STUDI E RICERCHE SUL TERRITORIO

Collana fondata da Giacomo Corna Pellegrini
e diretta da Elena dell'Agnese

Comitato editoriale

Valentina Albanese (Università degli studi dell'Insubria)
Fabio Amato (Università L'Orientale di Napoli)
Stefania Benetti (Università del Piemonte Orientale)
Stefania Cerutti (Università del Piemonte Orientale)
Stefano de Rubertis (Università del Salento)
Giulia de Spuches (Università degli Studi di Palermo)
Federica Epifani (Università del Salento)
Monica Morazzoni (Università IULM)
Giuseppe Muti (Università degli studi dell'Insubria)
Angelo Turco (Università IULM)
Sergio Zilli (Università di Trieste)

I volumi della collana sono soggetti a referaggio anonimo

Stefania Cerutti, Roxana Popusoi

GIARDINI IN VIAGGIO

Paesaggi, esperienze, sfumature del *garden tourism*

UNICOPLI

L'opera è stata realizzata con i fondi del progetto "*SensibilizzArte: l'arte come strumento di sensibilizzazione - BlitzArt*" (ID: 0200065 – CUP: C63C24001390009), cofinanziato dall'Unione Europea, Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, dallo Stato italiano, Fondo di Rotazione, dalla Confederazione elvetica e dai Cantoni nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia–Svizzera 2021–2027, di cui il Dipartimento per lo Sviluppo Economico e la Transizione Ecologica dell'Università del Piemonte Orientale è partner e la prof.ssa Stefania Cerutti è responsabile scientifico.

Foto di copertina: Susy Mezzanotte, 2025 (per gentile concessione della Fondazione Giardini Botanici di Villa Taranto, Lago Maggiore, Piemonte).

ISBN: 9788840023588

Prima edizione: maggio 2026

Copyright © 2026 by Unicopli,
http://www.edizioniunicopli.it

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico 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 solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dagli aventi diritto/dall'editore.

INDICE

p. 9 Prefazione
Daniela La Foresta

13 Introduzione

21 1. IL GIARDINO BOTANICO COME DESTINAZIONE NELLA CORNICE DEL *GARDEN TOURISM*

21 1. Il *garden tourism* nel contesto del turismo culturale contemporaneo
24 2. Origini, sviluppi e orientamenti del *garden tourism*
33 3. Giardino e destinazione: dinamiche turistiche e valorizzazione territoriale

63 2. GIARDINI BOTANICI E *GARDEN TOURISM* NEL VERBANO CUSIO OSSOLA
Patrimoni, funzioni e prospettive

63 1. Il patrimonio botanico del Verbano Cusio Ossola: contesto geografico e diversificazione floristica
89 2. Dimensioni culturali, formative e ambientali dei giardini botanici

p. 92 3. Il giardino come risorsa turistica e leva di sviluppo locale
94 4. Contesto nazionale e internazionale: uno sguardo comparativo
103 5. Sostenibilità, benessere e prospettive

107 3. "MOSAICO DELLA NATURA" Il pubblico, i luoghi, le pratiche

107 1. Obiettivi e impostazione metodologica della ricerca
111 2. Ascoltare la voce del pubblico e del territorio: evidenze empiriche
136 3. Interpretare i risultati: letture e scenari
155 4. Guardare al futuro: implicazioni e strategie per un *garden tourism* sostenibile

163 Conclusioni

169 Bibliografia

189 Appendici

In life, a person can take one of two attitudes: to build or to plant. The builders might take years over their tasks, but one day, they finish what they're doing. Then they find that they're hemmed in by their own walls. Life loses its meaning when the building stops. Then there are those who plant: they endure storms and all the many vicissitudes of the seasons, and they rarely rest. But, unlike a building, a garden never stops growing. And while it requires the gardener's constant attention, it also allows life for the gardener to be a great adventure. Gardeners always recognize each other, because they know that in the history of each plant lies the growth of the whole world.

Nella vita, una persona può assumere uno di due atteggiamenti: costruire o piantare. I costruttori possono impiegare anni nei loro compiti, ma un giorno terminano ciò che stanno facendo. Allora si accorgono di essere rinchiusi tra le proprie mura. La vita perde senso quando la costruzione si ferma. Poi ci sono coloro che piantano: affrontano tempeste e tutte le vicissitudini delle stagioni, e raramente si fermano. Ma, a differenza di un edificio, un giardino non smette mai di crescere. E sebbene richieda l'attenzione costante del giardiniere, permette anche alla vita di chi lo cura di diventare una grande avventura. I giardinieri si riconoscono sempre tra loro, perché sanno che nella storia di ogni pianta è racchiusa la crescita dell'intero mondo.

Paulo Coelho

PREFAZIONE

Daniela La Foresta[*]

I giardini botanici, luoghi di meraviglia e incanto, sono carichi di significati che si dispiegano lungo relazioni spazio–temporali particolarmente profonde. Il loro fascino attraversa i secoli, richiamando antiche visioni religiose del giardino come immagine di armonia e creazione ed esprimendo, al contempo, il più ampio desiderio umano di bellezza, ordine ed esplorazione della natura. Essi rappresentano, in una prospettiva geografica, dispositivi territoriali nei quali la componente vegetale è inscindibile dal progetto culturale e sociale che la sostiene.

Raccontando storie che collegano passato, presente e futuro, sono artefici di momenti in cui si costruiscono apprendimenti, memorie e pratiche condivise. Leggere e comprendere le loro forme significa, dunque, cogliere come le trame connettive tra persone, piante, percorsi e paesaggi si estendono oltre il semplice confine fisico che delimita il giardino, collegando in tal modo epoche, stili e culture in un dialogo diacronico e spaziale.

Immaginando di compiere un percorso che tocchi, idealmente, i giardini del nostro Paese – da quelli più grandi e maggiormente frequentati a quelli minuti, nascosti tra le rughe delle montagne e nelle campagne del margine – si riattiva il ricordo del *Grand Tour*, ovvero di quegli itinerari che dall'Europa settentrionale attraversavano l'Italia da nord a sud, dalle Alpi a Napoli e oltre. È una geografia tracciata nelle mappe e abitata dalla letteratura. Durante il suo viaggio in Italia (1786–1788), Johann Wolfgang Goethe non si limitò a descrivere con attenzione i paesaggi naturali e i giardini, ma

[*] Università di Napoli Federico II.

fece molto di più: li attraversò come luoghi di esperienza, cogliendo la loro capacità di trasformarsi in conoscenza e meditazione. Nelle sue pagine, il viaggio diventa un esercizio dello sguardo e dello spirito: si apprende non soltanto dalla bellezza che si offre agli occhi, ma dalle relazioni sottili tra natura e cultura che i giardini custodiscono e rivelano a chi li percorre.

Anche la grande viaggiatrice e autrice Edith Wharton, di origine statunitense e legata profondamente alle ville e ai giardini italiani, mise in evidenza il ruolo dei giardini come (s)oggetti di riflessione estetica e culturale. Ella interpreta i giardini non soltanto come ornamento, ma come spazi rivelatori di armonie tra natura e progetto umano, consentendo al visitatore di vivere occasioni di esperienza immersiva. In entrambi gli sguardi – quello goethiano e quello della Wharton – il giardino si configura come un contesto in cui il sapere si costruisce attraverso la relazione diretta con lo spazio, anticipando temi che il dibattito contemporaneo sul turismo esperienziale ha fatto propri.

Erede di queste prospettive, la fruizione del giardino – anche e forse soprattutto in epoca moderna e postmoderna – esce dal perimetro del gesto (e gusto) puramente estetico per farsi atto di partecipazione alla storia, alla cultura e all'ambiente. È un passaggio che la disciplina geografica è chiamata a interrogare con attenzione, poiché il giardino si offre come laboratorio privilegiato per osservare i processi di territorializzazione e patrimonializzazione delle risorse naturali e culturali.

Il *garden tourism* contemporaneo incorpora questa tradizione: oggi i giardini botanici continuano ad attrarre turisti e a svolgere molteplici funzioni, in quanto contesti formativi, scientifici, ricreativi e sociali. Declinandosi principalmente come turismo culturale, abbraccia anche tipologie di turismo più specifiche, da quello educativo a quello ecoturistico, spaziando in un ampio spettro che va dall'immersione nella magnificenza del paesaggio alla scoperta botanica, dalle attività sensoriali, musicali, artistiche alle proposte didattiche, ludiche e sportive.

I giardini si confermano, quindi, come potenti strumenti di relazione, e la loro influenza si estende ad altre strutture "verdi" coltivate e curate, capaci di accogliere chi cerca la quiete e la solitudine, così come chi desidera immergersi nell'energia di eventi all'aperto, incontrare altre persone e sperimentare esperienze collettive, tramutando la natura in un luogo dove il privato e il sociale si intrecciano armoniosamente.

È entro questo orizzonte che si colloca il volume, il quale evolve dall'inquadramento teorico e storico del *garden tourism* alla ricognizione del patrimonio botanico del Verbano Cusio Ossola, per giungere a un'indagine empirica condotta presso i giardini del territorio. L'articolazione del lavoro testimonia una scelta metodologica rigorosa e una sensibilità geografica attenta alle scale di analisi, capace di intrecciare la dimensione macro dei processi turistici globali con la grana fine delle dinamiche locali.

Il volume si muove lungo queste coordinate, di passi e di senso, tracciando una lettura che è insieme cammino e riflessione, ritmo e comprensione. La "geografia dei giardini" che ne guida l'incedere consente di leggere le relazioni che li abitano e animano nella loro complessità, considerando gli elementi materiali del paesaggio unitamente alle interazioni tra comunità umane, azioni e valori. I giardini dimostrano che il paesaggio non è solo ciò che si vede, ma ciò che si vive, racconta e trasforma, evocando la lezione di Lucio Gambi per il quale il paesaggio è tanto una costruzione culturale quanto una forma di esperienza e memoria. A questa si affianca la prospettiva di Angelo Turco, che sottolinea come il paesaggio – e con esso i giardini botanici, al centro di questo volume – sia anche territorialità condivisa, ovvero l'esito di pratiche, significati e relazioni sociali che organizzano e danno senso allo spazio, rendendolo patrimonio collettivo di cultura, storia ed esperienza.

INTRODUZIONE

Stefania Cerutti

> Leggere, in fondo, non vuol dire altro che creare un piccolo giardino all'interno della nostra memoria. Ogni bel libro porta qualche elemento, un'aiuola, un viale, una panchina sulla quale riposarsi quando si è stanchi. Anno dopo anno, lettura dopo lettura, il giardino si trasforma in parco e, in questo parco, può capitare di trovarci qualcun altro.
>
> *Susanna Tamaro*

L'immagine del giardino, nel corso della storia umana, ha oscillato tra la dimensione del sacro e quella del profano, tra il recinto protetto dell'*hortus conclusus* e l'apertura scenografica delle regge rinascimentali o delle grandi ville barocche. Il giardino si presta, quindi, a una possibile lettura come campo di relazione tra due poli: quello dell'intimità, della sfera personale e della protezione e quello della magnificenza, dello sguardo collettivo, della messa in mostra. Questa tensione dialettica, di natura anche simbolica, riflette i mutamenti sociali, culturali e politici che hanno accompagnato l'evoluzione umana: da un mondo centrato sul sacro a uno dominato dal potere e dall'apparenza (Czałczyńska-Podolska, 2014; Olivadese, 2025).

Le parole *jardín, jardin, garden* hanno origine dal radicale 'gart', che nei dialetti del germanico occidentale significa "custodire", con il doppio senso di "vietare" e "proteggere" (Prioul, 1998). Tuttavia, da lungo tempo e soprattutto oggi, il giardino non è più soltanto un oggetto estetico da contemplare, o vivere per lo più passivamente; esso si è trasformato in un dispositivo territoriale complesso, un luogo in cui la conservazione della biodiversità si intreccia, in modo fecondo, con l'educazione ambientale, nuove forme di mobilità, modalità rinnovate di esperienza turistica (Cerutti & Moroso, 2022).

