (Flick, 2015, p. 6).

La Convenzione Europea sul Paesaggio e gli ultimi studi di scienze in materia si pongono certamente nel solco di questo approccio dinamico e orientativo, giungendo a definire il paesaggio come interrelazione tra componenti fisico-ambientali invariabili e fattori connessi ai valori sociali, percettivi, estetici, immaginari e simbolici, che le popolazioni locali hanno assunto come luogo di identificazione collettiva. Tali prospettive di tutela del territorio aggiungono l’importanza del fattore sociale-simbolico, ampiamente trascurato da alcune carte costituzionali e dalle normative pregresse. La tutela e recupero dovrebbe essere estesa a tutto il paesaggio, comprese le zone degradate o di identificazione collettiva da valorizzare e ripristinare. L’attuazione di tali nuove prospettive dovrebbe avvenire attraverso strumenti di tutela che assumono una funzionalità progettuale, strategica e di valorizzazione del paesaggio, soprattutto in vista dei principi di sviluppo sostenibile che sono inestricabilmente correlati anche al fenomeno turistico.

### *1.2 La dimensione percettiva nella costruzione dei paesaggi turistici*

Bene ambientale e culturale, o loro sommatoria e moltiplicazione, il paesaggio tutelato e valorizzato può divenire risorsa turistica (Cerosimo, Donzelli, 2000; Meini, 2007; La Foresta, Musella, 2018); il passaggio da bene a risorsa dipende da tre macro fattori:

- specifica identità (culturale, ambientale, sociale) del bene;
- esistenza di un sistema locale di supporto programmatico e gestionale;
- esistenza di un sistema territoriale organizzato funzionale alla valorizzazione turistica del patrimonio culturale e ambientale.

Una insufficiente conoscenza del primo fattore e la debolezza degli altri due possono determinare sostanziali difficoltà di decollo di progetti di valorizzazione. Tale passaggio implica, infatti, la coesistenza di uno sguardo condiviso sul bene e sul paesaggio e una capacità solida da parte degli attori che concorrono alla sua messa in valore di creare le condizioni atte al persegui-

mento degli obiettivi prefissati da strategie e progettualità. Come a dire che le attività turistiche debbano far riferimento e leva su cosa sia possibile/lecito fare/non fare, così come discende dall'ambito normativo, tenendo sempre conto dell'orizzonte compositivo, motivazionale, culturale, funzionale in cui esse si collocano. Intessere "reti di interesse" a livello locale costituisce l'altra faccia della medaglia con cui il turismo costruisce le proprie proposte, che vanno ancorate a un territorio, legate a un paesaggio nel rispetto delle potenzialità di un ambiente che le accoglie. In questa direzione si sta muovendo il fenomeno turistico post-Covid e quello che da anni rimarca e attua politiche di sostenibilità e tutela.

L'idea del paesaggio come fatto umano, sia nelle fasi di lettura che in quelle di valorizzazione, consente di effettuare una descrizione anche minuta dei caratteri che lo compongono. Esiste un sottile passaggio che intercetta sensi e attribuisce significati a un medesimo paesaggio ad opera di sguardi diversi. Questo perché immagazziniamo il mondo fuori mediante delle percezioni che ci mettono in rapporto col territorio, ne fissano gli elementi essenziali, diventano supporti effettivi, e talora affettivi, di quel senso o significato che si dà al paesaggio. La percezione non è mai passiva: è attivata dalla nostra cultura, dalla nostra predisposizione, dalla nostra passione, dal nostro senso estetico, dal nostro sentimento del tempo, dello spazio, della vita. E poi in noi agiscono le memorie, il patrimonio di immagini che abbiamo assorbito, il senso del paesaggio acquisito dopo aver visto paesaggi e paesaggi, gli interessi che ci muovono di momento in momento (Tempesta, Thiene, 2006). C'è infine un particolare valore che è la sensibilità, per cui individui diversi di fronte a un paesaggio si comportano in maniera differente (Mangano *et al.*, 2020).

Esiste, del resto, una stretta correlazione tra il viaggio e il paesaggio. I territori altrui, i territori che non rientrano strettamente nella nostra quotidianità e nel nostro locale, li conosciamo anzitutto come paesaggi (Volterrani, 2001), cioè attraverso sguardi, immagini e rappresentazioni (Gemini, 2009). Il viaggio è un processo cognitivo applicato a un territorio, la cui attrattiva vive su un delicato equilibrio tra conservazione dei valori distintivi e fruibilità dei paesaggi che ne sono depositari (Giordana, 2004; Cevasco *et al.*, 2021). Muovendoci sulla Terra scopriamo paesaggi, diversi e tantissimi, di cui ci troviamo a voler o saper dare un'interpretazione, una lettura. Si tratta di un discorso, pure personale, che investe collettività e comunità nella "geografia liquida" della post-modernità (Richards, Russo, 2014). Diviene, così, importante attribuire un significato ai paesaggi che formano "l'intero mondo", o per lo meno acquisire gli strumenti di lettura vitali per essere, oltre che turisti e viaggiatori, cittadini e cittadine del mondo (Larsen 2001; Chen *et al.*,

2021). Ogni viaggio si esplica come successione di impressioni; prevalentemente visive se viaggiano in aereo o treno, più totali e vissute se gli spazi vengono percorsi a piedi. C'è differenza tra questi due modi di viaggiare, di vedere e leggere il paesaggio: la differenza è simile a quella di chi guarda da vicino e da lontano, di chi sta dentro e fuori da un certo ambito, come se si trattasse di passare dal particolare al contesto, dal locale al globale (regionale, continentale, mondiale) Modi che la pandemia e i recenti accadimenti hanno amplificato in termini di ricerca e pratica.

I paesaggi turistici rispondono sempre più alle motivazioni che spingono un turista a muoversi per incontrare un determinato paesaggio e vivere l'esperienza offerta da/in un dato contesto. Il paesaggio appare come insieme di linee e segni ma è lo stato d'animo del turista a mettere in atto una simbologia, facendo ricorso in modo più o meno esplicito a filtri socio-culturali e psicologici sia individuali che mediatici, presenti già nelle fasi pre-esprienziali (Mura, 2011; Lingiardi, 2020). Elementi naturali e culturali, paesaggi tradizionali o creati ex novo, diventano *focus* delle scelte turistiche: dalla vegetazione intesa come fattore che può fungere da "oggetto" turistico in sé, cornice oppure ostacolo, alla presenza di attrattori legati al patrimonio storico-culturale o del tutto "inventati", o, ancora, a eventi che si muovono nella "scenografia paesistica" in cui si svolgono.

La geografia del turismo ci insegna che i luoghi turistici non sono tali in quanto possiedono attributi specifici ma si fondano su modelli di sguardo esterni e originali, su immagini e performance percepite ancor prima che vissute, su approcci cognitivi e relazionali applicabili alle relazioni tra individuo/soggetto e paesaggio/oggetto (Malvica, 2022). Si tratta di un discorso ampio e complesso, qui tratteggiato in relazione al paesaggio turistico, che è manifestazione di quel rapporto denso e affascinante che lega appunto paesaggio e turismo. Questo discorso porta ad analizzare processi che caratterizzano in modo rilevante sia la realtà materiale, sia l'immagine delle regioni o destinazioni turistiche e che contribuisce a produrre e riprodurre luoghi carichi di significato e in grado di suscitare desiderio e attrattività. Risultato di un processo articolato, essi sono il prodotto dell'incontro tra le risorse turistiche potenziali di un territorio e le aspirazioni dei turisti. Si genera un paesaggio che viene poi valorizzato e promosso mediante un modello sociale e territoriale, ancor prima che economico. Ma nessun paesaggio è dato o fissato una volta per tutte; come ricorda Raffestin, "nessun luogo, nessun villaggio, nessuna città, nessuna regione, nessun paese ha a priori una vocazione turistica che dura, perdura e non si trasforma" (Raffestin, 2012, p. 59).



### 1.3 Paesaggi e “iconemi”: il ruolo dell’esperienza nella lettura delle immagini

Dentro la rete delle relazioni che intessono i territori, il turista penetra cercando e trovando messaggi che provengono dalle esperienze vissute. Come detto nei precedenti paragrafi, il territorio è paesaggio, cioè territorio colto percettivamente, insieme di percezioni, immagini, luci, suoni, odori, ecc. Non soffermandosi soltanto su queste percezioni, i turisti possono andare oltre, entrando in contatto con lo spirito del luogo, con la sua storia, la sua cultura, alla ricerca del *genius loci* di quel paesaggio e del suo “spessore patrimoniale”. E in questo percorso, possono trovare dei riferimenti, degli elementi che reggono l’insieme, che si propongono come *pars costruens* di quel paesaggio, conferendogli un determinato carattere e assorbendone visioni e sguardi.

Il geografo Turri ha definito queste parti come “iconemi”, ovvero parti elementari del paesaggio, tessere o unità particolari (fig. 5). Essi costituiscono la storia e la memoria di un paesaggio: la percezione di un paese avviene attraverso una serie di elementi costitutivi del territorio che impressionano per la loro evidenza, bellezza, grandiosità, singolarità, o perché magari si ripetono, come leitmotiv caratteristici e inconfondibili. Si tratta di elementi visivi, rilevabili nel paesaggio quali fiumi, ville, piazze, castelli, santuari (Turri, 2014).

Possono essere di natura antropica o naturale e tendono ad assumere un rilevante carico simbolico. In tal senso sono cose e immagini che rappresentano il tutto, che ne esprimono la peculiarità; segni che in quanto elaborati e selezionati dal meccanismo percettivo, assumono valore simbolico e funzionale nella visione del percettore.

“Il paesaggio come mondo silente, come mondo dei segni, dei segni che si impongono come immagini, come iconemi, non lo si può interpretare quindi soltanto stando all’esterno o osservandolo da lontano [...]”, ma “[...] dobbiamo addentrarci in quello scenario, andare a vedere quali segreti, quali forze nasconde quel paesaggio, farne l’anatomia” (Turri, 1998).

Sotto il profilo tipologico, si possono individuare:

- iconemi connessi al territorio naturale, alla fisicità dei luoghi e iconemi legati ad aspetti storici e culturali;
- iconemi tradizionali o frutto della storia recente;
- iconemi più o meno forti, più o meno emergenti;
- iconemi diversi in funzione di chi osserva e percepisce il paesaggio.

Fig. 5 – Iconemi parigini antichi e moderni



Fonte: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

Il turismo interpreta, (ri)codifica il/i paesaggio/i e la/e cultura/e che li hanno generati e li alimentano; scopre/elegge gli iconemi a fattori di attrazione focale e capaci di innestare un “effetto *hub*” attrattivo e distributivo sul territorio; crea destinazioni, sistemi, modelli per far fruire i beni e gli elementi del patrimonio culturale dei luoghi (che è anche ambientale, paesistico). Diventa turismo culturale, e non solo, accogliendo in questa accezione una molteplicità di paesaggi e di loro aspetti, tangibili e non. È dall’incrocio tra sguardi dettati dall’evoluzione delle norme, dei costumi, delle dinamiche dell’offerta e della domanda che si creano nuovi profili turistici legati alla fruizione del paesaggio e alla relazione esperienziale in cui si esprime. La “logica iconemica” può essere applicata alla lettura dei processi narrativi che sottostanno e alimentano la comunicazione turistica in stretta connessione con il paesaggio e con le sue componenti. Lo testimoniano la stampa specializzata, il materiale informativo e di promozione turistica (guide turistiche, *brochure*, *leaflet*, manifesti, ecc.) che formano un “bagaglio cartaceo” che accompagna da lungo tempo l’offerta turistica di mete culturali e città d’arte, così come di parchi o aree naturali, fortemente incentrato sulla dimensione



visiva, sulla selezione di immagini e sulla loro capacità evocativa. Questa tradizione trova ampio spazio nel digitale, che ha aperto canali di comunicazione nuovi, pervasivi, di facile accesso e utilizzo a basso costo. Il turismo è sempre più visual; in esso le immagini rivestono un ruolo di primaria importanza, perché sono una sorta di biglietto da visita di destinazioni, strutture e prodotti. La comunicazione che vi si poggia - mediante *website* e *social media* - fa abilmente leva su alcuni elementi di richiamo principali, e noti, oppure su risorse patrimoniali minime e diffuse, e quindi potenziali o meno note (Fusté-Forné, 2020)<sup>1</sup>. Potremmo dire che sono, o divengono, iconemi le immagini veicolate da portali e vetrine online, così come su app o pagine social; è narrazione visiva, parlata, basata su fotografie e video di emergenze paesaggistiche, naturali e culturali, quella che popola e anima le proposte turistiche sulle pagine social. Parimenti possono trasformarsi in iconemi le immagini “di ritorno”, ovvero quelle prodotte dagli stessi turisti che co-definiscono, durante le loro esperienze di viaggio, modalità e strumenti per definire un paesaggio, mediato dal proprio modo di posarvi sguardi e di cogliere opportunità. Le destinazioni si comunicano online attraverso immagini coinvolgenti, rilevanti e di forte interesse, ricorrendo, spesso, anche ai contenuti postati nei *social media* dagli stessi turisti, dalla popolazione locale e dagli *influencer*; questo si inserisce nell’ambito del turismo esperienziale (Rossi, 2020) in cui, appunto, l’esperienza immersiva in un paesaggio, reale o evocato, si correla agli aspetti citati e alle motivazioni/aspettative che essi contribuiscono a generare, focalizzare, “condizionare”, soddisfare (Beltràn, Parra, 2017; Pilotti, Pencarelli, 2021).

Negli ultimi anni, si è diffuso il cosiddetto *visual storytelling*, un modo in cui raccontare storie attraverso immagini, foto, video o animazioni, producendo un racconto, suscitando un immaginario nell’utente/turista e stabilendo, quindi, con lui un legame emotivo (Albanese, Graziano, 2020; Graziano, 2022). Adotta un approccio persuasivo e personale, rivolgendosi direttamente al destinatario. Ed è proprio per questo che si rivela molto efficace nel turismo, oltre che per la sua capacità di trasmettere idee, suggestioni ed emozioni, di coinvolgere il turista e trasportarlo nel contesto della vacanza (Vela *et al.*, 2017). Inoltre, lo *storytelling*, e in particolare il *visual storytelling*, è efficace perché permette di raccontare diverse storie in diversi modi e formati: ciò è particolarmente importante poiché non esiste un modo univoco

---

<sup>1</sup>A titolo esemplificativo, dimostrativo e anche efficacemente didattico, si vedano i portali ufficiali del turismo svizzero e neozelandese: <https://www.myswitzerland.com/it-it/>, <https://www.newzealand.com/int/>

di raccontare un territorio e di comunicare un paesaggio (Casonato, Cossa, 2020). Paesaggio che è solo sfondo o quinta della narrazione, ma protagonista mediante dettagli inediti, colori e sfumature di una stagione che si posano sulle sue colline o sui suoi campanili. Le destinazioni turistiche possiedono molteplici attrattive che esprimono paesaggi e patrimoni molteplici (monumenti, edifici, ponti, ecc.) e che sono considerate, o promosse come, “imperdibili”. Pensando al Colosseo o alla Tour Eiffel, tanto per citarne alcune, si ha già impressa nella mente una loro immagine prima ancora di vederle dal vivo, poiché immortalate e riprodotte milioni di volte su *brochure*, cartoline, *gadget* vari. Di conseguenza, perf comunicare le proprie attrattive in modo coinvolgente e seducente, si lavora per cercare di riprodurre un’immagine “originale”. Ad esempio può risultare efficace scattare una fotografia da una prospettiva insolita, creando un’inquadratura più ristretta o astratta di quel paesaggio o di quella attrattiva; gli iconemi “classici”, definiti come landmark quando sono componenti distintive di un territorio (Van Niekerk, 2014), non hanno infatti bisogno di essere mostrati nella loro interezza per essere riconosciuti. Inoltre, è particolarmente importante offrire un’interpretazione il più possibile personale della risorsa che si sta fotografando o rappresentando, fornendo una visione autentica e originale, che crei maggiore interesse e curiosità nello spettatore. Quest’approccio non vale solo per edifici o monumenti, ma anche per tutti quegli elementi immateriali storico-culturali che caratterizzano e distinguono il territorio e ne plasmano il paesaggio, come feste tradizionali, abiti, artigianato, eventi ecc. Non dobbiamo dimenticare, infatti, che oggi il turista cerca sempre più esperienze locali ed autentiche, prediligendo l’intangibilità al prodotto tangibile. E ciò è vero anche per quanto riguarda la comunicazione della destinazione. In questa fase, posta pandemica e complessa, si sono rafforzate le politiche e progettualità volte alla trasformazione dei grandi landmark italiani del turismo balneare e delle grandi città d’arte in “porte di accesso” ad altri territori emergenti, dalla grande capacità attrattiva ancora non pienamente espressa (Palumbo, 2018) e correlata agli aspetti immateriali e cognitivi propri delle esperienze del cosiddetto turismo di prossimità (Ejarque, 2021).

I racconti evocati o co-creati dagli “iconemi” consentono di rilevare che il rapporto turismo-paesaggio funzioni anche come filtro; incrociando prodotti, esperienze, tematismi differenti, una stessa destinazione o una sua attrattiva si orienta a target differenziati di domanda, facendo leva non solo sul potere delle immagini ma anche sulle narrazioni reali, letterarie, figurate che le accompagnano, fatti di parole e racconti personali, profilati e dedicati, in grado di sedurre e indurre ad una scelta. Si tratta di un discorso che può, e deve, andare oltre il discorso promozionale e commerciale portato dal turismo:

per prendersi cura del paesaggio, del patrimonio e di ciò che lo compone e circonda, bisogna saper cogliere ciò di cui si fruisce, nelle sue opportunità e nei suoi limiti. Si apre una dimensione di responsabilità, un compito che diviene etico ed evidente per coloro che sono in grado di cogliere la trama spazio-temporale in cui ciascuna persona, e quindi anche il turista, è immerso. Come afferma Brusa, “solo se il soggetto vede, quel determinato oggetto diventa patrimonio” (Brusa, 2010). E da qui, la spinta verso gli scenari futuri, la proiezione verso la condivisione di pensieri e passi, la chiave della sostenibilità che sarà approfondita nel prossimo capitolo. D’altro canto, se si volesse parlare di un macro-tema, o macro-prodotto, “turismo del paesaggio”, lo si potrebbe fare direzionandosi verso un modello di sviluppo sostenibile, ovvero ragionando di un turismo che sappia essere fattore chiave per favorire il rinnovo dei territori e dei loro paesaggi senza compromettere le risorse che li compongono e sostengono.

## **2. Interazioni tra paesaggio e turismo rurale**

### *2.1 Un percorso di definizione*

Il turismo rurale comprende le forme e pratiche turistiche direttamente connesse alle risorse rurali, ovvero quelle in cui la “cultura rurale” rappresenta la componente più importante. Potrebbe essere confuso o essere sovrapposto al cosiddetto “turismo nelle aree rurali”, che invece si limita agli elementi dell’offerta ricettiva in quanto comprende strutture e formule di ospitalità ubicate in ambito rurale, indipendentemente dalle motivazioni dell’ospite e dalle modalità di fruizione.

Le risorse della ruralità sono costituite dall’agricoltura e dai suoi prodotti, dalle aree verdi e dalle zone protette, dall’artigianato, dai patrimoni culturali e artistici presenti nei paesi e nei piccoli centri delle aree rurali (Belletti, 2010). Il processo di creazione del valore attraverso questa tipologia di turismo si basa sull’interazione di più attori e sulla combinazione di un insieme di risorse, specifiche di un patrimonio locale denso e diffuso. La vitalità economica e sociale di un territorio rurale è legata indissolubilmente all’agricoltura e al turismo, che permettono la produzione e rigenerazione spontanea dei capitali rurali (Cinti, 2010; Pacciani, 2011). Nella prospettiva turistica le attività agricole non sono ricollegabili solo alla loro funzione produttiva di beni di consumo di settore, che a lungo andare potrebbe evolvere verso una standardizzazione e un conseguente declino, ma attuano una vera e propria produzione paesaggistica. Emergono così nuovi assets, poiché tale produ-

zione risulta peculiare di specifiche realtà e convoglia un'unicità identitaria capace di rispondere, e motivare, la domanda esperienziale ed emozionale espressa dal mercato turistico. Il passaggio che porta a un maggior grado di diversificazione e realizzazione turistica risiede quindi nella combinazione di questi diversi assets, nella relazione mutuale tra turismo e settore agricolo: il turismo può agire su elementi tradizionali materiali e immateriali per la realizzazione di un prodotto turistico unico e competitivo, il settore agricolo può beneficiare di elementi multisettoriali (Bettin, 2021).

Definire che cosa sia il turismo rurale potrebbe sembrare semplice e forse neanche poco utile. L'espressione "turismo rurale" è apparentemente auto evidente, in quanto tutti hanno o possono acquisire una conoscenza diretta di entrambi gli elementi che la compongono: tutti, o quasi, sono o sono stati turisti; rurale è ciò che non è urbano, è la campagna in cui ci si trova quando si esce dalla città. Se si prova a passare a una definizione meno descrittiva e più analitica ci si rende conto di come la semplicità sia solo apparente. In anni recenti il turismo nelle aree rurali si è allineato agli altri tipi di turismo per quanto riguarda la durata della vacanza e la sua collocazione nell'anno, ed è praticato da un turista di età, livello di istruzione e disponibilità di reddito superiori alla media. Un turista che è mosso dalla ricerca di un "prodotto turistico" con caratteristiche ben determinate: fruizione estetica del paesaggio, contatto con la natura, interesse per le tradizioni culturali locali (in particolare quelle gastronomiche), ritmi *slow* nella pratica turistica e approccio *friendly* con i residenti. Rimane aperto il problema della sostenibilità di questo tipo di pratica turistica. È necessario sfatare l'idea che turismo rurale sia sinonimo di turismo sostenibile. Da una parte, il suo impatto è certamente minore di quello delle attività industriali decentrate o di quelle agricole di tipo industriale. Dall'altra, la sua impronta è molto più percepibile di quella degli altri turismi tradizionali, che si svolgono in luoghi già turisticizzati. È pertanto fondamentale che il turismo rurale gestisca il proprio sviluppo in modo sostenibile: la conservazione dei beni a valenza turistica può essere minacciata, infatti, da uno sviluppo eccessivo e incontrollato dell'attività turistica stessa.

Il turismo rurale ruota molto intorno alla esperienzialità: crea e offre occasioni e attività in cui il turista, diventa anche lavoratore e prestatore di mano d'opera, vivendo a stretto contatto con la realtà agricola e godendone dei benefici derivanti. Può capitare così che si lavori in vigna sin dalle prime luci dell'alba fino al tramonto, ci si ristori poi davanti al camino magari mangiando il frutto delle fatiche dei giorni precedenti. Il tutto in piena condivisione con i proprietari delle terre in un'atmosfera di assoluta convivialità e naturalità, riproponendo modalità tradizionali e sostenibili di vivere la/nella ruralità agraria.

Su questo livello di concezione turistica, si innestano alcune considerazioni in merito al fatto che il turismo enogastronomico, lo *slow food tourism* o anche l'agriturismo si pongano nella spazialità del turismo rurale inteso nei suoi più generici assets culturali, storici e ambientali. Operare sull'*enhancement* delle forme turistiche possibili per le aree rurali non significa, quindi, solo implementare gli aspetti della food chain ma recuperare ambienti marginali, edifici e strutture anche industriali o post-industriali rurali, tradizioni e tecniche legate al settore primario così come anche a produzioni manifatturiere e di altra natura (Bettin, 2021)<sup>2</sup>.

Pur condividendo tratti comuni, l'agriturismo presenta significative differenze rispetto al turismo rurale. Le attività agrituristiche sono esclusivamente le attività di ricezione ed ospitalità esercitate dagli imprenditori agricoli singoli o associati<sup>3</sup>, attraverso l'utilizzazione della propria azienda, in rapporto di connessione e complementarità rispetto alle attività di coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento del bestiame, che devono comunque rimanere principali. Per turismo rurale, invece, si intende quel complesso di attività di ricettività cui si aggiungono quelle di ristorazione, di organizzazione del tempo libero e di prestazione di ogni altro servizio finalizzato alla fruizione turistica dei beni naturalistici, ambientali e culturali del territorio rurale extraurbano.

## 2.2 Alcune attività e tipologie di turismo rurale

Il turismo rurale ingloba una serie di elementi appartenenti alle filiere di topologie di proposte e prodotti turistici. Le attività primarie sono legate, come abbiamo visto, al godimento del paesaggio, alla fruizione di attrattive di tipo naturalistico, all'esperienzialità di alcune pratiche in aree rurali. Anche il prodotto alimentare, inteso in senso stretto, è un'attrattiva turistica se strettamente connesso con il territorio, assumendo connotazioni di "tipicità", ovvero assimilando una serie di fattori legati strettamente alla memoria storica, alla localizzazione in area geografica di produzione, che gli consentono di acquisire un valore culturale e di mercato.

<sup>2</sup>Per una differenziazione tra ruralità agraria e ruralità industriale, e dunque per un approfondimento sul tema del paesaggio rurale oltre quanto brevemente riportato, si vedano i lavori di Rubino, 2010; Sotte, 2013; Torreggiani *et al.*, 2012; Bettin, 2021.

<sup>3</sup>Di cui all'articolo 2135 del codice civile e ai familiari di cui all'articolo 230 bis del codice civile, regolarmente iscritti nei relativi ruoli previdenziali ai sensi della Legge 2 agosto 1990, n. 233.

Le forme turistiche che possono intercettare il turismo rurale sono molteplici, tra esse si segnalano come più evidenti:

- l'ecoturismo e il turismo delle aree protette;
- il turismo all'aria aperta e, nello specifico, il cosiddetto caravanning;
- il turismo culturale e dei borghi;
- il turismo enogastronomico.

Vengono tratteggiate negli elementi salienti e innovativi che le contraddistinguono, in quanto costituiscono ambiti ampi e dalle molteplici sfumature che, nel tempo, le hanno portate ad assumere fisionomie delineate e in crescita, capaci di rispondere in modo crescente alle sfide poste dalla sostenibilità e ai cambiamenti indotti dall'evento pandemico.

Secondo la definizione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) World Tourism Organisation (WTO)<sup>4</sup>, l'ecoturismo si riferisce a forme di turismo che presentano le seguenti caratteristiche:

- sono *nature-based forms*, alimentate dalle motivazioni principali dei turisti legate all'osservazione e all'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali che prevalgono nelle aree naturali;
- includono caratteristiche di tipo educativo e formativo;
- sono frequentemente organizzate da tour operator specializzati per piccoli gruppi. I *partner* fornitori di servizi nelle destinazioni tendono a essere piccole imprese locali;
- sono frequentemente organizzate da *tour operator* specializzati per piccoli gruppi. I partner fornitori di servizi nelle destinazioni tendono a essere piccole imprese locali;
- riducono al minimo gli impatti negativi sull'ambiente naturale e socio-culturale;
- sostengono il mantenimento delle aree naturali utilizzate come attrazioni ecoturistiche;
- generano benefici economici per le comunità ospitanti, le organizzazioni e le autorità che gestiscono le aree naturali con finalità di conservazione e tutela attiva;
- forniscono opportunità alternative di lavoro e di reddito alle comunità locali;
- aumentano la consapevolezza della conservazione dei beni naturali e culturali, sia tra gli abitanti del luogo che tra i turisti.

---

<sup>4</sup>Il 2002 era stato dichiarato dalle Nazioni Unite Anno Internazionale dell'Ecoturismo. <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>



In sintesi, si tratta di una tipologia di turismo praticata in aree naturali, relativamente indisturbate, al precipuo scopo di studiarle mediante processi di co-apprendimento, riconoscendo in esse il valore intrinseco delle risorse ambientali e culturali presenti (Goodswain, 1996; Spenceley, Rylance, 2021). In Italia ha anche assunto il nome di “turismo natura”, comprendendo zone più vaste, includendo molteplici esperienze turistiche che vanno dal turismo montano a quello lacuale, dall’agriturismo al turismo dei borghi in cui vi sia attenzione all’elemento “natura” ovvero “ambiente” così come presentato nel primo capitolo del presente volume. Non corrisponde, infatti, pienamente alla definizione di ecoturismo come elemento di apprendimento, conservazione e valorizzazione ambientale quale motivazione prevalente di viaggio. Questo significa che la filiera di offerta che struttura le proposte di “turismo natura” è formata da componenti trasversali anche ad altre filiere, da cui trae elementi di varietà legati per esempio al cibo, al paesaggio, allo sport, alla cultura e che arricchisce mediante elementi di specificità e “ancoraggio ambientale”. D’altro canto, come avremo modo di approfondire nel prossimo capitolo, molte di queste proposte e pratiche si possono incardinare nell’ampio ventaglio del cosiddetto “turismo sostenibile”, al contempo espressione di politiche e strumento di promozione territoriale.

### *2.3 Parchi, aree protette e valorizzazione turistica*

Tra le tipologie di turismo che si avvicinano di più alla definizione di ecoturismo da parte dell’OMT-WTO troviamo il turismo dei parchi e delle aree protette. È indubbiamente un dialogo delicato quello che lega il mondo del turismo a quello delle aree protette, più complicato e difficile di quanto potrebbe a prima vista sembrare; il turismo costituisce un punto prioritario di riflessione per tali aree non solo per la crescente presenza di visitatori, ma anche in relazione alle riflessioni sugli stessi scopi e finalità odierne di un parco e di un’area protetta. Nati per volontà di tutela del territorio e delle sue ricchezze naturali, le prime aree protette erano quasi esclusivamente zone di protezione e conservazione di ecosistemi in pericolo. L’importante posizione assunta nella direzione della protezione e sensibilizzazione ha permesso loro di rivestire un ruolo sociale, culturale e politico non trascurabile, andando oltre la logica della mera conservazione o museificazione. Tutela e protezione sono strumenti di gestione, ma le finalità di un’area protetta sono certamente più ampie e di contatto con le persone. Il turismo può essere il più solido punto di contatto e sprona tali contesti ad assumersi una responsabilità sociale d’ampio respiro, crescendo come luoghi di discussione, laboratori

di educazione, ricerca e sperimentazione. Nel pieno esercizio delle proprie funzioni, possono assumere anche un ruolo di promozione dell'economia dei territori, rafforzando l'idea che debbano essere i parchi ad occuparsi di turismo e non viceversa. Il turismo costituisce per i parchi una grande opportunità, promuovendo diverse modalità di gestione e fruizione associate a ritmi e abitudini di vita armoniosi rispetto a quelli naturali e fornendo esempi concreti della possibilità di costruire un dialogo equilibrato e sostenibile tra attività umane ed esigenze dell'ambiente<sup>5</sup>.

In questa direzione, si segnala la nascita della Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS)<sup>6</sup>, uno strumento metodologico e, al contempo, una certificazione che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'elemento centrale della Carta è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune e un piano d'azione per lo sviluppo turistico, sulla base di un'analisi approfondita della situazione locale. Obiettivo primario è la tutela del patrimonio naturale e culturale e il continuo miglioramento della gestione del turismo nell'area protetta a favore dell'ambiente, della popolazione locale, delle imprese e dei visitatori. La CETS è coordinata da EUROPARC Federation, che, col supporto delle sezioni nazionali della federazione, come Federparchi-Europarc in Italia, si occupa della procedura di conferimento della Carta alle aree protette e coordina la rete delle aree certificate<sup>7</sup>.

A livello mondiale, è stata creata una rete composta da singole aree geografiche i cui siti e paesaggi di valore geologico internazionale vengono gestiti secondo un concetto olistico di protezione, educazione, sviluppo sostenibili: i Geoparchi Mondiali UNESCO<sup>8</sup>. Sono contesti che ricoprono un'area vasta sia in termini di copertura geografica che di pianificazione strategica, le cui ricadute in termini turistici e attrattivi possono essere alquanto significative (Fasani *et al.*, 2011; Skibiński *et al.*, 2021).