Il volume *Giardini in viaggio. Paesaggi, esperienze, sfumature del garden tourism* nasce dall'esigenza di esplorare questo cambiamento di paradigma, analizzando come il *garden tourism* sia divenuto una tra le frontiere più fertili e stimolanti del turismo contemporaneo. In letteratura, viene infatti descritto come una forma turistica peculiare e in crescita, capace di superare criteri meramente estetici per affermarsi come ambito di produzione di valori, reti e apprendimento (Catahan & Benfield, 2025). In questa prospettiva, l'obiettivo del volume è analizzare il ruolo dei giardini botanici all'interno delle trasformazioni attuali del turismo, leggendoli come sistemi spaziali, culturali e turistici complessi. Il contributo del volume risiede nella riconfigurazione del giardino botanico come strumento attivo di produzione e mediazione del territorio, integrando approcci storico–interpretativi, analisi territoriale e indagine empirica, e nella proposta di una lettura interdisciplinare del *garden tourism* fondata sul dialogo tra studi geografici, turistici e del paesaggio.

Il volume si rivolge a ricercatori nei campi della geografia, del turismo e degli studi sul paesaggio, nonché a professionisti del settore turistico, gestori di giardini e operatori culturali interessati ai processi di valorizzazione, gestione e fruizione dei patrimoni botanici. Si propone, inoltre, come riferimento utile per studenti e studentesse universitari/e e, più in generale, per coloro che si occupano di pianificazione territoriale e turismo.

Turismo e giardino formano un binomio inscindibile e dalle molteplici declinazioni, che può intersecare motivazioni culturali, naturalistiche, esperienziali ed educative. Non si tratta di un comparto isolato quanto piuttosto di un segmento "ibrido" che trova la sua forza, ed essenza, proprio nella sua capacità di rispondere a una domanda turistica sempre più stratificata. Il *garden tourism* si manifesta, anzitutto come sottocategoria del turismo culturale, in cui la visita dei giardini storici o degli orti botanici soddisfa un interesse estetico, storico e conoscitivo (Moser, 2023). È in questa accezione che il giardino diventa bene culturale: una porzione di patrimonio (*heritage*) che racconta l'evoluzione del gusto, dell'architettura e della scienza (Cerutti & Moroso, 2023). Al contempo, il binomio turismo–giardino si profila in chiave di turismo naturalistico ed ecologico, dove il giardino funge da porta d'accesso alla biodiversità, offrendo rifugio a specie rare e rappresentando un presidio contro la frammentazione degli *habitat*. Il turista è molto più di un osservatore: è un soggetto che cerca, e può trovare, la ri-

connessione profonda con i ritmi della natura. Ne consegue un'interpretazione relazionale che si riverbera nelle dinamiche, di significato e flusso, del cosiddetto *slow tourism*, nel quale la lentezza dello sviluppo vegetale, unitamente all'offerta di diversi percorsi, proposte, eventi di visita, impongono un tempo di fruizione dilatato, contrapposto alla frenesia del consumo turistico "mordi e fuggi" (Shapoval *et al.*, 2021). Il giardino prende così la veste di un'isola di decompressione, un luogo di benessere psico–fisico che si inserisce pienamente nelle più recenti tendenze del *wellness tourism*.

Non meno importante è la prospettiva legata al turismo esperienziale e dell'apprendimento: il giardino "contemporaneo" arricchisce la dimensione della visita con contenuti formativi ed educativi. Attraverso laboratori didattici e artistici, eventi tematici e percorsi sensoriali, i visitatori partecipano attivamente alla vita del giardino, alimentando la loro crescita personale e contribuendo alla costruzione condivisa di nuovi significati con cui guardare, animare, comunicare il giardino stesso. Infine, il legame tra turismo e giardino assume una chiara valenza in termini di rigenerazione urbana e territoriale: se nelle grandi metropoli, i giardini botanici agiscono come "polmoni verdi" che riqualificano intere aree, nei contesti rurali o di confine essi si configurano come motori di sviluppo locale, in grado di attrarre flussi internazionali e di valorizzare l'identità paesaggistica.

La spinta verso una nuova "geografia dei giardini" è stata, indubbiamente, accelerata dall'evento pandemico di inizio XXI secolo, che ha scardinato i vecchi equilibri dello spostamento globale e dello stesso turismo. La crisi sanitaria, come risaputo, non ha solo provocato un crollo quantitativo dei flussi, ma ha agito come catalizzatore per un ripensamento qualitativo delle pratiche turistiche. Nel post–Covid, è emersa una convergenza senza precedenti tra l'asse ambientale e quello culturale, testimoniata dall'attenzione crescente del turista verso paesaggi considerati rigenerativi, dove il valore estetico della natura si fonde con la stratificazione storica e la memoria dei luoghi. Il giardino diviene una meta ideale per il turismo lento e immersivo, offrendo spazi aperti, sicurezza e una nuova connessione reale con il territorio. Nella letteratura più recente si sottolinea non solo un aumento dell'interesse per i giardini storici, tradizionalmente studiati in Europa occidentale, ma anche l'emergere di nuove regioni geografiche come contesti dinamici di *garden tourism*: in particolare, studi dall'Europa centro-orientale evidenziano strategie innovative di valorizzazione dei giardini come attrattori culturali e naturali (ad esempio in Polonia

e Repubblica Ceca), mentre nel mondo asiatico ricerche sul valore turistico e moltiplicativo dei giardini storici e paesaggistici (tra cui siti in Cina, Giappone e Corea del Sud) mostrano un forte legame tra paesaggio, identità culturale e proposte sostenibili di fruizione turistica (Silva & Carvalho, 2023; Novák & Havel, 2024; Zhang & Lin, 2025).

In questa cornice trasformativa, le tecnologie assumono un ruolo sempre più rilevante, ridefinendo le modalità di accesso, mediazione e comunicazione dei giardini. Realtà aumentata, sistemi di gestione intelligente, piattaforme digitali, *social media* concorrono alla costruzione di nuove forme di esperienza e narrazione del patrimonio botanico, ampliando il pubblico e favorendo l'interazione e personalizzazione. La dimensione digitale non rappresenta un elemento accessorio, ma una componente strutturale delle dinamiche contemporanee del *garden tourism*.

Il libro si apre con una ricostruzione storica (capitolo 1), la cui finalità risponde all'esigenza di comprendere le radici culturali e simboliche del rapporto tra giardini e attività di visita, mettendo in luce come il legame tra giardini e viaggi non sia un fenomeno recente, ma affondi le proprie origini nelle antiche civiltà. Dalle geometrie sacre dell'Antico Egitto, che rispondevano alla necessità di addomesticare l'ambiente nilotico, ai "paradisi" persiani (*pairidaeza*) concepiti come rappresentazioni simboliche dell'ordine divino, il giardino è sempre stato uno spazio modellato dalla presenza umana per trarne piacere e conoscenza. Questa evoluzione trova un punto di svolta fondamentale nel Rinascimento italiano, quando il giardino è un "palazzo all'aperto", un'opera d'arte totale in cui la natura viene sottomessa a leggi matematiche e prospettiche. È qui che nasce il concetto moderno di visita, che renderà i giardini anche tappe obbligate per le élites europee nel loro *Grand Tour*, anticipando di secoli la complessità del turismo esperienziale moderno. Il primo capitolo si addentra in questa complessità analizzando le traiettorie più recenti del *garden tourism*, settore che ha mostrato una resilienza straordinaria e una capacità di rinnovarsi costantemente, intercettando i nuovi desideri di "verde", di "ritorno alla terra", di esperienze all'aria aperta. Il testo esplora la stretta interdipendenza che intercorre tra giardino e destinazione, ponendo in evidenza come la valorizzazione passi oggi attraverso la potenzialità messa in campo da parte dei siti botanici di generare identità e attrattività per l'intero sistema locale. In questo senso, giardino e *garden tourism* divengono elementi centrali nella defi-

nizione della destinazione turistica, evolvendo da semplici punti di passaggio o beni paesaggistici a leve strategiche con cui influenzare l'immagine e il posizionamento di un'area geografica sui mercati nazionali e internazionali. L'analisi prosegue adottando lo sguardo del "giardino al plurale", precisando le diverse funzioni, tipologie e il ruolo del giardino botanico nel bilanciare rigore scientifico e accoglienza turistica. Un focus particolare è dedicato ai giardini alpini, alle loro specificità e forme di destinazione che richiedono strategie gestionali mirate. Il capitolo fornisce, inoltre, un quadro aggiornato su dati e tendenze del *garden tourism*, delineando una base quali–quantitativa utile a comprenderne l'entità, e include una sezione sulle innovazioni digitali, che stanno ridefinendo l'esperienza di visita, i modelli di comunicazione e *management* dei giardini. Infine, vengono affrontati i temi cruciali degli impatti territoriali, della sostenibilità e dei modelli di gestione, sottolineando come solo un approccio integrato possa garantire la conservazione di questi fragili ecosistemi di fronte alla crescente pressione antropica e agli effetti, talora negativi, dello stesso turismo.

Il cuore dell'analisi si sposta nella provincia del Verbano Cusio Ossola (VCO), in alto Piemonte, caso studio su cui si concentrano i capitoli successivi, con l'obiettivo di esaminare le dinamiche locali di valorizzazione dei giardini e delle aree verdi quali strumenti di attrattività turistica e costruzione dell'identità paesaggistica. La scelta non è casuale: territorio di confine caratterizzato da una straordinaria diversità geografica, da una significativa concentrazione di giardini di rilevanza internazionale e da un consolidato posizionamento come destinazione turistica, consente di osservare in modo privilegiato le interazioni tra risorse botaniche, turismo e processi territoriali. In questa direzione, il VCO rappresenta un esempio paradigmatico, capace di restituire traiettorie che, pur radicate localmente, risultano significative anche su scala nazionale e globale. L'area si distingue per un'ampia escursione altimetrica – dai 193 metri sul livello del Lago Maggiore agli oltre 4.000 del Monte Rosa – che ha favorito la formazione di patrimoni botanici unici. Luoghi come le Isole Borromee e i giardini botanici di Villa Taranto non sono solo attrazioni iconiche, ma veri e propri laboratori, in cui il microclima lacustre consente l'acclimatamento di specie subtropicali in coesistenza con la flora alpina.

Il volume analizza, nel capitolo 2, come queste eccellenze possano fungere da leva per uno sviluppo locale sostenibile, in grado di produrre occupazione qualificata, contrastare la marginalizzazione delle aree interne e sostenere forme di turismo attente e responsa-

bili. In particolare, il capitolo approfondisce il patrimonio botanico del VCO nel suo contesto geografico e nella sua diversificazione floristica, ricostruendo la varietà territoriale di una provincia di confine e analizzando i principali giardini botanici e storici di eccellenza. A ciò si affianca una lettura spaziale condotta mediante una cartografia dei giardini e delle loro condizioni di accessibilità, utile per la comprensione delle relazioni tra localizzazione, fruizione e potenziale attrattivo turistico. La riflessione si apre, inoltre, alle dimensioni culturali, formative e ambientali dei giardini botanici e si arricchisce attraverso la comparazione con casi emblematici italiani e internazionali, allargandosi alle prospettive di sostenibilità e benessere.