<sup>5</sup><http://www.parks.it/federparchi/convegni/parchidellealpi-TN/doc-turismo-areeprotette.html>

<sup>6</sup>La CETS prende spunto dalle raccomandazioni stilate nello studio di EUROPARC del 1993 dal titolo "Loving Them to Death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks", e rispecchia le priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21, adottate durante il Summit della Terra a Rio nel 1992 e dal 6° programma comunitario di azioni per lo sviluppo sostenibile. La Carta è una delle priorità per i parchi europei definite nel programma d'azione dell'UICN Parks for Life (1994). Inoltre, l'importanza crescente di uno sviluppo turistico sostenibile, come tema d'interesse internazionale, è stata sottolineata dalle "Linee guida per il Turismo Sostenibile Internazionale" della Convenzione sulla Diversità Biologica. La Carta affronta direttamente i principi di queste linee guida e fornisce uno strumento pratico per la loro implementazione nelle aree protette a livello locale.

<sup>7</sup><http://www.federparchi.it/pagina.php?id=30>

<sup>8</sup><https://en.unesco.org/global-geoparks>



Sono presenti a livello nazionale<sup>9</sup>, e anche in essi si innestano interessanti proposte di *geoturismo* (Coccioni, 2009).

Del resto, in Italia, la ricerca di contesti rurali, non urbanizzati o prossimi alle città, protetti e a contatto con la natura, trova da lungo tempo nei parchi luoghi ideali e di attrazione, alimentando forme di turismo ad essi correlati. Le attività che i parchi possono offrire e consentire sono molteplici e rivolte a target differenziati: dalle scuole ai piccoli gruppi, con esperienze educative in natura legate anche ad aspetti di flora e fauna specifici, ai singoli turisti desiderosi di esplorare e conoscere questi ecosistemi naturali e culturali, da soli o guidati, mediante attività sportive ricreative, degustative, fotografiche, sensoriali, ecc.

Qualche dato di sintesi sul quadro nazionale<sup>10</sup>:

- il 10% del territorio italiano è costituito da aree protette e il turismo in queste aree è un'opportunità di programmazione dello sviluppo sostenibile. Diversamente che in passato, le popolazioni locali si dimostrano interessate alla programmazione di forme di turismo rispettose dell'ambiente che siano utili alla crescita sostenibile delle attività economiche, con l'offerta di servizi turistici e culturali che valorizzano le risorse locali, il potenziamento di strutture ricettive ecocompatibili;

- i parchi italiani ospitano nei propri territori il 21,4% degli esercizi ricettivi totali e il 26,2% dei posti letto totali;

- il connubio tra turismo e aree protette presenta una serie di potenzialità e successi, ma comporta anche potenziali rischi e problemi dovuti a conflitti tra usi economici e obiettivi di tutela;

- la Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS) è stata ottenuta dal 64% dei parchi nazionali e da circa il 13% di quelli regionali.

Sono numerose le aree protette italiane che tutelano spazi che possono essere descritti come regioni rurali (Woods, 2001). Le loro caratteristiche rappresentano il risultato di una stratificazione di pratiche d'uso del suolo connesse a particolari sistemi economici, politici, sociali e culturali di cui il turismo è parte; il fatto che ad esse sia riconosciuto un valore come spazi naturali è, in molti casi, una situazione nuova e dipendente da una specifica culturale dei processi storici attualmente in atto (Zanolin, 2021).

La situazione pandemica ha impresso una forte accelerazione e una attenzione crescente, e per certi versi anche forzata, verso i parchi e le aree in cui soddisfare la necessità di vivere all'aperto (Giuntarelli, 2020), sia come fru-

<sup>9</sup><https://www.unesco.it/ItaliaNellUnesco/Detail/187>

<sup>10</sup><https://annuario.isprambiente.it/>

izione individuale sia come fruizione collettiva, e di trovare nella prossimità una notevole presenza di aree rurali protette.

Sempre nell'ambito della macro categoria del "turismo all'aria aperta" - spesso correlato al turismo en plein air, talvolta a quello outdoor o anche a quello open air - la letteratura colloca una particolare tipologia ovvero il cosiddetto o caravanning (Greco, Cresta, 2010), in cui si utilizza la propria vettura, caravan e/o motocaravan come principale modalità di organizzazione e fruizione dell'esperienza turistica e si entra in pieno contatto con la località visitata. Non mancano proposte combinate, che fanno emergere un insieme di pratiche variamente ispirate all'idea di trascorrere il proprio tempo libero provando a sperimentare percorsi di viaggio, al di fuori dai circuiti tradizionali e dagli schemi convenzionalmente proposti dagli operatori<sup>11</sup> (fig. 6).

Fig. 6 – Proposte di turismo in camper



Fonte: [www.agricamper-italia.com/](http://www.agricamper-italia.com/)

Per fare un po' di chiarezza, il turismo *open air* tocca molte esperienze, collocabili in modo particolare nelle attività conseguenti all'evento pandemico e nella consolidata ricerca di pratiche *slow*. Quando si parla di strutture ricettive ecco che entrano in gioco campeggi, aree di sosta e villaggi turistici,

<sup>11</sup>A inizio ottobre si è tenuta la Festa Nazionale del *PleinAir*, un incontro diffuso organizzato dall'Associazione dei Paesi Bandiera Arancione e dalla rivista *PleinAir*. Per ciascuna delle località aderenti vengono indicati il tipo di struttura predisposto per la sosta e il relativo indirizzo, il numero massimo di veicoli ammessi, i recapiti per le prenotazioni, l'indicazione delle attività previste e la possibilità di accogliere anche equipaggi in auto più caravan, <https://festanazionale.pleinair.it/>

sempre più ispirati e gestiti secondo una logica di sostenibilità e attenzione ambientale. Ma essi compongono una visione limitata e limitativa del concetto di “aria aperta” che vede oggi un turismo dalle proposte sfaccettate e in crescita, variamente connesso ad attività ed eventi sportivi, enogastronomici e in generale afferenti ad altre filiere che la ruralità intreccia e arricchisce.

Allo stesso modo viene utilizzato, in modo praticamente, intercambiabile il termine outdoor per riferirsi a quell’ampio segmento che raccoglie pratiche diffuse anche in ambito urbano, correlate al piacere di vivere la salubre abitudine di trascorrere all’esterno le proprie giornate di viaggio. Si delinea, in tal modo, un contenitore entro cui collocare le offerte di numerose città, paesi e borghi, parchi e aree protette, unitamente ai contesti verdi che li connotano o circondano, in un processo virtuoso di innovazione e valorizzazione dei territori e delle innumerevoli risorse naturali e culturali che essi offrono. Basti citare iniziative dedicate alle camminate e al trekking, alla bicicletta e alla mobilità dolce solo per ricordare esempi ampiamente conosciuti. È con queste modalità che il paesaggio diviene turistico e si carica dei colori e delle caratteristiche confacenti a prodotti “pluriorientati”, in termini di target, a esperienze di intreccio tra differenti filiere e motivazioni, a destinazioni anche marginali che puntano sull’outdoor per (ri)posizionarsi in un tempo post-pandemico articolato e sfidante. In questa cornice, si colloca anche il cosiddetto turismo *en plein air* che trova un corrispettivo nell’italiano “turismo in libertà”, andando a marcare il riferimento a un ideale di libertà che si può raggiungere scegliendo di trascorrere il proprio tempo libero all’aria aperta, percorrendo itinerari ritenuti non/meno convenzionali ed evitando di dormire in strutture ricettive fisse (Zanolin, 2019). Sono saltate molte distinzioni e classificazioni di tipo tradizionale, per accogliere i mutamenti rapidi di tendenze, prospettive, mercati di cui siamo oggi testimoni e protagonisti.

#### 2.4 Paesaggi di riscoperta: il turismo culturale

Il turismo culturale in ambito rurale e il cosiddetto “turismo dei borghi” sono attività turistiche che mettono in evidenza un complesso sistema di beni mobili e immobili di elevata valenza storico-artistica su cui gravitano proposte e flussi crescenti. Quest’ultimi rappresentano elementi che assolvono alla funzione di simbolo della memoria storica collettiva e della continuità culturale di un gruppo sociale; sono vere e proprie risorse territoriali che consentono alla comunità e al territorio di avere traccia della propria matrice identitaria culturale e di poterla utilizzare come fonte di attrattività turistica.

Per valorizzare il patrimonio rurale è necessario passare da attività turi-

stiche frenetiche a uno stile di viaggio lento, capace di immergere il turista in un'esperienza prima di tutto culturale (Candia *et al.*, 2021). Ne beneficia il turismo, alimentandosi di un patrimonio che è parte significativa delle proposte e spinta motivazionale forte, ma al contempo ne beneficia il territorio stesso e le comunità che lo abitano.

I beni culturali rilevanti nelle aree rurali sono (ne)i piccoli centri e borghi, spesso non inseriti nei circuiti turistici tradizionali. Il turismo dei borghi è, infatti, costituito dal movimento turistico diretto verso piccoli comuni o centri minori, più o meno noti, alla riscoperta dei valori, delle tradizioni, della cultura, dei sapori e dei prodotti legati alla civiltà locale.

I borghi italiani sono al centro di una problematica che riguarda sia l'ambito architettonico che quello sociale. Le cause dell'abbandono e del degrado sono da individuare nel flusso della popolazione verso le grandi città, nell'isolamento, nella mancanza di servizi e nella scarsità di connessioni con il resto del territorio. In questi centri il patrimonio edilizio, i rapporti intergenerazionali e anche il turismo hanno finora risentito di questi fattori. Oggi nei piccoli comuni si attivano strategie e sinergie che, caso per caso, possono ri-vitalizzare l'economia, valorizzare il patrimonio e trasformare i punti deboli in risorse anche turistiche.

Il termine "borgo" è certamente usato e abusato, contiene però la "carica territoriale" utile per volgere lo sguardo verso i centri diffusi, periferici e finanche marginali che negli ultimi anni sono divenuti centri di interesse e attrazione dal punto di vista turistico, da parte di flussi crescenti motivati dalla ricerca dell'autentico, della cultura radicata e, laddove vi siano comunità residenti, anche del *lifestyle* italiano così apprezzato dai mercati e dai viaggiatori internazionali. Si è così assistito ad una riconversione delle offerte e dei servizi capace di incontrare le nuove esigenze del turista esperienziale, ma anche del nomade digitale, in un'ottica di sviluppo sostenibile. Un'occasione che continua, importante e cogente, su cui stanno convergendo cospicui fondi europei e nazionali, e che costituisce a tutti gli effetti un moltiplicatore di vantaggi per gli attori coinvolti nel settore turistico. I numeri parlano chiaro: il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo aveva proclamato il 2017 come l'Anno dei Borghi, registrando il 36% dell'afflusso turistico totale italiano, con un trend in costante crescita del 3% annuo per il 2018 e il 2019. Sebbene nel 2020 il settore del turismo avesse subito un grave arresto nel trimestre marzo-maggio a causa della pandemia da Covid-19, le rilevazioni ISTAT sul Movimento Turistico in Italia (gennaio-settembre 2020) avevano registrato un incremento del +6,5% rispetto al 2019 nell'estate 2020, a favore soprattutto delle destinazioni "meno consuete, presumibilmente meno affollate e con una più ampia ricettività di tipo

extra-alberghiero (agriturismi, open air, ecc.) a discapito delle destinazioni estive più tradizionali, ossia le località balneari e le grandi città, solitamente caratterizzate da un maggior affollamento” (*ibidem*). Su questo si innestano anche le tendenze di prossimità generate dall’evento pandemico. I turisti target mossi dal desiderio di scoprire storia e tradizioni legate ai borghi sono gli stessi che si dimostrano attenti a un turismo sostenibile e rispettoso dell’ambiente in cui le comunità ospitanti sono immerse. In molti casi, si tratta dei giovani, sempre più consapevoli dei rischi che la crisi ambientale in atto comporta: le loro mete di viaggio si corredano di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, di scelte culinarie all’insegna di prodotti a filiera corta, di acquisti consapevoli orientati al sostentamento dell’artigianato locale. Si parla anche di turismo intergenerazionale (Albanese, Bocci, 2014; Febbi, 2014), di turismo di ritorno, delle origini o delle radici<sup>12</sup> (Sonia, 2018; Nicotera, 2021), di turismo pedagogico e sociale (Guadagnoli, 2021); dunque di sfumature molteplici date dall’incontro tra passato e presente.

Va altresì segnalato il fenomeno dei “nomadi digitali” che eleggono i piccoli centri italiani quali contesti ideali: si stima che entro il 2035 coloro che sceglieranno di lavorare da remoto in modalità *smart working* saranno oltre un miliardo (Carbonara, Pellegrino, 2021). Il loro periodo di permanenza in un determinato luogo potrà variare da una settimana a un intero anno, desiderosi di immergersi nella vita quotidiana delle più disparate comunità, all’insegna del viaggio come stile di vita. In genere, sono persone con un significativo *background* socio-culturale, protese verso quella “biodiversità socio-culturale” che può costituire un vero e proprio motore propulsore per le piccole comunità locali, spesso ancora incapaci di cogliere appieno la propria unicità quale ricchezza<sup>13</sup>. Residenti-temporanei, turisti, lavoratori: una forma ibrida che certamente genera interesse e ricadute che possono essere significative. In questa prospettiva, il punto di vista “esterno” di un visitatore esperienziale di media permanenza potrebbe colmare il *gap* che allontana i borghi e i piccoli centri rurali dal circolo virtuoso del turismo lento e sostenibile (Bellandi *et al.*, 2021). Residenti-temporanei, turisti, lavoratori: una forma ibrida che certamente genera interesse e ricadute che possono essere significative. In questa prospettiva, il punto di vista “esterno” di un visitatore

<sup>12</sup><https://italiadomani.gov.it/it/news/al-via-il-progetto--turismo-delle-radici---per-risoprire-i-luog.html>

<sup>13</sup>Alcune località hanno istituito i “presidi di comunità” ovvero infrastrutture sociali che agiscono sui territori per agevolare l’inserimento dei nomadi digitali: si tratta di spazi di cooperazione e partecipazione dal basso, che includono spazi di coworking, biblioteche, *impact hub*, *rural hub*, nuovi spazi pubblici e privati trasformati in spazi di collaborazione e condivisione per *smart workers* e comunità locali.



esperienziale di media permanenza potrebbe colmare il gap che allontana i borghi e i piccoli centri rurali dal circolo virtuoso del turismo lento e sostenibile (Bellandi *et al.*, 2021).

La formula ricettiva utilizzata è frequentemente quella dell'*Albergo Diffuso*, ospitalità che avviene all'interno di edifici presenti nei borghi storici secondo un modello innovativo (Villani, Dall'Ara, 2015), che dall'Italia sta prendendo forma anche in altri contesti internazionali (Villani *et al.*, 2022). Centri storici, anche minimi, che tornano a vivere grazie ad un'economia turistica e ad una serie di attività che Legambiente inserisce negli "scatti di futuro"<sup>14</sup> con cui tali contesti in cui la rivitalizzazione e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale locale passa attraverso processi di innovazione sociale ed economica, sostenuti da numerosi fondi.

Oltre alle attività di natura imprenditoriale, si segnalano riconoscimenti e che generano significative ricadute anche in termini di ospitalità diffusa, di esperienze d'incontro, di pratiche turistiche partecipate:

- Bandiere Arancioni del Touring Club Italiano<sup>15</sup>,
- Borghi Autentici d'Italia<sup>16</sup>,
- Borghi più Belli d'Italia<sup>17</sup>.

Si tratta, chiaramente, di un discorso che meriterebbe ulteriori approfondimenti, ma che in questa sede viene tracciato lungo una trama che lega il paesaggio e la sua dimensione rurale al turismo sia in merito alla composizione tematica con cui si configura il turismo culturale che alle modalità molteplici con cui di dispiega a livello organizzativo e territoriale.

Va precisato che, oltre alle dinamiche intrinseche di estrema mutevolezza del fenomeno turistico, lo stesso paesaggio non è una componente del territorio statica e immutabile, e tantomeno si limita ad una porzione di contesto ambientale con caratteristiche peculiari dettate dal mero ambito geografico: il paesaggio va inteso a 360 gradi, in ogni sua accezione, da quella ambientale a quella di elemento carico di valori socioculturali. Significativa la definizione del paesaggio culturale di Carl Ortwin Sauer, fondatore della geografia culturale, secondo cui esso «[...] è forgiato da un paesaggio naturale ad opera di un gruppo culturale. La cultura è l'agente, gli elementi naturali sono il mezzo, il paesaggio culturale è il risultato» (Sauer, 1925). Questo si pone in stretta relazione con quanto inteso e previsto dalla CEP e dal Codice Urbani,

<sup>14</sup><https://www.lanuovaecologia.it/voler-bene-allitalia-legambiente-presenta-scatti-di-futuro/>

<sup>15</sup><https://www.bandierearancioni.it/>

<sup>16</sup><https://www.borghiautenticiditalia.it/>

<sup>17</sup><https://borghipiubelliditalia.it/>

e spinge verso politiche e azioni di valorizzazione del paesaggio in ottica culturale, ambientale, lenta e sostenibile. È importante comprendere come lo sviluppo sostenibile risulti, quindi, definibile sulla base di un indicatore di riferimento che è la salvaguardia della diversità biologica e socio-culturale, particolarmente evidente nei contesti rurali, mantenuti, spopolati o abbandonati ma comunque dotato di specificità evidente o implicita. Un tema, questo, che si riallaccia alla tipologia dell'ecoturismo di cui nel paragrafo precedente e alla sua capacità di incidere sulla "percezione ambientale" da parte degli attori sociali e turistici: l'ecoturismo migliora l'autostima e l'orgoglio delle comunità di residenti, veicolandone le tradizioni e il folklore attraverso l'esperienza dei turisti e ravvivando le arti e gli eventi culturali locali. Pone, al contempo, luce su un'accezione negativa non trascurabile del proprio *modus operandi* che, come è stato osservato può implicare una omogeneizzazione o mercificazione dei prodotti culturali locali (Palmentieri, 2021).

In generale, il turismo culturale è quella forma di turismo il cui obiettivo primario consiste nella scoperta di monumenti e siti culturali; su questi beni culturali esercita un effetto molto positivo nella misura in cui contribuisce alla loro tutela e conservazione. Tale forma di turismo giustifica gli sforzi profusi dalla comunità per la tutela e conservazione dei beni culturali, a causa dei benefici socio-culturali ed economici che questi concedono alle popolazioni interessate<sup>18</sup>.

A livello nazionale, il patrimonio culturale si distingue per ricchezza, varietà e diffusione capillare sul territorio e polverizzazione dell'offerta. Si denota quale "museo a cielo aperto", espressione e fulcro dell'identità nazionale e della memoria storica racchiusa in numerose opere e strutture (civili e religiose). Numerosi sono i siti riconosciuti dall'UNESCO quali "Patrimonio dell'umanità", così come sono numerosi gli eventi, dal livello micro a quello internazionale. Importante è la distinzione tra beni e attività culturali (risorse antropiche) e beni ambientali e paesaggistici (risorse naturali), che genera attrazione anche differenziata nei confronti di profili consolidati ma soprattutto emergenti. È il caso di quello che potremmo definire come "cul-turista": un viaggiatore autonomo, che si muove in auto ma che è attento alla mobilità dolce e alla sostenibilità, con capacità di spesa medio-alta; maturo, esperto, votato alla ricerca della qualità, è esigente, *slow, green* e si muove alla ricerca del patrimonio "minore", dell'"etnicità", di "contenitori" o eventi che lo esaltino, di un'immersione nel "territorio-paesaggio" che spesso passa attra-

---

<sup>18</sup>ICOMOS Charter on Cultural Tourism, 1976. <https://www.icomosictc.org/p/1976-icomos-cultural-tourism-charter.html>



verso la sua enogastronomia. Contatto, partecipazione, esperienza sono le parole chiave che lo motivano e che alimentano offerte di turismo culturale rurale diffuso – rispetto a quelle delle città o dei poli culturali e d’arte localizzati e urbani – in grado di soddisfare queste aspettative, amplificate dai cambiamenti indotti dalla pandemia e dagli accadimenti geopolitici più recenti.

Non è un caso che nella ruralità si esprimano le realtà ecomuseali unitamente ad altre iniziative che fanno leva sul *rural cultural heritage* sedimentato e rivitalizzato parte di reti attoriali di cui le comunità, e talvolta gli stessi turisti, sono parti integranti. Lo si può leggere a scala nazionale (Battino, Lampreu, 2017; Carallo, De Pasquale, 2019; Pollice *et al.*, 2021), come anche nell’ultimo capitolo del presente volume, o internazionale mediante l’analisi di interessanti casi di studio o buone pratiche che vanno da ricerche sullo sviluppo dell’imprenditorialità locale (ad esempio si vedano Mitchell, Shannon, 2018) a quelle su elementi caratterizzanti “iconemici” (come avviene per gli spaventapasseri in Polonia di Król *et al.*, 2019).

### 2.5 Il turismo enogastronomico tra risorse, narrazioni e strade

I temi percorsi nei paragrafi precedenti hanno anticipato il ruolo giocato dai “prodotti della terra”, ampiamente intesi, e dalle pratiche fruttive ad essi connessi nello sviluppo di proposte e attività turistiche che possono essere ricondotte sotto il “macro ombrello” del turismo enogastronomico. In un mondo sempre più aperto e globalizzato, il turista ricerca esperienze autentiche e locali: l’elemento discriminante nel processo decisionale non è più costituito dalla mera presenza di bellezze artistiche e paesaggistiche di elevato pregio quanto dalla possibilità di entrare in contatto e di conoscere la cultura, le risorse e la comunità di un determinato luogo (Richards, Wilson, 2006; Wei-Li *et al.*, 2016). In questo contesto, l’enogastronomia ha assunto una nuova centralità nel turismo poiché sa racchiudere e veicolare quei valori che il viaggiatore contemporaneo ricerca (Garibaldi, Pozzi, 2020): rispetto della cultura e delle sue tradizioni, autenticità, sostenibilità, benessere psico-fisico ed esperienza sensoriale (Scarpato, 2002; Du Rand & Heat, 2006; Richards, 2012; Getz *et al.*, 2014).

Il mutamento degli stili di vita ha portato il “nuovo” turista ad allontanarsi dalle formule più classiche e standardizzate, avvicinandolo a quelle forme di turismo che prediligono attività di natura enogastronomica e agrituristica. Questo richiamo verso la campagna non è semplicemente spinto dalla fuga dalle aree urbane, ma avviene perché il turista sente l’esigenza di soddisfare le proprie curiosità culturali e le proprie passioni per il cibo, la tipicità e

i sapori tradizionali di un luogo. Sono molteplici le cause che spingono a intraprendere un viaggio con percorso enogastronomico: se permane, da un lato, la fuga dalla vita urbana per immergersi nei paesaggi rurali che il turista contribuisce a valorizzare e narrare, si segnalano, dall'altro, interessi e desideri di coltivare e arricchire la propria cultura e vita sociale, ad esempio nell'arte culinaria<sup>19</sup> o nella partecipazione ad attività tipicamente rurali<sup>20</sup>.

Il turismo enogastronomico si presenta in modo poliedrico: un turismo di nicchia o tematico, richiesto da una particolare categoria di turisti identificabili all'interno di un'esperienza di viaggio ben definito, o invece trasversale e ampio, facente parte di attività di altra natura, lungo una polarità che racchiude opportunità e pratiche variegate. In base al tipo di scelta, vengono infatti individuati due macro tipi di viaggi:

- viaggio orientato verso il prodotto (come quelli tipici, di marchio collettivo, ecc.), dove gli aspetti legati alla gastronomia e ai suoi prodotti sono preponderanti rispetto ad altri fattori;
- viaggio orientato verso un luogo o sue attrattive, dove l'enogastronomia è una componente da godere nella fruizione di un territorio.

È evidenza condivisa quella che interpreta il turismo enogastronomico come segmento ancora in forte ascesa e tra i più dinamici, nel cui ambito la fruizione di esperienze è un comportamento diffuso tra i turisti che tende sempre più spesso a divenire il driver del viaggio (Henderson, 2009; Ellis *et al.*, 2018; Garibaldi, 2017 e 2018). Nel contesto so-spinto dai territori locali, sia pre che post ripartenza legata al Covid-19, i piccoli comuni, i centri marginali, i borghi e le comunità interne rappresentano laboratori di progettualità, ospitalità ed esperienzialità attiva. La filiera del turismo enogastronomico, complessa e articolata, aumenta qui la profondità di gamma o arricchisce la varietà delle offerte di altre tipologie e filiere turistiche, da quella culturale a quella delle aree protette per riprendere i fili tracciati. In modo particolare ciò accade in Italia e con riferimento ai contesti rurali (Dansero *et al.*, 2019), depositari di quelle innovazioni ben riuscite che sono le tradizioni<sup>21</sup> legate al cibo, al vino, ai loro paesaggi, alle loro interazioni con il territorio, con la storia e con le matrici identitarie. Si parla, da tempo e a questo proposito, di *foodscape* e di *rural foodscape* (Lake *et al.*, 2012; Bernardo, 2021; Ru-

<sup>19</sup>Ad esempio seguendo i Corsi di Cucina nelle Langhe, in Piemonte, e degustando quanto realizzato: <https://www.langhe-experience.it/it/23-corsi-di-cucina>

<sup>20</sup>Ad esempio svegliandosi all'alba per svolgere le attività quotidiane di contadini e allevatori, quali la mungitura degli animali in quota sulle Alpi trentine, e vivere un'esperienza degustativa condivisa: [https://www.visittrentino.info/it/guida/eventi/albe-in-malga-malga-canal\\_i\\_e\\_20389228](https://www.visittrentino.info/it/guida/eventi/albe-in-malga-malga-canal_i_e_20389228)

<sup>21</sup>Barberis, 1984.

szkai *et al.*, 2021) ovvero di paesaggi del cibo (Corradi, 2022). I *foodscape* contemporanei sono complessi, mutevoli e contraddittori; sono carichi di significati e valori che possono sfuggire alla comprensione. Ancorché radicati negli spazi della ruralità, appaiono alquanto differenziati poiché è rurale una campagna appena fuori la città densamente abitata così come un paese di un'area interna quasi completamente spopolato. Alcuni esempi lungo la Penisola, ci aiutano a utilizzare alcuni possibili filoni quali filtri per leggere il paesaggio e per comprenderne la narrazione sotto il profilo territoriale e turistico. Emerge, anzitutto, un filone della tradizione, della continuità, del mantenimento del patrimonio agroalimentare spesso portato avanti con tenacia da piccoli artigiani situati nelle periferie dei *foodscape*, che riproducono i prodotti secondo i dettami più o meno antichi, reali o rivisti. Segue il filone dell'innovazione, legato alle cucine di tendenza così come all'industria agroalimentare di qualità e/o di massa. Infine si può anche parlare di categoria del vintage, come combinazione creativa di stilemi tradizionali operata da artisti, artigiani, produttori dell'agroalimentare con diversi gradi di consapevolezza rinnovando, di fatto, il prodotto alimentare anche se talvolta in modo tacito, implicito, informale. Si assiste oggi ad una notevole rifunzionalizzazione in termini di usi, significati profondi, tempi, luoghi e modalità di consumo, e con un grado di abilità tecnica che trascende le conoscenze tradizionali in termini di fisica e chimica degli alimenti, rendendo quel manufatto un oggetto culturale profondamente innovativo, pur nella sua apparente aderenza alla cosiddetta "tradizione", e attrattivo<sup>22</sup>.

Nelle aree rurali il turismo enogastronomico assume tratti particolari sia dal punto di vista della domanda che dell'offerta: oltre alla parte "cibo" si è affermato in modo significativo il sotto-segmento di offerta del turismo enologico, enoturismo o turismo del vino la cui produzione e domanda in alcuni territori rurali proviene esclusivamente dai turisti. Il contesto paesistico si veste delle forme e dei colori della vite e della vendemmia, delle cantine e delle bottiglie stipate e stappate, per diventare winescape (Bruwer, Leschaeve, 2012; Terziyska, Damyanova, 2020) o paesaggio del vino (Carboni, Ginesu, 2007; Cerrato *et al.*, 2019; Rota, Lella, 2021).

Patrimoni UNESCO, siti di produzione certificata e riconosciuta, marchi e denominazioni proteggono i paesaggi rurali, agrari, vitivinicoli facendosi al contempo possibilità e responsabilità per coloro che gestiscono le risorse ambientali e paesaggistiche dei territori. Possibilità che muove dalla comunicazione e narrazione territoriale per giungere a motivare ed accogliere i

---

<sup>22</sup>Questa tripartizione prende spunto dalla ricerca sulla produzione dolciaria sarda a cura di Guigoni, 2013.

flussi di turismo enogastronomico, mediante approcci che dal marketing di prodotto muovono verso un marketing di territorio e relazionale. Responsabilità che deriva dalla capacità di creare network locali, di farsi carico di tali flussi al fine di orientare scelte e politiche di sostenibilità e rispetto. Se l'enogastronomia è divenuta un fatto culturale, il turismo enogastronomico che prima si orientava ai soli intenditori oggi mobilità, anche su lunghe distanze e con una stagionalità diluita nel corso dell'anno, persone curiose, amanti del rurale-tipico, alla ricerca di esperienze vive e di contatto. L'escursionismo di qualche decade fa ha lasciato decisamente il passo a un segmento strutturato, che spinge l'offerta verso proposte che sanno coniugare il paesaggio con il territorio, ovvero l'immagine e le sensazioni con l'organizzazione e l'architettura dello spazio rurale.

I prodotti e le esperienze intensificano e dettagliano attività e servizi della propria filiera facendo ricorso a uno "strumento" importante, sia in termini di completamento e integrazione che di offerta e promozione: si tratta del vasto insieme degli itinerari, delle strade e dei percorsi che nell'ambito del turismo enogastronomico sono legati alla valorizzazione di un prodotto o a specialità diverse di prodotti, da quelli più semplici alle produzioni trasformate. Chiaramente il concetto di itinerario trova ampio spazio in numerose altre proposte, dal turismo culturale (musicale, cinematografico, artistico, ecc.) a quello dei parchi, da quello dei borghi a quello religioso, da quello a piedi a quello in bicicletta, da quello rurale a quello urbano (Bambi, Iacometti, 2019; Belli *et al.*, 2018), muovendo risorse, persone e interessi a geometria e geografia variabile, soprattutto su scala locale ma anche nazionale e internazionale. Basti citare, a titolo esemplificativo, il Cammino di Santiago, un itinerario formato da diversi percorsi in tutta Europa che raggiungono Santiago de Compostela, in Spagna, e che innervano, dal Medioevo, sentieri e passi di pellegrini e viaggiatori. Riconosciuto nel 1987 come "Itinerario culturale del Consiglio d'Europa"<sup>23</sup>, ha portato alla creazione di un ricco patrimonio materiale, costituito da luoghi di culto, ospedali, strutture di accoglienza, ponti, ma anche immateriale, grazie alla presenza di miti, leggende e canzoni che accompagnano i viaggiatori lungo il Cammino.

In occasione dell'anno santo giacobeo 2022, è stato introdotto il "passaporto gastronomico" che comprende le regioni dei Paesi Baschi, Asturie, Cantabria, Castiglia Y Leon, Galizia, Rioja Navarra. Si tratta di un'ulteriore opportunità per viandanti e turisti di soffermarsi nei tanti ristori dislocati lungo gli itinerari, dai ristoranti, ai bar, alle botteghe enogastronomiche, per

---

<sup>23</sup><https://www.coe.int/it/web/cultural-routes/the-santiago-de-compostela-pilgrim-routes>

assaporare le diverse specialità cucinate con materie prime di altissima qualità, molte delle quali tipiche esclusivamente di queste zone. Una narrazione stratificata che comprende fili e discorsi antichi intrecciati in racconti senza tempo, alimentati da storie personali, intime così come da emozioni collettive e condivise.

*Fig. 7 – La tipica torta di Santiago de Compostela*



*Fonte: Visit Spain*

Attraversare i paesaggi, spostarsi da un punto all'altro con un obiettivo di viaggio, individuare un'origine e una meta cui giungere mediante tappe successive, delineare un percorso secondo un filone tematico: è questa, in estrema sintesi, l'anima di un itinerario, che si perpetua dalle forme di "prototurismo" fino ai giorni nostri (Rocca, 2013).

Nell'ambito del turismo enogastronomico, si possono annoverare differenti tipologie di itinerari che possono essere in qualche modo territoriali e auto-definiti e organizzati dagli stessi viaggiatori in movimento, quanto invece strutturati, creati e avviati secondo un impianto normativo. Le strade del vino, tra le prime, trovano la loro cornice nella legge 268/99, denominata "Disciplina delle strade del vino". Si tratta di percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e

ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico. Esse costituiscono uno strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica (Grumo, 2012). L'articolo 5 della suddetta normativa chiarisce che le peculiarità citate non valgono solamente per prodotti vinicoli, ma possono essere estese per la realizzazione di strade finalizzate alla valorizzazione, anche congiunta, di altre produzioni di qualità, con particolare riguardo all'olio d'oliva e in genere ai prodotti tipici. Una delle questioni problematiche evidenti è la difficoltà di coordinamento tra gli operatori pubblici e privati, nonché tra i soggetti privati deputati a farne parte; il processo che porta al riconoscimento può essere lungo e tortuoso, a partire dall'avvio di comitati promotori per la costituzione, realizzazione e gestione di una strada. Non mancano situazioni di successo e di riferimento. In Italia, ad esempio, spicca il caso del Piemonte in cui sono stati individuati otto ambiti territoriali di attività, caratterizzati da vocazione viticole e denominazioni di origine: Langhe e Roero, Monferrato, Torinese e Monferrato, Alto Piemonte, Doglianese e Alta Langa cuneese, Terre Derthona e Gavi, Saluzzese e Pinerolese, Verbanese e Ossola. I primi quattro ambiti si riferiscono ai territori ad alta vocazione vitivinicola e comprendono le aree di azione delle 15 Enotecche regionali attualmente riconosciute. Con i loro circa 200 Comuni soci fondatori, alcune Camere di Commercio e alcuni Consorzi di Tutela, sono strutture pionieristiche, in molti casi uniche, nell'opera di valorizzazione e promozione della vitivinicoltura piemontese e sono state normate nel maggio 1980<sup>24</sup> con una legge che ne promuoveva la costituzione, le riconosceva e ne sosteneva anche finanziariamente il funzionamento e le attività. La disciplina approvata nel gennaio 2021<sup>25</sup> prevede che le Enotecche regionali siano promotrici non solo dei vini di qualità del territorio su cui gravitano, ma anche dei prodotti agroalimentari di qualità, dei prodotti biologici e tipici locali, e del paesaggio rurale. Le Enotecche Regionali e le Botteghe del Vino o Cantine Comunali, hanno sede presso castelli e dimore storiche; hanno una dimensione rappresentativa in termini territoriali, produttivi, istituzionali; offrono al loro interno la possibilità di degustare la migliore selezione dei vini DOC e DOCG del territorio e di acquistare limitate quantità di bottiglie, invitando a recarsi per acquisti maggiori direttamente presso le aziende agricole. Enotecche e strade del vino sono il punto di riferimento della programmazione promozionale all'interno degli ambiti terri-

---

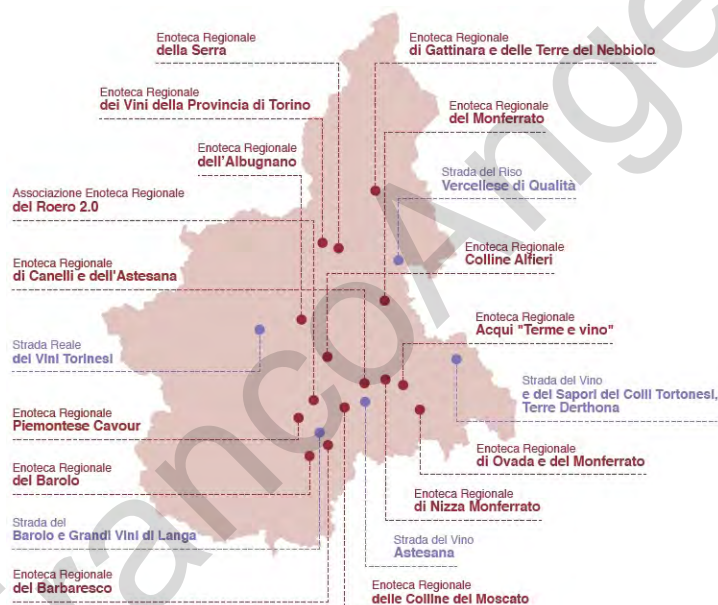
<sup>24</sup>L.R. n. 37 del 12 maggio 1980.

<sup>25</sup>D.G.R. 15 gennaio 2021, n. 24-2775.



toriali individuati, coinvolgendo le Botteghe del vino, le Cantine comunali, i Consorzi di tutela vitivinicola e dei prodotti agroalimentari, i consorzi di tutela dei prodotti tipici, le associazioni di produttori e i Distretti del cibo riconosciuti, gli ecomusei, i soggetti che operano per la valorizzazione delle eccellenze naturalistiche e artistiche-culturali<sup>26</sup>. Le strade della Regione Piemonte a oggi riconosciute sono sette, ne fanno parte soggetti privati quali aziende vitivinicole, cantine sociali, agriturismi, trattorie, ecc. e soggetti pubblici. Esse sono: la strada del vino Astesana, la strada del vino Colli Tortonesi, strada del Barolo e grandi vini di Langa, strada reale dei vini torinesi, la strada del riso vercellese di qualità; da agosto 2022<sup>27</sup> è stata riconosciuta la denominazione di Strada dei vini e dei sapori del Gran Monferrato (fig. 8).

Fig. 8 – Mappa delle Enotecche regionali e Strade del vino e cibo piemontesi



Fonte: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

La realtà piemontese rispecchia ciò che molte regioni italiane stanno implementando e sostenendo con vigore e attenzione crescente, sia per quanto concerne il vino che, più in generale, anche per altri prodotti di eccellenza e ad alto “contenuto territoriale” (Asero, Patti, 2009), che divengono in tal

<sup>26</sup><https://www.regione.piemonte.it/web/temi/agricoltura/promozione-qualita/enoteche-regionali-strade-vino>

<sup>27</sup><https://www.enit.it/wwwenit/en/>



modo *medium turistici* riconosciuti e spendibili: olio, formaggi, salumi, miele, ecc<sup>28</sup>. Le strade delle tipicità esprimono un concetto culturale che trova nelle espressioni della ruralità la linfa e la spinta per generare sviluppo economico e turistico sostenibile. Le strade si completano con la partecipazione, come detto, di enti pubblici e/o associativi che possono far rientrare le proprie infrastrutture di interesse turistico, artistico culturale e paesaggistico in un sistema di governance e territoriale integrato per la promozione turistica che faccia leva sulle risorse enogastronomiche e sui paesaggi rurali locali, indiscussi protagonisti di attività ed esperienze (Croce, Perri, 2008). Questa fitta rete attoriale trova nell'associazionismo i cosiddetti *gatekeeper* del territorio, ovvero quei custodi che fanno parte, a pieno titolo, del sistema di accoglienza e promozione. Possono altresì garantire una sorta di tutela nei confronti di operazioni e fruizioni che rischiano di banalizzare questi importanti giacimenti o presidi enogastronomici, rendendoli mero sfondo e non realtà geografica e culturale da conoscere e gustare. Una strada rappresenta, così, l'unione di interessi da parte di una comunità, tra matrici identitarie e spinte commerciali.

Nel mese di settembre 2022, il territorio delle Langhe, Monferrato e Roero, Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO, ha fatto da cornice alla *6th Global Conference On Wine Tourism*<sup>29</sup> promossa dall'Organizzazione Mondiale del Turismo OMT-WTO, sviluppata con il Ministero del Turismo, l'Ente Nazionale Italiano per il Turismo ENIT, la Regione Piemonte e ospitata nella città di Alba. Nel fitto programma tra momenti istituzionali, occasioni di confronto, masterclass ed esperienze sul territorio si è tenuta anche la prima *International Wine Routes Conference*, che ha generato i primi passi per un progetto virtuoso di organizzazione internazionale di strade del vino. È stata infatti occasione per sottoscrivere un protocollo di intesa tra la *Federazione Italiana delle Strade del vino, dell'Olio e dei Sapori*<sup>30</sup> e *Iter Vitis*, l'Itinerario Culturale della Vite e del Vino certificato dal Consiglio d'Europa. Un protocollo che è punto di partenza per l'attuazione di azioni comuni volte a promuovere a livello nazionale e internazionale il patrimonio vitivinicolo italiano, come aspetto della cultura del territorio; difendere la biodiversità viticola, i vitigni autoctoni e antichi e le buone pratiche per rendere sempre

<sup>28</sup>Al fine di una migliore e qualificata offerta enogastronomica e turistica e senza carattere di obbligatorietà enoteche, elaioteche, unitamente ad aziende agricole e agrituristiche, a punti di ristoro e finanche a musei possono allestire uno spazio o momento di degustazione, organizzare incontri e corsi per la conoscenza dei prodotti delle strade, proporre menù con piatti tipici della zona, ecc.

<sup>29</sup><https://www.unwto.org/6-UNWTO-Global-Conference-Wine-Tourism>

<sup>30</sup><https://www.stradevinoitalia.it/>

più sostenibile la coltura della vite; implementare la ricerca interdisciplinare su questo patrimonio e sui paesaggi che ne sono depositari e forma, al fine di accrescere l'acquisizione e divulgazione di nuove conoscenze; favorire un turismo consapevole e sostenibile; mettere a confronto le esperienze; stimolare la nascita di iniziative volte alla salvaguardia del patrimonio e del paesaggio viticolo<sup>31</sup>.

### 3. Turismo e paesaggio urbano nella prospettiva delle relazioni

#### 3.1 Lo sviluppo del turismo urbano

Secondo Page, possono essere considerati urbani tutti i "turismi" che si esplicano in ambienti "non rurali" (Page, 1995): nelle città capitali, come Londra e Parigi, e capitali culturale, come Roma; nei centri metropolitani e nelle città storiche fortificate sia grandi che piccoli, come Canterbury; nelle grandi città storiche, come Oxford e Venezia; nelle *inner city areas*, come Manchester; nei *waterfront* rigenerati, come i *Docklands* a Londra; nelle città con passato industriale; nelle località balneari e nelle stazioni di sport invernali; nelle località turistiche integrate; nei complessi turistici per l'*entertainment*, come Disneyland e Las Vegas; nei centri specializzati, come le località termali e per il *wellness*, o le mete di pellegrinaggio; nelle città d'arte e culturali, come Firenze; nelle città minori e decentrate che detengono un patrimonio attrattivo.

Il fenomeno turistico innerva da secoli alcune città, mentre per altre si tratta di pratiche recenti legate a stili di vita e consumo fortemente mutati dalla Rivoluzione industriale in poi. Gli studi sul turismo urbano sono iniziati alla fine degli anni Ottanta del Novecento, in seguito ad alcune politiche di rigenerazione urbana che hanno puntato sul turismo, in particolare nella realtà anglosassone; per decenni il tema del turismo urbano non è stato affrontato per le difficoltà di identificazione (Ashworth, 1992). La distinzione classica tra il viaggio per motivi di svago e quello per motivi di lavoro è certamente superata; le città non sono più solo luoghi che attraggono investimenti, ma anche luoghi di consumo turistico attraverso una moltitudine di attività. Il turismo urbano presenta connotati peculiari legati alla natura multifunzionale delle città, un carattere multidimensionale dovuto alla molteplicità di attrazioni, motivazioni multiscopo e target differenziati dei viaggi in città.

---

<sup>31</sup><https://www.stradevinoitalia.it/unwto2022/>

Il mercato turistico, sia a livello internazionale che nazionale, vede una forte crescita a partire dagli anni Sessanta, tanto che negli anni seguenti avviene un fenomeno “di massa”, scatenato o favorito da alcuni fattori quali: la crescente disponibilità di reddito per famiglia, dovuta all’aumento dei salari e all’avvento della componente femminile nel mercato del lavoro; l’aumento del tempo libero, dovuto alla settimana lavorativa più corta, a orari maggiormente flessibili e a pensionamenti anticipati; un alto livello di educazione, che agisce da stimolo della curiosità e il desiderio di viaggiare oltre che facilitare l’affermarsi del turismo internazionale; l’accresciuta mobilità tra la popolazione, conseguenza della diffusione delle automobili e la rivoluzione del trasporto aereo; la riduzione dei prezzi, dovuta alla crescente competizione tra agenzie di viaggio, compagnie aeree e destinazioni turistiche. Dopo un periodo di crescita illimitata, buona parte dei paesi industrializzati si trovano a dover fronteggiare, tra la fine degli anni Settanta e l’inizio degli anni Ottanta, una “crisi urbana” data dallo spopolamento progressivo dei grandi centri da parte delle famiglie e delle attività produttive. Nella seconda metà degli anni Ottanta, le città dell’Europa Occidentale e degli Stati Uniti riguadagnano la propria posizione, sulla scia di una ripresa economica: in questi anni avviene una diversificazione del mercato turistico dovuta ai cambiamenti della domanda e dell’offerta, e dunque a un più generale cambiamento degli stili di vita. Negli anni Novanta queste tendenze si affermano maggiormente, con una domanda sempre più verso orientata verso le città d’arte, rendendo palese e condiviso il ruolo fondamentale che l’attività turistica ricopre nei progetti di rinnovamento urbano (Law, 1992). I termini che caratterizzano il turismo divengono “alternativo”, “soft”, “green” e “sostenibile”, sull’onda del Rapporto della Commissione Brundtland del 1987. Si inizia, infatti, già a parlare degli effetti culturali prodotti dal turismo, del ruolo dell’ecoturismo sull’ambiente naturale, così come della crescente importanza della qualità del prodotto turistico in un contesto di progressiva devastazione ambientale<sup>32</sup>. Si inizia, inoltre, a parlare di *industrial heritage* in ambito urbano legando politiche e progetti alla riqualificazione in chiave turistica di spazi delle città prima occupati dalle industrie<sup>33</sup>. Filone, quest’ultimo, di forte e crescente interesse, che intreccia oggi i temi della sostenibilità, socio-culturale ed economica oltretutto ambientale, nelle città che investono nel recupero del proprio patrimonio industriale, anche immateriale (Hidalgo-Giralt *et al.*, 2021).

Il turismo urbano è percepito sempre più come uno strumento e un faci-

<sup>32</sup>Si vedano: Law, 1992; Pollice, 2002; Avena, 2011.

<sup>33</sup>Si vedano: Edwards, Coit, 1996; Russo, Van Der Borg, 2001; Belli *et al.*, 2018.

litatore nella creazione e promozione dell'attrattività delle città, in particolare di quelle europee che lo riconoscono come una vera e propria industria economica: esso genera nuove infrastrutture (musei, ristoranti, ecc.) con un impatto sulla qualità della vita dei residenti e sulle relazioni interne alle comunità locali e tra esse e i turisti (Gemmiti, 2007).

Da un'altra prospettiva, lo sviluppo turistico influenza l'immagine della città e la sua percezione: se un centro è considerato una destinazione turistica, ne traggono vantaggio non solo i turisti e gli abitanti ma l'intero settore economico<sup>34</sup>.

### 3.2 Dalla mondializzazione alla città-paesaggio

La mondializzazione costituisce un fenomeno di natura geografica poiché il "mondo" come spazio di riferimento delle pratiche sociali (Lévy, 2008): si accresce in modo esponenziale la mobilità di persone, merci e informazioni, rendendo possibile la connessione dei diversi contesti locali e prospettandoli in una dimensione mondiale fortemente interrelata. Ne conseguono una forte compenetrazione e una stretta relazione tra i livelli scalari locale e globale, che rende necessario e utile utilizzare categorie concettuali nuove per comprendere le connotazioni territoriali dei fenomeni sociali e politico-economici in divenire.

In questo quadro, oltre ai suoi tradizionali connotati di processualità e dinamismo, il territorio mostra un'inedita conformazione in rete in grado di evidenziare le connessioni tra i nodi che lo compongono, ovvero proprio le città<sup>35</sup> (Ghisalberti, 2017). Città che rappresentano dei sistemi urbani complessi sia in termini di dimensioni (basti pensare alle cosiddette "città diffuse" dilatate oltre i propri confini amministrativi) e di grandezza (per popolazione), sia dei loro ruoli e funzioni nell'ambito di un sistema territoriale e politico-economico divenuto reticolare, sia dei paesaggi urbani che si vengono a delineare.

<sup>34</sup>Si può osservare come le città implementino strategie di branding territoriale basate sul turismo: basti pensare a I love Amsterdam, Only Lyon, Be Berlin, I love NY. Il turismo urbano viene così inserito in una più ampia strategia urbana che consente il rinnovo e la riconversione di vecchie aree urbane e che renda possibile la promozione di brand locali. In particolare, vengono individuati due modelli: il primo riguarda le aree metropolitane che hanno inserito l'industria del turismo e la gestione degli eventi al centro della loro strategia, di cui ad esempio fanno parte Barcellona, Valencia, Atene; il secondo riguarda le aree metropolitane che hanno investito nel turismo del tempo libero e nel turismo congressuale, quali Marsiglia e Hannover.

<sup>35</sup>La città costituisce una tematica di grande interesse sotto il profilo geografico. Per una introduzione alle problematiche che sottendono tale conformazione territoriale, si vedano: Dematteis, Lanza, 2011; Memoli, Governa, 2011; Amin, 2017.

Lo studio dell'aspetto spaziale delle città, vale a dire la loro localizzazione, la loro crescita, le reciproche relazioni e quelle con le aree e gli ambienti circostanti costituiscono il piano con cui approcciarsi all'analisi delle determinanti materiali e immateriali del paesaggio urbano (Fumagalli, 2008) che, come visto nel secondo capitolo, comporta l'esame delle forme che esso assume come esito di processi di territorializzazione e culturali densi e stratificati, soggettivi e anche rapidi.

Il cosiddetto *townscape* esprime il volto di una città (Kristjánsdóttir, 2019) che in questo volume leggiamo come espressione di un contesto attrattivo, di spinta e motivazione per il fenomeno turistico alla riscoperta delle multi-identità urbane e paesaggistiche a cavallo tra codici dell'antico e cataloghi della modernità (Belli *et al.*, 2018). La città costituisce il perno delle connessioni e della mobilità dei *city users*<sup>36</sup> tra cui rientrano, nella pluralità di soggetti mobili e fruitori temporanei degli spazi urbani, anche i flussi di turisti e visitatori (Stors *et al.*, 2019).

Si tratta di un discorso decisamente molto ampio che, per coerenza di impianto e metodo, viene qui affrontato nei termini di una riflessione che riconduce le città al loro essere laboratori: laboratori di sperimentazione di processi integrati di rigenerazione urbana basati sulla riqualificazione e la valorizzazione in chiave turistica di spazi poco o male utilizzati; laboratori di rilettura del paesaggio e di riscoperta di patrimoni culturali urbani; laboratori che pongono al centro la fruizione partecipata di spazi, tempi, attività da parte dei residenti stabili o temporanei della città. Il tutto sotto un'ottica di sostenibilità dei comportamenti e degli usi e di recupero delle manifestazioni del paesaggio urbano e delle sue connotazioni. Potremmo infatti dire che "esiste turismo e turismo in città", nel senso che il contesto urbano si presta a molteplici modalità di mobilità e pratiche turistiche. Sfumano i contorni definitivi rigidi basata sulla taglia demografica o dimensionale, e con loro anche gli sguardi stereotipati sulle città: nel "discorrere turistico", sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, non è inusuale definire "città" un piccolo paese così come una metropoli globale. E quindi, è turismo in città quello d'affari su grande scala a fianco di quello delle capitali e città d'arte, fino a quello che connota i borghi minuti che punteggiano, in particolare, il paesaggio italiano e che proprio la mondializzazione e i fenomeni che la accompagnano hanno rimesso al centro del dibattito e dell'interesse.

Si parla, oggi, di città-paesaggio dove l'abitare e vivere una città significa aver cura di un ambiente che diventa luogo solo grazie al coltivare e al co-co-

---

<sup>36</sup>La città è attraversata sia da soggettività mobili, i *city users* che introducono pratiche di fruizione temporanea degli spazi urbani, sia da residenti che conducono vite mobili (Urry, 2007).

struire. Il condividere qualifica gli spazi aggregatori di persone e pratiche in luoghi articolati, belli e vitali, sicuri e di benessere; la città-paesaggio promuove stili di vita salutari nella cura costante dei due principali “habitat” in cui ci identifichiamo, appunto la città e il paesaggio (Vanore, Triches, 2020).

Per scoprire, e fare rivivere, in modo diverso l’*heritage* di una città si moltiplicano attività e iniziative che spostano il turismo urbano dalla logica del prodotto alla sfera dell’esperienza. In questo passaggio, la creazione di eventi, anche e soprattutto al di fuori della stagione turistica principale, costituisce un’occasione per accrescere i flussi turistici in modo destagionalizzato e depolarizzato. Si assiste quindi a un processo di trasformazione dell’offerta culturale urbana continuo e partecipato, che vede in forte crescita, a partire dagli anni Duemila, la proposta di saloni, festival ed eventi culturali in genere, volti alla ricerca di proposte creative, innovative e originali. Cultura e turismo che coinvolgono quartieri, periferie, aree e anime diverse delle città.

Come già sottolineato, la pandemia recente e gli accadimenti ad essa correlati, hanno dimostrato come cercare nuove destinazioni e città, ma anche nuove stagioni e modalità per partire e vivere esperienze di qualità, siano divenute priorità in grado di far bene agli stessi luoghi, prima troppo affollati, di generare forme di risparmio, di aiutare l’ambiente. Il fenomeno del sovrappollamento turistico è un problema che ha coinvolto per lungo tempo tutte le capitali del mondo e, in generale, le città maggiormente attrattive, quali la storica Venezia. Il cosiddetto *overtourism* ha trasformato i centri città in zone di passaggio, con un’alta quota di escursionisti, che apportano basse entrate economiche, poggiando l’economia delle grandi città sempre più su attività commerciali dedicate ad aumentare l’attrattività turistica (Cerutti, de Falco, 2020). Il mondo post-Covid si sta muovendo in altre direzioni, sia sotto il profilo della domanda che dell’offerta: sulla mappa delle destinazioni turistiche compaiono aree distaccate, scollegate, nascoste, poiché alle città maggiori o ai loro centri e circuiti più noti si sono sostituite le “periferie” (Fagiani, 2020). Le nuove tendenze di vacanza emerse dall’estate 2020, fondate sulla ricerca di una periferia o prossimità sicura, hanno rivelato un evidente interesse per il cosiddetto *third landscape*: si tratta di uno spazio incustodito dove ancora prospera la diversità biologica, una zona indeterminata, il serbatoio genetico del pianeta, lo spazio del futuro (Clément, 2005; ibidem). Il “terzo paesaggio” è, da questo punto di vista, un territorio complesso che può essere articolato in molti modi come destinazione turistica, anche di incrocio tra il mondo urbano e quello rurale<sup>37</sup>.

<sup>37</sup>Una delle tendenze più evidenti sembra essere la crescente curiosità per gli spazi trascurati come vecchi castelli, ville e chiese abbandonate, cimiteri recisi, spazi di svago abband-



### 3.3 Oltre le smart cities: città, cultura e turismo

Nel quadro delineato, va sottolineato il ruolo giocato dalle tecnologie e visioni volte, da alcuni anni, all'implementazione delle *smart cities*, ovvero delle città intelligenti orientate alla creazione di un ecosistema per lo sviluppo di servizi e soluzioni più personalizzati in materia di turismo, patrimonio culturale, promozione culturale e partecipazione attiva (Gómez Oliva, 2017). Sono città intelligenti quelle che, oggi, costruiscono, convertono e manipolano relazioni che crescono negli ambienti e paesaggi urbani (Andreani *et al.*, 2015) e che sanno andare oltre la logica meramente funzionale e tecnologica (Campbell, 2022), ponendo al centro rapporti e dinamiche tra le persone ancor prima che tra spazi<sup>38</sup> ed eleggendone il valore culturale generativo. La città intelligente non è un obiettivo da raggiungere, ma un processo costante di cambiamento, in quanto la *smart city* non viene definita dalla quantità di tecnologia da introdurre, ma al contrario, essa deve mettere al proprio centro le persone che consapevolmente fanno uso delle tecnologie.

In questa prospettiva, le attività turistiche in rapporto fisico, reale e tangibile con il paesaggio urbano, sono affiancate, facilitate e modificate dall'utilizzo degli strumenti di *Information and Communication Technology* (guide multimediali, applicazioni presenti negli *smartphones*, realtà aumentata) e sul web 2.0 (piattaforme di *social networking* quali Facebook, Twitter, Tripadvisor e blog) che dilatano le opportunità di vivere gli spazi e i tempi delle città<sup>39</sup>. Le capacità di orientamento, le fasi di mobilità, la gestione delle esperienze sono certamente favoriti dalle nuove tecnologie: le diverse forme e declinazioni della rete esprimono relazioni diverse tra gli attori, modificando la visione dei turisti, l'offerta dei territori, il coinvolgimento delle comunità locali.

Nuovi percorsi, luoghi e servizi consentono l'incontro, e forse l'ibridazione, tra residenti e turisti, ridisegnando il nesso tra città, cultura e turismo.

Negli ultimi vent'anni, l'economia della cultura ha continuato a svilupparsi, favorendo il cambiamento delle sue basi di ancoraggio dal patrimonio costruito e dalle risorse culturali tangibili verso forme di cultura più simboliche e suscettibili di reinterpretazione creativa di tipo diffuso (Rabbiosi, 2016). Questa trasformazione ha importanti implicazioni per l'articolazione del turismo e dello stesso paesaggio urbano; dall'incontro tra varie tipolo-

---

nati come discoteche, teatri e cinema inseriti in contesti urbani o rurali.

<sup>38</sup>Per una rilettura critica sul tema delle smart cities, si veda Auci, Mundula, 2019.

<sup>39</sup>Nuove pratiche agevolate dalle tecnologie, come il travel blogging, il flashpacking e il couchsurfing, danno forma al modo in cui i viaggiatori si relazionano tra loro e con l'ambiente che li circonda.



gie di popolazioni urbane, professionisti del turismo, associazioni culturali, fornitori di servizi intermedi emerge una nuova costellazione di pratiche a cui è possibile associare un inventario di iniziative che mettono al centro la co-produzione dell'esperienza turistico-culturale<sup>40</sup>. Oltre ai casi più noti legati all'avvento della *sharing economy* e correlati alle forme di *platform capitalism* (basti pensare ad *AirBnB*), è possibile rintracciare i fili di progetti turistico-culturali, anche piccoli, portatori di innovazione urbana, sociale e culturale, che mettono in discussione la classica dicotomia turismo/residenzialità (*ibidem*) e che eleggono la qualità della vita come orizzonte di obiettivi, azioni e risultati. Questi progetti si fondano su basi relazionali che possono essere consolidate attraverso un rapporto, diretto o mediato, con le comunità e i territori; è in tal modo che vengono a generarsi fiducia e *network* tra gli attori endogeni ed esogeni, moltiplicando energie indispensabili per tessere e mantenere quei legami fecondi che consentono alla città di trovare quell'equilibrio tra usi diversi differientemente percepiti e praticati dei suoi paesaggi, dei suoi servizi, delle sue risorse, di quelle sue manifestazioni culturali che nascono dall'incontro e dalla fruizione attiva da parte dei *city users*.

In questa cornice, si collocano esperienze significative che danno concretezza al punto di vista relazionale e culturale adottato. Si tratta, ad esempio, del caso di *Migrantour*<sup>41</sup>, una serie di passeggiate multiculturali guidate da cittadini di origine migrante: toccano zone delle città popolate da “nuovi italiani” guidate da accompagnatori, spesso donne, che le vivono ogni giorno. Questa forma di turismo responsabile e inclusivo consente di comprendere il valore del multiculturalismo e guardare alla città con occhi diversi (Cerutti, 2019a). Sono itinerari diffusi in Italia e in Europa da oltre 10 anni e consentono uno sguardo profondo e diverso sul paesaggio urbano. Dalla primavera del 2021 è attivo il progetto *Migrantour Sustainable Routes* che si propone, nello specifico, di creare nuovi itinerari arricchiti di contenuti audio-video ispirati ai principi dello sviluppo sostenibile, frutto dello scambio tra città della rete; creare un *toolkit* online per la formazione delle guide che incorpori le buone pratiche della rete; creare un archivio digitale di mappe narrative interattive dei percorsi *Migrantour* in tutta Europa per preservare il patrimonio culturale delle passeggiate.

---

<sup>40</sup>Una delle tendenze più evidenti sembra essere la crescente curiosità per gli spazi trascurati come vecchi castelli, ville e chiese abbandonate, cimiteri recisi, spazi di svago abbandonati come discoteche, teatri e cinema inseriti in contesti urbani o rurali.

<sup>41</sup><http://www.migrantour.org>

Il paesaggio dunque, in sintesi, è cultura, è patrimonio. I paesaggi, rurali e urbani, del cibo o del vino, della mobilità e del vivere, dell'esperienza e del benessere sono beni culturali. Il paesaggio alimenta, genera, spinge molte forme di turismo che possono essere racchiuse nelle macro categorie dell'ecoturismo e del turismo culturale, del turismo all'aria aperta e di quello urbano, ma che in funzione dei target di riferimento, delle modalità fruibili, delle tipologie di proposte può assumere molte declinazioni e forme in chiave esperienziale e sostenibile crescente.

FrancoAngeli

FrancoAngeli

### 3. *La sostenibilità*

La parabola si completa, in questo percorso di interpretazione e accostamento geografico-matematico, con il coefficiente  $c$ : la sostenibilità. Denominato anche come “termine noto”, assume in realtà declinazioni diverse e solo apparentemente note, cioè definite e definitive. Come avremo modo di chiarire nel quarto capitolo, la sua presenza determina parabole in cui gli attori incontrano il territorio in punti diversi dall’origine; questo implica il fatto che, senza sostenibilità, le riflessioni e i progetti turistici che fanno leva sul paesaggio debbano ripartire da un “punto zero” per ritrovare adeguate soluzioni e prospettive.

Di sostenibilità si parla molto, e da molto tempo. I paragrafi che compongono questa parte di lavoro si snodano lungo una via, quella dello sviluppo sostenibile, tracciata decenni fa con riferimento principale alle questioni ambientali. Ad oggi tale via è giunta ad ampliarsi notevolmente, moltiplicando incroci e sentieri, data la spinta necessaria e improrogabile per rafforzare una strategia globale a sostegno della sostenibilità. Ciascuno è chiamato a fare la propria parte: le istituzioni pubbliche, nazionali e internazionali, che devono attuare meccanismi di controllo e regolamentazione efficace sull’attività delle imprese, sostenere la ricerca e l’innovazione per la sostenibilità; le imprese e gli operatori, che devono sviluppare modelli di business e prodotti innovativi in grado di creare valore economico, ambientale e sociale, così come adottare modelli di governance effettivamente garanti di una visione di lungo periodo delle scelte aziendali; i cittadini, che con le loro scelte di consumo e di stile di vita hanno la responsabilità di supportare e rinforzare la transizione verso un modello di sviluppo più sostenibile (Perrini, 2018).