Il capitolo 3, intitolato *"Mosaico della natura"*, prende nome da un'idea originale e adotta un orientamento empirico volto a dare voce sia ai visitatori sia al territorio, combinando dati provenienti da questionari e interviste a testimoni privilegiati, finalizzati a indagare gli assetti organizzativi dei giardini e le dinamiche evolutive del *garden tourism*. In coerenza con l'impostazione metodologica delineata, il capitolo si articola nella definizione dei profili dei visitatori, delle motivazioni e delle tipologie di fruizione dei giardini, nonché delle percezioni legate alla sostenibilità e alle modalità di gestione. I risultati vengono quindi discussi, anche per quanto concerne la replicabilità della ricerca e al confronto con realtà di riferimento come i giardini di Villa Taranto, per imbastire strategie e scenari volti a un *garden tourism* sempre più integrato.

Alle coordinate della concretezza, della storia e delle espressioni locali il volume aggiunge un ulteriore piano: quello del giardino come metafora.

Il giardino è cura. Cura delle piante, dei suoli, delle acque; ma anche cura dello sguardo, del tempo, delle relazioni. In un'epoca segnata da crisi ecologiche e frammentazioni territoriali, la pratica del giardinaggio diviene gesto politico e culturale: significa scegliere cosa coltivare, come mantenere equilibrio tra spontaneità e controllo, come integrare memorie e innovazioni.

Il giardino è progetto. Nulla in esso è casuale: anche l'apparente naturalità dei modelli paesaggistici è frutto di una costruzione progettata e voluta. Il giardino è, dunque, anticipazione, disegno, pianificazione nel tempo lungo. È spazio che richiede manutenzione costante e visione prospettica.

Il giardino è bellezza. Non statica o meramente decorativa, ma dinamica, stagionale, relazionale. Una bellezza che nasce dall'inte-

razione tra componenti naturali e intenzionalità umana, tra biodiversità e forma.

Il giardino è viaggio. Non soltanto destinazione, ma percorso, attraversamento, esperienza in divenire. Visitare un giardino significa muoversi tra tempi, spazi e significati, intrecciando dimensione sensoriale, conoscitiva ed emotiva. Il giardino diventa così luogo di scoperta e trasformazione, in cui il visitatore è al tempo stesso osservatore e partecipe, e in cui il paesaggio si offre come esperienza da abitare più che da consumare.

Questa articolazione metaforica e "polifonica" – cura, progetto, bellezza e viaggio – trova un'applicazione particolarmente densa nel contesto alpino. Le Alpi non sono soltanto scenario naturale: sono paesaggi culturali complessi, plasmati nei secoli da prassi agricole, pastorali, insediative (Cerutti *et al.*, 2022). I giardini alpini e botanici, spesso situati in contesti di alta quota, rappresentano microcosmi di biodiversità e al tempo stesso dispositivi di interpretazione del territorio montano. In essi si concentra la tensione tra conservazione e fruizione, tra tutela degli ecosistemi fragili e apertura a nuove forme di turismo consapevole. Non è casuale che questo volume si inserisca tra gli *output* scientifici del progetto Interreg *Blizart*, finanziato nell'ambito dei programmi di cooperazione territoriale europea Italia-Svizzera 2025-2027: è un progetto che intende promuovere la protezione del patrimonio naturale e culturale e incentivare un turismo sostenibile nelle terre di confine. I programmi Interreg promuovono la collaborazione transfrontaliera per uno sviluppo sostenibile e integrato delle regioni europee, con particolare attenzione alle aree transfrontaliere e montane, contribuendo alla condivisione di modelli di gestione, alla sperimentazione di pratiche innovative e alla costruzione di reti tra istituzioni, comunità e attori locali. In questa prospettiva, il giardino può essere letto come figura paradigmatica del progetto europeo stesso: spazio condiviso, frutto di cooperazione, in cui la diversità diventa ricchezza e la cura responsabilità collettiva.

L'introduzione si conclude con l'auspicio che nella lettura di queste pagine si possa trovare, come suggerito da Susanna Tamaro, un "piccolo giardino all'interno della memoria": un luogo di sosta, prezioso, per riflettere sulla complessità dei paesaggi che abitiamo.

1

IL GIARDINO BOTANICO COME DESTINAZIONE NELLA CORNICE DEL *GARDEN TOURISM*

Stefania Cerutti

> Nous traversons les miracles en aveugles, sans voir que le moindre jaillissement d'une fleur est fait de milliers de galaxies.
>
> Attraversiamo i miracoli come ciechi, senza vedere che il più piccolo germoglio di un fiore è fatto di migliaia di galassie.
>
> *Christian Bobin*

1. Il garden tourism *nel contesto del turismo culturale contemporaneo*

L'evento pandemico ha scardinato l'ordine mondiale, in molti modi e su piani diversi. Nel suo delinearsi come fenomeno emergenziale, è divenuto un potente catalizzatore di cambiamento che ha prodotto inevitabili ripercussioni nell'orbita di un ripensamento profondo dei paradigmi della mobilità e del turismo. Turismo – inteso in senso lato, come settore economico e al contempo come fenomeno socio–culturale – che non ha solo subìto una battuta d'arresto inimmaginabile, registrando un crollo a livello quantitativo di flussi, entrate e profitti a causa di restrizioni e limitazioni. Questa contrazione drammatica si è manifestata anche con riguardo alla sfera qualitativa dell'esperienza turistica. Le priorità sono, più o meno necessariamente, state riviste e il distanziamento fisico ha paradossalmente provocato un innalzamento della richiesta di prossimità, geografica ed emotiva, con gli ambienti (re)incontrati.

Sotto questa spinta, si è innescata una convergenza senza precedenti tra la dimensione ambientale e quella culturale: se prima del 2020 il confine tra "natura" e "arte" appariva più nettamente tracciato, o tracciabile, nel post–Covid questa dicotomia è stata sormontata da una visione olistica del territorio – spazio organiz-

zato di relazioni e attività – e al paesaggio – spazio percepito di significati e rappresentazioni. La crisi sanitaria ha, infatti, orientato le scelte verso luoghi aperti e rigenerativi in cui il valore estetico delle componenti ambientali si fondasse con la memoria e la stratificazione storica delle aree visitate. Il patrimonio naturale è uscito da uno sguardo ingessato, che lo relegava a ruolo di cornice passiva, per farsi palinsesto culturale vivo, capace di rispondere alle tensioni di libertà, benessere, autenticità.

È in questo quadro di mutamento sostanziale che il turismo culturale ha conosciuto, negli ultimi anni, importanti trasformazioni, correlate alla crescente domanda di esperienze più sostenibili, localizzate e capaci di favorire una connessione reale con i luoghi e i patrimoni. Si sono ridefiniti i tempi e gli spazi dell'ascolto, dello spostamento e della conoscenza, plasmati da modalità fruitive eterogenee e generative di fatti spesso innovativi e stimolanti, ma talvolta anche ambigui o contraddittori. Da un lato, si è confermata l'esigenza di lentezza, accompagnata dal desiderio di attivare un dialogo sempre più fecondo con le risorse bio–culturali diffuse, secondo un approccio relazionale e partecipato (Cerutti, 2019). Dall'altro, si è accentuata la tendenza opposta, orientata verso pratiche di turismo accelerato e spettacolarizzato, alimentate dalla ricerca di mete iconiche e altamente visibili, spesso già soffocate da dinamiche di overtourism e consumo massivo.

Nel periodo successivo alla pandemia, il turismo culturale si è, inoltre, caratterizzato per l'emergere, o il consolidarsi, di "sotto forme" rivolte a una fruizione più decentrata, sostenibile e tematica, in risposta a mutate esigenze di sicurezza, vicinanza e veridicità (Richards, 2021; WTO, 2021; Rabbiosi & Ioannides, 2022). Si è assistito così alla diffusione dello *slow tourism*, dei cammini culturali e spirituali, dei percorsi escursionistici e nell'entroterra, del turismo dei giardini, dei parchi e paesaggi storici, del turismo esperienziale legato alle dotazioni patrimoniali immateriali, all'artigianato locale e alle radici dei luoghi, dei "turismi" di prossimità (Tocci, 2022; Fiorenza, 2024; Cerutti et al., 2024; Autiero, 2025). La rarefazione degli spostamenti ha reso i turisti e visitatori più sensibili, attenti e consapevoli, portando peraltro a un incremento del turismo culturale domestico. I viaggi nel proprio paese sono dati registrati sia a livello internazionale (OECD, 2024), sia soprattutto nazionale: il Rapporto Annuale Federculture (Federculture, 2025) attesta che le destinazioni culturali hanno rappresentato nel 2024 oltre il 63% delle presenze turistiche del "bel Paese", confermando il ruolo della cultura come pilastro di crescita del settore

turistico, e questo anche in riferimento alle aree interne o periferiche, dove l'incremento degli arrivi di circa il 7% tra il 2019 e il 2023 si è accompagnato a un tasso di permanenza più lungo, mostrando una diffusione del turismo culturale domestico anche in contesti non tradizionali.

In Italia, ciò è stato promosso da strategie istituzionali volte alla valorizzazione dei territori minori e delle reti culturali diffuse, come evidenziato nel Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2023–2027 (MiC, 2023) nonché nei programmi di rigenerazione culturale promossi da ANCI e altri enti, sostenuto anche con i fondi del Piano Nazionale Ripresa e Resilienza (PNRR) dedicati a turismo e cultura.

I processi trasformativi del turismo culturale hanno, quindi, posto in evidenza un allargamento dei confini concettuali e operativi. L'ambito più tradizionalmente ancorato alla fruizione di risorse patrimoniali storico–artistiche, museali e monumentali, si è progressivamente aperto includendo esperienze e pratiche che intrecciano dimensioni ambientali, sensoriali ed emozionali, giungendo a mettere in discussione anche la storica dicotomia tra natura e cultura (Ahmed, 2024). Si tratta di una traiettoria evolutiva che non delinea una semplice estensione tematica, ma che porta in emersione un cambiamento più profondo nel modo stesso di intendere il patrimonio e l'esperienza turistica. Elementi un tempo ricondotti in prevalenza alla sfera della "natura" vengono oggi interpretati come espressioni culturali, poiché modellati, vissuti e compresi mediante pratiche sociali, saperi e forme.

In questo percorso *in fieri*, il paesaggio assume un ruolo di primo piano quale spazio di sintesi e luogo di incontro: non solo in quanto contenitore fisico quanto piuttosto come riflesso delle azioni, delle memorie e delle emozioni di chi lo abita o lo attraversa, inclusi coloro che lo vivono temporaneamente in qualità di turisti. Un sistema di offerta capace di valorizzare, e narrare, il paesaggio riesce a intercettare la domanda emergente di lentezza e sostenibilità quando consente all'esperienza turistica di configurarsi come un aspetto fattivo e partecipato di co–costruzione di senso, fondato sulla continua reinterpretazione dei segni e significati del paesaggio.

È in questa prospettiva che il *garden tourism* – il quale declina quel turismo orientato alla visita e alla fruizione di giardini storici, paesaggistici e botanici – si è affermato come segmento culturale in espansione, in grado di motivare e rispondere a nuove domande di esperienza, sostenibilità e apprendimento. In particolare,

il giardino botanico si è andato strutturando come destinazione privilegiata in relazione alla sua capacità di integrare dimensioni scientifiche, ricreative, sociali, educative e paesaggistiche, offrendo ai propri visitatori percorsi di scoperta contestualmente immersivi e (tras)formativi. Al fine di capire come questi spazi siano diventati destinazioni culturali e ambientali di rilievo, l'analisi che segue contestualizza il fenomeno del *garden tourism* nella storia dei giardini, dalle antiche civiltà fino all'epoca moderna. L'intento è quello di tratteggiare un quadro diacronico che, pur in modo sintetico, consenta di leggere l'evoluzione delle forme e delle pratiche legate ai giardini, senza pretese di esaustività, ovvero di acquisire coordinate calibrate sulle attuali dinamiche del *garden tourism* e sugli sguardi contemporanei che si posano sui paesaggi e sui patrimoni dei giardini.

2. Origini, sviluppi e orientamenti del garden tourism

Giardini e turismo: genealogie di un rapporto in evoluzione

Il legame tra turismo e giardini affonda le proprie radici in pratiche consolidate nel tempo, ma ha conosciuto un significativo rafforzamento negli ultimi tre decenni. A livello globale si registra, infatti, un crescente interesse verso i giardini, alimentato non solo dalla varietà e diffusione degli spazi esistenti, ma anche dall'ampliamento delle opportunità di accesso e fruizione, legato all'apertura stagionale o occasionale di siti pubblici e privati e alla crescente offerta di iniziative culturali, educative e ricreative. Tale tendenza si inserisce in un più ampio mutamento delle esigenze sociali, sempre più orientate al contatto con la natura, a momenti di quiete e benessere, ad attività all'aria aperta e opportunità di apprendimento nei campi culturale, storico e botanico (Silva et al., 2023): così affermano Silva, Carvalho e Adelino in un lavoro di indagine sul caso del Portogallo e, in particolare, dell'Isola di Madeira che si fa per loro osservatorio diretto e privilegiato per cogliere le differenti traiettorie evolutive del *garden tourism*. In modo analogo, Railland sostiene che l'arte dei giardini abbia conosciuto una vera e propria rinascita: dopo essere caduta in disuso a partire dal periodo tra le due guerre, dagli anni Ottanta la sua riscoperta è stata particolarmente rilevante (Railland, 2003).

L'attenzione contemporanea rivolta ai giardini si lega anche a una più ampia ricerca del "bello naturale", inteso come esperien-

za estetica del paesaggio e della natura in quanto tale (D'Angelo, 2009; Milani, 2005; Dell'Agnese, 2018). In questa prospettiva, il giardino si manifesta come spazio privilegiato di mediazione tra il progetto umano e l'ambiente. "Il giardino è un paesaggio artificialmente modellato dall'uomo, in cui la natura come tale viene curata in quanto oggetto estetico, dal quale l'uomo possa trarre un piacere disinteressato" (Assunto, 2006, p. 48). E ancora, come ricorda Magi, attraversare un giardino significa riaccendere memorie, atmosfere, luci che appartengono non solo all'esperienza sensibile, ma anche alla dimensione culturale e immaginativa del paesaggio (Magi, 2005).

Il giardino è dunque un paesaggio costruito, perfezionato dall'azione umana, rappresentazione spaziale del tempo della natura (Assunto, 2006) e insieme documento culturale stratificato (Zangheri, 2002). In tale direzione, Scazzosi lo definisce un'"opera aperta", mai definitivamente conclusa perché costantemente esposta all'azione del tempo, della crescita vegetale, delle scelte progettuali e della riattivazione da parte del fruitore, coinvolto in una continua attività di ri–progettazione (Scazzosi, 1993, pp. 196–197).

Muovere da queste premesse teoriche è necessario per comprendere perché il passaggio – che si sostanzia in questo volume passando dal quadro storico generale alle situazioni più specifiche dei giardini botanici e, in seguito, ai casi di studio territoriali – non costituisca una semplice digressione, ma un passaggio metodologicamente fondante. Ricostruire le dinamiche evolutive del giardino consente di chiarire come siano cambiati nel tempo non solo i modelli progettuali, ma anche le modalità di accesso, percorrenza, uso, interpretazione e valorizzazione. In altri termini, la genealogia del giardino permette di conoscere attraverso quali trasformazioni uno spazio inizialmente simbolico, sacro, elitario o privato sia divenuto progressivamente luogo di visita, esperienza culturale e, infine, attrattore turistico. Tale ricostruzione contribuisce agli obiettivi del volume in quanto offre la cornice necessaria per leggere i giardini contemporanei – e in particolare quelli botanici e alpini – non come realtà isolate, ma come esiti di una lunga traiettoria storica in cui mutano funzioni, forme di progetto, pubblici di riferimento e pratiche di fruizione.

Da questo punto di vista, il rapporto tra storia dei giardini e turismo non può essere dato per scontato. La genesi e l'evoluzione dei giardini non procedono, infatti, in parallelo con lo sviluppo del turismo a essi connesso: per lungo tempo il giardino non è stato una meta di visita nell'accezione moderna del termine, ma

uno spazio a destinazione d'uso codificata, riservato e regolato. Proprio per questo, ripercorrerne alcune tappe salienti favorisce la comprensione di come l'intreccio tra arte, giardini e patrimonio sia divenuto solo progressivamente "materia turistica". In questa cornice, risultano particolarmente utili alcuni contributi fondamentali per la storia dei giardini, tra cui quelli di Marie Luise Gothein (2006; 2014), Mariella Zoppi (2009) e Carlo Tosco (2018), che permettono di inquadrare il giardino come forma culturale di lunga durata e di mettere a fuoco, in particolare per l'età moderna, l'affermarsi del giardino all'italiana. Sul piano territoriale, inoltre, l'apporto di Carola Lodari (2011) consente di valorizzare il contesto del Lago Maggiore e delle aree limitrofe, particolarmente rilevante per il prosieguo dell'analisi presentata nel volume.

Alla luce di questo inquadramento storico–critico, è possibile risalire alle origini più antiche del giardino, dove esso si configura anzitutto come spazio simbolico, religioso, politico ed estetico, non ancora pensato per una fruizione turistica in senso proprio. Nell'antico Egitto, ad esempio, dalle caratteristiche del paesaggio nilotico discendono l'organizzazione delle coltivazioni, le tecniche di irrigazione e le forme artistiche. Le pitture murali e tombali del XV secolo a.C. descrivono giardini privati geometrici, pianeggianti, recintati, organizzati attorno all'abitazione e dotati di cisterne, vani di servizio, pergolati, filari di palme, alberi da frutto, papiro e fiori (Vannucchi, 2003, pp. 18–19). La progettazione è qui fondata sull'ordine, sulla regolarità e sul controllo dell'acqua; la fruizione, invece, resta domestica, privata, legata alla vita della casa, alla coltivazione e alla rappresentazione simbolica dello spazio.

Nel Vicino Oriente antico, il giardino assume caratteri insieme sacri, regali e monumentali. Biga e Ramazzotti ricordano la lunga tradizione di giardini nei palazzi e nelle città orientali, nonché la loro presenza nei testi mitologici e letterari e nei contesti templari, dove essi fungono da luoghi di ritualità, prestigio e sperimentazione botanica (Biga & Ramazzotti, pp. 22–23). Nelle capitali assire, soprattutto nel I millennio a.C., i giardini diventano opere monumentali sostenute da grandi infrastrutture idrauliche, mentre il trasferimento e l'acclimatazione di specie arboree rivelano un precoce interesse naturalistico da parte del potere regale (ibidem, pp. 27–28). In questo stesso orizzonte si colloca il mito dei giardini pensili di Babilonia, costruzione sospesa tra realtà storica e racconto meraviglioso, che la circolazione dei racconti trasformò in una delle meraviglie del mondo antico (Vannucchi, 2003, p. 21; Grimal, 1974, p. 11). Anche il modello persiano del *pairidaeza*, fondato

sulla quadripartizione del *čahārbāgh*, esprime una forte valenza cosmologica e religiosa: il giardino è spazio ordinato, scenico, geometricamente costruito, ma riservato e connesso alla rappresentazione del potere (Grimal, 1974).

Nel mondo greco il giardino conosce diverse funzioni e forme di fruizione. Le fonti letterarie, a partire da Omero, evocano spazi ordinati, irrigati e rigogliosi, come il giardino di Alcìnoo, immagine di armonia e prosperità (Vannucchi, 2003). In una fase successiva, il giardino diventa luogo di riflessione filosofica e di insegnamento, come mostrano l'Accademia di Platone e il Liceo di Aristotele: la progettazione dello spazio si semplifica rispetto alle grandi scenografie d'Oriente e la fruizione si concentra sul dialogo, sullo scambio culturale e sulla passeggiata come pratica intellettuale. In età ellenistica, infine, il contatto con i modelli orientali produce giardini più ampi e articolati, destinati a influenzare l'esperienza romana.

Con Roma antica l'arte dei giardini raggiunge una nuova formalizzazione. Come ricorda Grimal, il giardino romano si presenta come una sorta di "quadro proiettato nelle tre dimensioni dello spazio" (Grimal, 1974, p. 19), dove natura, architettura e artificio si integrano in modo compiuto. Vannucchi sottolinea il passaggio, nell'arco di circa tre secoli, dalle forme dell'orto fecondo ai grandi parchi decorativi, segnati dall'uso dell'arte topiaria, di alberature d'alto fusto, di ninfei, fontane, pitture e mosaici rustici (Vannucchi, 2003, p. 33). La progettazione romana si caratterizza per la stretta connessione tra residenza e paesaggio, tra interno ed esterno, tra funzione produttiva e rappresentazione. In termini di fruizione, tuttavia, anche in presenza di alcuni giardini pubblici, prevale ancora una logica selettiva: gli *horti* e le ville di *otium* sono spazi di lusso, riposo e autorappresentazione, riservati a ceti elevati, mentre in età imperiale molti giardini vengono sottratti al pubblico. Nel mondo antico, pertanto, il giardino non è ancora meta di visita, bensì luogo altamente codificato, accessibile solo entro precise gerarchie sociali, religiose e politiche.

Una prima profonda evoluzione si registra nel Medioevo. Come osserva Kirfel, la rinascita medievale dei giardini non coincide con la semplice continuità della tradizione antica, ma con una sua rielaborazione alla luce di nuovi modelli religiosi e culturali (Kirfel, 2000, p. 133). La cultura cortese sviluppa una sensibilità laica che fa del giardino uno spazio di incontro amoroso, di prova, di riti e di percorsi iniziatici; tuttavia, la matrice dominante resta quella religiosa e soprattutto monastica. I modelli di riferimento sono l'Eden,

l'*hortus conclusus* del *Cantico dei Cantici* e il giardino del sepolcro di Cristo (ibidem, p. 134). Se gli anacoreti orientali cercavano il *desertum* come luogo di natura pura priva di uomini, il monachesimo occidentale opera una vera "rivoluzione geografica", sostituendo al deserto le isole, le foreste e gli spazi dissodati dell'Europa cristiana (Silvestrini, 2017; le Goff, 1990). "I monaci diffusero il Verbo nelle terre dei pagani, 'dissodando' metaforicamente spazi fisici e mentali. In questo senso essi divennero costruttori di giardini: giardini per i corpi e giardini per le anime" (Silvestrini, 2017, p. 101).

Sul piano progettuale, il Medioevo elabora un'organizzazione funzionale e simbolica molto precisa. La pianta carolingia di San Gallo distingue *hortus*, *pomarius–cimitero* e *herbolarius*, ciascuno con specifiche funzioni alimentari, terapeutiche e spirituali; il chiostro è il cuore verde del monastero, traduzione vegetale dell'ordine cosmico cristiano. Nei secoli successivi, con i Cistercensi e con altre congregazioni contemplative, il giardino non si limita più allo spazio recintato del chiostro ma tende ad ampliarsi fino a investire l'intero paesaggio coltivato: campi, acque, boschi e valli diventano luoghi di esperienza spirituale diretta della natura e di organizzazione economica del territorio. Parallelamente, nel Medioevo islamico il giardino assume una fortissima valenza simbolica e teologica, configurandosi come immagine del paradiso coranico e spazio ordinato secondo principi geometrici, idraulici e sensoriali, come mostra emblematicamente l'Alhambra. Anche in questo caso, però, la fruizione resta controllata, interna a contesti religiosi, di corte o d'élite. Il cambiamento rispetto all'antichità non consiste dunque ancora in una democratizzazione dell'accesso, quanto piuttosto in una trasformazione delle funzioni e delle logiche di progetto: dal giardino come segno del potere imperiale si passa al giardino come spazio di disciplina spirituale, cura, simbolizzazione del Creato e organizzazione della vita comunitaria.