Gli squilibri ecologici in aumento per dimensione e gravità, le persistenti sperequazioni sociali, i processi di crescita economica dalle caratteristiche e dagli effetti controversi, portano a dover ripensare il binomio attività umane-biosfera secondo un approccio integrato e consapevole. Tutto ciò deter-

mina l'esigenza di rivedere le logiche di riferimento degli spazi turistici e anche l'interpretazione delle relazioni tra turismo e territorio/paesaggio. La tutela del paesaggio per la conservazione della biodiversità, degli ecosistemi naturali e delle risorse primarie in generale è di estrema importanza. La biodiversità e la varietà dei paesaggi concorrono, insieme, alla modifica della percezione dei luoghi, rendendoli unici e motivando proposte e progetti da parte dell'offerta, interessi e pratiche da parte della domanda.

## 1. Pensieri e parole della sostenibilità

### 1.1 *La sostenibilità in principio, la sostenibilità come principio*

La sostenibilità è un concetto complesso, che considera lo stretto legame esistente tra il rispetto dell'ambiente, il benessere sociale e lo sviluppo economico. Mantenere in equilibrio il rapporto tra queste tre componenti è l'obiettivo fondamentale dello sviluppo sostenibile. Era il 1987 quando nel cosiddetto rapporto Brundtland viene introdotta per la prima volta la definizione valida ancora oggi: «lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri» (WCED, 1987)<sup>1</sup>.

Il concetto di sviluppo sostenibile non ha una definizione precisa e definita poiché si presenta come un concetto dinamico, adattabile a più settori disciplinari; va inteso come principio giuridico aperto e applicabile a diversi contesti, come obiettivo di politiche ambientali e di sviluppo economico che di equità, solidarietà sociale e lotta alla povertà, come processo globale di cambiamento etico-culturale (Silvestri, 2015). Merita considerazione l'analisi del termine sostenibilità anche da un punto di vista etimologico: trae origine del verbo latino *sustineo* nel suo significato di «reggere, tenere su, non lasciar cadere [...] far sì che una certa cosa duri o sussista» ma anche di «addossarsi, portare con sé, farsi carico, assumere su di sé l'impegno» (Zupi 2014). Si apre, in tal modo, una visione che fonda su una responsabilità collettiva e al contempo individuale, con cui truardare obiettivi e orizzonti basati su scelte consapevoli e guidate.

---

<sup>1</sup>Gro Harlem Brundtland, presidente della Commissione mondiale su Ambiente e Sviluppo (World Commission on Environment and Development, WCED), istituita nel 1983, presenta il rapporto *Our common future*, formulando una linea guida per lo sviluppo sostenibile ancora in essere (Brundtland, 1987, Burton, 1987).

Diverse sono state le tappe attraverso cui la comunità internazionale ha cercato di dare forma e sostanza a una strategia che alimenti questa visione, eleggendo lo sviluppo sostenibile come metodo di lavoro per integrare le esigenze di sviluppo con quelle dell'ambiente. Tra le più famose:

- la Conferenza di Rio del 1992, che ha evidenziato i danni ambientali causati dal modello produttivo e dagli stili di vita contemporanei e consacrato il concetto secondo il quale la salvaguardia dell'ambiente, lo sviluppo economico e quello sociale devono procedere di pari passo (Siniscalco, 1992);

- il Protocollo di Kyoto, accordo internazionale entrato in vigore nel 2005, uno dei più importanti strumenti giuridici internazionali volti a combattere i cambiamenti climatici. È il primo accordo internazionale che contiene gli impegni dei paesi industrializzati a ridurre le emissioni di alcuni gas ad effetto serra, responsabili del riscaldamento del pianeta;

- l'Accordo di Parigi del 2015, accordo planetario sui cambiamenti climatici preso in occasione del 21esimo vertice della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (*Conference Of the Parties, COP 21*). È stato fissato l'obiettivo di limitare l'incremento del riscaldamento globale a meno di 2°C (puntando all'obiettivo di 1,5°C) rispetto ai livelli pre-industriali (Nespor, 2016).

L'UE e tutti i suoi Stati membri hanno firmato e ratificato l'Accordo di Parigi e sono fortemente determinati ad attuarlo. In linea con questo impegno, hanno convenuto di avviare l'Europa sulla strada che la porterà a diventare la prima economia e società a impatto climatico zero entro il 2050. Sono stati aggiornati la strategia a lungo termine per la riduzione delle emissioni e i piani in materia di clima, impegnandosi a ridurre le emissioni UE di almeno il 55% entro il 2030 rispetto ai livelli del 1990<sup>2</sup>.

L'UE è in prima linea nella lotta contro i cambiamenti climatici. Le sue politiche e azioni coraggiose ne fanno un organismo di definizione di norme a livello mondiale e stimolano l'ambizione in materia di clima nel mondo. La comunità internazionale, parimenti, promuove con vigore politiche e azioni mirate allo sviluppo sostenibile. Nel prossimo paragrafo verrà approfondito nello specifico il ruolo delle Nazioni Unite e la visione condivisa che ha portato all'Agenda 2030 e alla COP26. La 26esima riunione delle parti della convenzione (*Conference Of the Parties, COP26*) si è tenuta nel 2022, ospitata dal Regno Unito in partenariato con l'Italia<sup>3</sup>. In tale occasione è stato firmato da oltre 100 Paesi il Global Methane Pledge, un impegno volto a ridurre collettivamente le emissioni globali di metano del 30% entro il 2030

<sup>2</sup><https://www.consilium.europa.eu/it/policies/climate-change/paris-agreement/>

<sup>3</sup><https://unric.org/it/agenda-2030/>

rispetto ai livelli del 2020. Lanciato da Stati Uniti e Unione europea, il documento è stato firmato anche dall'Italia.

Non solo le istituzioni, con i loro trattati e documenti, ma anche la società civile e amministrativa locale è da tempo impegnata su questo fronte delicato e non procrastinabile. Il concetto di sostenibilità ha, infatti, assunto una crescente centralità nella definizione delle scelte di governo anche da parte delle organizzazioni economiche, sociali, culturali, formative, ecc. (Farioli *et al.*, 2018). Questo ha in molti casi determinato la definizione di linee strategiche e prassi operative lontane dall'adozione di una visione olistica e onnicomprensiva e quindi degli effetti che tale visione porta con sé (Barchiorri, 2020).

Il *focus* della sostenibilità riguarda senza dubbio i tre principi fondamentali – integrità dell'ecosistema, efficienza economica ed equità sociale – fortemente interconnessi con l'“anima ambientale” dei territori e paesaggi e con le questioni di utilizzo o ripristino in termini di norme, anche informali, opportunità, spesso condivise, e limitazioni, di varia natura. Adottare un'ottica di sostenibilità significa, in concreto, offrire ad un decisore, la possibilità di valutare le diverse alternative che emergono dalle rappresentazioni di vincoli e regole da rispettare nell'azione intrapresa nei diversi contesti di cui si tiene conto, ovvero nel contesto economico, in quello sociale e in quello ambientale. L'approccio tradizionale alla sostenibilità si è spesso concentrato sull'affrontare tematiche relative a una o più delle tre dimensioni considerate in maniera separata dalle altre. Il cosiddetto modello della “Tripla Elica” (*triple bottom line*) è stato introdotto nel 1994 da Elkington ed è composto da tre elementi: persone, pianeta e profitto (Elkington, 1998 e 2018)<sup>4</sup>. Come precisato nella seguente (fig. 9), l'intersezione tra tali elementi consente di leggere lo sviluppo in termini di equità (all'incrocio tra dimensione sociale ed economica), vivibilità (all'incrocio tra dimensione sociale e ambientale), realizzabilità (all'incrocio tra dimensione economica e ambientale), condensate poi dalla sostenibilità quale fattore focale. Come precisato nella seguente (fig. 9), l'intersezione tra tali elementi consente di leggere lo sviluppo in termini di equità (all'incrocio tra dimensione sociale ed economica), vivibilità (all'incrocio tra dimensione sociale e ambientale), realizzabilità (all'incrocio tra dimensione economica e ambientale), condensate poi dalla sostenibilità quale fattore focale.

---

<sup>4</sup>Sostenendo che ogni organizzazione dovrebbe portare la propria analisi delle prestazioni al di là delle tradizionali misure di performance finanziaria, Elkington ha ispirato molte aziende e organizzazioni ad adottare questa filosofia.



Fig. 9 - La tripla elica della sostenibilità



Fonte: [www.idea-on-line.it/sostenibilita-ambientale/](http://www.idea-on-line.it/sostenibilita-ambientale/)

A oggi, le dimensioni si sono moltiplicate e il modello si è evoluto apportando altre “eliche” e parti di ragionamento, quali cultura, etica, pace, ecc. Emerge, quindi, con forza la volontà di approcciarsi in modo sistematico e integrato a una questione, la sostenibilità appunto, che riguarda tutte le sfere, personali e collettive, del vivere e dell’agire.

Sostenibilità che diviene non già un mero principio e obiettivo cui tendere, quanto piuttosto uno strumento, o per meglio dire una serie di strumenti operativi e strategici, funzionali all’innescò, alla gestione e all’implementazione di approcci capaci di futuro. È in questa prospettiva, che la sostenibilità può declinarsi in numerosi modi, tante quante sono le sue modalità applicative e le risorse umane che vi si dedicano.

Alla luce del rapporto tra sostenibilità, paesaggio e turismo sotteso al presente volume, essa può quindi definirsi anche in termini progettuali, organizzativi, percettivi, consentendo di cogliere relazioni e ruoli con cui tale rapporto si manifesta a scala territoriale.

## 1.2 I diciassette volti della sostenibilità: obiettivi e strumenti dell'Agenda Onu 2030

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, *Sustainable Development Goals*, SDGs (figura 10), in un grande programma d'azione che comprende 169 target<sup>5</sup>. L'avvio ufficiale di tali Obiettivi ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere fino al 2030, anno entro cui i Paesi si sono impegnati a raggiungerli. Gli Obiettivi per lo Sviluppo danno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (*Millennium Development Goals*) che li hanno preceduti, e rappresentano obiettivi comuni riguardanti un insieme di questioni importanti per lo sviluppo. Si definiscono “comuni” poiché riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla via della sostenibilità<sup>6</sup>.

Le pratiche di consumo e produzione non sostenibili rappresentano uno dei principali ostacoli allo sviluppo sostenibile. Per affrontare questa sfida, i 17 SDGs lanciano un appello universale a dissociare la crescita economica dal degrado ambientale attraverso una gestione sostenibile ed efficiente delle risorse naturali in tutte le fasi delle catene del valore di beni e servizi.

Essi costituiscono un piano d'azione che mira all'adozione di pratiche di sviluppo sostenibile per porre fine alla povertà e alla fame, promuovere la crescita economica, e contemporaneamente affrontare il cambiamento climatico e preservare i paesaggi.

<sup>5</sup><https://ukcop26.org/it/gli-obiettivi-della-cop26/>

<sup>6</sup>“Noi popoli è il celebre incipit della Carta delle Nazioni Unite. Siamo noi popoli ad imbarcarci oggi sulla strada per il 2030. Il nostro viaggio coinvolgerà governi e parlamenti, il sistema delle Nazioni Unite e di altre istituzioni internazionali, autorità locali, le popolazioni indigene, la società civile, le imprese e il settore privato, la comunità scientifica e accademica – e tutte le persone. A milioni si sono già impegnati con questa Agenda e la faranno propria. È un'Agenda delle persone, dal popolo e per il popolo – e questo, crediamo, assicurerà il suo successo”. [...] Il futuro dell'umanità e del nostro pianeta è nelle nostre mani. Si trova anche nelle mani delle nuove generazioni, che passeranno il testimone alle generazioni future. Abbiamo tracciato la strada verso lo sviluppo sostenibile; servirà ad assicurarci che il viaggio avrà successo e i suoi risultati saranno irreversibili. <https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/> .

Fig. 10 – Gli obiettivi della sostenibilità nell'Agenda 2030



Fonte: [www.agenziacoazione.gov.it](http://www.agenziacoazione.gov.it)

L'Agenda contempla il turismo nel Goal 8, come strumento di crescita economica inclusiva e sostenibile, nel Goal 12 come esempio di consumo e produzione sostenibile, e nel Goal 14 per un uso sostenibile degli oceani, delle risorse e dei paesaggi marini. Come precisato dalla stessa Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), però, il turismo può contribuire, direttamente e indirettamente, al raggiungimento di tutti i 17 obiettivi, se gestito in modo sostenibile e praticato in modo responsabile.

Rispetto al Goal 1 - *Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo* - il turismo si presenta come un settore che la crisi pandemica ha colpito pesantemente ma che, da sempre, è caratterizzato da una capacità di resilienza e ripresa. Permette lo sviluppo economico a tutti i livelli, genera ricchezza attraverso la creazione di posti di lavoro. Sviluppare il turismo in modo sostenibile può avere un grande impatto sulle comunità ed essere funzionale agli obiettivi nazionali rivolti a ridurre la povertà, a promuovere l'imprenditoria, a sostenere le piccole imprese ed incoraggiare le categorie più deboli, come i giovani e le donne.

Rispetto al Goal 2 - *Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile* - il turismo può stimolare l'agricoltura sostenibile promuovendo la produ-

zione, fornitura e vendita di prodotti locali negli hotels, ristoranti e negozi delle destinazioni turistiche, integrandoli nella catena del valore del turismo. L'agriturismo, ad esempio, può generare entrate supplementari ai produttori locali, favorendo un'agricoltura più resiliente, mentre migliora l'esperienza turistica.

Rispetto al Goal 3 - *Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età* - il contributo del turismo alla crescita e allo sviluppo economico può avere un effetto a catena sulla salute e il benessere. Valuta straniera e gettito fiscale del turismo possono essere reinvestiti in assistenza e servizi sanitari, che dovrebbero essere mirati per migliorare la salute materna, ridurre la mortalità infantile e fare prevenzione.

Rispetto al Goal 4 - *Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti* - il turismo ha il potenziale per promuovere l'inclusione; una forza lavoro competente è fondamentale per il turismo per prosperare. Il settore del turismo offre opportunità di lavoro diretto e indiretto per i giovani, le donne e le persone con esigenze particolari, che dovrebbero beneficiare di mezzi educativi.

Rispetto al Goal 5 - *Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze* - il turismo può dare potere alle donne, in particolare attraverso la creazione di posti di lavoro diretti e la generazione di reddito da parte delle PMI legate al turismo e all'ospitalità; può essere uno strumento per le donne per essere attive protagoniste in ogni aspetto della società.

Rispetto al Goal 6 - *Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie* - gli investimenti del settore turistico per la fornitura di servizi di pubblica utilità possono essere fondamentali per garantire l'accesso all'acqua e migliori condizioni igieniche per tutti. L'uso efficiente dell'acqua da parte delle attività turistiche, mediante il controllo dell'inquinamento e l'utilizzo di innovazioni tecnologiche può essere la chiave per salvaguardare la nostra risorsa più preziosa.

Rispetto al Goal 7 - *Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni* - in quanto settore ad alto consumo energetico, il turismo può accelerare il passaggio verso un aumento delle quote di energia rinnovabile nel mix energetico globale. Promuovendo gli investimenti nelle fonti energetiche pulite, il turismo può contribuire a ridurre i gas serra, a mitigare i cambiamenti climatici e a migliorare l'accesso all'energia per tutti.

Rispetto al Goal 8 - *Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti* - il turismo come attività commerciale di servizi, rappresenta un settore

economico importante a livello mondiale e produce un posto di lavoro ogni dieci. Le opportunità di lavoro dignitoso che offre il turismo, in particolare ai giovani e alle donne, e le politiche che favoriscono la sua diversificazione, contribuiscono a migliorare sensibilmente l'impatto socio-economico che produce sul territorio.

Rispetto al Goal 9 - *Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile* - lo sviluppo del turismo si basa su buone infrastrutture pubbliche e private. Il settore può influenzare le politiche pubbliche in materia di ammodernamento delle stesse, rendendole più sostenibili, innovative ed efficienti nell'uso delle risorse. Il turismo, muovendosi verso una crescita a basse emissioni di carbonio, può attrarre più turisti e investimenti esteri.

Rispetto al Goal 10 - *Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni* - il turismo può essere uno strumento potente per ridurre le disuguaglianze se coinvolge le popolazioni locali e tutti gli attori chiave nel suo sviluppo. Il turismo contribuisce alla riqualificazione urbana e allo sviluppo rurale, permette alle persone la possibilità di prosperare nel loro luogo di origine e riduce lo spopolamento; diviene un mezzo efficace per l'integrazione e la diversificazione economica.

Rispetto al Goal 11 - *Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili* - il turismo può incentivare lo sviluppo delle infrastrutture urbane e l'accessibilità; contribuisce alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio culturale e naturale di una destinazione. Gli investimenti rivolti all'efficientamento energetico delle infrastrutture e alla mobilità sostenibile, dovrebbero tradursi in città più intelligenti e più ecologiche, non solo per i residenti, ma anche per i turisti.

Rispetto al Goal 12 - *Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo* - il settore del turismo deve adottare modalità di consumo e produzione sostenibili (SCP), accelerando il passaggio alla sostenibilità. Gli strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo, anche per quanto riguarda l'energia, l'acqua, i rifiuti, la biodiversità e la creazione di posti di lavoro si tradurranno in risultati economici, sociali e ambientali migliori.

Rispetto al Goal 13 - *Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze* - il turismo contribuisce al cambiamento climatico e ne risente. Gli *stakeholder* del turismo dovrebbero giocare un ruolo di primo piano nella risposta globale al cambiamento climatico. Riducendo l'impronta di carbonio dei trasporti e dell'ospitalità, il turismo può generare una forte riduzione delle emissioni di carbonio e contribuire ad affrontare una delle sfide più urgenti del nostro tempo.

Rispetto al Goal 14 - *Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile* - il turismo costiero e marittimo si basa su ecosistemi marini sani. Lo sviluppo del turismo deve essere parte della gestione integrata delle zone costiere al fine di contribuire alla conservazione degli ecosistemi marini più fragili; deve promuovere la cosiddetta economia blu e contribuire all'uso sostenibile delle risorse marine.

Rispetto al Goal 15 - *Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare il degrado del terreno e fermare la perdita di diversità biologica* - la ricca biodiversità e il patrimonio naturale sono spesso i motivi principali per cui i turisti visitano una destinazione. Il turismo può svolgere un ruolo importante se gestito in modo sostenibile in zone fragili, non solo per la conservazione della biodiversità, ma anche per la generazione di reddito come mezzo di sostentamento alternativo per le comunità locali.

Rispetto al Goal 16 - *Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli* - poiché il turismo basa la sua attività sugli incontri tra persone di diversa provenienza culturale, il settore può promuovere la tolleranza e la comprensione fra i popoli; favorendo le relazioni multiculturali e interreligiose contribuisce a gettare le basi per società più pacifiche. Il turismo che sostiene e coinvolge le comunità locali contribuisce a consolidare la pace nelle società post-belliche.

Rispetto al Goal 17 - *Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile* - grazie alla sua natura intersettoriale, il turismo ha la capacità di rafforzare le partnership pubblico-private e di coinvolgere più *Indicatori tematici per la cultura nell'Agenda 2030* - internazionali, nazionali, regionali e locali - per lavorare insieme al raggiungimento degli SDGs e di altri obiettivi comuni. Le politiche pubbliche e i finanziamenti innovativi sono al centro della realizzazione dell'Agenda 2030.

Sebbene nessuno dei 17 SDGs si concentri esclusivamente sulla cultura, l'Agenda include diversi riferimenti espliciti agli aspetti culturali. I seguenti elementi sono particolarmente degni di nota:

- l'obiettivo 4.7 si riferisce all'obiettivo di garantire che tutti i discenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile, anche attraverso l'educazione alla cittadinanza globale e all'apprezzamento della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile;
- l'obiettivo 8.3 riguarda la promozione di politiche orientate allo sviluppo che sostengano le attività produttive e, tra l'altro, la creatività e l'innovazione;
- gli obiettivi 8.9 e 12.b fanno riferimento alla necessità di elaborare e

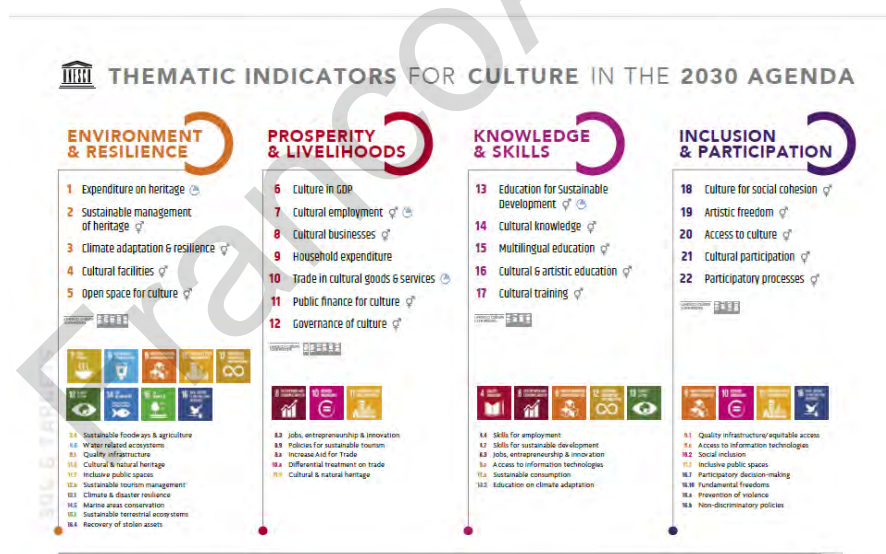


attuare politiche per promuovere il turismo sostenibile, anche attraverso la cultura e i prodotti locali, e alla necessità di sviluppare strumenti di monitoraggio adeguati in questo settore;

- l'obiettivo 11.4 sottolinea la necessità di rafforzare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo, anche in relazione allo sviluppo turistico.

Come precisato dal documento UNESCO *Culture 2030 Indicators*, che unisce gli indicatori atti a supportare le Amministrazioni e chi fa progettazione a fare scelte consapevoli per i progetti culturali da sviluppare, i fattori culturali influiscono su 14 dei 17 SDGs proposti e si intrecciano con la dimensione turistica in modo importante. I 22 indicatori di *Culture 2030* sono quali-quantitativi, economici e non; si possono applicare sia a livello urbano che nazionale. Si tratta di elementi puntuali che definiscono i due ruoli della cultura e delle sue organizzazioni: guida alla costruzione di nuovi immaginari e facilitatore di cambiamento attraverso processi, competenze ma soprattutto inclusione sociale. I loro 4 gruppi di appartenenza sono: ambiente e resilienza; economia e prosperità, saperi e competenze, inclusione e partecipazione<sup>7</sup> (fig. 11).

Fig. 11 – Indicatori tematici per la cultura nell'Agenda 2030



Fonte - <https://whc.unesco.org/en/culture2030indicators/>

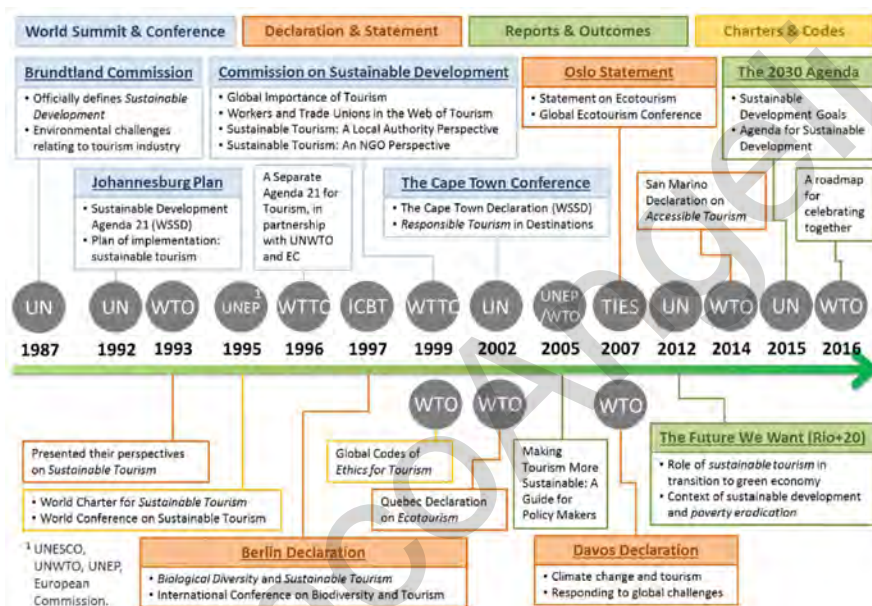
<sup>7</sup><https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>



## 2. Evoluzione della sostenibilità in rapporto al paesaggio e al turismo

L'evoluzione della sostenibilità in rapporto al turismo può essere esplicitata facendo riferimento a numerosi passaggi, dichiarazioni, fasi, documenti sintetizzati nella figura 12:

Fig. 12 – Turismo e sostenibilità nei documenti e dichiarazioni internazionali



Fonte: Pan et al., 2018

In altre parole, quanto contenuto nell'Agenda 2030 affonda le radici in un percorso lungo e articolato che ha visto l'interazione di numerosi attori in un quadro di governance articolato e multilivello. È così possibile delineare una piattaforma di riferimento riguardante il binomio sostenibilità-turismo di tipo sistemico, in cui cioè gli aspetti correlati alle questioni ambientali e climatiche si integrano con aspetti più specifici sia legati alla componente sostenibilità che a quella turismo. A partire da differenti approcci di turismo, in chiave ecologica, responsabile, accessibile, l'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce capace di contribuire allo sviluppo sostenibile quel turismo che tenga pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'indu-

stria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti. Esso, dunque, non è “un” tipo di turismo, quanto piuttosto un modello con cui pensare, lavorare, progettare. Le linee guida e le pratiche di gestione dello sviluppo turistico sostenibile sono, infatti, applicabili a tutte le forme di turismo in tutti i tipi di destinazioni, compreso il turismo “di massa” e i vari segmenti del turismo “di nicchia”. I principi della sostenibilità si riferiscono agli aspetti ambientali, economici e socioculturali dello sviluppo turistico, e per garantirne la sostenibilità a lungo termine è necessario stabilire un equilibrio adeguato tra queste tre dimensioni, così come visto nel primo paragrafo di questo capitolo.

Non si tratta, quindi, di un obiettivo perseguito quanto di un processo continuo: lo sviluppo del turismo sostenibile richiede la partecipazione informata di tutte le parti interessate, nonché una forte leadership politica per garantire un'ampia partecipazione, la creazione di consenso, il mantenimento delle reti attivate nel medio-lungo periodo. Il raggiungimento delle condizioni ottimali affinché si possa parlare di turismo sostenibile costituisce un processo continuo e richiede un monitoraggio costante degli impatti, introducendo le necessarie misure preventive e/o correttive ogni qualvolta sia necessario. Inoltre, esso deve mantenere un alto livello di soddisfazione dei turisti e garantire loro un'esperienza significativa, sensibilizzandoli sui temi della sostenibilità e promuovendo tra loro pratiche di turismo sostenibile.

La costruzione di una *leadership* in grado di generare una governance aperta e condivisa per la concretizzazione delle politiche e strategie delineate, trova alimento e sostegno anche in momenti successivi ai passaggi indicati dalla linea del tempo di cui alla figura precedente.

Questo già a partire dal 2017, dichiarato dall'ONU *International Year of Sustainable Tourism for Development*<sup>8</sup>. L'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) è stata incaricata di facilitare l'organizzazione e l'attuazione dell'Anno Internazionale, in collaborazione con i governi, le organizzazioni pertinenti del sistema delle Nazioni Unite, le organizzazioni internazionali e regionali e altri soggetti interessati in una logica estesa. Tale anno storico è stato celebrato nel contesto dell'Agenda 2030, evidenziando l'importanza delle politiche governative, delle pratiche commerciali e del comportamento dei consumatori per costruire un settore turistico più sostenibile. La promozione del ruolo del turismo ha riguardato le seguenti cinque aree chiave: crescita economica inclusiva e sostenibile; inclusività sociale, occupazione e riduzione della povertà; efficienza delle risorse, protezione dell'ambiente e cambiamento climatico; valori culturali, diversità e patrimonio; compresio-

---

<sup>8</sup><https://www.unwto.org/tourism4development2017>

ne reciproca, pace e sicurezza. È stato altresì istituito un giorno dedicato al turismo sostenibile, come evidenziato nella seguente figura.

Fig. 13 – World Tourism Day 2017, logo



Fonte: [www.unwto.org/](http://www.unwto.org/)

Il 2018 è stato designato Anno europeo del patrimonio culturale (*European Year of Cultural Heritage, EYCH*) dedicato alla promozione della diversità culturale, del dialogo interculturale e della coesione sociale<sup>9</sup>. Numerose sono le sfaccettature del cultural heritage, cornice entro cui questo volume colloca il paesaggio, il turismo e la stessa sostenibilità. Altrettanto numerose le realtà coinvolte e le attività implementate: durante tale Anno, oltre 6,2 milioni di persone hanno preso parte a oltre 11.700 eventi organizzati in 37 paesi. Per garantire che l'Anno europeo abbia un impatto duraturo oltre il 2018, la Commissione ha individuato 60 azioni relative alla promozione e alla tutela nel lungo periodo adottando il *Quadro europeo per il patrimonio culturale*.

I tratti salienti inclusi in tale documento riguardano il patrimonio culturale:

- per un'Europa inclusiva: partecipazione e accesso per tutti,
- per un'Europa sostenibile: soluzioni intelligenti per un futuro coeso e sostenibile.
- per un'Europa resiliente: salvaguardare il patrimonio in pericolo,
- per un'Europa innovativa: mobilitare la conoscenza e la ricerca,
- per partenariati globali più forti: consolidare la cooperazione internazionale.

In relazione alla sostenibilità, è stata lanciata la nuova iniziativa dell'UE *Capitale europea del turismo intelligente* che premia il turismo intelligente

<sup>9</sup><https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage>

e innovativo nelle città europee<sup>10 11</sup>. L'iniziativa riconosce i risultati eccezionali ottenuti dalle città europee come destinazioni turistiche in quattro categorie: sostenibilità, accessibilità, digitalizzazione, patrimonio culturale e creatività; mira a promuovere il turismo intelligente nell'UE, a mettere in rete e a rafforzare le destinazioni e a facilitare lo scambio di buone pratiche, a fornire una piattaforma grazie alla quale le città europee possano collaborare e condividere esempi di successo.

Sempre in una logica di rete e valorizzazione reciproca, si muove la più longeva iniziativa delle Capitali europee della cultura, in cui il turismo si riconosce in modo indiretto che diretto; gestite dalla Commissione europea, sono state lanciate nel 1985 dall'allora Consiglio dei ministri europei (ora dell'Unione europea). Il titolo, da allora al 2021, è stato attribuito a più di 65 città in tutta Europa. Le città italiane insignite fino ad ora sono: Firenze (1986); Bologna (2000); Genova (2004); Matera (2019); Gorizia con Nova Gorica (2025). La Capitale italiana della cultura è stata istituita nel 2014. Il titolo viene conferito annualmente a una città dal Consiglio dei Ministri su proposta del Ministro della cultura. Ad oggi, hanno ricevuto il riconoscimento: Cagliari, Lecce, Perugia, Ravenna e Siena (2015); Mantova (2016); Pistoia (2017); Palermo (2018); Parma (2020-21); Procida (2022); Bergamo-Brescia (2023); Pesaro (2024); è in corso la selezione per il 2025. Il cammino che parte dalla candidatura, accompagna il processo di valutazione e selezione fino ad arrivare alla fase del riconoscimento e quindi delle azioni che sostiene, consente ai territori e ai soggetti che vi partecipano di consolidare una visione integrata e feconda della cultura quale leva di sviluppo, anche turistico, sostenibile.