È però con l'età moderna che si produce la discontinuità decisiva rispetto alla futura fruizione turistica. L'Umanesimo e il Rinascimento affermano la centralità dell'essere umano e della sua capacità di ordinare e plasmare la natura. Il giardino cessa di essere un semplice spazio di sussistenza o di raccoglimento religioso per farsi progetto intellettuale, scenografico e simbolico. In questo scenario, il giardino all'italiana, tra XV, XVI e primi decenni del XVII secolo, rappresenta un passaggio fondamentale anche per gli obiettivi del presente volume, perché introduce modalità di progettazione e di visita che costituiranno uno dei presupposti storici della fruizione culturale dei giardini. Gli apporti di Gothein, Zoppi

e Tosco risultano qui particolarmente utili per inquadrare la specificità di una tradizione che non consiste semplicemente nell'ordine geometrico, ma in una nuova concezione del rapporto tra architettura, natura, vista e percorso.

Il giardino all'italiana si sviluppa spesso lungo i versanti collinari, si articola in terrazze, assi prospettici, scalinate, fontane, statue, logge, siepi e materiali lapidei, e si configura come estensione della villa o del palazzo che lo ospita. Non costituisce un'aggiunta esterna ma un vero e proprio "palazzo all'aperto" (Treib, 2011), nel quale il mondo vegetale è subordinato a una rigorosa gerarchia spaziale e a leggi geometriche (Turner, 2005; Fabbrizzi, 2003; Hu, 2024). La natura viene così progettata come spazio ordinato, leggibile e percorribile; attraverso l'arte topiaria, le quinte verdi, i ninfei e le statue, il giardino si fa anche percorso allegorico, mitologico e filosofico. In esso si codifica pienamente il concetto di "Terza Natura", cioè la fusione tra artificio umano e spontaneità vegetale (Hunt, 2000; Pietrogrande, 2024). Proprio qui si registra un mutamento importante anche a livello fruitivo: il percorso nel giardino viene intenzionalmente disegnato per stupire, educare e intrattenere. La visita non è ancora pubblica in chiave moderna, ma si carica già di una dimensione esperienziale, narrativa e dimostrativa che prefigura pratiche turistiche successive.

Questo elemento si intreccia strettamente con le pratiche di viaggio della prima età moderna. Nel contesto del proto–Grand Tour (1550–1640), nobili, diplomatici e giovani appartenenti alle élite europee intraprendono viaggi formativi in Italia, studiando, misurando e disegnando giardini e ville (Hale, 2005). Il viaggio non è più solo spostamento, ma esperienza formativa e trasferimento di modelli estetici e progettuali. Esempi celebri sono il Giardino di Boboli, Villa d'Este e, in relazione al contesto territoriale che assumerà rilievo nei capitoli successivi, i giardini dell'Isola Bella sul Lago Maggiore. In questa direzione, il richiamo a Lodari permette di anticipare la rilevanza che i giardini del Lago Maggiore e delle aree limitrofe assumeranno nel passaggio dal quadro generale alle realtà più specifiche del paesaggio lacuale e prealpino.

Nel XVII secolo, con il Barocco e con il modello di Versailles, il giardino assume una dimensione ancora più spettacolare e politica. Le prospettive assiali, la monumentalità e la teatralità scenografica trasformano lo spazio verde in manifestazione visibile dell'ordine assoluto e in attrazione per ambasciatori, aristocratici e viaggiatori colti (Mosser & Teyssot, 1990; Socco, 2007). Sul piano progettuale, il giardino non si limita più a organizzare la vegetazione, ma

si estende visivamente e simbolicamente al territorio circostante, includendo anche la dimensione produttiva del paesaggio. Sul piano della fruizione, si consolida la pratica del Grand Tour classico (1640–1790): città come Roma, Firenze e Napoli, con le loro ville e i loro giardini, sono tappe obbligate della formazione europea. Il giardino esce progressivamente dalla sola dimensione privata e si manifesta come luogo da vedere, raccontare e descrivere nei diari di viaggio (Colletta, 2015; De Seta, 2001; Piana et al., 2025). Si tratta di un passaggio decisivo, perché la visita inizia a produrre racconto, sedimentazione, reputazione e circolazione di immagini, fattori tutti centrali nella futura costruzione turistica dei luoghi.

Nel XVIII secolo, infine, il giardino paesaggistico all'inglese introduce una nuova sensibilità, contrapponendosi alla rigidità geometrica rinascimentale e barocca. Prati ondulati, piccoli laghi, boschetti, rovine artificiali e viste pittoresche costruiscono paesaggi ispirati alla sensibilità romantica e alla pittura di paesaggio (Jacques, 2017; Calvano, 2019). La natura non è più soltanto dominata e ordinata, ma emotivamente interpretata. Questo mutamento modifica profondamente anche l'esperienza del visitatore: il giardino si offre come spazio di passeggio, contemplazione, scoperta individuale e introspezione. La fruizione si fa meno cerimoniale e più personale; il percorso non impone soltanto una gerarchia di vedute, ma invita a una relazione più mobile, immersiva e sensibile con il paesaggio. Tale cambiamento coincide con il tardo Grand Tour (1790–1840) e con l'allargamento della base sociale dei viaggiatori: il viaggio si fa più breve, meno aristocratico, progressivamente più accessibile, mentre si diffondono guide stampate, itinerari organizzati e servizi per viaggiatori (De Seta, 2014; Savelli, 2012). I giardini si presentano come mete più facilmente visitabili e meno legate all'ostentazione esclusiva del potere.

È proprio in questa lunga traiettoria, dal mondo antico all'età moderna, che si colloca la genesi del *garden tourism*. Ciò che muta nel tempo non è soltanto la forma del giardino, ma soprattutto il suo regime di accesso, il suo pubblico, la sua intenzionalità progettuale e la sua capacità di produrre esperienza. Nell'antichità prevalgono funzioni sacre, politiche e di rappresentanza; nel Medioevo il giardino si configura come spazio di disciplina spirituale, cura e simbolizzazione del Creato; nel Rinascimento e nel Barocco diventa tramite intellettuale e scenografico, sempre più connesso alla visita colta e al viaggio aristocratico; nel paesaggismo settecentesco si afferma invece una fruizione più soggettiva, empatica e progressivamente ampliata dal punto di vista sociale. In questa evoluzione

si comprendono meglio anche i passaggi successivi verso i giardini botanici e alpini: essi erediteranno da questa storia non solo forme e modelli, ma anche pratiche di osservazione, apprendimento, passeggio, contemplazione e valorizzazione culturale del territorio.

In altri termini, il passaggio dal quadro globale alle realtà specifiche dei giardini botanici e alpini risulta necessario proprio perché tali realtà si collocano all'incrocio di queste trasformazioni di lunga durata. La loro progettazione e la loro fruizione non nascono in astratto: si alimentano di tradizioni precedenti: della dimensione simbolica e ordinatrice del giardino antico, della funzione conoscitiva e terapeutica di quello medievale, della regia del percorso e della visita propria del giardino rinascimentale e barocco, così come dell'esperienza immersiva e contemplativa maturata nel paesaggismo moderno. Sotto la lente di queste vicende è possibile comprendere come il giardino possa divenire un dispositivo culturale del territorio, in luogo di educazione ambientale e botanica, in spazio di esperienza turistica e in attrattore capace di integrare natura, arte, memoria e identità locale. È su questa base che i paragrafi successivi potranno mettere a fuoco, con maggiore precisione, il passaggio verso i giardini botanici e alpini e, quindi, verso i casi di studio selezionati.

Dalla tradizione alla contemporaneità: trasformazioni del garden tourism

Dall'epoca moderna in poi, i giardini attraversano una lenta, ma continua, trasformazione che ne ha gradualmente dilatato funzioni e valenze simboliche. Come approfondito nel paragrafo precedente, nel Rinascimento e durante l'età barocca, i giardini sono soprattutto strumenti di rappresentazione sociale e di prestigio: manifestano, infatti, potere, ricchezza e cultura comunicando l'ordine, la razionalità e il gusto dei loro committenti nonché l'ingegnosità dei loro costruttori. L'accesso a questi spazi è limitato e regolato, riservato prevalentemente alle corti, alla cerchia aristocratica, agli ospiti illustri e ai membri di reti diplomatiche e culturali dei proprietari. Accade che solo in occasioni particolari – quali feste, ricevimenti, celebrazioni o visite ufficiali – i giardini vengano aperti a un pubblico più vasto, che resta comunque socialmente selezionato (Burke, 2019).

In questo contesto, le pratiche di visita, che oggi potremmo definire come turistiche, assumono forme embrionali: viaggiatori colti, artisti, studiosi e nobili in viaggio, soprattutto a partire dal

fenomeno del Grand Tour, includono i giardini tra le loro tappe di interesse, considerandoli luoghi di esperienza estetica, apprendimento e coreografia del potere. È stato proprio con la propagazione del Grand Tour tra le famiglie dei nobili e gli intellettuali europei, tra Seicento e Settecento, che la visita ai giardini italiani ed europei diventa un rito educativo e culturale, un *modus vivendi* fondato sul viaggio al fine di accoppiare la parte estetica e contemplativa a quella di piacere e apprendimento. Gli itinerari introducono i viaggiatori a un linguaggio paesaggistico codificato, fatto di simmetrie, prospettive, giochi d'acqua e architetture vegetali; sono fondamentali per consolidare la percezione dei giardini come luoghi di conoscenza e raffinata interazione sociale. Allo stesso tempo, divengono percorsi interpretativi utili oggi come strumenti per cogliere le dinamiche contemporanee, permettendo di leggere in chiave storica e culturale i mutamenti nelle pratiche di fruizione, nelle modalità di gestione e nei significati attribuiti a tali spazi.

A partire dal XVII e XVIII secolo, alcune grandi residenze e i loro giardini aristocratici iniziano a essere accessibili a visitatori esterni. Basti citare i giardini della Reggia di Versailles, fruibili regolarmente in tempi più antichi rispetto alla musealizzazione interna: dal 1664, infatti, vengono aperti ai cittadini per passeggiate e visite e negli anni appena successivi vengono pubblicate guide per l'orientamento e resoconti (Mukerji, 2012). Nell'attuale Parigi, anche i Giardini del Palazzo del Lussemburgo vengono aperti al pubblico già nel 1778, decisamente molto tempo prima delle grandi riforme ottocentesche: è uno dei primi spazi verdi aristocratici divenuti di uso pubblico (Jones, 2004). Così accade per altre dimore europee che, aprendo i cancelli dei loro giardini, avviano un processo di democratizzazione dell'esperienza del paesaggio e del patrimonio storico e contribuiscono a rendere la visita di dimore e parchi un elemento centrale nella nascita del turismo culturale moderno.

Nel XIX secolo e durante l'età moderna avanzata, le pratiche di visita ai giardini conoscono un'ulteriore evoluzione, strettamente connessa ai processi di trasformazione sociale, culturale e territoriale che riguardano le società europee (Groening & Wolschke–Bulmahn, 2003). La diffusione dei parchi urbani, delle ville suburbane e dei giardini botanici – unitamente alla frequentazione e apertura di quelli storicamente già presenti – contribuisce ad ampliare il pubblico dei visitatori, sia in senso quantitativo sia qualitativo, e segna il passaggio da forme di fruizione elitarie a modalità più estese e socialmente differenziate (Woolley, 2003; Conan, 2007).

Questo avviene in parallelo con la crescita della mobilità, del tempo libero e delle prime pratiche turistiche moderne. Costituiscono esempi che possiamo definire emblematici i grandi parchi pubblici ottocenteschi: *Hyde Park* a Londra, il *Bois de Boulogne* a Parigi o *Villa Borghese* a Roma, concepiti come spazi accessibili e destinati a una platea più vasta ed eterogenea. Anche alcuni giardini sono gestiti da istituzioni scientifiche: è questo il caso dei *Royal Botanic Gardens*, un esteso complesso di serre e giardini ubicati fra Richmond upon Thames e Kew, a circa 10 km a sud-ovest di Londra in Inghilterra. Essi si muovono nell'orizzonte dell'accessibilità allargata, rendendosi non semplici luoghi di passeggio ma spazi di fruizione mediata al fine di favorire la conoscenza delle specie botaniche e stimolare la curiosità naturalistica del pubblico.

Nel corso del Novecento, tali dinamiche si rafforzano ulteriormente potendo beneficiare di uno sviluppo importante dei trasporti, di politiche e azioni di istituzionalizzazione del patrimonio culturale e paesaggistico, di maggiore attenzione verso il verde storico come componente identitaria dei territori, favorendo l'inserimento dei giardini nei circuiti del turismo culturale (Drayton, 2000; Graham *et al.*, 2000).

In epoca contemporanea, il turismo legato alla visita dei giardini si configura come un segmento turistico specifico e definito – il cosiddetto *garden tourism* – che consiste nello spostarsi con l'intento precipuo di visitare giardini storici, botanici e spazi paesaggistici di rilievo con motivazioni di varia natura (Catahan & Benfield, 2025).

3. Giardino e destinazione: dinamiche turistiche e valorizzazione territoriale

Il giardino nella definizione della destinazione turistica

Il percorso storico, sinteticamente presentato nel secondo paragrafo, consente di comprendere come il giardino, da spazio simbolico e selettivo, privato o riservato alle élite religiose e aristocratiche, si sia trasformato in un luogo di fruizione pubblica e, successivamente, in destinazione turistica. Tale passaggio non coincide con un singolo e preciso momento cronologico, in quanto esito di un processo lungo e stratificato, nel quale i mutamenti di natura culturale, sociale ed economica hanno ridefinito progressivamente

le modalità di accesso e valorizzazione dello spazio verde, coltivato o costruito, che è giardino.

È interessante notare come non siano cambiati solo i giardini, o meglio la loro percezione e funzione, ma anche il concetto stesso di destinazione. Nel turismo contemporaneo, essa non coincide con una sommatoria fisica di attrazioni, ma si configura come costruzione culturale complessa, generata dall'interazione tra componenti materiali, rappresentazioni simboliche, narrazioni, servizi e pratiche di fruizione. In questo scenario, il giardino assume una duplice natura: da un lato patrimonio paesaggistico e culturale e, dall'altro, esperienza vissuta e definita dal visitatore. La sua forza attrattiva risiede tanto nelle sue parti botaniche ed estetiche quanto, e sempre più, nelle dimensioni sensoriali, emotive e conoscitive che è in grado di attivare, alimentando la reinterpretazione e promozione delle risorse che compongono la sua patrimonialità stratificata.

Il *garden tourism* può essere colto come una declinazione specifica delle dinamiche di allestimento della destinazione turistica in cui i giardini possono assumere ruoli differenziati e complementari all'interno dei sistemi territoriali su cui insistono. Nell'ambito della geografia del turismo è stato ampiamente evidenziato come la destinazione, lungi dal costituire un dato naturale o preesistente, sia il risultato di un processo di selezione, organizzazione e valorizzazione delle risorse, conseguente all'adozione di approcci fisici, cognitivi e simbolici che ne definiscono identità, funzioni e percezioni (Gay *et al.*, 2003). In tale quadro, la domanda turistica svolge un ruolo decisivo: sono le aspettative, le motivazioni, le immagini mentali e le pratiche dei visitatori a "disegnare" la delimitazione stessa della destinazione, rendendola uno spazio percepito e vissuto ancor prima che un'entità amministrativa o geografica. La destinazione turistica può, dunque, essere colta nell'accezione di un costrutto relazionale, definito dall'incontro tra offerta territoriale e immaginario dei turisti, nei quali assumono rilievo i processi di rappresentazione, narrazione e attribuzione di senso (Albanese, 2025). In questa prospettiva, si inseriscono le riflessioni della sociologia e della geografia culturale: a partire dagli anni Novanta, l'esperienza turistica viene definita in termini di mediazione con precisi schemi percettivi e simbolici. In particolare, il concetto di *tourist gaze* (Urry & Larsen, 2011) viene utilizzato per evidenziare che i luoghi vengono selezionati e intesi attraverso aspettative culturali condivise, contenuti circolanti e codici estetici, i quali orientano lo sguardo dei visitatori e ne condizionano, di conseguenza,

i comportamenti. In parallelo, l'emergere degli studi sulla *place experience* pone all'attenzione il carattere esperienziale della destinazione, nel suo delinearsi come spazio di interazione tra individuo e ambiente: emozioni, sensazioni e pratiche corporee contribuiscono alla costruzione di significati personali e collettivi, alla cura di luoghi e persone, e al loro radicamento nella logica del *place attachment* (Vada *et al.*, 2019; Casetti, 2024).

È una chiave interpretativa interessante che porta a leggere i giardini come dispositivi, dotati di materialità evidente e di immaterialità evocata: possono incidere sulle percezioni, indirizzare le scelte di viaggio e contribuire alla definizione dei confini funzionali della destinazione stessa (Catahan & Woodruffe–Burton, 2017). Essi partecipano alla creazione dell'immagine turistica dei luoghi, fungendo talvolta da attrattori principali, talvolta da componenti integrate dell'esperienza complessiva, fino a profilarsi, in alcuni casi, destinazioni autonome.

Più precisamente, potremmo proporre una lettura dei giardini secondo tre principali livelli.

In primo luogo, il giardino può configurarsi come nodo della filiera turistica territoriale, ovvero come risorsa combinata in un sistema più ampio di attrazioni culturali, paesaggistiche e ricreative. È in questa dimensione che soprattutto i giardini botanici, i parchi, le aree verde pubbliche contribuiscono alla qualificazione dell'offerta complessiva della destinazione, incrementandone la competitività e la possibilità di differenziare le proposte. Ciò avviene con maggior evidenza nei contesti caratterizzati da patrimoni paesaggistici complessi o da sistemi culturali integrati. Si precisa quindi una funzione di irrobustimento dell'offerta che si esprime mediante differenti forme di fruizione. Accanto a una tipologia diretta e contemplativa del giardino, associabile alla classica visita autonoma, se ne possono registrare altre più attive ed esperienziali, che si sviluppano sia all'interno degli spazi stessi – come visite guidate, itinerari tematici e notturni, eventi culturali, attività educative, installazioni artistiche, spettacoli e concerti – sia attraverso l'interazione con il sistema territoriale circostante, ad esempio con iniziative di bigliettazione congiunta, reti tra attrazioni culturali e ambientali, percorsi tematici e pacchetti turistici coordinati con musei, siti storici e altre risorse locali. Si tratta di linee strategiche e operative rilevanti, poiché rafforzano il ruolo del giardino come leva di arricchimento dell'esperienza del visitatore e, al contempo, come fattore di attivazione e consolidamento delle relazioni funzionali e simboliche tra le diverse parti della destinazione: componen-

ti, servizi, attori. La loro messa in pratica agisce nell'orizzonte del potenziamento della coerenza, della riconoscibilità e della portata della destinazione. Tali dinamiche si collocano pienamente nelle logiche del *destination management*, in cui diventa centrale la tessitura di sinergie tra elementi eterogenei (Żemła, 2016). Rimandano altresì alla concezione della destinazione come ecosistema turistico, ossia come sistema complesso e interrelato nel quale valore ed esperienza emergono dall'interazione fra patrimonio, organizzazione e pratiche di fruizione (Splendiani, 2017; Panagiotopoulou & Skoultsos, 2025).

Secondariamente, il giardino può connotarsi come destinazione autonoma: ciò avviene quando possiede un grado di riconoscibilità, accessibilità e attrattività tale da motivare lo spostamento turistico in modo diretto. In questi casi, uscendo dal ruolo di singola tessera nel mosaico di offerta, il giardino si fa esso stesso luogo di destinazione, capace di generare flussi specifici, eventi dedicati, politiche di gestione e strategie di *marketing* territoriale mirate. La letteratura sulle destinazioni e sulle cosiddette *niche tourism destinations* evidenzia come risorse specializzate – quali appunto i giardini botanici, le collezioni vegetali o i paesaggi culturali – possano rappresentare poli attrattori dotati di identità propria, frequentemente inseriti in circuiti tematici o attoriali sovralocali (Payer, 2013; Silva & Carvalho, 2022). Erede del Grand Tour di ottocentesca memoria, il *garden tourism* si esprime come catalizzatore di trasformazione dei giardini in destinazioni turistiche autonome, capaci di strutturare offerte personalizzate e rafforzare il posizionamento territoriale all'interno dei sistemi turistici contemporanei. La visita ai giardini torna a farsi motivazione primaria dello spostamento, implementando mobilità selettive – sia di prossimità sia di lungo raggio – orientate in modo specifico verso luoghi caratterizzati da determinate qualità paesaggistiche, botaniche ed esperienziali. In altre parole, i visitatori sono indotti a spostarsi intenzionalmente verso i giardini botanici tramite molteplici strumenti culturali, informativi e mediatici, che comprendono; le opere d'arte e la letteratura che li celebrano e li descrivono; le guide cartacee e digitali specializzate; i testi scientifici e divulgativi sulle specie vegetali e sul paesaggio; gli itinerari tematici suggeriti da enti e associazioni; i pacchetti organizzati da agenzie e *tour operator* specializzati. Ad essi si aggiungono le fiere di settore, come mostre, festival botanici, conferenze e *workshop*. Tutti canali che plasmano percezioni, aspettative e scelte di viaggio, facendo dei giardini luoghi di turismo consapevole e mirato.

Infine, è possibile rintracciare un terzo punto di vista mediante cui guardare al giardino nel suo divenire "prodotto–esperienza–destinazione", in cui si assiste a un passaggio da una logica di semplice consumo di luoghi a una di vissuto esperienziale e partecipazione. In questo contesto, la composizione dell'offerta tradizionale (prodotto) si carica di significati "immersivi" e sensoriali (esperienza), dando origine a una sovrapposizione dinamica con la destinazione stessa, che non è più solo spazio fisico ma anche contenitore di narrazioni, emozioni e relazioni tra visitatori, luoghi e reti territoriali.

Tipologie e funzioni dei giardini: il caso dei giardini botanici e alpini

Se i giardini possono essere considerati destinazioni turistiche, è tuttavia necessario riconoscerne la natura plurale: molteplici tipologie, funzioni e contesti territoriali generano modalità differenziate di attrattività, fruizione ed esperienza. Alla luce di quanto sin qui delineato, il termine "giardino" racchiude una molteplicità di configurazioni spaziali e culturali che attraversano sfumature di paesaggi, epoche storiche, modelli estetici e finalità sociali. Si passa dai giardini storici monumentali legati a residenze aristocratiche e ville patrizie ai parchi paesaggistici, dai giardini tematici contemporanei agli orti urbani, fino ai giardini scientifici e ai giardini alpini. Questa varietà sollecita un approccio interpretativo che consideri il giardino non come categoria univoca, ma come insieme di forme territoriali che riflettono specifiche relazioni tra società e natura.