La sostenibilità e il turismo incontrano spazi fragili e allo stesso tempo densi di opportunità, progettualità e forze propulsive: è questo il caso della montagna, focus dell'Anno internazionale dello sviluppo sostenibile in montagna, *International Year of Sustainable Mountain Development 2022* (figura 14). La risoluzione adottata dall'ONU invita le parti interessate, ovvero Paesi, istituzioni, società civile, settore privato e mondo accademico, a traguardare le finalità di questo anno per aumentare la consapevolezza dell'importanza dello sviluppo sostenibile in montagna e della conservazione e dell'uso sostenibile degli ecosistemi montani. Le aree montane coprono il 27% della superficie terrestre, forniscono acqua a più della metà della popolazione mondiale, ospitano il 25% di tutta la biodiversità terrestre, ospitano quasi un

<sup>10</sup>[https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index\\_en](https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en)

<sup>11</sup>Per il 2019 il titolo è andato a Helsinki e Lione; a Gothenburg e Málaga nel 2020; a Bordeaux e Valencia nel 2022.

miliardo di persone, rappresentano il 23% delle foreste mondiali e il 20% del turismo mondiale<sup>12</sup>.

Fig. 14 – International Year of Sustainable Mountain Development, logo



Fonte: [www.fao.org](http://www.fao.org)

In questo quadro, si può comprendere come e quanto i cambiamenti occorsi in seguito alla diffusione della pandemia, prima, e ai recenti accadimenti geopolitici e bellici abbiano innescato una riflessione profonda, se non una revisione, di alcuni modelli che tradizionalmente sostenevano l'economia turistica. Del resto, come precisato nel secondo capitolo, il turismo del sovraffollamento ha lasciato il passo a spazi e tempi silenti e completamente vuoti; la lentezza, la verticalità, l'esperienza e partecipazione emotiva hanno concretizzato proposte da parte di comunità, piccoli centri e villaggi in una logica di diffusione e prossimità territoriale, ma anche culturale.

Basti citare alcuni passi, lenti e condivisi, verso la sostenibilità che sono stati compiuti a scala internazionale e nazionale: una spinta maggiore verso elementi e scelte chiave e interdisciplinari riguardanti la sostenibilità del turismo, tra cui energia verde, mobilità dolce, edifici e infrastrutture verdi,

<sup>12</sup><https://www.mountainwilderness.org/2022/04/28/international-year-of-sustainable-mountain-development-2022/> [https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index\\_en](https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en)



agricoltura verde e tecnologie intelligenti; interrelazioni più radicate tra comunità e cultura, tra patrimonio ed economia, tra ambiente ed ecologia, tra energia, acqua e cibo. E certamente anche il ruolo delle comunità locali, degli enti pubblici e delle piccole medie imprese è un fattore discriminante e irrinunciabile per scrivere, narrare, promuovere una “storia sostenibile” che vada oltre i clamori delle piazze e i grandi investimenti a opera di *global players* che rischiano di non “atterrare” nei contesti locali e di non alimentare visioni ed economie davvero virtuose.

### 3. Il quadro italiano: oltre l’Agenda

Ogni Paese del pianeta è tenuto a fornire il suo contributo per affrontare queste grandi sfide verso un sentiero sostenibile, sviluppando una propria Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile. In Italia è stata istituita la Cabina di regia “Benessere Italia”, l’organo della Presidenza del Consiglio cui spetta il compito di “coordinare, monitorare, misurare e migliorare le politiche di tutti i Ministeri nel segno del benessere dei cittadini”. Un passo avanti per dotare l’Italia di una governance per l’Agenda 2030, uno strumento che permette al Governo di promuovere un benessere equo e sostenibile attraverso la definizione di nuovi approcci e nuove politiche. Rigenerazione equo sostenibile dei territori, mobilità e coesione territoriale, transizione energetica, qualità della vita, economia circolare sono le cinque macroaree in cui si sviluppano le sue linee programmatiche. Pongono al centro la persona e mirano alla promozione di stili di vita sani, alla definizione di tempi di vita equilibrati, alla progettazione di condizioni di vita eque, alla promozione di azioni finalizzate allo sviluppo umano, alla formazione continua.

Lo strumento di coordinamento dell’attuazione dell’Agenda 2030 è rappresentato dalla Strategia Nazionale di Sviluppo Sostenibile (SNSvS), approvata dal CIPE con Delibera n. 108/2017; esso si configura come lo strumento principale per la creazione di un nuovo modello economico circolare, a basse emissioni di CO<sub>2</sub>, resiliente ai cambiamenti climatici e agli altri cambiamenti globali causa di crisi locali, come, ad esempio, la perdita di biodiversità, la modificazione dei cicli biogeochimici fondamentali (carbonio, azoto, fosforo) e i cambiamenti nell’utilizzo del suolo. Un aspetto innovativo dell’Agenda 2030 è l’attenzione rivolta al fenomeno delle disuguaglianze. In assenza di un’adeguata strategia di intervento, diversi fattori possono contribuire ad alimentare una polarizzazione tra diverse situazioni. Per questo motivo è necessario individuare e condividere le politiche che possono rilanciare la crescita e renderla sostenibile nel lungo periodo. La-

Strategia Nazionale di Sviluppo Sostenibile si basa, infatti, su un approccio multidimensionale per superare le disuguaglianze economiche, ambientali e sociali e perseguire così uno sviluppo sostenibile, equilibrato ed inclusivo; tale approccio implica l'utilizzo di un'ampia gamma di strumenti, comprese le politiche di bilancio e le riforme strutturali.

Nel 2021 si è tenuta a Roma la Conferenza Nazionale per lo sviluppo sostenibile; promossa dal Ministero della Transizione ecologica e organizzata insieme al Forum per lo Sviluppo Sostenibile, che include circa 200 organizzazioni della società civile e degli attori non statali, la Conferenza ha rappresentato un momento di incontro tra tutti gli attori, istituzionali e non, che spingono per la creazione di un Paese più giusto, equo e sostenibile. In tale occasione è stato presentato un documento che costituisce un aggiornamento della SNSvS 2017: la Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile 2022<sup>13</sup>.

Se risulta fondamentale diffondere cultura sostenibile nel Paese, serve coerenza tra politiche e pieno supporto dei territori. Le parole chiave che emergono sono integrazione, universalità, inclusione e trasformazione; la Strategia cerca di rispondere alla domanda di complessità che arriva dal mondo reale, incentivando ad agire in modo sistemico e quindi fornendo strumenti operativi articolati sulle “cinque P” ovvero Persone, Pianeta, Pace, Prosperità e Partnership. A queste è stata aggiunta una ulteriore area, i cosiddetti “vettori di sostenibilità”. Il primo, a cui si collega il programma d'azione nazionale, è dedicato alla coerenza delle politiche per lo sviluppo sostenibile dove è presente il tema della visione e della costruzione del futuro, insieme a quello della valutazione delle politiche pubbliche e a quello del monitoraggio. La Strategia contiene, infatti, una revisione degli indicatori rispetto ai quadri strategici di programmazione principali, e cioè il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza PNRR, il Piano per la transizione ecologica PTE, gli accordi di partenariato per le politiche di coesione, il Rapporto Benessere Equo e Sostenibile BES incluso nel Documento di economia e finanza. Obiettivo è quello di costruire e avere un nucleo minimo, perfettibile, di indicatori in grado di tracciare il progresso compiuto dalle politiche pubbliche in Italia. Il secondo vettore “è quello dedicato alla cultura per la sostenibilità; contiene i temi dell'educazione e della formazione, dell'informazione e della comunicazione.

Si riteneva che uno degli elementi più deboli della Strategia del 2017 fosse proprio quello legato ai temi comunicativi. L'ultimo vettore è quello

---

<sup>13</sup><https://www.mountainwilderness.org/2022/04/28/international-year-of-sustainable-mountain-development-2022/> [https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index\\_en](https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en)



legato alla partecipazione per lo sviluppo sostenibile, focalizzato sul tema della collaborazione e dei partenariati con le istituzioni e tra le istituzioni, sia sotto il profilo della loro strutturazione che della loro continuità temporale e articolazione modulabile (fig. 15).

Fig. 15 – I vettori di sostenibilità nella SNSvS



Fonte: [www.mite.gov.it](http://www.mite.gov.it)

L'attuazione dell'Agenda 2030 nei territori resta il fulcro e la spina dorsale della Strategia, che deve dunque essere recepita e integrata nelle politiche locali. Come anticipato nel primo capitolo, e qui ripreso, PNRR e PTE contengono rimandi importanti al turismo e alla cultura. Il tema del turismo viene affrontato nel testo del PNRR come uno fra i settori denominati "Missioni" che definiscono, nella struttura complessiva del Piano, le azioni di intervento che consentono il raggiungimento degli "Obiettivi" del Piano stesso. A loro volta, le "Missioni" sono deputate a funzionare come braccia operative del settore di attività denominato "Riforme e Investimenti", rivolto, quest'ultimo, a una revisione e a una semplificazione delle condizioni di accessibilità offerte alla società nell'incontro con le istituzioni. La collocazione che il Piano assegna al turismo e ai relativi processi di produzione di valore culturale, sociale e politico propone una feconda occasione di dibattito sulle relazioni che quei processi assumono effettivamente, spesso con ruolo di protagonisti, nel complesso della vita del Paese e sulle ricadute fattive che tali processi possono generare per lo sviluppo turistico sostenibile italiano (Bizzarri, Co-

lombo, 2022). Nello specifico, il tema del processo turistico è inserito nella “Missione MIC3” in raccordo con i più grandi temi che titolano la “Missione M1”, per poi intersecarsi con la proposta di specifici “Focus” su dimensioni di trasversalità di diversa matrice che, a loro volta, interessano condizioni di fragilità o marginalità sociali, quali i grandi “Divari territoriali, i “Divari di genere e quelli gene razionali”, ponendo l’accento sulla condizione dei giovani quale fil rouge di raccordo fra i diversi ambiti. L’inserimento della mission “MIC3: Turismo e Cultura 4.0” nel quadro della “Missione M1: Digitalizzazione, Innovazione, Competitività e Cultura” documenta la consapevolezza delle istituzioni riguardo alla interattività forte fra le componenti e le filiere attive del processo turistico e i processi costitutivi della società e della cultura (Faccioli, 2022). Gli interventi previsti, in conformità con gli obiettivi e i principi trasversali del Piano, intendono ristrutturare gli asset chiave del patrimonio culturale italiano e favorire la nascita di nuovi servizi, sfruttando anche la partecipazione sociale come leva di inclusione e rigenerazione, con l’obiettivo di migliorarne l’attrattività, l’accessibilità (sia fisica che digitale) e la sicurezza, in un’ottica generale di sostenibilità ambientale<sup>14</sup>. Data la sua natura di fenomeno e settore trasversale, il turismo ha una marcata capacità di interagire anche con le altre Missioni evidenziate dal Piano (fig.16).

Fig. 16 – Le sei missioni del PNRR



Fonte: [www.nomoscsp.com](http://www.nomoscsp.com)

<sup>14</sup><https://asvis.it/home/10-13020/il-percorso-che-ha-portato-alla-strategia-nazionale-per-lo-sviluppo-sostenibile-2022#>

Come indicato nel PNRR, gli interventi previsti dalla componente M1C3 non sono dedicati solo ai “grandi attrattori”, ma anche alla tutela e alla valorizzazione dei siti minori (ad esempio i “borghi”) nonché alla rigenerazione delle periferie urbane, valorizzando luoghi identitari e rafforzando al tempo stesso il tessuto sociale del territorio. Gli interventi sono abbinati a sforzi di miglioramento delle strutture turistico-ricettive e dei servizi turistici, al fine di migliorare gli standard di offerta e aumentare l’attrattiva complessiva. Questi interventi di riqualificazione/rinnovamento dell’offerta seguono una filosofia di sostenibilità ambientale integrata e pieno sfruttamento delle potenzialità del digitale, facendo leva sulle nuove tecnologie per offrire nuovi servizi e migliorare l’accesso alle risorse turistiche/culturali. Gli ambiti e interventi riguardano:

- attrattiva dei borghi;
- *capacity building* per gli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde;
- *Caput Mundi. Next Generation EU* per grandi eventi turistici;
- fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche;
- hub del turismo digitale;
- migliorare l’efficienza energetica di cinema, teatri e musei;
- programmi per valorizzare l’identità di luoghi: parchi e giardini storici;
- rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura;
- sicurezza sismica nei luoghi di culto, restauro del patrimonio culturale del Fondo Edificio di Culto (FEC) e siti di restauro per le opere d’arte (Recovery Art);
- strategia digitale e piattaforme per il patrimonio culturale;
- sviluppo industria cinematografica (Progetto Cinecittà);
- tutela e valorizzazione dell’architettura e del paesaggio rurale.

Il Ministero della Cultura ha dichiarato di aver raggiunto gli obiettivi del PNRR previsti per la data del 30 giugno<sup>15</sup>. I traguardi sono stati raggiunti grazie alla costante e virtuosa collaborazione che le strutture del ministero hanno avuto con il MEF, gli enti locali, le Regioni, l’Anci, le province autonome, il mondo dell’associazionismo, gli operatori economici e le associazioni di categoria.

Il PTE persegue lo scopo di offrire un inquadramento generale sulla strategia per la transizione ecologica italiana, definendo un quadro concettuale anche per gli interventi previsti dal PNRR. Approvato dal Comitato interministeriale per la transizione ecologica (delibera n. 1 dell’8 marzo 2022),

<sup>15</sup><https://pnrr.cultura.gov.it/>

ha una soglia temporale che arriva fino al 2050, anno in cui l'Italia deve conseguire l'obiettivo, chiaro e ambizioso, di operare "a zero emissioni nette di carbonio", cioè svincolandosi da una linearità tra creazione di ricchezza e benessere con il consumo di nuove risorse e/o aumento di emissioni. È caratterizzato da una visione olistica e integrata, che include la conservazione della biodiversità e la preservazione dei servizi ecosistemici, integrando la salute e l'economia e perseguendo la qualità della vita e l'equità sociale. In particolare, si prefigge di coordinare le politiche che riguardano le seguenti aree, cui le filiere turistiche e i relativi processi produttivi e di consumo sono direttamente e indirettamente correlati: riduzione delle emissioni di gas climalteranti; mobilità sostenibile; contrasto al dissesto idrogeologico e al consumo del suolo; risorse idriche e relative infrastrutture; qualità dell'aria; economia circolare<sup>16</sup>.

Il Rapporto BES offre un quadro integrato dei principali fenomeni economici, sociali e ambientali che caratterizzano l'Italia; propone un set di indicatori sviluppato dall'ISTAT e dal CNEL al fine di valutare il progresso della società non solo dal punto di vista economico, come ad esempio fa il PIL, ma anche sociale e ambientale. Contiene i seguenti 12 domini, ovvero dimensioni in cui declinare e misurare il benessere (figura 17). Il turismo trova spazio nelle fasi di analisi e restitutive, soprattutto in relazione alle dimensioni paesistico-patrimoniali, a quelle creative e dei tempi di vita, ambientali e sociali, fino a toccare le sfere della formazione e della salute.

Fig. 17 – I dodici domini del BES



Fonte: [www.fondazionewf.pordenone.it/osservatorio/](http://www.fondazionewf.pordenone.it/osservatorio/)

<sup>16</sup><https://asvis.it/notizie/2-12935/cosa-prevede-il-piano-nazionale-per-la-transizione-ecologica#>

Nel quadro di riferimento rappresentato dalla Strategia Nazionale per la Biodiversità e dal Piano Strategico del Turismo del MIBACT 2017-2022, il turismo rappresenta un settore economico con enormi potenzialità di costituire, da un lato, una fonte di impatto ambientale, e dall'altro, un modo concreto di creare redditi a partire dalla valorizzazione del capitale naturale e rurale e delle sinergie con il capitale culturale. Lo sviluppo del turismo non può prescindere dalla tutela delle risorse naturali, per cui diventa necessario promuovere una fruizione responsabile e orientare gli investimenti verso scelte sempre più sostenibili.

Turismo la cui natura di motivazione, leva e valore sostenibile trova celebrazione e sostegno anche nei riconoscimenti attribuiti a filoni, attività e progetti che rientrano in percorsi importanti a scala nazionale. È questo il caso di quelli sostenuti dai ministeri e da numerosi enti coinvolti nell'ambito di: Anno nazionale dei Cammini (2016); Anno nazionale dei Borghi (2017); Anno nazionale del Cibo Italiano (2018); Anno nazionale del Turismo Lento (2019).

FrancoAngeli

## *4. Parabole, geografie e dinamiche territoriali: progettualità e ruolo degli attori*

### **1. Percorsi e strumenti di turismo sostenibile nelle dinamiche contemporanee**

#### *1.1 La sostenibilità nel turismo post-Covid*

Il turismo è uno dei settori più colpiti dalla pandemia. Eurostat stima che il numero delle notti trascorse (presenze) nelle strutture ricettive nell'Unione europea (UE 27) sia pari a circa 1,1 miliardi nei primi otto mesi del 2021, valore analogo a quello dello stesso periodo del 2020, ma inferiore di circa il 50% rispetto al 2019, anno precedente la pandemia. L'Europa, prima destinazione turistica mondiale, ha accolto il 66% in meno di turisti internazionali nella prima metà dell'anno e il 97% in meno nella seconda (ISTAT, 2022)<sup>1</sup>.

Nella risoluzione del Parlamento europeo del 25 marzo 2021 sulla strategia UE per il turismo sostenibile, viene osservato come l'epidemia da Covid-19 abbia paralizzato il settore turistico dell'UE, con 6 dei 27 milioni di posti di lavoro a rischio. Tale strategia ricorda che i settori del turismo e dei viaggi rappresentano circa il 10% del PIL dell'Unione e invita a includere nei piani di ripresa dei Paesi membri alcune indicazioni comunitarie<sup>2</sup>.

I 12 programmi della stagione 2014-2020 utilizzati per finanziare azioni nel settore del turismo, sia in regime di gestione diretta che concorrente, sono saliti nel periodo 2021-2027 a 14 programmi di questo tipo, compresi quelli creati per attenuare l'impatto della pandemia di Covid-19. In particolare, il quadro normativo del Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale FESR per il

---

<sup>1</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/turismo>

<sup>2</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20210311STO99736/turismo-post-covid-piu-sicuro-e-sostenibile-come-indicato-dagli-eurodeputati>



periodo 2021-2027 include un obiettivo strategico specifico legato al turismo sostenibile<sup>3</sup>. Il turismo sostenibile può e deve comunque essere sostenuto da qualunque altro obiettivo strategico, purché gli investimenti contribuiscano al conseguimento delle finalità corrispondenti e siano conformi alle condizioni abilitanti o ai requisiti applicabili in tale direzione.

Nonostante numerosi servizi della Commissioni si occupino di temi direttamente connessi al turismo, le due principali direzioni generali responsabili della politica e dei finanziamenti UE in materia sono:

- la DG *Mercato interno, industria, imprenditoria e PMI* (DG GROW), in quanto servizio della Commissione responsabile della politica in materia di turismo;

- la DG *Politica regionale e urbana* (DG REGIO), che gestisce il FESR (da cui proviene la parte più consistente del finanziamento dell'UE a favore del turismo e nello specifico del turismo sostenibile) congiuntamente agli Stati membri.

A fini orientativi, la Commissione ha pubblicato a settembre 2021 la Guida online ai finanziamenti UE per il turismo 2021-2027<sup>4</sup> che, come l'edizione legata al precedente settennato di programmazione, costituisce un utile strumento per individuare i programmi e gli strumenti finanziari pertinenti, familiarizzare con la documentazione, trovare partner per la presentazione delle domande. Si concentra, in particolare, su questioni pratiche relative ai più importanti programmi di finanziamento dell'UE inclusi nel bilancio 2021, nel quadro finanziario pluriennale 2021-2027 e in Next Generation EU. La sostenibilità del settore è rimarcata quale elemento trasversale e indispensabile a compendio di ogni progetto ammissibile. A scala nazionale, il contributo europeo si arricchisce con il regime dei cosiddetti "Aiuti di Stato", approvati nel maggio 2022 dalla Commissione: con riguardo all'Italia ammontano a 698 milioni di euro<sup>5</sup>.

Tale regime rientra nel PNRR e consente di agire, riconoscendo il ruolo imprescindibile delle imprese anche turistiche ai fini della ripresa, mediante:

<sup>3</sup>Articolo 3, paragrafo 1, lettera d), punto vi), del regolamento (UE) 2021/1058 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 giugno 2021.

<sup>4</sup>È nata dalle considerazioni sulle diverse esigenze del settore e la numerosità di programmi tematici dell'UE che possono sostenerlo, ed è stata redatta dalla Commissione europea, Direzione Generale Mercato Interno, Industria, Imprenditoria & PMI per fornire informazioni generali su progetti nel settore turistico che hanno ricevuto finanziamenti nell'ambito di vari programmi europei. [https://www.agenziacoesione.gov.it/news\\_istituzionali/finanziamenti-dellue-per-il-turismo/](https://www.agenziacoesione.gov.it/news_istituzionali/finanziamenti-dellue-per-il-turismo/)

<sup>5</sup>[https://italy.representation.ec.europa.eu/notizie-ed-eventi/notizie/aiuti-di-stato-la-commissione-approva-il-regime-italiano-da-698-milioni-di-eu-sostegno-del-settore-2022-05-12\\_it](https://italy.representation.ec.europa.eu/notizie-ed-eventi/notizie/aiuti-di-stato-la-commissione-approva-il-regime-italiano-da-698-milioni-di-eu-sostegno-del-settore-2022-05-12_it)

- sovvenzioni dirette, conferimenti di capitale, agevolazioni fiscali selettive e pagamenti anticipati per coprire un urgente fabbisogno di liquidità<sup>6</sup>;
- garanzie di Stato per prestiti contratti dalle imprese per assicurare che le banche continuino a erogare prestiti ai clienti che ne hanno bisogno<sup>7</sup>;
- prestiti pubblici agevolati alle imprese con tassi di interesse agevolati<sup>8</sup>;
- garanzie per le banche che veicolano gli aiuti di Stato all'economia reale, considerati aiuti diretti a favore dei clienti delle banche e forniti per ridurre al minimo la distorsione della concorrenza tra le banche;
- sostegno mirato sotto forma di integrazioni salariali per i dipendenti delle imprese nei settori o nelle regioni che hanno maggiormente sofferto a causa della pandemia e che altrimenti avrebbero dovuto licenziare del personale;
- aiuto mirato alla ricapitalizzazione per le società non finanziarie, garanzie per evitare indebite distorsioni della concorrenza nel mercato unico<sup>9</sup>;
- sostegno per i costi fissi non coperti delle imprese che, nel contesto della pandemia da coronavirus, hanno subito un calo del fatturato<sup>10</sup>;
- sostegno agli investimenti per una ripresa sostenibile, per promuovere gli investimenti privati come stimolo per superare la carenza di investimenti accumulata nell'economia a causa della crisi;
- sostegno alla solvibilità per mobilitare fondi privati e renderli disponibili per investimenti nelle piccole e medie imprese (PMI), comprese le start-up, e nelle società di piccola e media capitalizzazione.

La concretizzazione di queste misure e la loro integrazione con altre ini-

---

<sup>6</sup>Fino a un massimale di 290.000 € per impresa operante nella produzione primaria di prodotti agricoli, 345.000 € per impresa operante nel settore della pesca e dell'acquacoltura e 2,3 milioni di € per impresa operante in qualsiasi altro settore. Gli Stati membri possono inoltre concedere prestiti a tasso zero o garanzie su prestiti a copertura del 100 % del rischio fino al valore nominale di 2,3 milioni di € per impresa, ad eccezione del settore agricolo primario e del settore della pesca e dell'acquacoltura, ai quali si applicano i limiti rispettivamente di 290 000 € e 345 000 € per impresa.

<sup>7</sup>Queste garanzie di Stato possono coprire fino al 90 % del rischio sui prestiti per aiutare le imprese a soddisfare il fabbisogno immediato di capitale di esercizio e per gli investimenti.

<sup>8</sup>Questi prestiti possono aiutare le imprese a coprire il fabbisogno immediato di capitale di esercizio e a soddisfare la necessità di investimenti.

<sup>9</sup>Si tratta di: condizioni riguardanti la necessità, l'adeguatezza e l'entità dell'intervento; condizioni riguardanti l'ingresso dello Stato nel capitale delle imprese e la relativa remunerazione; condizioni riguardanti l'uscita dello Stato dal capitale delle imprese interessate; condizioni relative alla governance, incluso il divieto di dividendi e massimali di remunerazione per la direzione; divieto di sovvenzioni incrociate e acquisizioni e misure aggiuntive per limitare le distorsioni della concorrenza; obblighi di trasparenza e comunicazione.

<sup>10</sup>Nel periodo ammissibile di almeno il 30 % rispetto allo stesso periodo del 2019. Il sostegno contribuirà a coprire una parte dei costi fissi che i beneficiari non riescono a compensare con le entrate, fino a un importo massimo di 12 milioni di € per impresa.

ziative che derivano dall'Europa, e che trovano rinforzo nel PNRR, generano importanti conseguenze sul piano fattuale. Tradotto, e traslato, nei termini della parabola, assunta come metafora analitica e interpretativa in questo volume, gli attori locali sono pertanto spinti, per non dire pressoché “obbligati”, a dover agire in una struttura di *governance* multilivello, cooperativa e sinergica: e questo sia tra loro, sia con gli attori sovralocali, al fine di condividere un unico macro obiettivo, la ripresa turistica duratura, e di trovare percorsi e realizzare progetti attraverso cui “mettere a terra” e valore i finanziamenti europei, nazionali e regionali. Paesaggio, turismo e sostenibilità sono i fattori chiave che i diversi soggetti devono mettere in rete e dialogo per costruire percorsi territoriali fruttuosi sotto il profilo sociale, ambientale, culturale ed economico.

Il paesaggio non è sfondo, o cornice, ma protagonista e riflesso delle azioni territoriali e territorializzanti. È in questa prospettiva che tali finanziamenti assolvono al prezioso e imprescindibile compito di co-finanziare, rispondendo quindi a una logica di co-costruzione e di co-investimento sul futuro delle imprese, delle regioni, delle persone che vivono, operano, soggiornano in Europa. Il quadro si profila come un pacchetto complesso e articolato di misure ordinarie e straordinarie prese in relazione alle dinamiche recenti, ma al contempo gli strumenti di indirizzo e operativi che propone vengono da lontano, ovvero poggiano su politiche e strategie pluridecennali che proprio con riguardo alla sostenibilità trovano largo appoggio, senso e spirito di collaborazione unitamente a buone pratiche già sperimentate e consolidate.

Basti citare il ruolo esercitato dalle certificazioni ambientali adottate in ambito turistico, sia a scala europea che internazionale, a garanzia della sostenibilità: per evitare il greenwashing (Sobrero, 2022), i marchi ambientali ci guidano verso un turismo più sostenibile, rispettoso dell'ambiente, delle comunità e delle tradizioni locali. I principali *labels* sono (figura 18):

- *Ecolabel*, una delle principali certificazioni ambientali per il turismo, probabilmente la più diffusa e riconosciuta in Europa. Con-sente, da trent'anni, ai consumatori europei di identificare facilmente strutture e aziende che operano in rispetto dell'ambiente, adottando fonti di energia pulita, risparmiando acqua e corrente elettrica e riducendo i propri rifiuti<sup>11</sup>.

- *Blue Angel*, marchio ideato dal governo tedesco che mira a identificare prodotti o servizi particolarmente eco-friendly rispetto ad altri della stessa categoria.

<sup>11</sup>La conferenza per celebrare i 30 anni si è tenuta a Bruxelles il 20 ottobre 2022. [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en). È possibile scaricare il toolkit per le strutture ricettive al seguente link: [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/eu-ecolabel-tourist-accommodations\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/eu-ecolabel-tourist-accommodations_en)

La certificazione specifica che ciascun prodotto o servizio a cui è assegnata è particolarmente rispettoso della salute, del clima, dell'acqua e delle risorse. Infatti questo marchio premia prodotti e servizi che non solo promuovono la salvaguardia e il rispetto dell'ambiente, ma anche la salute e il benessere dei consumatori<sup>12</sup>.

- *Earth Check*, nata del 1987 questa certificazione è a disposizione di imprese, governi e comunità che vogliono proporre destinazioni green non solo per viaggiare, ma anche per lavorare, vivere e studiare<sup>13</sup>.

- *Blue Flag*, l'iconica *Bandiera Blu* ovvero uno dei premi volontari più riconosciuti al mondo per le spiagge, i porti turistici e gli operatori del turismo nautico sostenibile. Per ottenere tale riconoscimento è necessario soddisfare e mantenere una serie di rigorosi criteri ambientali, educativi, di sicurezza e di accessibilità<sup>14</sup>.

- *Bio Hotels*, naturali, ecologici, sostenibili, dal 2001 operano con coerenza seguendo i dettami dell'ecologia nella ricettività alberghiera; grazie a questa certificazione i viaggiatori possono individuare strutture che impiegano prodotti locali e biologici<sup>15</sup>.

Alcuni Paesi hanno ideato altri marchi, ma non solo; anche numerosi territori, località turistiche, parchi naturali e associazioni hanno creato la propria certificazione in modo da tutelare le peculiarità di un determinato luogo e risponda alle sue particolari esigenze.

La certificazione ambientale italiana è Legambiente turismo, che ha l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale del turismo e promuovere vacanze consapevoli; per ottenerla bisogna osservare un decalogo stilato dall'associazione stessa<sup>16</sup>.

Risultano evidenti un paio di aspetti focali ai fini di questa trattazione: il primo riguarda la numerosità degli attori coinvolti, il secondo il paesaggio e le sue declinazioni.

Le certificazioni, e più in generale, le "attenzioni" che differenti *stakeholder* rivolgono al turismo, muovono da iniziative e percorsi che connotano il lato dell'offerta, o per meglio dire delle offerte territoriali, e che includono una vasta platea di soggetti e di sguardi, da quello europeo a quello locale, da quello pubblico a quello privato, da quello turistico in senso stretto a quello economico e culturale allargato.

<sup>12</sup> <https://www.blauer-engel.de/en>

<sup>13</sup> <https://earthcheck.org/>

<sup>14</sup> <https://www.blueflag.global>

<sup>15</sup> <https://www.biohotels.info/it/l-unione/>

<sup>16</sup> <https://www.legambienteturismo.it/chi-siamo/>

Fig. 18 – I principali marchi ambientali europei



Fonte: Rielaborazione da siti web dei singoli labels

Il paesaggio diviene parte integrante di tali iniziative e percorsi, nelle sue componenti ambientali e territoriali ed anche in quelle proprie legate alle dimensioni percettive ed emozionali. È un lungo discorso che, dal piano giuridico e anche di marketing, giunge a quello geografico e identitario-narrativo, facendo leva su approcci di dinamismo territoriale e progettuale.

### 1.2 Turismo circolare, esperienziale e di comunità

I cambiamenti che da alcuni anni caratterizzano il turismo, si sono intensificati e accelerati per effetti endogeni e cause anche inaspettate quali pandemie, conflitti, questioni ambientali. Il turismo orizzontale, inteso come movimento nello spazio è divenuto verticale e quindi fortemente incardinato nelle esperienzialità di attività in contatto, lento, con le persone incontrate e i luoghi visitati o attraversati.

Territori e operatori si sono trovati a spostare il loro asse di interesse e offerta dall'idea di lavorare includendo quante più risorse paesaggistiche possibili a quella di dover selezionare, mettere a fuoco, filtrare per giungere a proposte non già di prodotti o filiere quanto di esperienze. Su queste dinamiche, si innestano la ricerca di autenticità, di prossimità, di sicurezza

e sostenibilità unitamente alla riscoperta di luoghi diffusi e “cose piccole” (Carandini, 2017; Pung, Chiappa, 2020) attraverso cui poter soddisfare, in modo empatico, motivazioni e aspettative proprie. Le proposte in grado di attrarre oggi target pur diversificati ma accomunati da questo tipo di ricerca sono quelle che esprimono la forza del contesto, delle reti, dei paesaggi locali e delle comunità locali (Leal *et al.*, 2022).