Sono dunque diverse le classificazioni proposte per descrivere tale pluralità. Alcune tassonomie derivano dalle caratteristiche organizzative degli spazi verdi e dalle specie vegetali presenti. Akif e Boukherouata (2021) distinguono, ad esempio, tra giardini ornamentali, orti potager, giardini pubblici, giardini botanici, giardini medicinali, giardini condivisi e giardini acquatici, evidenziando come ciascuna tipologia risponda a differenti finalità estetiche, produttive o sociali. Un'altra distinzione consolidata deriva dalla storia dell'arte dei giardini e dall'architettura del paesaggio, che distingue tra giardini formali, paesaggistici e funzionali. Autori come Hobhouse (2004) e Dixon Hunt (2012) mostrano come i giardini formali – tipici del Rinascimento italiano e del Barocco francese – siano caratterizzati da geometria e simmetria, mentre i giardini paesaggistici, sviluppatisi soprattutto in Inghilterra dal Settecento,

propongono una concezione più libera e naturalistica dello spazio verde. Accanto a queste tradizioni estetiche si collocano giardini con funzioni prevalentemente utilitarie o scientifiche, come orti medicinali e orti botanici, che hanno accompagnato la storia delle civiltà fin dall'antichità.

La letteratura sul *garden tourism* propone ulteriori classificazioni orientate alle funzioni contemporanee. Connell (2004) individua tra le principali tipologie visitabili giardini storici, giardini botanici, parchi pubblici, giardini privati aperti al pubblico, arboreti e spazi verdi tematici, rimarcando come tali categorie differiscano in termini di gestione, accessibilità e attrattività turistica. Analogamente Benfield (2013; 2021) distingue tra giardini ornamentali, scientifici, di conservazione e ricreativi, evidenziando l'integrazione crescente tra funzioni educative, ambientali e turistiche. Anche gli studi sul turismo culturale includono i giardini tra le attrazioni *heritage–based*, riconoscendone il ruolo nella costruzione dell'immagine delle destinazioni e nella diversificazione dell'offerta turistica (Timothy & Boyd, 2003).

All'interno di questa pluralità, il giardino botanico occupa una posizione specifica. Secondo la definizione del *Botanic Gardens Conservation International* (BGCI), esso è un'istituzione che conserva collezioni documentate di piante viventi a fini accademici, conservativi, espositivi ed educativi (Wyse Jackson, 1999, p. 2). La BGCI, organizzazione internazionale fondata nel 1987 sotto il patrocinio della *International Union for Conservation of Nature* (IUCN), individua una serie di criteri che caratterizzano i giardini botanici: presenza di collezioni scientificamente documentate, monitoraggio e manutenzione delle piante, attività di studio e divulgazione, scambio di elementi vegetali con altre istituzioni e impegno nella conservazione della biodiversità (Demirel et al., 2022; Smith & Harvey–Brown, 2017). Una definizione analoga è riportata nel *New Royal Horticultural Society Dictionary of Gardening*, che sottolinea la doppia natura dei giardini botanici come luoghi di ricerca scientifica e di fruizione pubblica.

Da una prospettiva geografica, i giardini possono essere interpretati sia come regioni formali, caratterizzate da tradizioni paesaggistiche e culturali – come dimostrano molti giardini storici riconosciuti patrimonio UNESCO – sia come regioni funzionali, organizzate intorno a flussi, pratiche e relazioni scientifiche, educative o turistiche (Dematteis, 1995; Farinelli, 2007; Meschiari, 2018; Agnoletti, 2022; Cerutti, 2023; Tassinari, 2024). Essi appa-

iono come spazi ibridi, nei quali dimensioni materiali, simboliche e funzionali concorrono alla costruzione del territorio.

Ancora, dal punto di vista geografico i giardini botanici possono essere letti come spazi di mediazione tra dimensione locale e globale. Essi riflettono le caratteristiche climatiche e culturali del territorio in cui sono collocati ma, allo stesso tempo, ospitano specie provenienti da contesti geografici diversi, costruendo una vera e propria geografia vegetale che rende visibili le connessioni tra ecosistemi del mondo (Paiva et al., 2020; Cerutti, 2023). Questa dimensione transcalare contribuisce alla loro attrattività turistica, permettendo ai visitatori di compiere un "viaggio simbolico" attraverso biodiversità differenti all'interno di un unico spazio. Inoltre, come evidenziano Donaldson (2009) e Williams et al. (2015), i giardini botanici svolgono un ruolo sempre più rilevante nella sensibilizzazione sui temi ambientali e nelle politiche globali di conservazione della biodiversità.

All'interno dell'ampia cornice dei giardini botanici, una tipologia peculiare è rappresentata dai giardini alpini, che evidenziano il rapporto tra spazio geografico, funzione scientifica e attrattività turistica. Collocati in contesti montani, sono caratterizzati da condizioni climatiche severe, altitudini elevate e accessibilità spesso limitata: nascono con l'obiettivo primario di conservare, studiare e valorizzazione la flora d'alta quota, unendo ad esso l'opportunità di alimentare l'educazione ambientale e la divulgazione scientifica (Clément, 2023).

Come precisa Jacob, il giardino alpino è un oggetto tanto scientifico quanto culturale. Interdisciplinare, in quanto mobilita conoscenze botaniche, pedologiche, orticole e paesaggistiche. Commerciale, poiché si fonda sull'estrazione, la circolazione, l'acclimatazione e la coltivazione di piante di ogni provenienza. Estetico, perché miniaturizza il paesaggio e veicola, in tal modo, la rappresentazione di una natura selvaggia, ancora intatta dai danni della civiltà e che, pertanto, deve essere protetta (Jakob, 2023, p. 1).

I giardini, detti anche orti botanici, non sono semplici "recinti" di flora selvatica ma manufatti culturali. Per i monaci dei cosiddetti "ospizi" sono stati baluardi di pietra, costruiti per necessità: i muri a secco servivano a creare un microclima favorevole adatto alla coltivazione di alcune piante, essenziali per la farmacopea monastica, la medicina d'emergenza dei passi montani e la sopravvivenza dei pellegrini. Il giardino fungeva da *hortus medicus* e rispondeva, quindi, a un logica protettiva e pragmatica. Per i viaggiatori del Grand Tour il giardino alpino assume le fattezze

di in un'architettura dello sguardo: un ambiente realizzato *ad hoc I*dove la roccia cessava di essere vista come ostacolo e diventava piedistallo per una natura selvatica finalmente "coltivata". Al funzionalismo dei giardini dei monaci, il Grand Tour contrappone una visione estetica.

L'esperienza vissuta dalle *élites* colte dell'Europa settentrionale non è rimasta confinata alla dimensione del ricordo, in quanto, non di rado, si è tradotta in una riproduzione materiale dei paesaggi alpini incontrati all'interno dei giardini europei. Rientrati in patria, i viaggiatori aristocratici rendevano tangibile l'emozione del sublime facendo ricorso alla costruzione di roccere, all'introduzione di specie alpine raccolte o acclimatate, alla modellazione di piccoli rilievi artificiali e all'impiego scenografico di pietre, ghiaie, corsi d'acqua. Traducevano, così, il tentativo di evocare la verticalità, l'asperità e la purezza vissute durante il loro viaggio, facendo del giardino uno spazio di memoria paesaggistica e di rielaborazione emotiva.

Del resto, anche i giardini e la loro visita avevano contribuito a modificare la percezione delle Alpi stesse, da ambiente ostile a spazio estetico, scientifico e contemplativo, in grado di suscitare meraviglia e attrazione. Attraverso la selezione, l'ordinamento e la rappresentazione controllata della natura, la mediazione generata dall'arte dei giardini costituisce un'importante operazione di tipo culturale: essa consente di rendere più accessibile e comprensibile quello che, nelle fattezze selvagge della montagna, appariva inizialmente carico di minaccia o non comprensibile. Il giardino funziona qui come dispositivo interpretativo, ponendosi in anticipo o in accompagnamento rispetto a quel processo culturale che ha trasformato le Alpi in paesaggio desiderato, meta di esplorazione e studio, e infine destinazione turistica (Macfarlane, 2003; Camanni, 2025): la cosiddetta "invenzione delle Alpi", ovvero la costruzione culturale e simbolica della montagna come spazio estetico, scientifico, ricreativo, elaborata tra il XVIII e il XIX secolo (Hansen, 1995; Salsa, 2019).

Colti in una prospettiva geografica, i giardini alpini restituiscono esempi emblematici di territorialità, poiché la montagna, lungi dall'essere un mero sfondo del paesaggio "giardinato", ne diviene parte sostanziale e integrante, influenzandone la progettazione, la selezione delle specie e le modalità di visita (De Rossi, 1999; Franceschini, 2008; Bätzing, 2009). L'esperienza turistica si estende al paesaggio circostante, includendo ecosistemi, sentieri, panorami e pratiche di mobilità lenta. In questo senso, il giardino alpino si configura come nodo di una trama territoriale più ampia: com-

prende aree protette, percorsi escursionistici e infrastrutture turistiche montane.

Questa dimensione territoriale assume una posizione preminente nel contesto delle trasformazioni contemporanee del turismo alpino (Cerutti et al., 2020; Cerutti *et al.*, 2021). In seno alla progressiva crisi che ha colpito il modello turistico alpino tradizionale, basato sul binomio neve–sport invernali, i giardini offrono un contributo fattivo nell'orizzonte della crescente ricerca di attività mirate alla sostenibilità, alla depolarizzazione, alla diversificazione stagionale e alla valorizzazione del patrimonio naturale.

Spesso i giardini si configurano come micro–destinazioni, definite da estensioni contenute e dotate di un elevato valore simbolico e scientifico. Non è la monumentalità a sostanziare la loro forza attrattiva, quanto piuttosto la relazione intensa tra risorsa ambientale, identità territoriale e progettualità culturale. Tale carattere si inserisce nelle linee di risposta alle tendenze contemporanee del turismo orientate verso autenticità, esperienze immersive e contatto diretto con la natura (Silva *et al.*, 2013; Benfield, 2013; Catahan & Woodruffe–Burton, 2019). Emerge anche un funzione educativa, legata alla visita come tramite concreto mediante il quale avvicinarsi alla comprensione degli adattamenti ecologici, della fragilità degli ecosistemi e degli impatti dei cambiamenti climatici, portando all'evidenza un turismo dell'apprendimento e della consapevolezza.

Attualmente non esistono dati statistici sistematici pubblicati sul numero di visitatori o flussi turistici specifici per i giardini botanici alpini italiani; le informazioni disponibili derivano principalmente da progetti di rete e promozione culturale, quali il progetto *JardinAlp* nell'ambito di Interreg ALCOTRA, che stima oltre 170.000 visitatori nei siti inclusi, ma non disaggregati per ciascun giardino né analizzati in chiave statistica (Fondazione Saussurea, 2021). Inoltre, i portali di promozione nazionale elencano numerose realtà di giardini alpini ma non riportano indicatori quantitativi di turismo. Le informazioni esistenti derivano, quindi, principalmente da resoconti di viaggi, guide, articoli divulgativi e letteratura specialistica da reperire caso per caso. Questo li accomuna a quanto accade, più in generale, nel *garden tourism*: a livello nazionale, infatti, i dati sono frammentari e raccolti in modo discontinuo, rendendo necessaria l'integrazione con fonti qualitative per comprendere pienamente il fenomeno, come sarà approfondito nel paragrafo successivo.

Dati e tendenze del garden tourism

Il turismo dei giardini o la visita dei giardini rappresenta una parte significativa dell'industria turistica nella post–modernità; coinvolge non solo il viaggio ma anche la visita a diverse tipologie di giardini, non solo a quelli più famosi che compongono una geografia riconosciuta ma anche a realtà minori, private o locali, inserite in sistemi territoriali di fruizione e paesaggi culturali più estesi oppure poste al di fuori di circuiti noti e strutturati.