In questo quadro si innesta un importante discorso legato agli spostamenti che costituiscono l’anima di un viaggio. Senza dubbio, la mobilità è apparsa come uno dei settori più colpiti dal Covid-19, ma anche uno tra i più reattivi e strategici in direzione della ripresa: in numerose città si sono registrati interventi per rigenerare spazi pubblici e ridisegnare traiettorie per consentire alle persone di vivere e di muoversi in sicurezza. Temendo che il trasporto pubblico potesse apparire come opzione meno sicura o scarsamente desiderabile, numerose progettualità vanno nella direzione di favorire la mobilità attiva, a piedi e in bicicletta, e questo ha forti rimandi con le dinamiche turistiche delineate, verticali, lente, sostenibili<sup>17</sup>. Ciò che è iniziato come una misura straordinaria ed emergenziale, potrebbe trasformarsi in una visione permanente del futuro delle città e delle abitudini di viaggio. In questa fase, l’approccio all’economia circolare è prezioso per definire azioni mirate a risultati di lungo periodo. Esiste uno stretto legame stretto tra economia circolare e viaggi. Basti pensare alla natura e sequenzialità del percorso compiuto – preparazione, tragitto, destinazione, trasporti locali, soggiorno, consumo di risorse, partecipazione ad attività locali, rientro a casa – che rientrano pienamente nella logica dell’economia circolare, ovvero di una responsabilità condivisa tra i turisti, che decidono dove andare, come viaggiare e cosa fare, e gli operatori, che possono proporsi in modo circolare accompagnando la transizione nella logica del servizio e dell’esperienza.

Il turismo non rappresenta solo un’attività economica e, di conseguenza, le destinazioni turistiche offrono molto più di una semplice filiera di produzione lineare di prodotti e servizi. Numerose attività di *marketing* territoriale percepiscono il turismo secondo una visione miope e opportunistica di settore del commercio piuttosto che un ecosistema integrato di connessioni in grado di aumentare il benessere e la prosperità della comunità locale.

---

<sup>17</sup>Con l’affermarsi delle forme di mobilità condivisa (*car sharing, car pooling, bike sharing, ecc.*) e dei mezzi di “micro-mobilità” (*segway, hoverboard, e-bike, ecc.*), si va affermando uno scenario di “ecomobilità personale” che appare destinato a traghettare definitivamente tutti noi cittadini e consumatori oltre il criterio economico tradizionale *take/make/dispose*.



Molti operatori lavorano, quindi, sul mercato per acquisire una rendita di posizione, mentre un territorio che si ponga l'obiettivo di essere competitivo deve necessariamente orientarsi al cittadino, sia residente che temporaneo, quale è un turista. Mediante approcci e strumenti del cosiddetto *user experience design* è oggi possibile miscelare saperi vecchi e nuovi con l'obiettivo di organizzare e modellare l'esperienza degli utenti: data la natura complessa e soggettiva dell'esperienza stessa, il “*design dell'esperienza*” non intende controllare in modo deterministico l'esperienza di una persona ma si occupa della progettazione del *frame* entro cui essa può e deve avvenire. Si determina, in tal modo, uno spazio perfettamente circolare: le destinazioni di successo sono quelle che riescono a far incontrare positivamente la comunità locale con la comunità dei viaggiatori, sempre più connessa e interconnessa, digitale e tecnologica, in grado di restituire valore attraverso *feedback* generati da un solo gesto, come uno *swipe*, una *story*, un *selfie* o una recensione (Ceschin, 2021).

Fig. 19 – Le componenti del turismo circolare



Fonte: [www.simtur.it](http://www.simtur.it)

I viaggi consentono oggi di sperimentare la vita quotidiana di una comunità<sup>18</sup>, offrendo ai visitatori l'opportunità di entrare in “laboratori” in cui sperimentare, giocare e ripensare radicalmente anche l'organizzazione della propria vita quotidiana. Questo ha importanti ricadute non solo sul piano ambientale e sociale, poiché consente un potenziale coinvolgimento molto più

<sup>18</sup><https://www.aitr.org/turismo-di-comunita/>



diretto dei turisti con le risorse locali, il loro consumo, lo spreco e lo smaltimento dei rifiuti, ma anche nella prospettiva di incoraggiare un cambiamento dei mercati turistici tradizionali che enfatizzano la spesa, l'edonismo e l'uso illimitato delle risorse, a vacanze vissute come esperimenti di circolarità. L'evento pandemico, che ha portato per molti mesi alla chiusura delle frontiere internazionali, ha consentito di mantenere rimangono aperte quelle del turismo di comunità, consentendo di tesoriizzare il patrimonio di gesti, riti, stili, simboli e consuetudini custoditi con passione e con cura, nei parchi e nei giardini, nei piccoli paesi e nei borghi all'ombra dei campanili (Tocci, 2020; Ricci, 2022). Si tratta di elementi spesso delicati e vulnerabili, che il "turismo di massa" tende a fagocitare, appiattare, omologare e banalizzare, ricreandoli a proprio uso e consumo: ne discende che ogni esperienza debba essere non soltanto quanto più autentica possibile, ma proposta ad una fruizione responsabile. Una comunità ospitale che accoglie va rispettata, occorre entrare nella sua sfera di intimità in punta di piedi, con tempi e modalità idonee a garantire salvaguardia e tutela di luoghi, paesaggi, circostanze, persone e di ogni altra risorsa (Ceschin, 2021). Anche in questo caso, la metafora della parabola può consentire una visualizzazione del processo mediante cui la discesa del turismo non si sia manifestata solo in termini di mero crollo numerico, quanto in una ricerca di spinte interne e partecipate per risalire e ripartire mediante progetti e percorsi messi in campo da territori e operatori in modo sinergico e integrato, in una logica quanto più ecosistemica e circolare possibile.

## **2. Progetti, parabole e geometrie territoriali**

### *2.1 Parabola come espressione di un sistema integrato*

Il comportamento degli attori che agiscono a livello territoriale determina configurazioni molteplici di progetti, attività e quindi anche conformazioni differenti di possibili parabole che possano sintetizzarne i fattori determinanti e attivi per la loro costruzione e rappresentazione. Dopo aver analizzato in modo specifico e focalizzato il paesaggio (a), il turismo (b) e la sostenibilità (c) nei capitoli e paragrafi precedenti, pur lasciando "debordare" ciascuno di essi nella cornice di senso e applicazione degli altri - data la natura intrinsecamente correlata che li connota - questa trattazione vuole chiudere il cerchio, anzi la parabola, cercando di comprendere cosa accada quanto uno o più di questi coefficienti sia debole o assente e, quindi, come il ruolo dei soggetti locali ne determini o condizioni la loro presenza e il loro consolidamento al fine di generare sviluppo territoriale e turistico.

Risulta utile, a questo punto, richiamare brevemente il significato di ciascun parametro e delle principali caratteristiche della figura geometrica adottata quale *fil rouge* del volume, una figura piana che si rende per questo un'utile mappa per leggere e rappresentare il rapporto che lega il paesaggio al turismo e alla sostenibilità. La situazione in cui la parabola si definisce completa è quella in cui compaiono tutti e tre i fattori: ipotizzando di analizzarla nella sua espressione  $y=ax^2+bx+c$  e nella sua traslazione a livello territoriale, essa viene a indicare un contesto in cui gli attori "accendono" le risorse del paesaggio per generare un'offerta turistica ispirata ai principi della sostenibilità. Le coordinate dei punti che le appartengono esprimono, infatti, la dimensione soggettiva e quella oggettiva, descritte rispettivamente dagli attori (x) e dal territorio (y), da cui scaturisce l'intricato e articolato sistema di rapporti tra i tre fattori a, b e c. Il territorio viene collocato lungo l'asse verticale, gli attori lungo quello orizzontale: si profila una cornice cartesiana entro cui ciascun punto che appartiene alla parabola è dinamicamente collegato alle azioni degli attori, e in particolare di quelli locali e più motivati alla realizzazione di percorsi evolutivi favorevoli al contesto. Il piano cartesiano diviene il piano di ragionamento diviene il piano di ragionamento e concretizzazione delle iniziative turistiche sostenibili. Così descritta, la questione pare semplice e finanche semplicistica: in effetti, un'analisi di dettaglio consente di rilevare casi differenti e utili a comprendere questo "gioco delle parti" il quale, assumendo come riferimento l'idea di eco-sistema e di co-interazione in uno spazio dato, sia fisico che relazionale e organizzativo, assume i riferimenti e i contorni di un'analisi "geo(metrico)grafica". Ma facciamo un passo indietro, che al contempo ci porta avanti, riprendendo la stessa definizione di parabola: "luogo geometrico dei punti del piano equidistanti da un punto fisso detto fuoco e da una retta detta direttrice"<sup>19</sup>.

Lungo la direttrice, che corre parallela all'asse orizzontale, si raccolgono in equilibrio e sistema gli attori che partecipano a un determinato progetto o che mettono in campo una determinata iniziativa di tipo turistico. Il fuoco è il punto che rispetto alla direttrice mantiene la stessa distanza da ogni punto della parabola; specularmente la direttrice è la retta (d) che ha da ciascun punto (P) della parabola la stessa distanza che tale punto presenta rispetto al fuoco della parabola (F).

---

<sup>19</sup><https://www.youmath.it/formulari/formulari-di-geometria-analitica/443-parabola-nel-piano-cartesiano.html> - Una parabola è una sezione conica, cioè una figura che si ottiene come intersezione fra un cono circolare e un piano. Il tipo di sezione conica dipende dalla inclinazione del piano rispetto al cono.

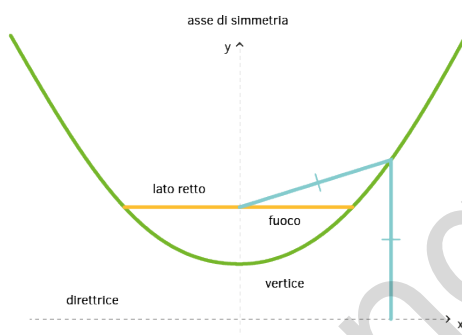
Il vertice (V) è il punto di incontro della parabola con il suo asse di simmetria. Parlare di fuoco significa rimettere in gioco i tre fattori: la rappresentazione cartesiana del punto F, porta a calcolare la sua ascissa cioè la  $x$  (attori) come rapporto che chiama in causa  $a$  e  $b$ , ovvero paesaggio e turismo: l'azione degli attori genera l'ordinata, cioè la  $y$  (territorio), in relazione all'orientamento assunto in termini sostenibili. Il fuoco condivide la  $x$  con il vertice, la cui ordinata si completa con la presenza di tutti e tre gli elementi. Non è, chiaramente, importante entrare nei dettagli matematico-geometrici o nei passaggi analitico-dimostrativi su cui fondano la loro stessa esistenza e comprensione, quanto piuttosto cogliere i meccanismi mediante cui l'agire territoriale dei soggetti sia influenzato e influenzi a propria volta le dimensioni del paesaggio, del turismo e della sostenibilità. La parabola è, del resto, una funzione il cui risultato cartesiano assume una forma approssimativamente a U con cui poter esprimere e rendere "visibili" non già i singoli elementi che la compongono, quanto l'espressione delle loro interazioni sistemiche, sinergiche, complessive. Quando la parabola è, infatti, completa essa denota una situazione di equilibrio rispetto alle dinamiche territoriali; il territorio è magnete di interesse e movimento delle variabili e dei fattori funzionali al suo sviluppo in chiave turistica, riveste un ruolo inter-attivo fondamentale, esce dalla logica di mero sfondo rispetto alle progettualità che vi gravitano.

Nel concetto di territorio si condensano gli elementi anticipato nel primo capitolo di questo volume. La specificità del territorio consiste nel suo essere esito della capacità di strutturazione simbolica dello spazio, consentendo il riconoscimento di una correlazione fra luogo fisico e spazio culturale, simbolico, economico della società insediata e dunque tra gli ecosistemi che ne costituiscono l'anima ambientale e la loro elaborazione culturale che definisce il paesaggio.

Il territorio è inscindibile sia dai suoi supporti materiali e simbolici che dalle diverse forme di appropriazione e significazione che succedono, in un dato spazio e in un certo tempo, ad opera delle comunità umane che vi operano. Progetti in grado di concentrare attività e trarre obiettivi condivisi mediante cui poter sviluppare il turismo secondo i canoni della sostenibilità riescono a definire parabole complete, come evidenziato nella figura 20. Ne determinano i punti essenziali per traslare la logica di allestimento progettuale verso quella di allestimento territoriale, richiamando un concetto fondamentale della geografia, quello appunto dello sviluppo locale. Le iniziative che uniscono alla capacità di implementare valore di progetto e rete a quella di produrre valore territoriale sono quelle in cui i soggetti manifestano visioni e capacità concrete di spostare il piano e l'attenzione dai risultati di

breve termine e respiro, legati agli obiettivi traguardati in conclusione delle iniziative (*output*), verso quelli di lungo termine e di opportunità post-progettuale (*outcome*) e, quindi, di uscire dal perimetro della valorizzazione e della semplice sommatoria di azioni per entrare lungo la linea evolutiva di una parabola che accoglie tali azioni in un disegno integrato di sviluppo.

Fig. 20 – La parabola e i suoi elementi costitutivi



Fonte: Rielaborazione dell'autrice, 2022

L'asse di simmetria è la retta che divide in due parti uguali la parabola, passante per il suo fuoco, perpendicolare alla direttrice e passante anche per il suo vertice. Vertice, che, nella logica traslata e metaforica adottata, potremmo definire come punto di minimo, momento di svolta nella storia dei progetti e delle azioni dei soggetti locali, nodo di incontro tra i due rami – discendente e ascendente – che si possono osservare. Anche questo rimanda all'idea che i soggetti, in qualità di “agenti territoriali”, si organizzino per discendere all'interno del territorio, mediante i progetti “messi a fuoco”, verrebbe da dire: tali progetti rispondono, infatti, a processi che verticalizzano la conoscenza e comprensione del contesto e delle sue dinamiche, per poi consentire di risalire e portare in emersione un territorio modificato, arricchito di valori e significati dati dall'interazione tra i tre fattori<sup>20</sup>. Dato che i progetti hanno un inizio e una fine, poiché si creano e chiudono in una data cornice di tempo e di senso, la parabola presenta due rami non infiniti. La parabola è una figura che fornisce un valido strumento e supporto alle analisi di tipo territoriale, sia per i suoi costituenti che per i loro comportamenti di-

<sup>20</sup>Va altresì notato come possano cambiare i ruoli se invertiamo la y e la x, poiché la parabola assume un'asse di simmetria orizzontale: la figura ruota, il senso delle interazioni sistemiche tra i fattori resta valido.

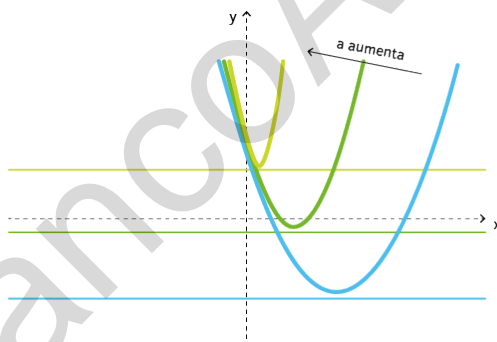
namici e correlati alle variabili e ai coefficienti che vengono in essa sussunte.

Il coefficiente  $a$  determina sia il grado di concavità della parabola che la sua direzione. Il seguente grafico consente di visualizzare come cambia la forma della parabola al variare dei valori positivi di  $a$  (fig. 21): al suo aumentare, si sposta verso sinistra, diminuisce la sua concavità, che è sempre rivolta verso l'alto, e il fuoco e la direttrice sono più vicini tra loro.

Questo può significare che quanto più il paesaggio entra nei progetti territoriali e gli attori locali sono in grado di coglierne/attribuirne valori, tanto più la parabola si stringe intorno all'asse verticale su cui è collocato il territorio poiché si tratta di situazioni che esprimono una crescente capacità, soggettiva appunto, di cogliere lo spessore valoriale e culturale del territorio vissuto e percepito proprio in termini di paesaggio.

In altre parole, è come se tutto il territorio diventasse paesaggio, traducendo in pratica la definizione fornita dalla Convenzione Europea del Paesaggio, presentata nel primo capitolo, unitamente alla prospettiva geografica assunta.

Fig. 21 – Configurazione della parabola al variare del coefficiente  $a$



Fonte: Rielaborazione dell'autrice, 2022

L'idea di paesaggio risponde alle ragioni dell'agire e di organizzare lo spazio. Le esigenze di identificazione e riconoscibilità, di ancoraggio spaziale, di radicamento e deposito collettivo di valori trovano nei tramiti attoriali e progettuali le modalità con cui rendere il territorio paesaggio.

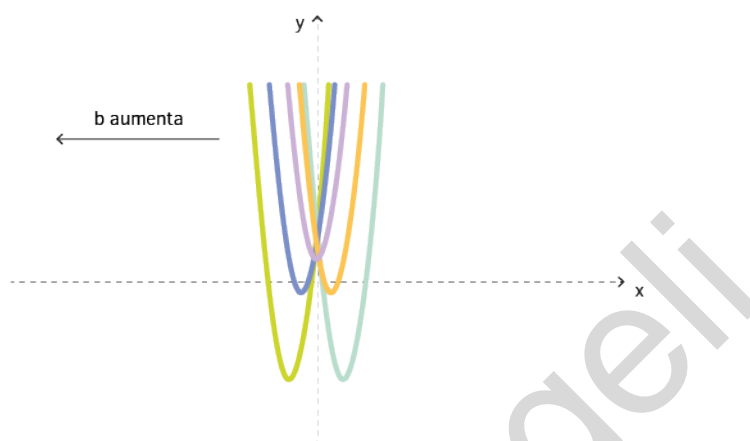
Per capire l'effetto del coefficiente  $b$  sull'equazione della parabola, facciamo variare  $b$  lasciando costanti  $a$  e  $c$ . Al suo aumentare, la parabola si muove verso sinistra nel piano cartesiano senza cambiare la sua concavità.

Tradotto in termini territoriali, significa che il fattore turismo deve essere un elemento controllato e correlato necessariamente alle dinamiche che concernono i progetti e le loro ricadute; questo perché incrementi incontrollati o poco e mal gestiti delle attività antropiche correlate al turismo possono indebolire i soggetti locali e la loro capacità di controllo sulle dinamiche innescate/innescabili. Il turismo può scardinare il disegno territoriale che sintetizza situazioni apprezzabili di equilibrio e sviluppo.

I movimenti della parabola portano con sé spostamenti del vertice e del fuoco significativi: come osservabile nel grafico sottostante (fig. 22), i punti cartesiani che li definiscono raccontano contesti in cui il territorio assume valori, e prospettive, negativi così come negativo è la posizione occupata dagli stessi soggetti.

Il turismo non può e non deve essere quindi lasciato solo, in balia di tentativi progettuali o approssimazioni stimate; la sua natura di fenomeno complesso e di ampia portata, può essere ricondotta mediante questa modalità interpretativa alla sua dimensione di settore economico e socio-culturale determinante per lo sviluppo locale, restituendo al territorio (y) la necessaria capacità di mettere in dialogo i soggetti (x) per coordinare i processi turistici (b) con quelli di fruizione attiva del paesaggio (a) lungo percorsi condivisi di sostenibilità (c). Solo in questo modo si integra lo sguardo e si riconfigura una parabola completa che si ripositiona in quadranti di sviluppo positivo.

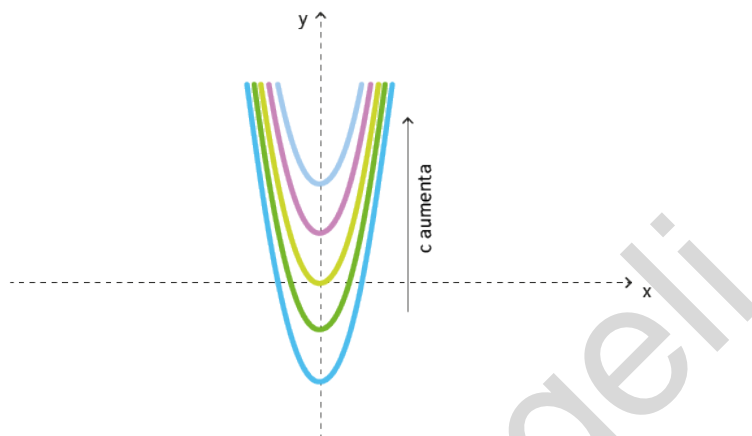
Le componenti territoriali incontrano quelle attoriali, originando coordinate corrette e fruttuose al fine di traghettare i contesti verso la creazione e messa in valore di quei disegni di futuro desiderabile e condiviso che sono i progetti territoriali in cui a, b e c interagiscono.

Fig. 22 – Configurazione della parabola al variare del coefficiente  $b$ 

Fonte: Rielaborazione dell'autrice, 2022

L'ultimo dei coefficienti di una parabola è il coefficiente  $c$ , apparentemente il più semplice da comprendere. Definibile anche come “termine noto” dell'equazione, esprime il punto di intersezione della parabola con l'asse delle ordinate, ovvero con quel complesso di fattori che in questo volume vengono assorbiti concetto di territorio. Il grafico che segue (figura 23) mostra come varia una parabola mantenendo  $a$  e  $b$  costanti e variando il solo coefficiente  $c$ ; all'aumentare di  $c$ , la parabola si sposta verso l'alto portando con sé il territorio. La parabola mantiene la sua concavità e il suo asse di simmetria non cambia; varia solo come detto l'intersezione della parabola con l'asse delle ordinate. La visualizzazione negli assi cartesiani rende intuibile come la sostenibilità che il coefficiente  $c$  esprime sia un fattore indispensabile per sostenere lo sviluppo turistico dei territori: adottando la traduzione in inglese suddivisa in due parti, la parola *sustain-ability* può, forse, rendere ancora più efficace il riferimento a una concreta capacità di supporto. Quanto più gli attori orientano le proprie linee di azione incrementando investimenti, anche immateriali e di senso, nella prospettiva del turismo sostenibile tanto più, anche a parità di elementi paesaggistici messi a sistema, il territorio registra elevati valori e benefici. È importante notare che se  $c=0$ , essa intersecherà l'asse delle ordinate nell'origine degli assi ovvero dal punto  $O$  di coordinate  $(0,0)$ . Quasi fosse un monito, o un invito, per gli attori questo passaggio dall'origine: a dover ripartire, a ricominciare lungo sentieri condivisi e duraturi, a ritrovare un “punto zero” da cui rilanciare obiettivi e scenari.



Fig. 23 – Configurazione della parabola al variare del coefficiente  $c$ 

Fonte: Rielaborazione dell'autrice, 2022

## 2.2 Casi e situazioni particolari

La parabola si manifesta come figura completa nelle situazioni evidenziate nel precedente paragrafo, ovvero in presenza di iniziative che a livello territoriale riescono a fare interagire i fattori fondanti - coniugando le istanze del paesaggio con gli interessi del turismo e gli obiettivi della sostenibilità - mediante la co-partecipazione di soggetti motivati e attenti alle implicazioni dello sviluppo turistico. Come comprensibile, tali situazioni si diversificano e generano casi particolari allorquando i coefficienti  $a$ ,  $b$  e  $c$  non siano presenti in modo sincrono. Qualora, infatti, manchi una coincidenza e accordo temporale ma anche sostanziale di fasi e attenzioni ai tre fattori, le geometrie territoriali si modificano e le parabole cambiano i loro comportamenti, le loro forme e rappresentazioni.

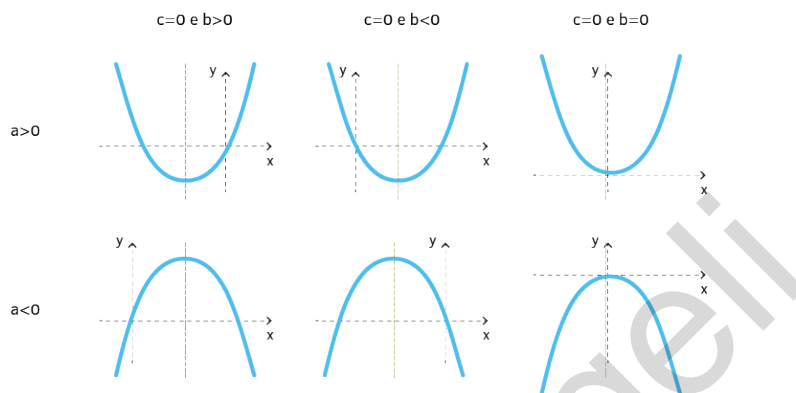
A cominciare dal caso in cui  $a$  sia nullo e quindi l'equazione divenga  $y=bx+c$ . Il paesaggio scompare in questa formula, che lo legge come mero "sfondo", o dato implicito, con cui si attivano e dislocano progetti di natura prevalentemente privata o comunque in una logica strategica di tipo economico. Questo comporta la non comprensione del paesaggio, sia in senso proprio, ovvero fattore che si ipotizza pressoché ininfluenza o immutabile soprattutto se correlato alla sostenibilità, piuttosto che in senso figurato, ovvero elemento non colto nella sua complessità e capacità di influire sulle dinamiche territoriali e turistiche.

È difficile, nella realtà dei fatti, immaginare iniziative avulse dal paesaggio, se non facendo riferimento ad attività e servizi forniti a prescindere dalle sue componenti fondamentali, omologati od omologanti. Come a dire che le proposte che strutturano tali attività e servizi sono indipendenti dalla variabilità e articolazione paesistica, poiché focalizzate su questioni di matrice economica piuttosto che socio-territoriali. L'attore  $x$  della parabola  $y$  tende ad essere, in queste situazioni, prevalentemente un soggetto privato le cui proposte turistiche sono finalizzate alla creazione di un profitto e adottano la sostenibilità quale fine e strumento per raggiungerlo; la sostenibilità che diviene, dunque, un valore in termini di immagine e riconoscibilità, di posizionamento e marketing, di ritorno positivo. Oppure può anche trattarsi di un soggetto istituzionale o pubblico, inteso in senso lato, che in qualche modo "svenda" il paesaggio a fini di produzione di mera resa economica a valenza sostenibile. Si tratta di un caso-limite, in quanto come ci ricordano matematica e geometria quando nella parabola il fattore  $a$  si annulla il processo viene definito di degenerazione: la parabola cessa di esistere e si origina una retta. Ma questa è, o sarebbe, un'altra storia.

Il paesaggio, dunque, non può non esistere, il coefficiente  $a$  deve essere presente. Per apprezzare meglio il suo effetto, consideriamo la cosiddetta "equazione canonica"  $y=ax^2$  con i coefficienti  $b=0$  e  $c=0$ . Si tratta di una parabola con vertice nell'origine degli assi e asse di simmetria coincidente con l'asse delle  $y$ . Avendo annullato  $b$ , si annulla lo spostamento della parabola nel piano cartesiano: è il turismo l'elemento che attiva le risorse del paesaggio e dal cui comportamento, in termini di attori e progetti dell'offerta e di attori e pratiche della domanda, dipende la sostenibilità o meno dello sviluppo e quindi lo spostamento della figura da essi generata.

Si manifestano, anzitutto, due casi da valutare,  $a>0$  e  $a<0$ . Nel primo caso, la concavità della parabola è rivolta verso la direzione positiva delle ascisse; al diminuire del suo valore, il fuoco e la direttrice si allontanano tra di loro, in particolare il fuoco è posizionato sopra la direttrice. Vale a dire che la forza positiva del paesaggio e delle cause componenti valoriali è la base su cui agiscono pro-positivamente gli attori. Nel caso in cui  $a<0$ , il fuoco e la direttrice tornano a riavvicinarsi ma cambiando la loro posizione relativa; il fuoco è sotto la direttrice e la concavità è rivolta verso il basso. Questa condizione si manifesta quando gli attori attribuiscono al paesaggio valori negativi oppure ne sfruttano gli elementi ottenendo risultati pur positivi ma temporanei.

L'incrocio dei tre coefficienti sulla base del loro essere nulli, positivi o negativi genera sei possibili circostanze (figura 24).

Fig. 24 – Configurazione della parabola al variare dei coefficienti  $a$ ,  $b$ ,  $c$ 

Fonte: Rielaborazione dell'autrice, 2022

Quando il paesaggio viene letto, attivato, valorizzato in modo positivo da un turismo non sostenibile, in termini di pratiche, flussi e ricadute socio-ambientali, la direttrice e il vertice si muovono nei quadranti in cui il territorio assume valenza negativa così come il ruolo degli attori. Quando il paesaggio subisce uno sfruttamento o assume un ruolo passivo e negativo, è il turismo a giocare un ruolo determinante: se ha un andamento positivo, ma non sostenibile, la curva è rivolta verso il basso, facendo emergere e ricordare che i risultati positivi traggurdati non sono permanenti, ma richiedono agli attori di saper governare dinamiche e cambiamenti con assidua attenzione e capacità di adattamento, se non di anticipazione degli stessi. Quando il turismo e la sostenibilità non sono “presenti”, la parabola passa per l'origine, punto di incrocio tra il sistema dei soggetti e quello del territorio. Senza la  $c$ , la parabola si definisce spuria: in senso territoriale, questo significa che senza sostenibilità le attività turistiche propongono prevalentemente una sorta di “messa in scena” del paesaggio che denota una situazione falsata e non realistica. Non può esservi sviluppo del turismo che non sia sostenibile, in termini economici, ma soprattutto sociali, ambientali e culturali: solo in questo modo la parabola si completa e il territorio evolve in modo durevole.

Come anticipato nella parte introduttiva del volume, l'accostamento tra i fattori geometrico-matematici con quelli geografico-territoriali discende da una ri-lettura critica, di contesto e di traslazione, di alcune iniziative progettuali sviluppate in termini di ricerca, negli ultimi anni, dal Centro Studi

*Upontourism*<sup>21</sup>. Per necessità di sintesi ed efficacia esplicativa, si tracciano qui alcune riflessioni e configurazioni desunte da due progetti in particolare, *Comuniterràe* ed *Healps*<sup>2</sup>.

Avviato dal Parco Nazionale della Val Grande e dall'Associazione Ars. Uni.VCO nel 2016, *Comuniterràe* è un progetto tutt'ora in corso: nasce con l'obiettivo specifico di realizzare una mappa di comunità delle "Terre di Mezzo" del Parco<sup>22</sup>. Obiettivo truardato, e anche superato, mediante un processo partecipato da parte di dieci piccole comunità locali divenute, nel tempo, alquanto fervide e fidelizzate. A partire dalle sue condizioni embrionali, *Comuniterràe* si rivela utile per delineare differenti "parabole" in funzione delle situazioni di partenza e arrivo osservabili, ovvero prima e dopo le diverse fasi di progetto, in correlazione alle azioni, ai risultati e ai fatti messi in campo dai soggetti locali. In una prima fase - quella di mappatura emozionale e identitaria delle risorse di quest'area alpina piemontese situata tra il fondovalle, turistico e principalmente focalizzato sul lago Maggiore, e le terre alte delle montagne ossolane, ad economia agricola e turistica - potremmo collocare la configurazione di una parabola con equazione canonica, ovvero  $y=ax^2$ , in relazione ad alcuni elementi. Il turismo, all'inizio del progetto, pur presente in termini di proposte e di flussi in questo territorio, non interessava i piccoli comuni coinvolti da *Comuniterràe* né era tra gli obiettivi dello stesso; pratiche turistiche legate all'*outdoor*, all'escursionismo, al *trekking*, allo sport anche estremo riguardavano l'area *wilderness* del parco o, in prevalenza, altri comuni; altre attività afferenti al cosiddetto "turismo scolastico", certamente frenato dalla pandemia, toccavano altri centri più facilmente accessibili, quali quello storico-medievale di Vogogna, sede del parco, bandiera arancione TCI e uno dei borghi più belli d'Italia. Venendo alla sostenibilità, essa era dapprima più legata ai fattori organizzativi interni di progetto che allo sviluppo di attività turistiche sostenibili in chiave territoriale più ampia, data la direttrice ambientale-culturale e non primariamente turistica su cui il progetto si è innestato.

Per tali ragioni, non pare possibile definire questa come una parabola completa: i coefficienti  $b$  e  $c$  non sono contemplati e restano sottotraccia, ed emerge solo  $a$ . È, infatti, possibile rimarcare come il percorso partecipativo innescato abbia portato gli abitanti a riconoscere il loro territorio come fosse "tutto paesaggio". Si tratta di aree alpine marginali, periferiche o interne, che hanno subito fenomeni di spopolamento, degrado e abbandono sul piano so-

<sup>21</sup><https://www.upontourism.uniupo.it/> L'autrice ne è Direttore e Responsabile Scientifico.

<sup>22</sup>Per conoscere nel dettaglio il progetto, si vedano: Cerutti, 2019b; Cerutti *et al.*, 2021. Il sito del progetto è <http://www.comuniterrae.it/>

ziale, ambientale ed economico tali per cui gli stessi residenti faticavano ad attribuire alle risorse localizzate, materiali e non, valori e ruoli patrimoniali attivi. Il primo passo è stato quello di ricucire il rapporto lacerato e lacunoso con i sedimenti della cultura locale e di seguire il percorso della riappropriazione e della consapevolezza. Sono nate così le 11 mappe di comunità, e non una sola come inizialmente prefissato: una generale e una per ciascuna comunità coinvolta che ne ha esplicitamente fatto richiesta, ravvisando la necessità di poter visualizzare quanto e quale paesaggio fosse geolocalizzato nel confine di un contesto che per tutti è diventato ben più della somma dei singoli comuni, le “Terre di Mezzo” appunto.

Proprio questo paesaggio, i suoi elementi identitari, riconosciuti e apprezzati in termini di beni su cui profilare scenari di futuro condiviso, ha successivamente motivato l’“accensione” degli altri due elementi, portando la parabola canonica ad arricchirsi ed evolvere. Si tratta di un processo guidato e graduale con cui le comunità hanno co-costruito e co-appreso possibili traiettorie di sviluppo anche turistico. Fuoco e vertice sono mutati nel tempo, per azione delle forze ed energie endogene di attori sempre più motivati e coesi, portando ad altre possibili descrizioni e rappresentazioni. Nelle fasi in cui il progetto ha proposto i *Comunitour*, passeggiate comunitarie alla scoperta ciascuno delle componenti patrimoniali dell’altro, sia in senso individuale, cioè “altro” come abitante che soprattutto in senso collettivo cioè “altro” come paese, si sono implementate altre attività, volte alla produzione di carte tecnico-narrative in collaborazione con il TCI e alla posa di targhe *QR-code* identificative dei beni mappati. Esse hanno contribuito, in modo complessivo, a far affiorare, anzitutto e in modo evidente, il fattore c, la sostenibilità: dapprima orientata verso l’interno, è divenuta uno strumento percepito come indispensabile per entrare in contatto fisico con questo territorio, di per sé ricco e fragile allo stesso tempo, denso di testimonianze e di opportunità, e al contempo per comunicarlo all’esterno, invitando alla sua riscoperta “in punta di piedi” e nel rispetto delle caratteristiche di questo paesaggio.

Il passaggio che ha portato a incorporare anche il fattore b è stato quasi contestuale, poiché proprio le camminate guidate dagli stessi abitanti, supportate dalle suddette carte e targhe, hanno generato una forma di turismo di prossimità che ha di fatto anticipato quanto accaduto in seguito alla pandemia da Covid-19. Nelle fasi successive, che sul finire del 2022 sono ancora *in progress*, le comunità di *Comuniterràe* hanno aperto i *Comunitour* alla partecipazione di visitatori e turisti esterni all’area in oggetto, promuovendo un turismo lento, sostenibile ed esperienziale, e hanno iniziato a lavorare all’ambizioso progetto di allestimento dell’“Ecomuseo delle Terre di Mezzo”. La realtà ecomuseale sarà costituita dalle cellule diffuse di beni e risorse

- mappate e percepite come elementi di attrattività e capacità narrativa - in grado di motivare una domanda culturale esterna e di portare, quindi, questo territorio (che abbiamo imparato a leggere come  $y$  della parabola) verso sentieri di sviluppo locale integrato, strategico e governato secondo una logica che non può essere che partecipata e sinergica. In questo modo la parabola si completa, andando a visualizzare nel concreto il cammino intrapreso: certamente la sua componente paesaggistica  $a$  è positiva, i partecipanti delle comunità sono “scesi” nel cuore del territorio mediante l’attivazione di  $a$  per poi risalire, aggiungendo  $b$  e  $c$  in modo sistematico: il progetto ha, infatti, il pregio di essere sistematico e ordinato, in quanto le sue fasi e attività unitamente ai suoi obiettivi e risultati sono stati delineati, prima, e realizzati, poi, secondo una linea ben definita e sequenziale, la cui regia è stata condotta sia dalla figura delle facilitatrici intervenute che degli stessi attori fondanti. Il vertice iniziale è mutato: la formula  $y=ax^2+bx+c$  che è andata componendosi ne ha visto lo spostamento, insieme al fuoco che, come sappiamo determina l’equilibrio di quel “sistema” che abbiamo definito parabola, testimoniando la capacità dei soggetti locali di mantenere viva la natura empirica posta alla base delle iniziative e di muoversi, quindi, con quella flessibilità e capacità di co-adattamento che è la chiave vincente di questo progetto. In altre parole, essi hanno saputo generare parabole con assi di simmetria che vedono gli abitanti e i visitatori non più separati, cioè giacenti sui due rami distinti della parabola, ma in grado di assumere ed esprimere una funzione corale e unica. Questa “parabola ascendente”<sup>23</sup> ha trovato riscontro, ed energie funzionali ai suoi progressi, nei riconoscimenti attribuiti a Comuniterrae da istituzioni sovralocali, nazionali ed europee, che si sono concretizzati in importanti premi e finanziamenti<sup>24</sup>, linfa con cui le iniziative hanno potuto evolvere e le comunità vedere apprezzato il proprio lavoro.

<sup>23</sup>Espressioni come “parabola discendente” e “parabola ascendente” sono piuttosto comuni, tuttavia da un punto di vista matematico non sono del tutto proprie; sarebbe meglio utilizzare forme quali “fase calante” e “fase crescente”.

<sup>24</sup>Il progetto si inserisce tra le azioni della Carta Europea del Turismo Sostenibile ed è stato all’interno dell’agenda ufficiale delle iniziative per l’Anno Europeo del Patrimonio Culturale 2018. Nel corso degli anni ha ricevuto premi prestigiosi. Nel 2019 è stato premiato con l’*European Heritage Award/Europa Nostra Award 2019* nella categoria *Education, Training and Awareness-Raising*. Nel 2020 il progetto vince il bando *European Heritage Days Stories* e viene pubblicato online, ricevendo anche un *grant* che finanzia il progetto cartografico. Nello stesso anno entra nel Catalogo delle buone pratiche del *Premio Cultural Heritage in Action*, nella sezione *Governance* partecipata e partecipa al programma delle *Peer-learning visit* a maggio 2021

Il secondo progetto analizzato è *Healps2. Healing Alps: Tourism based on natural health resources for the development of Alpine regions*<sup>25</sup>. Rientra nella macro-cornice del programma *Alpine Space*, in quanto si tratta di un progetto INTERREG, che ha visto la sua conclusione nel mese di giugno 2022 dopo tre anni di intensa attività ad opera di un partenariato ampio e diversificato, con capofila la *Paracelsus Medical University* di Salisburgo. Il suo obiettivo principale è stato sviluppare e migliorare le condizioni-quadro e gli strumenti per un utilizzo più efficace delle risorse naturali alpine legate a salute e benessere, al fine di proporre nuovi prodotti, filiere di servizi ed esperienze. Il territorio, la  $y$  della parabola, è in questo caso rappresentato dall'intero arco alpino; il progetto ha messo in contatto gli attori ( $x$ ) appartenenti al mondo accademico, a diversi settori imprenditoriali - quali il settore medico-sanitario, il turismo e gli operatori locali - nonché alle agenzie di trasferimento tecnologico, per implementare congiuntamente nuovi modelli di business in grado di creare e scambiare valore tra i vari settori impegnati nelle destinazioni alpine. Questo approccio transnazionale e trasversale rafforza la capacità di innovazione territoriale alpina e consente di evidenziare come certamente la prima configurazione osservabile, in termini di parabola, sia quella "spuria" ovvero quella in cui sono attivati i coefficienti  $a$ , paesaggio, e  $b$ , turismo.

Diversamente dal primo progetto analizzato, *Healps2* si muove lungo una direttrice turistica dichiarata in modo esplicito sin dalla sua denominazione, e fino ad arrivare alle azioni locali promosse e realizzate dai suoi numerosi partners. Il parametro  $c$  non compare "automaticamente", poiché lo "sfruttamento" delle risorse naturali alpine specifiche può interessare pratiche turistiche votate a un ritorno meramente, o massimamente, economico e che possono, quindi, determinare situazioni in cui la parabola si presenta addirittura come concava verso il basso. Il fattore paesaggio  $a$  è, pertanto, minore di zero perché la pressione elevata prodotta dal turismo ( $b$ ) genera diseconomie e scarica effetti negativi sui contesti e sulle componenti paesaggistiche. In ottica dinamica e di cambiamento, per riportarlo a valori positivi, occorre rafforzare la sostenibilità e contemplare forme di turismo  $r$ -innovate, focalizzate su flussi e profili qualitativamente di valore piuttosto che alti, o crescenti, in termini quantitativi. In altre parole, solo con il dispiegarsi di forme di messa a profitto delle dotazioni territoriali e culturali, la parabola si può completare ricomponendo tutti i termini nell'equazione  $y=ax^2+bx+c$  e attribuendo alla sostenibilità un ruolo di primo piano.

---

<sup>25</sup><https://www.alpine-space.org/projects/healps-2/en/home>



Per la parte italiana, la partecipazione dell'Ente Gestione delle Aree Protette dell'Ossola (EGAPO) ha portato il centro studi Upotourism ad essere coinvolto in modo diretto in alcune fasi di lavoro e ricerca. Potremmo dire, che le analisi condotte hanno portato a restringere l'ambito territoriale e a contestualizzare altre parabole. Nella regione geografica piemontese delle aree protette ossolane (la y) - che comprende il Parco Naturale Alpe Veglia e Alpe Devero, l'area contigua dell'Alpe Devero e il Parco Naturale Alta Valle Antrona - nelle fasi iniziali di implementazione del progetto *Healps2* la parabola non si presentava ancora come compiuta, nel senso che il turismo della salute e del benessere era ancora qui da attivare. Sulla base delle indagini effettuate, infatti, è più ragionevole sostenere che inizialmente la parabola fosse del tipo  $y=ax^2+c$  e che solo dopo i tre anni di progetto sia oggi possibile delineare la linea, anzi forse sarebbe più corretto parlare al plurale, le linee di una o più parabole complete. Le risorse specifiche sono state, infatti, messe in rete e filiera esperienziale attraverso alcune iniziative che hanno visto interagire le comunità locali con gli operatori turistici, le guide dei parchi ed alcune figure che hanno agito in qualità di *medium* progettuali e territoriali identificate in alcuni professionisti psicologi. Sono state, così, formulate particolari e innovative proposte di *health and wellbeing tourism* incentrate sulla cosiddetta *Outdoor Therapy*, una forma di terapia esperienziale che elicit il cambiamento attraverso alcuni principi cardine: natura, avventure, spazio di riflessione e relazioni interpersonali significative. L'elemento della montagna, centrale nelle parabole di questo progetto anche a scala locale, caratterizzato da una grande varietà ambientale, ha agito come setting inusuale e libero da schemi fissi per le persone che hanno accolto l'invito a vivere le esperienze promosse dalle aree protette.

FrancoAngeli

## *Conclusioni*

Il filo conduttore del volume è stata una linea, in realtà. Una linea di pensiero, interpretazione e rappresentazione, con cui è stata proposta una possibile applicazione dell'idea di parabola, tracciata secondo differenti configurazioni sul piano geografico-territoriale in funzione dei suoi "parametri vitali": il paesaggio, il turismo e la sostenibilità. Parametri che ne condizionano l'esistenza, ne plasmano le forme e ne determinano le posizioni; vitali in quanto animati e messi in azione e relazione dai progetti, ovvero dagli attori che ne hanno colto le opportunità, attribuendo loro nuovi significati e valori, e combinandoli in modo concertato e integrato.

In queste ultime pagine ci si prefigge di tirare le fila, e dunque le linee, di una questione che, analogamente a quanto accade con la figura di una parabola, non è chiusa e perimetrata: quindi, potrebbe, e dovrebbe, continuare proiettandosi con i suoi rami verso il futuro e verso altre implicazioni, probabilmente meno qualitative. Le riflessioni emerse non consentono, infatti, di fornire valutazioni di carattere o valore oggettivo, quanto piuttosto di rimarcare alcune deduzioni, analitiche e certamente parziali, derivanti dalla rilettura di alcune situazioni e progettualità. Lungi dal voler spingere su una forzatura metaforica, si è cercato di dare rilievo alla dimensione soggettiva che accompagna la spiegazione dei fattori paesaggio, turismo, sostenibilità, intesi sia come elementi distinti sia, soprattutto, come insieme di relazioni sistemiche che, per il tramite degli attori e dei loro "atteggiamenti progettuali", generano differenti morfologie territoriali.

Un paio di annotazioni linguistiche possono aiutare a ricordare che, nel senso comune, la parola "parabola" è un sostantivo con cui si definisce un racconto breve, il cui scopo è quello di spiegare un concetto difficile con uno più semplice o quello di dare un insegnamento morale, basti pensare ai Vangeli. Ma è anche un sostantivo che può acquisire un valore aggettivante nell'espressione polirematica "a parabola", e che tende ad assumere, in prevalenza, un'accezione negativa per descrivere l'andamento discendente

di una vicenda o di un fenomeno, come abbiamo visto accadere nell'ultimo capitolo quando il coefficiente della parabola  $a$ , ovvero il paesaggio, è minore di zero.

Le linee di sviluppo dei capitoli accolgono entrambe queste accezioni. La matematica, in senso lato, e la parabola, in particolare, hanno la capacità di formulare ed esprimere argomentazioni in modo complesso e convincente e, al contempo, di saperle trasferire ed esplicitare in modo semplice e comprensibile. Inoltre, la seconda annotazione consente di rimarcare la necessaria "positività" del paesaggio, che conta e deve poter continuare a contare nell'ambito delle dinamiche turistiche e territoriali, non già come mero sfondo degli accadimenti ma come protagonista, carico quindi delle sue componenti e qualità reali, materiali, immateriali, simboliche ed evocative.

Il paesaggio, inteso come punto di vista delle comunità umane sull'ambiente che lo circonda e, al contempo, come immagine del territorio in cui esse vivono e operano (Turri, 2014), esiste da quando esistono forme espressive per poterlo rappresentare (Salarelli, 2022). Si compone, in questo modo, la "trilogia" da cui si sono mosse le considerazioni fondamentali per comprendere i significati, anche operativi, assunti dal primo coefficiente della parabola:  $a$ , come prima lettera di un codice di lettura condiviso, come elemento anzitutto culturale, che si inserisce nella storia e geografia progettuale dei territori nel momento in cui il punto di vista dei singoli rinvia nella parabola, in primo luogo, un mezzo espressivo per descrivere visivamente la percezione, plurale, delle risorse e, in secondo luogo, uno strumento utile alla gestione del territorio e delle sue dinamiche. Tra queste, rientrano certamente fattori e declinazioni del fenomeno turistico, che dispiega un rapporto denso con il paesaggio. È, infatti, il turismo il secondo coefficiente della formula adottata come filtro; è  $b$ , ed è un elemento focale che porta con sé, in valore e proiezione futura, componenti paesistiche materiali e immateriali, fatte di fisicità come di immagini, disegnando strategie e azioni progettuali in grado di attivarle in modo specifico e sempre più raffinato. Il turismo non si appiattisce né si esprime nel compiersi di spostamenti nello spazio, quanto piuttosto in complesse geometrie che rispecchiano il senso del viaggiare (Traversa, 2021). Si tratta, indubbiamente, di un processo articolato e avvincente, che porta alla ricomposizione delle componenti patrimoniali di un luogo con valori e sguardi rinnovati, in relazione ad approcci di tipo culturale e sociale. Il viaggio si fa lentamente, si arricchisce di incontri, si nutre di prossimità e contatto. E lo spazio che si fa luogo, e destinazione, si presta ad analisi e riferimenti che incrociano l'ambito geografico con quello matematico e fisico (Giorda *et al.*, 2014); la sua polisemicità consente di intensificare le possibili angolazioni da cui guardare anche al turismo e alle rielaborazioni che esso determina o accelera.

E si arriva così al terzo coefficiente,  $c$  come comportamento, capacità, carica sostenibile mediante la quale il turismo che fa leva sui paesaggi, naturali e culturali, si muove sia per spinte esogene sia, soprattutto, per energie endogene. Gli orizzonti tracciati dagli obiettivi dello sviluppo sostenibile, i numerosi sostegni culturali, economici, sociali e gli investimenti prodotti in tali ambiti, trovano attori motivati a disegnare parabole complete, ovvero a includere la sostenibilità non già come fine, da raggiungere, quanto come strumento e mezzo, da utilizzare, per delineare traiettorie evolutive condivise.

Queste brevi riflessioni conclusive, che si potrebbero romanticamente delimitare “intorno al fuoco” della parabola, possono trovare un fertile accoppiamento con le applicazioni che la figura assunta come medium analitico in questo volume ha acquisito in numerosi ambiti, anche della vita quotidiana. La parabola ha un’importanza particolare in vari campi della fisica, dell’astronomia, della produzione di energia, dell’illuminazione, dello sport. Entra in usi e spazi comuni, consolidando la complicità del mondo matematico e geometrico per definire il reale (Thom, 2022): lanci parabolici di oggetti, getti d’acqua ne seguono la curva, così come ricevitori di segnali, satelliti, antenne di radar, fari di veicoli, microfoni parabolici, ponti sospesi sfruttano le sue proprietà per poter essere realizzati. D’altro canto, esse sono note sin dall’antichità: furono costruiti con questa forma i fari all’imbocco dei porti. Traiettorie che raccontano di tempi lontani e che conservano la forza, e il fascino, di saper traghettare i territori verso il domani, tenendo accesa l’attenzione sui punti focali di parabole da cui poter osservare e abbracciare nuovi progetti e percorsi.

FrancoAngeli

## Bibliografia

- Albanese, A., Bocci, E. (2014), *Turismo intergenerazionale e benessere psicosociale*. «Turismo e Psicologia», 2, pp. 54-71.
- Albanese, V., Graziano, T. (2020), *Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione: come cambiano i territori per effetto delle narrazioni online*, Bologna University Press, Bologna.
- Amin, A. (2017), *Con gli occhi della città*, Il Mulino, pp. 66, 3, 361-376.
- Andreani, S., Bianconi, F., Filippucci, M. (2015), *Smart cities e contratti di paesaggio: l'intelligenza del territorio oltre i sistemi urbani*. «Istituzioni del federalismo: rivista di studi giuridici e politici», 4, pp. 895-925.
- Asero, V., Patti, S. (2009), *Prodotti enogastronomici e territorio: la proposta dell'enoturismo*, XVI Rapporto sul turismo italiano, pp. 637-668.
- Ashworth, G. J. (1992), *Is there an urban tourism?* *Tourism Recreation Research*, 17, pp. 2, 3-8.
- Auci, S., Mundula, L. (2019), *La misura delle smart cities e gli obiettivi della strategia EU 2020. Una riflessione critica*. «Geotema», 59, pp. 57-69.
- Avena, G. (2011), *Gli impatti del turismo sull'ambiente e gli effetti del danno ambientale sull'organizzazione turistica*, «Rivista di Scienze del Turismo Ambiente Cultura Diritto Economia», 1, 3, pp. 5-42.
- Bagliani, M.M., Dansero, E. (2011), *Politiche per l'ambiente. Dalla natura al territorio*. UTET, Torino.
- Balducci, A., Fedeli, V., Curci, F. (a cura di) (2017), *Ripensare la questione urbana: regionalizzazione dell'urbano in Italia e scenari di innovazione*. Guerini e Associati, Milano.
- Bambi, G., Iacobelli, S. (2019), *Il sistema locale di cammini e itinerari culturali per la promozione del turismo sostenibile e di qualità nelle zone rurali: un esempio di metodologia di progettazione nella provincia di Arezzo-Toscana (Italia)*. In Salvatori, F. (a cura di), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano Roma*, A.Ge.I., pp. 963-970.
- Barbanente, A. (2015), *Il paesaggio e il territorio fattori di identità e sviluppo*. *Economia della cultura*, 25, pp. 3-4, 329-340.
- Barberis, C. (1984), *L'agricoltura tra gastronomia e alimentazione*. «INSOR, Gastronomia e società», Milano, pp. 21-71.
- Barchiorri, A. (2020), *Dall'ambiente alla sostenibilità: riflessioni sulle sfide di una nuova prospettiva etica*, «Società degli individui», 68, 2, pp. 35-46.



- Barontini, S., Pietta, A., Settura, M. (2020), *Le dimensioni dell'agricoltura sostenibile*. «Equilibri», 24, 1, pp. 88-97.
- Battino, S., Lampreu, S. (2017), *Strategie di valorizzazione e promozione in chiave turistica del patrimonio culturale nelle aree interne. Un caso in Sardegna*. «Annali del turismo», 6, pp. 83-105.
- Bellandi, M., Mariotti, I., Nisticò, R. (2021), *Città nel Covid: Centri urbani, periferie e territori alle prese con la pandemia*, Donzelli Editore, Roma.
- Belletti, G. (2010). *Ruralità e turismo*. *Agriregionieuropa*, 20, pp. 11-13.
- Belli, G., Capano, F., Pascariello, M. I. (2018), *La città, il viaggio, il turismo: Percezione, produzione e trasformazione*, FedOA Federico II University Press, Napoli.
- Bellini, A. (2008), *Paesaggi: dalle definizioni alla tutela, dall'estetica all'etica*. In Salerno, R., Casoato, C. (a cura di) *Paesaggi culturali. Cultural landscape*, Gangemi, Roma.
- Beltrán, M.A., Parra, M.C. (2017), *Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar*, «Cuadernos de Turismo», 39, pp. 41-65.
- Berleant, A. (2010), *Reconsidering scenic beauty*. *Environmental Values*, 19, 3, pp. 335-350.
- Bernardo, E., Agapito, D., Guerreiro, M. (2021), *Destination foodscape—a holistic conceptual framework*, «Journal of Tourism, Sustainability and Well-being», 9, 4, pp. 326-342.
- Besse, J.M. (2008), *Vedere la Terra. Sei saggi sul paesaggio e la geografia*, Pearson, Milano.
- Bettin, M. (2021), *La sostenibilità turistica per il rinnovo delle aree rurali: dal dualismo urbano-rurale al paradigma dei network*, Tesi di Laurea Magistrale in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici, Università Ca' Foscari Venezia, Venezia, A.A. 2020-2021.
- Bizzarri, C., & Colombo, E. (2022), *La Missione turismo e cultura nel PNRR: occasione irripetibile per la sostenibilità dello sviluppo turistico italiano*, «Documenti geografici», (1), pp. 73-96.
- Blanchard, P., Volchenkov, D. (2021), *Il paesaggio urbano come fattore importante per l'aumento delle disparità, per la segregazione spaziale e per l'isolamento sociale*, In Albeverio, S., Giordano, P., Vancheri, A. (a cura di) *Metodi e Modelli Matematici per le Dinamiche Urbane*, Springer, Milano, pp. 283-303.
- Bonesio, L. (2012), *La questione epistemologica e il linguaggio: territorio, luogo, paesaggio*, pp. 57-69.
- Bramanti, A., Salone, C. (a cura di) (2009), *Lo sviluppo territoriale nell'economia della conoscenza: teorie, attori, strategie*, FrancoAngeli, Milano.
- Brancucci, G. (2003), *Il paesaggio geomorfologico*, In Mazzino F., Ghersi, A. (a cura di), *Per un atlante dei paesaggi italiani*, Alinea edizioni, Firenze, 139-155.
- Brundtland, G.H. (1987), *Our common future. Call for action*. *Environmental Conservation*, 14, pp. 4, 291-294.
- Brusa, A. (2010), *Paesaggio e patrimonio, fra ricerca, formazione e cittadinanza*, In G. Bonini, A. Brusa, R. Cervi (a cura di), *Il paesaggio agrario italiano. Protostorico e antico*, «Storia e didattica, quaderno n. 6», Gattatico, Istituto Alcide Cervi, pp. 19-20.

- Bruwer, J., Lesschaeve, I. (2012), *Wine tourists' destination region brand image perception and antecedents: Conceptualization of a winescape framework*, «Journal of Travel & Tourism Marketing», 29, pp. 7, 611-628.
- Burton, I. (1987), *Report on reports: Our common future: The world commission on environment and development. Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 29, pp. 5, 25-29.
- Calia, A. (2021), *Il paesaggio sonoro in relazione. Suono, movimento e immagini per stimolare complessità percettiva*, Geography Notebooks, 4(1), pp. 93-101.
- Campbell, T. (2022), *Oltre le smart cities: Come le città si relazionano, apprendono e si innovano*, Edizione italiana a cura di Barresi, A., FrancoAngeli, Milano.
- Candia, S., Pirlone, F., Spadaro, I. (2021), *Tourism and Rural Landscape: Sustainable Development and Territorial Enhancement*, In La Rosa, D., Privitera, R. (a cura di), *International Conference on Innovation in Urban and Regional Planning, Proceedings*, Springer, Cham, pp. 531-539.
- Capelli, M., Grasso, E. (2020), *Il turismo fra persona e mercato: alcune riflessioni di diritto comparato*, Saggi DPCE online, 2020/2, pp.1091-1113.
- Carallo, S., De Pasquale, G. (a cura di) (2018), *AgriCulture. Tutela e valorizzazione del patrimonio rurale nel Lazio* (Vol. 4), TrE-Press, Roma.
- Carandini, A. (2017), *La forza del contesto*, Editori Laterza, Bari.
- Carbonara, N., Pellegrino, R. (2021), *Lo smart working: Da pratica sperimentale a nuova normalità*, FrancoAngeli, Milano.
- Carboni, D., Ginesu, S. (2007), *La geografia e il paesaggio del vino in Sardegna: Geography and landscape of wine in Sardinia*, «Espacio y Tiempo: Revista de Ciencias Humanas», 21, pp. 41-75.
- Casonato, C., Cossa, G. (2020), *Landscape Stories. Racconti visuali sul paesaggio del quotidiano/Landscape Stories. Visual Storytelling on the Everyday Landscape*, In 42° Convegno internazionale dei docenti delle discipline della rappresentazione congresso della unione italiana per il disegno. 42th International Conference of Representation Disciplines Teachers, Congress of Unione Italiana per il Disegno. FrancoAngeli, Milano, 3025-3042.
- Castelnovi, P. (2000), *Il senso del paesaggio*, IRES Istituto di ricerca economico-sociale del Piemonte, Torino.
- Castiglioni, B. (2012), *Il paesaggio come strumento educativo*, «Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas», 27, pp. 51-65.
- Castiglioni, B., Cisani, M., Piccolo, M. (2020), *Camminare nel paesaggio come pratica educativa: prospettive geografiche*, «Studium Educationis, Rivista semestrale per le professioni educative», 1, pp. 65-82.
- Cattedra, R., Tanca, M., Gaias, G. (2017). "Voci migranti" e paesaggio urbano: per una lettura sonora dei processi migratori nel centro storico di Cagliari, «Semestrale di studi e ricerche di geografia», 2, pp. 29-43.
- Cerrato, R., Gandino, E., Giacometti, C. (2019), *La gestione del paesaggio nel territorio dei Paesaggi Vitivinicoli del Piemonte*, «Economia della Cultura», 29, pp. 3, 427-436.
- Cersosimo, D., Donzelli, C. (2000), *L'identità come risorsa*, «Meridiana», 37, pp. 33-55.

- Ceruti, G. (2021), *Nel 2021 compie trent'anni la legge n. 394/1991 sui parchi nazionali e sulle altre aree naturali protette terrestri e marine*, pp. 705-732.
- Cerutti, S. (2019a), *Città multiculturali e turismo urbano: la parola ai migranti*, In Salvatori, F. (a cura di), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme*, Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano (Roma, 7-10 giugno 2017). Roma, A. Ge.I., pp. 191-198.
- Cerutti, S. (2019b), *Geografie perdute, storie ritrovate: percorsi di partecipazione e sviluppo locale nelle Terre di Mezzo*, «Rivista Geografica Italiana», 126, pp. 57-80.
- Cerutti, S. (2021), *Patrimonio culturale e turismo: riflessioni intorno a un binomio territoriale nella prospettiva della sostenibilità*, In Cerutti, S., Cottini, A., Menzardi, P., Heritography, *Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Aracne Editrice, Roma, pp. 19-63.
- Cerutti, S., Cottini, A., Menzardi, P. (2021), *Heritography. Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Aracne Editrice, Roma.
- Cerutti, S., de Falco, S. (2020), *The low tide of tourist flows in the COVID-19 era. Insights into the economic and social shades of the ongoing phenomenon*, «J-READING Journal of Research and Didactics in Geography», 2, pp. 79-96.
- Ceschin, F.M. (2021), *Turismo circolare, quando la sostenibilità è un'attitudine*, «Italia Circolare», <https://www.italiacircolare.it/it-it/turismo-circolare-quando-la-sostenibilita-e-unattitudine.aspx>
- Cevasco, R., Gemignani, C. A., Poli, D., Rossi, L. (a cura di) (2021), *Il pensiero critico fra geografia e scienze del territorio. Scritti su Massimo Quaini*, Firenze University Press, Firenze.
- Chen, N. C., Hall, C. M., Prayag, G. (2021), *Sense of place and place attachment in tourism*, Routledge, London.
- Cinti, D. (a cura di) (2010), *Turismo rurale e progetto di paesaggio. La Valtiberina toscana per un turismo culturale e naturale sostenibile* (Vol. 57), Alinea Editrice, Firenze.
- Cisani, M., Castiglioni, B. (2019), *Idee di paesaggio nei contesti educativi: attori, progetti e obiettivi*, «Ri-Vista. Research for landscape architecture», 17, 1, pp. 110-127.
- Clément, G. (2005), *Manifesto del Terzo Paesaggio*, Quodlibet, Macerata.
- Clementi, A., Dematteis, G., Palermo, P.C. (a cura di) (1996), *Le forme del territorio italiano. Temi e immagini del mutamento* (Vol. 1), Laterza, Roma-Bari.
- Coccioni, R. (2009), *Geositi e Geoturismo. Memorie Descrittive della Carta Geologica d'Italia*, 88, pp. 117-120.
- Corboz, A. (1985), *Il territorio come palinsesto*, «Casabella», 516, 9, pp. 22-27.
- Corradi, V. (2022), *Il turismo del cibo tra prodotti tipici, paesaggio e nuova ruralità*, In Corrad, V., Zan, M. (a cura di), *Futurismi del Garda. Ambiente, cultura e qualità della vita nel sistema turistico benacense*, Liberedizioni, Brescia, 115-124.
- Crang, M. (1997), *Picturing practices: research through the tourist gaze*, «Progress in human geography», 21, 3, pp. 359-373.

- Croce, E., Perri, G. (2008), *Il turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere*, FrancoAngeli, Milano.
- Croce, E., Perri, G. (2009), *Il paesaggio, sfondo scenografico o realtà geografica da gustare nel turismo enogastronomico*, «Ri-Vista ricerche per la progettazione del paesaggio», pp. 59-64.
- D'Alessandro, S., Bortoletto, N., Salvatore, R. (2020), *Ripartire dai borghi per cambiare le città. Modelli e buone pratiche per ripensare lo sviluppo locale*, FrancoAngeli, Milano.
- Damiano, S. (2019), *Valorizzazione del Terzo paesaggio come strumento -di rigenerazione urbana: tra buone pratiche e normativa*, In Vanore, M., Triches, M. (a cura di) *Del prendersi cura: abitare la città-paesaggio*, Quodlibet, Macerata, pp. 137-145.
- Dansero, E., Emanuel, C., Governa, F. (2003) (a cura di), *I patrimoni industriali. Una geografia per lo sviluppo locale*, Milano, FrancoAngeli.
- Dansero, E., Pettenati, G., Toldo, A., Bonavero, P. (2019). *Verso politiche locali del cibo a Torino: attori, progetti, processi*, Celid, Torino.
- de Spuches, G. Guarrasi, V., Picone, M. (2009), *All'ascolto di un mondo plurale. Per una didattica polifonica della geografia*, In Squarcina, E. (a cura di). *Didattica critica della geografia. Libri di testo, mappe, discorso geopolitico*, Unicopli, Milano, pp. 177-187.
- Dematteis, G. (2008), *Luoghi vissuti, luoghi inventati: la diversità geografico-culturale come risorsa rinnovabile*, In Bertocin, M., Pase, A. (a cura di), *Pre-visioni di territorio*, FrancoAngeli, Milano, pp. 54-70.
- Dematteis, G., Governa, F. (a cura di) (2005), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, FrancoAngeli, Milano,
- Dematteis, G., Lanza, C. (2011), *Le città del mondo: una geografia urbana*, UTET università, Torino.
- Dematteis, G., Magnaghi, A. (2018), *Patrimonio territoriale e corallità produttiva: nuove frontiere per i sistemi economici locali*, «Scienze del territorio», 6, pp. 12-25.
- Dini, F. (2013), *Continuità e discontinuità strutturali*, In Dini F., *Differenziali geografici di sviluppo: una ricostruzione*. Firenze University Press, Firenze, pp. 51-56.
- Donadieu, P., Küster, H., Milani, R. (2008), *La cultura del paesaggio in Europa tra storia, arte, natura*, «Manuale di teoria e pratica». LS Olschki Firenze.
- Durand, A. (2004), Saussure: *La langue, l'ordre et le désordre*, L'Harmattan, Paris.
- Edwards, J.A., Coit, J.C.L. (1996), *Mines and quarries: Industrial heritage tourism*, «Annals of tourism research», 23, 2, pp. 341-363.
- Ejarque, J. (2021), *Il silver tourism, nuove opportunità che però stiamo tralasciando*. In Granelli, A. (a cura di). *Silver & the city: Terza età e città, motori del terziario innovativo*, EGEA spa, Milano.
- Elkington, J. (1998), *Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*, «Environmental quality management», 8, 1, pp. 37-51.

- Elkington, J. (2018), *25 years ago, I coined the phrase "triple bottom line". Here's why it's time to rethink it*, «Harvard Business Review», 25, pp. 2-5.
- Ellis, A.E., Park, S., Kim, I., Yeoman, I. (2018), *What is food tourism?* «Tourism Management», 68, pp. 250-263.
- Epifani, F., Damiano, P. (2022), *Rappresentazioni narrative e costruzioni identitarie: la narrazione come pratica territorializzante*. «Geotema», 68, 14-21.
- Faccioli, M. (2022), *Turismo e territorio nel PNRR*. Documenti geografici, 1, pp. 315-329.
- Fagiani, M.L. (2020). *(Re) discovery Channel: turismo post-Covid e l'emersione del terzo paesaggio come destinazione turistica*, «Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia», 8, 2, pp. 31-38.
- Farinelli, F. (1991). *L'arguzia del paesaggio*, «Casabella», 575, 76, pp. 10-12.
- Farioli, F., Barile, S., Saviano, M., Iandolo, F. (2018), *Re-reading sustainability through the Triple Helix model in the frame of a systems perspective*, «The Sage Handbook of Nature», 3, pp. 10-37.
- Farsani, N.T., Coelho, C., Costa, C. (2011), *Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas*, «International Journal of Tourism Research», 13(1), pp. 68-81.
- Febbi, M. (2014), *Turismo intergenerazionale: una risorsa contro l'oblio dei borghi semi-abbandonati*, «Turismo e Psicologia», 2, pp. 235-244.
- Ferrara, G., Rizzo, G.G., Zoppi, M. (2007) (a cura di), *Paesaggi: didattica, ricerche e progetti*, Firenze University Press, Firenze.
- Ferrari, M.G., Rombai, L. (2015), *Geografia ed educazione all'ambiente ed al paesaggio: un'interazione in progress*, «Turismo e Psicologia», 1, pp. 3-19.
- Ferrata, C. (2013), *L'esperienza del paesaggio. Vivere, comprendere e trasformare i luoghi*. Carocci Editore, Roma.
- Flick, G. M. (2015), *L'articolo 9 della Costituzione: dall'economia di cultura all'economia della cultura. Una testimonianza del passato, una risorsa per il futuro*, «Rivista AIC», 1, pp. 1-9.
- Fumagalli, M. (2008), *Inarrestabile città: note di geografia urbana*, Maggioli Editore, Sant'Arcangelo di Romagna.
- Fumagalli, M. (2011), *Il volto della città: note di geografia del paesaggio urbano*, Maggioli Editore, Sant'Arcangelo di Romagna.
- Furia, P. (2021), *Dalla morfologia al performativo. Il paesaggio tra estetica e geografia*. «Studi di estetica», 21, pp. 73-93.
- Fusté-Forné, F. (2020), *Savouring place: Cheese as a food tourism destination landmark*, «Journal of Place Management and Development», 13, 2, pp. 177-194.
- Gabbianelli, A. (2019), *Paesaggi urbani ad alta densità*, «Ri-Vista. Research for landscape architecture», 17, 2, pp. 198-205.
- Gagliasso, E. (2013), *Ambiente*, In Michelini, F., Davies, J.F. (a cura di). *Frontiere della biologia: prospettive filosofiche sulle scienze della vita*, Mimesis, Milano, pp. 117-142.
- Gallitano, G., Giannini, E., Leone, M., Nofroni, L., Savelli, S. (2022), *La Saja d'Oro: narrare e leggere paesaggi attraversandoli*, «Ri-Vista. Research for landscape architecture», 20, 1, pp. 264-283.



- Galvagno, M., Giaccone, S.C. (2017), *Il turismo creativo: Fondamenti teorici ed esperienze di valorizzazione del territorio*, Giappichelli Editore, Torino.
- Gambi, L. (1973), *Una geografia per la storia*, Einaudi, Torino.
- Gambi, L. (1987), *La costruzione dei piani paesistici*, «Urbanistica», 85, pp. 102-110.
- Gambino, R. (1997), *Conservare Innovare: paesaggio, ambiente, territorio*, UTET, Torino.
- Garibaldi, R. (2017), *In viaggio per cibo e vino. Opportunità per un nuovo turismo integrato*, Aracne Editrice, Roma.
- Garibaldi, R. (2018), *Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2018*, CELSB Centro Editoriale Librario Studium Bergomense, Bergamo.
- Garibaldi, R., Pozzi, A. (2020), *Il turismo enogastronomico e le dinamiche della domanda: un'analisi del comportamento degli italiani*. In Tagarelli, G., Torchia, F. (a cura di) (Volume II), *Turismo, Paesaggio e Beni Culturali. Prospettive di tutela, valorizzazione e sviluppo sostenibile*, Aracne Editrice, Roma, pp. 371-382.
- Gavinelli, D. (2022), *Regioni e regionalizzazione: alcuni elementi teorici*, In Bolocan Goldstein, M., Gavinelli, D. (a cura di), *Regioni e regionalizzazione. Lo spazio-mondo in divenire*. Pearson Mylab, Milano.
- Gavinelli, D., Giacomo, Z. (2021), *Introduzione*, In Castiglioni, B., Puttilli, M., Tanca, M. (a cura di), *Oltre la Convenzione: Pensare, studiare e costruire il paesaggio 20 anni dopo*, Società di Studi Geografici, Firenze, pp. 288-291.
- Gemini, L. (2009), *Viaggi possibili e paesaggi immaginati. Le frontiere mediali dell'esperienza turistica*, «Ri-Vista. Research for landscape architecture», 13, 1, pp. 17-26.
- Gemmiti, R. (2007), *Turismo, creatività, cultura. Un memorandum geografico-economico per Roma*, Conferenza Internazionale *Tourism and Urban Spaces*, Roma, 29-30 novembre 2007.
- Ghisalberti, A. (2017), *Turismo e rigenerazione urbana: verso una nuova attrattività territoriale tramite reti e filiere economiche a Bergamo*, In Salvatori, F. (a cura di). *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme*, Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano (Roma, 7-10 giugno 2017, A.Ge.I., Roma, pp. 199-207.
- Giampino, A. (2012), *Territorio, ambiente e paesaggio: quale possibile integrazione?* In Schilleci, F. (a cura di), *Ambiente ed ecologia: Per una nuova visione del progetto territoriale*, FrancoAngeli, Milano, pp. 213-222.
- Giorda, C., Leone, M., Morselli, F., Sabena, C. (2014). *Lo spazio in geografia, fisica e matematica. Un concetto ponte per didattiche interdisciplinari?*, «Ambiente Società. Territorio», 3, pp. 10-15.
- Giordana, F. (2004), *La comunicazione del turismo tra immagine, immaginario e immaginazione* (Vol. 42), FrancoAngeli Milano.
- Giordano, B., Pica, N. (2021). *Interventi sui margini: disuguaglianze territoriali e potenzialità della sussidiarietà orizzontale: Periferie urbane e aree interne come occasione di solidarietà nazionale, crescita e sviluppo civile*. PA Persona e Amministrazione, 9, 2, pp. 793-861.

- Giuntarelli, P. (2020). *Sport, turismo e ambiente: ripensare lo sviluppo locale ai tempi del Covid-19*, «Documenti geografici», (1), pp. 549-563.
- Gómez Oliva, A., Server Gómez, M., Jara, A. J., Parra Meroño, M. C. (2017). *Turismo inteligente y patrimonio cultural: un sector a explorar en el desarrollo de las smart cities*. *International journal of scientific management and tourism*, 3, 1, 389-411.
- Goodwin, H. (1996), *In pursuit of ecotourism*. *Biodiversity & Conservation*, 5, 3, pp. 277-291.
- Gottero, E. (2013), *Interazioni tra agricoltura e paesaggio*, «Archivio di studi urbani e regionali», 106, 1, pp. 40-59.
- Gottman, J. (1961), *Megalopolis: The Urbanized Northeastern Seaboard of the United States*, New York, Twentieth Century Fund.
- Guarducci, A., Rombai, L. (2017), *Paesaggio e territorio, il possibile contributo della geografia*, «Concetti e metodi. Scienze del Territorio», 5, pp. 19-25.
- Guigoni, A. (2013), *La pasticceria sarda tra tradizione, innovazione e vintage*,. In Balbi, G., Winterhalter, H. (a cura di), *Antiche novità: una guida transdisciplinare per interpretare il vecchio e il nuovo*, Orthotes Editrice, Nocera Inferiore pp. 81-97.
- Henderson, J.C. (2009), *Food tourism reviewed*, «British Food Journal», 111, 4, pp. 317-332.
- Henshaw, V. (2013) *Urban smellscape: Understanding and designing city smell environments*. Routledge, London.
- Hidalgo-Giralt, C., Palacios-García, A., Barrado-Timón, D., Rodríguez-Esteban, J.A. (2021), *Urban industrial tourism: Cultural sustainability as a tool for confronting overtourism. Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen*. *Sustainability*, 13, 9, 4694
- Hume, D. (2003), *A treatise of human nature*. Mineola Courier Corporation, New York.
- Ietri, D., Mastropietro, E. (2020) (a cura di), *Studi sul qui. Stagione 1: Deep mapping e narrazioni dei territori*, Mimesis, Milano.
- Ingegnoli, V. (2010), *Ecologia del paesaggio*, XXI Secolo, pp. 23-32.
- Kristjánsdóttir, S. (2019), *Roots of urban morphology*. *International Journal of Architecture and Planning*, 7, pp. 15-36.
- Król, K., Kao, R., Hernik, J. (2019), *The scarecrow as an indicator of changes in the cultural heritage of rural Poland*, «Sustainability», 11, pp. 23, 6857.
- La Foresta, D., Musella, M. (a cura di) (2018), *Turismo, turismi e sviluppo dei territori* (Vol. 10), Giappichelli Editore, Torino.
- Lake, A. A., Burgoine, T., Stamp, E., Grieve, R. (2012), *The foodscape: classification and field validation of secondary data sources across urban/rural and socio-economic classifications in England*, «International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity», 9, 1, pp. 1-12.
- Lando, F. (2012), *La geografia umanista: un'interpretazione*, «Rivista Geografica Italiana», 119, 3, pp. 259-289.



- Larsen, J. (2001), *Tourism mobilities and the travel glance: Experiences of being on the move*, «Scandinavian journal of hospitality and tourism», 1, 2, pp. 80-98.
- Laslaz, L., Gauchon, C., Duval, M., Héritier, S. (a cura di) (2014), *Les espaces protégés. Entre conflits et acceptation*, Belin, Paris.
- Law, C. M. (1992), *Urban tourism and its contribution to economic regeneration*, «Urban studies», 29, pp. 3-4, 599-618.
- Leal, M.M., Casais, B., Proença, J.F. (2022), *Tourism co-creation in place branding: the role of local community*, «Tourism Review», 77, 5, pp. 1322-1332.
- Leone, U. (2006), *Beni ambientali* (Vol. 5), Guida Editori, Napoli.
- Lingiardi, V. (2020), *Mindscapes: psiche nel paesaggio*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Maggioli, M. (2010), *Geografie urbane della crisi*, «Semestrale di studi e ricerche di geografia», 1, pp. 5-15.
- Magnaghi, A. (2014), *La regola e il progetto: un approccio bioregionalista alla pianificazione territoriale*, Firenze University Press, Firenze, p. 304.
- Magnaghi, A. (2017), *La storia del territorio nell'approccio territorialista all'urbanistica e alla pianificazione*. *Scienze del Territorio*, 5, pp. 32-41.
- Magnaghi, A. (2020), *Il principio territoriale*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Malvica, S. (2020), *Dalla figura alla narrazione. Verso uno studio fenomenologico del paesaggio*. «Reti, saperi, linguaggi», 7, 1, pp. 169-184.
- Malvica, S. (2022), *L'immagine del e per il turista. Riflessioni cognitive applicate al turismo*, In Chiricò, D. (a cura di) *Progettare la cognizione. Nuove prospettive di ricerca interdisciplinare*, Corisco Edizioni, Roma-Messina-Madrid, pp. 209-226.
- Mangano, S., Piana, P., Ugolini, G.M. (2020), *Paesaggi, percezione e rappresentazione: lo sguardo del turista in Liguria*, «Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia», 169, pp. 82-102.
- Marconi, M. (2013), *La geografia di Friedrich Ratzel tra determinismo e neoidealismo*, «Bollettino della Società Geografica Italiana», 13, 6, pp. 217-237.
- Marina, F. (2012), *La valorizzazione turistica dei paesaggi agro-culturali: una interpretazione geografica*, «Annali del turismo», 1, pp. 23-38.
- Mastroianni, D., Oriolo, R., Vivona, A. (a cura di) (2021), *Storytelling dei paesaggi. Metodologie e tecniche per la loro narrazione*, Il Sileno Edizioni, Lago (CS).
- Meini, M. (2007), *Turismo culturale e identità locale. Riconsiderando il ruolo del paesaggio*, In Zilli, I. (a cura di) *Il turismo tra teoria e prassi*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, pp. 167-184.
- Memoli, M., Governa, F. (2011), *Geografie dell'urbano. Spazi, politiche, pratiche della città*, Carocci Editore Roma.
- Menegat, F. (2021), *Paesaggio acustico: il soundscape in relazione ad ascolto, voce e musica*, «Rivista Geografica Italiana», 1, pp. 87-103.
- Minca, C. (2007), *Humboldt's compromise, or the forgotten geographies of landscape*, «Progress in Human Geography», n. 31, 2, pp. 179-93.
- Mitchell, C.J., Shannon, M. (2018), *Exploring cultural heritage tourism in rural Newfoundland through the lens of the evolutionary economic geographer*, «Journal of Rural Studies», 59, pp. 21-34.

- Molinari, P. (2019), *Turismo, antropocene, patrimonio e rotte migratorie: spunti di riflessione a margine di alcune recenti pubblicazioni*, «Ambiente Società Territorio», 4, pp. 41-43.
- Morano, G. (2016), *Pubbliche amministrazioni e istituti green*, Aracne Editrice, Roma.
- Morelli, E. (2021), *Cinque parole per il (progetto di) paesaggio*, In Venudo, A., *Ripartire dalle parole. Territorio, ambiente, spazio, luogo, paesaggio*, Edizioni Università di Trieste, Trieste, pp. 12-13.
- Moretti, M. (2016), *Senso e paesaggio. Analisi percettive e cartografie tematiche in ambiente GIS*, FrancoAngeli, Milano.
- Motta, G. (2004), *Paesaggio, territorio, ambiente. Storie di Uomini e di Terre*, (Vol. 51), FrancoAngeli, Milano.
- Mura, M. (2011), *Identità, diversità e autenticità nell'esperienza turistica*, «Turismo e Psicologia», 1, pp. 373-385.
- Nespor, S. (2016), *La lunga marcia per un accordo globale sul clima: dal Protocollo di Kyoto all'Accordo di Parigi*, «Rivista trimestrale di diritto pubblico», 1, pp. 81-121.
- Nicotera, T. (2021), *Roots Tourism: Opportunities for the Territories Deriving from Identity Journeys of Italian Emigrants*, In Grasso, F., Sergi, B. (a cura di). *Tourism in the Mediterranean Sea. An Italian Perspective*, Emerald Publishing, Bingley, pp. 199-216.
- Pacciani, A. (2011), *Aree rurali e configurazioni turistiche: differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*, FrancoAngeli Milano.
- Page, S. (1995), *Urban Tourism*, Routledge, London.
- Palmentieri, S. (2021), *Nuove prospettive dell'insularità. Procida Capitale Italiana della Cultura 2022*, «Semestrale di studi e ricerche di geografia», 2, pp. 99-115.
- Palumbo, F. (2018), *2017-2022: anche in Italia si programma il turismo. Il punto sulla nuova stagione delle politiche turistiche del nostro paese*, «Economia della cultura», 28, pp. 1-2, 91-106.
- Pan, S.Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K.J., Pei, S.L., Chiang, P.C. (2018), *Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy*, «Science of the total environment», 635, pp. 452-469.
- Paolillo, P.L., Ferriolo, M.V. (2015), *Relazioni di paesaggio: tessere trame per rigenerare i luoghi*, Mimesis, Milano.
- Pascolini, M. (2021), *Paesaggio, partecipazione e cittadinanza attiva*, in Frank, M., Namer, M.P. *La Convenzione Europea del Paesaggio vent'anni dopo, Sapere l'Europa, sapere d'Europa*, Ca' Foscari, Venezia, 6, pp. 183-196.
- Peano, A. (1997), *La difesa dell'ambiente. Piano, valutazioni, interventi*, Gangemi, Roma.
- Perrini, F. (2018), *Sostenibilità*. EGEA, Milano.
- Petrillo, A. (2006), *Villaggi città megalopoli*, Carocci Editore, Roma.
- Pezzoni, N. (2010), *Il paesaggio come narrazione del presente*, «Territorio», 52, 1, pp.117-121.

- Pilotti, L., Pencarelli, T. (2021), *L'evoluzione della domanda post-turistica esperienziale tra materiale, immateriale e spirituale: alla ricerca del "benessere totale" nell'integrated triple loop psicologia cognitiva-percezione coprogettazione*, «Turismo e Psicologia», 2, 14, pp. 101-113.
- Pinchemel, P., Pinchemel, G. (1996), *L'ambiente naturale. Fondamenti di geografia fisica*, FrancoAngeli, Milano.
- Pinna, S. (1995), *La protezione dell'ambiente: il contributo della filosofia, dell'economia e della geografia* (Vol. 56), FrancoAngeli, Milano.
- Pollice, F. (2002), *Territori del turismo*, FrancoAngeli, Milano.
- Pollice, F., Rinella, A., Epifani, F., Miggiano, P. (2020), *Placetelling® as a strategic tool for promoting niche tourism to islands: the case of Cape Verde*, «Sustainability» 12, 10, 4333.
- Pollice, F., Rinella, A., Epifani, F. (2021), *Per una governance della restanza. Nuove prospettive per il paesaggio rurale meridionale*, «Geotema», Supplemento 2021, pp. 134-144.
- Prato, G.B., Rautenberg, M. (2015), *Polis, urbs et civitas*, «Diogene», 3, pp. 12-27.
- Pung, J., Chiappa, G. (2020), *An exploratory and qualitative study on the meaning of transformative tourism and its facilitators and inhibitors*, «European Journal of Tourism Research», 24, 2404-2404.
- Quaini, M. (2012), *Territorio, paesaggio, beni comuni*, In Magnaghi, A. (a cura di), *Il territorio bene comune*. Firenze University Press, Firenze, pp. 71-82.
- Quaini, M., Gemignani, C.A. (2014), *Cantiere paesaggio. Materiali per la costruzione degli osservatori locali*, FrancoAngeli, Milano.
- Rabbiosi, C. (2016), *Il turismo partecipativo a Milano*, «Via - Tourism Review», 9, <http://journals.openedition.org/viatourism/300>
- Raffestin, C. (1978), *Du paysage à l'espace ou Les signes de la géographie*, «Hérodote», 9, pp. 90-104.
- Raffestin, C. (1984), *Territorializzazione, deterritorializzazione, riterritorializzazione e informazione*, In Turco, A. (a cura di), *Regione e regionalizzazione: colloquio internazionale*, FrancoAngeli, Milano, pp. 69-82.
- Raffestin, C. (2005), *Dalla nostalgia del territorio al desiderio di paesaggio: elementi per una teoria del paesaggio* (Vol. 19), Alinea Editrice, Firenze.
- Raffestin, C. (2012), *I paradossi del turismo. Les paradoxes du tourisme?* «Ri-Vista - ricerche per la progettazione del paesaggio», Facoltà di architettura, Università degli studi di Firenze, gennaio-giugno 2012, pp. 57-62.
- Ricci, O. (2022), *Dal PNRR al Piano Nazionale dei Borghi: progetti e risorse disponibili*, «Economia della Cultura», 33(1), pp. 31-39.
- Richards, G., Wilson, J. (2006), *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* «Tourism Management», 27, 1209-1223.
- Richards, G. W., Russo, A.P. (a cura di) (2014), *Alternative and creative tourism*, ATLAS Association for Tourism and Leisure Education, Arnhem.
- Rocca, G. (2013), *Dal prototurismo al turismo globale: momenti, percorsi di ricerca, casi di studio* (Vol. 17), Giappichelli Editore, Torino.
- Rossi, A. (2018), *L'architettura della città*, Il Saggiatore, Milano.

- Rossi, A. (2020), *La comunicazione del turismo ai tempi del coronavirus*, «Semestrale di studi e ricerche di geografia», 2, pp. 57-71.
- Rota, F.S., Lella, L. (2021), *Paesaggi terrazzati e comunità del vino nel torinese*, «Dislivelli», 112, pp. 11-14.
- Rubino, A. (2010), *La nuova ruralità. Università di Firenze, Laboratorio di Progettazione Ecologica degli Insediamenti*, LaPEI, Firenze.
- Russo, A., Van Der Borg, J. (2001), *Città di cultura e sviluppo turistico sostenibile*, «Economia della cultura», 11, pp. 2, 197-210.
- Ruszkai, C., Pajtkó Tari, I., Patkós, C. (2021), *Possible Actors in Local Foodscapes? LEADER Action Groups as Short Supply Chain Agents. A European Perspective*, «Sustainability», 13, 4, 2080.
- Sauer, C.O. (1925), *The morphology of landscape*, (2007), *Foundation Papers*, in «Landscape Ecology», pp. 36-70.
- Savelli, A. (a cura di) (2004), *Turismo, territorio, identità: Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea (Vol. 19)*. FrancoAngeli, Milano.
- Scatena, D. (a cura di) (2016), *Comunicare il paesaggio. Parole chiave per un dialogo transdisciplinare: moderno, qualità, conservazione, percezione*, FrancoAngeli, Milano.
- Scrofani, L., Petino, G., Novembre, C. (2019), *Le attività culturali e creative per il rilancio turistico delle aree interne in Sicilia. Il caso studio dell'Ypsigrock Festival*, «Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia», 166, pp. 28-42.
- Silvestri, M. (2015), *Sviluppo sostenibile: un problema di definizione*, «Gentes», 2, pp. 2, pp. 1-5.
- Siniscalco, D. (1992), *La Conferenza di Rio de Janeiro: un ambiente per cooperare*. il Mulino, 41, pp. 4, pp. 605-618.
- Skibiński, J., Kultys, K., Baran-Zglobicka, B., Zglobicki, W. (2021). *Geoparks in SE Poland as areas of tourism development: Current state and future prospects*. "Resources", 10, 11, 113.
- Sobrero, R. (2022), *Verde, anzi verdissimo. Comunicare la sostenibilità evitando il rischio greenwashing*, EGEA spa, Milano.
- Socco, C. (1998), *Il paesaggio imperfetto. Uno sguardo semiotico sul punto di vista estetico*, Tirrenia Stampatori, Torino.
- Socco, C. (2000), *Città, ambiente, paesaggio: lineamenti di progettazione urbanistica*, UTET, Torino.
- Sonia, F. (2018), *Roots tourism: Viaggio emozionale alla scoperta delle proprie origini*, «Turistica», 4, pp. 33-49.
- Sorensen, A. (2019), *Tokaido Megalopolis: lessons from a shrinking mega-conurbation*, «International Planning Studies», 24, pp. 1, 23-39.
- Sothe, F. (2013), *Scenari evolutivi del concetto di ruralità. Proposte e ricerche*, 36, 71, pp. 122-144.
- Spenceley, A., Rylance, A. (2021), *Ecotourism and the sustainable development goals*, In Fennell, D. A. (a cura di), *Routledge handbook of ecotourism*. Routledge, London, pp. 9-22.

- Stors, N., Stoltenberg, L., Sommer, C., Frisch, T. (a cura di) (2019), *Tourism and everyday life in the contemporary city*. Routledge, London.
- Tanca, M. (2018), *Cose, rappresentazioni, pratiche: uno sguardo sull'ontologia ibrida della Geografia*, «Bollettino della Società geografica italiana», 14(1), pp. 5-17.
- Tempesta, T., Thiene, M. (2006), *Percezione e valore del paesaggio* (Vol. 495). FrancoAngeli, Milano.
- Terziyska, I., Damyanova, R. (2020), *Winescape through the lens of organized travel—a netnography study*, «International Journal of Wine Business Research», 32, 4, pp. 477-492.
- Thom, R. (2022), *Parabole e catastrofi: Intervista su matematica, scienza e filosofia*, Mimesis, Milano.
- Tocci, G. (2020), *Riqualificazione, recupero e sviluppo turistico nei centri minori. L'esperienza dei Borghi Autentici per un turismo della lentezza*, In Agustoni, A., Maretti, M. (a cura di), *Sostenibilità, contesti locali e sviluppo dei territori*, Aracne editrice, Roma, pp. 281-304.
- Tolusso, E., Marini, A., Bonardi, L. (2022), *Dal racconto al paesaggio. La narrazione come strumento progettuale nel recupero degli spazi agricoli di versante (Valtellina, Alpi centrali)*, «Rivista Geografica Italiana», 1, pp. 60-80.
- Torreggiani, D., Dall'Ara, E., Tassinari, P. (2012), *Il ruolo dei pattern agricoli nella creazione di paesaggi rurali identitari*, «Ri-Vista. Research for landscape architecture», 10, 2, pp. 110-117.
- Toschi, U. (1966), *La città. Geografia urbana*, UTET, Torino.
- Traversa, G. (2021), *Metafora e realtà del viaggio*, «Ágalma Rivista di studi culturali e di estetica», 42, 2, pp. 43-49.
- Turco A. (1988), *Verso una teoria geografica della complessità*, Unicopli, Milano.
- Turri, E. (1998), *Il paesaggio come teatro: dal territorio vissuto al territorio rappresentato*, Marsilio Editori, Venezia.
- Turri, E. (2014), *Semiologia del paesaggio italiano*, Marsilio Editori, Venezia.
- Urry, J. (1992), *The tourist gaze "revisited"*, «American Behavioral Scientist», 36, 2, pp. 172-186.
- Urry, J. (2007), *Mobilities*, Polity, Cambridge.
- Valorani, C. (2006), *Il Paesaggio come ipertesto: interpretazione del territorio attraverso il paesaggio*, Aracne Editrice, Roma.
- Van Den Berg L., Van Der Borg J., Van Der Meer J. (1993), *Upcoming destinations of urban tourism*, Libreria Editrice Cafoscarina, Venezia.
- Van Niekerk, M. (2014). Landmark, tourism. In Jafari, J., Xiao, H. (a cura di), *Encyclopedia of Tourism*, Springer International Publishing, Switzerland.
- Vanore, M., Triches, M. (2020), *Del prendersi cura. Abitare la città-paesaggio*, Quodlibet, Macerata.
- Varani, N., Primi, A. (2012), *Politiche per l'ambiente. Una lettura geografia di Rio+20*, libreriauniversitaria.it edizioni, Padova.
- Vela, J.D.S.E., Nogué, J., Govers, R. (2017), *Visual landscape as a key element of place branding*, «Journal of place management and development», 10, 1, pp. 23-44.



- Venudo, A. (2021), *Ripartire dalle parole. Territorio, ambiente, spazio, luogo, paesaggio*, Edizioni Università di Trieste, Trieste.
- Venudo, A. (2022), *Dal linguaggio al paesaggio*, In Dardi, C., *La tassellatura terrestre*, Edizioni Università di Trieste, Trieste, pp. 80-137.
- Villani, T., Cellucci, C., Chaza, M. R., Rico, F. (2022), *Transference of the “Albergo Diffuso” Model to Spain: Regeneration of Uninhabited Rural Areas*, «Journal of Civil Engineering and Architecture», 16, pp. 173-182.
- Villani, T., Dall’Ara, G. (2015), *L’Albergo Diffuso come modello di ospitalità originale e di sviluppo sostenibile dei borghi*, «Techne», 10, pp. 169-178.
- Volterrani, A. (2001), *In viaggio nei territori pubblici reali e immaginari*, «Rivista italiana di comunicazione pubblica», 7, 1000-1013.
- Vonthron, S., Perrin, C., Soulard, C.T. (2020), *Foodscape: A scoping review and a research agenda for food security-related studies*, «PLoS One», 15, 5, e0233218.
- Wei-Li, H., YI-JU, L. Po-Hsuan, H. (2016), *Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism*, «Current Issues in Tourism», 19, 8, pp. 763-770.
- Woods, M. (2001), *Rural*, Routledge, London.
- World Commission on Environment and Development WCED (1987), *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford.
- Zanolin, G. (2019), *Il turismo en plein air: un’opportunità per le piccole località italiane?* In Cerutti S., Tadini M. (a cura di), *Mosaico/Mosaic*, Società di studi geografici, «Memorie geografiche» NS 17, pp. 759-765.
- Zanolin, G. (2021), *La natura e l’immaginario: le aree protette come costruzioni sociali*, «Rivista Geografica Italiana», 2, pp. 85-101.
- Ziparo, A. (2002), *Il locale, categoria sostantiva nell’evoluzione delle relazioni tra ambiente, territorio e paesaggio*, In Poli, D. (a cura di), *Progettare il paesaggio nella crisi della modernità: casi, riflessioni, studi sul senso del paesaggio contemporaneo*, All’Insegna del Giglio, Sesto Fiorentino, pp. 121-138.
- Zupi, M. (2014), *Guardare al futuro con un occhio al presente. La sostenibilità: significati, idee e sfide*, In OXFAM, *Diritto alla pace per un mondo sostenibile*, XVIII Meeting sui diritti umani, 10 dicembre 2014.