La letteratura distingue, generalmente, tra *garden tourism* e *garden visiting* esplicandoli come due concetti correlati e contigui ma non coincidenti e completamente sovrapponibili. Si differenziano per scala spaziale, durata temporale e profilo del visitatore. Seguendo il *fil rouge* tracciato nel primo paragrafo, il *garden tourism* viene fatto rientrare a pieno titolo nel turismo culturale: implica uno spostamento animato dal desiderio prevalente di visita ai giardini (*reason to travel*), accompagnato da pernottamento e spesso dall'organizzazione di itinerari tematici, dalla partecipazione a eventi floreali o a festival dedicati. Secondo la *Scottish Tourist Board*, include viaggi con almeno una notte fuori casa dove l'elemento centrale è la visita ai giardini. In quest'ottica, il giardino diventa una vera e propria destinazione turistica, parte dell'economia dell'esperienza e della mobilità *leisure* contemporanea (Connell, 2004; Benfield, 2024).

Si definisce *garden visiting*, invece, quella pratica più ampia che comprende attività di tempo libero, visite, escursioni giornaliere e frequentazioni ricorrenti da parte dei residenti, non riconducibili al turismo in senso stretto. Studi di matrice qualitativa indicano come il *garden visiting* sia associato a motivazioni ricreative, sociali e culturali e comprenda anche l'apertura al pubblico di giardini privati: ciò accade, ad esempio e con successo, nel Regno Unito in contesti quali il *National Garden Scheme*. Questo *network* coinvolge oltre 3.300 giardini privati che vengono resi fruibili al pubblico in Inghilterra, Galles, Irlanda del Nord e Isole del Canale, mettendo in rete le esperienze *leisure* in giardini di campagna, cottage o spazi urbani, agganciandosi spesso ad attività con fini benefici e comunitari (*National Garden Scheme*, 2025a). La ricerca condotta da Čakovská (2017) analizza le motivazioni alla base del *visiting gardening* nel contesto del *National Garden Scheme*, mostrando come la decisione dei proprietari di aprire i propri spazi sia legata a fattori personali, sociali e legata al valore culturale dei giardini. Emerge la multifunzionalità di tali aperture in termini di fruizio-

ne pubblica e relazione umana col paesaggio. Il *National Garden Scheme* non è solo un fenomeno turistico: è anche uno strumento consolidato per attività di *leisure* quotidiana, con milioni di visitatori che ogni anno scelgono di esplorare giardini disponibili alla visita sono per alcuni giorni o periodi, integrando tali visite nella vita ricreativa locale e nei piani di sviluppo sostenibile delle comunità (*National Garden Scheme*, 2025b).

Quanto precisato, conduce a interpretare la distinzione tra *garden tourism* e *garden visiting* alla luce della dicotomia tra escursionista e turista proposta dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UWTO, 2010).

Dal punto di vista teorico, la visita ai giardini precede il turismo moderno, come precisato nel secondo paragrafo: già tra il Settecento e l'Ottocento i giardini europei costituivano mete di viaggio e luoghi di sociabilità sociale, contribuendo alla costruzione di una prima geografia culturale della mobilità (Hunt, 2012). Tuttavia, il riconoscimento del *garden tourism* come segmento dell'industria turistica si afferma tra la fine del XX e l'inizio del XXI secolo, parallelamente alla crescita del turismo legato all'*heritage*, al paesaggio e alle esperienze culturali tematiche (Connell, 2005; Benfield, 2013). Nella contemporaneità, le due declinazioni tendono a intersecarsi: pratiche di prossimità, membership annuali, eventi stagionali e reti territoriali di giardini rendono il *garden visiting* parte integrante delle economiche turistiche locali e delle strategie di valorizzazione culturale (Paiva et al., 2020). In altre parole, il *garden tourism* rappresenta la configurazione sistemica del fenomeno, mentre il *garden visiting* ne definisce l'articolazione sociale, accogliendo sia i visitatori sia i residenti.

A partire dagli inizi del XXI secolo, e in particolare negli ultimi decenni, la domanda di visite a giardini e paesaggi ha mostrato un aumento, basato sulle caratteristiche di questi siti per ciò che evocano e simboleggiano (Backhaus & Murungi, 2009; Catahan *et al.*, 2024). La visita turistica di un giardino, oltre a promuovere e allungamento del periodo di permanenza in molte destinazioni, può anche contribuire alla conservazione della natura, a migliorare la coscienza ecologica, a stimolare i visitatori ad apprezzare il mondo naturale e ad accrescere le entrate che possono essere utilizzate per la conservazione dei siti (Gastal *et al.*, 2018). I giardini e i paesaggi sono spazi che consentono di coltivare varie sensazioni sensoriali e visive, oltre che un modo per offrire ai visitatori diverse attività, opportunità di contemplazione o semplicemente di "stare su di essi" (Silva *et al.,* 2013).

L'attrazione dei giardini come luogo in grado di soddisfare altre motivazioni turistiche ne ha ampliato l'importanza, il significato e l'evoluzione (Shapoval *et al.* 2021). Il *garden tourism* non contribuisce, infatti, solo alla vitalità e alla redditività dei giardini e degli spazi verdi ma, in molti casi, permette loro di servire i loro numerosi scopi multidimensionali e di generare risultati ambientali, socio–culturali ed economici (Catahan & Woodruffe–Burton 2019).

Si tratta, dunque, di un segmento in espansione, confortato da alcuni dati che ne confermano la rilevanza.

Alcuni dati recenti confermano la crescente rilevanza del fenomeno. Nel Regno Unito i luoghi gestiti dal *National Trust*, che comprendono importanti giardini storici, parchi e residenze con aree verdi tutelate, totalizzano complessivamente ogni anno milioni di visite: nel corso del 2024 è stata raggiunta quota 25,9 milioni, evidenziando un andamento in aumento rispetto all'anno precedente (*National Trust Annual Report* 2024–25). Similmente accade per gli RHS *gardens* e le reti di giardini partner guidate dalla *Royal Horticultyural Society*: attraggono ogni anno milioni di visitatori, proponendo programmi, eventi, spazi verdi di rilievo nel quadro del g*arden tourism* nazionale e internazionale. "*Gardening is Good – and Does Good. It is the UK's most widespread interaction with nature, engaging around 41 million people at least once a month*" (*RHS State of Gardening Report,* 2025).

In ambito europeo, il *garden tourism* in Francia rappresenta un segmento in espansione, altresì sotto il profilo della sua capacità attrattiva internazionale: ad esempio, la Maison e i giardini di Claude Monet a Giverny hanno accolto nel 2025 circa 900.000 visitatori (Le Monde, 2025). Pure l'iniziativa promossa dal Ministero della cultura *Rendez–vous aux jardins* ha ampliato notevolmente la propria offerta, passano da 930 giardini aperti nel 2023 a oltre 2.300 nel 2024, con più di 3.500 attività organizzate, mettendo così in luce – e in pratica – l'efficace politica di strutturazione e professionalizzazione del *garden tourism* nel panorama francese (Ministère de la Culture, 2024).

In Italia, la rete Grandi Giardini Italiani ha raggiunto nel 2025 il circuito di 150 giardini visitabili, valorizzando complessi storici, botanici e paesaggistici distribuiti su tutto il territorio nazionale e configurandosi come prodotto culturale e turistico riconosciuto del patrimonio verde italiano (Grandi Giardini Italiani, 2025). Come precisa Wade (2026), fondatrice della rete, il settore soffre dei problemi tipici del turismo a causa della scarsità di dati disponibili: esistono alcune informazioni relative ai giardini di proprietà stata-

le ma, considerando che oltre l'80% dei beni culturali legati al verde è privato, risulterebbe necessaria la presenza di un ente dedicato in grado di raccogliere i dati in modo sistematico e più completo.

Si possono osservare dinamiche analoghe anche in contesti extra–europei, dove il *garden tourism* ha sperimentato negli ultimi decenni una crescita decisa, pur collocandosi all'interno di traiettorie storiche e culturali differenti.

In Asia, i giardini storici sono divenuti risorse turistiche attrattive molto affermate. Complessi – come quelli di *Yu Garden* a Shanghai o del *Summer Palace* a Pechino – registrano milioni di visitatori: rispettivamente circa 40 milioni l'anno il primo, includendo il distretto culturale e turistico complessivo di cui il giardino è parte, e 120.000 al giorno il secondo (Zhang *et al.*, 2021). In particolare, per il Summer Palace sono stati rilevato 1,017 milioni di visitatori durante la sola settimana del Capodanno cinese 2024 (*Beijing Municipal Bureau of Culture and Tourism*, 2024) e 1,111 milioni di visitatori durante la festività di primavera 2025 (*Beijing Municipal Bureau of Culture and Tourism*, 2026). Cosa analoga succede in Giappone dove i giardini paesaggistici come il *Kenroku–en* o il *Katsura Imperial Villa* rappresentano tappe salienti degli itinerari turistici, sostenuto da politiche di tutela e valorizzazione di lungo periodo: nel 2024 i visitatori stranieri a *Kenroku–en* hanno superato le 502.505 persone, un record storico, secondo dati ufficiali della prefettura di Ishikawa (Doi, 2024; *Imperial Household Agency*, 2025). I *Singapore Botanic Gardens*, sito UNESCO e tra i principali giardini tropicali del continente, ricevono ogni anno circa 4,5 milioni di visitatori (dati *National Parks Board*).

Nel continente americano il fenomeno assume forme diversificate e rilevanti anche sotto il profilo quantitativo. Negli Stati Uniti grandi istituzioni botaniche e paesaggistiche come il *New York Botanical Garden* contano regolarmente oltre un milione di visitatori all'anno, con eventi stagionali che richiamano centinaia di migliaia di persone (NYBG, 2025). Situazione simile per il *Missouri Botanical Garden*, il *Brooklyn Botanic Garden*, i *Longwood Gardens* in Pennsylvania che attestano flussi di pubblico significativi e sottolineano l'integrazione tra ricerca scientifica, divulgazione e fruizione turistica nei grandi giardini americani. Anche l'America Latina manifesta un'attenzione crescente verso i giardini storici e botanici come beni culturali e attrattori turistici (Funsten *et al.*, 2020).

Alle visite puntuali, si affiancano – nella logica geografica che muove dai singoli punti ai nodi di reti – gli itinerari, ovvero quei codici di lettura d'insieme del paesaggio che ne rivelano strutture,

gerarchie e associazioni. Ne sono un esempio virtuoso gli itinerari culturali sovranazionali come la *European Route of Historic Gardens*, certificata dal Consiglio d'Europa e che riunisce 31 parchi e giardini europei con più di 14 milioni di visitatori annui e ricavi superiori a 60 milioni €. Essa testimonia la dimensione internazionale del fenomeno del *garden tourism* e il suo progressivo consolidamento come prodotto culturale e turistico (*Council of Europe*, 2025). Nel corso del 2025 è stata protagonista di iniziative di promozione e riconoscimenti (premio *European Cultural Tourism Network*, ECTN Awards 2025, per la rilevanza transnazionale), segno della vitalità e dell'attenzione al tema nel turismo culturale continentale. Più in generale, la domanda di questa forma di turismo è molto forte: circa il 40% dei viaggi internazionali è motivato da esperienze culturali, e questo settore si stima possa raggiungere nei prossimi anni tassi annuali di crescita dell'8–15% fino al 2033–2035 (Government of the Netherland, 2025).

Il denominatore comune è, quindi, un numero sempre crescente di visitatori e un importante impatto economico associato. Per questi motivi, Benfield (2021), considerando che il *garden tourism* è uno dei settori più dinamici del turismo, stima che le dimensioni di questo segmento potrebbero aggirarsi intorno al miliardo di visitatori l'anno.

Impatti territoriali, sostenibilità e modelli di gestione

Data la posizione strategica ricoperta dai giardini e dagli spazi verdi nella definizione dell'esperienza turistica contemporanea, risulta fondamentale analizzare in che modo il *garden tourism* influenzi i territori, sostenga lo sviluppo delle destinazioni turistiche e promuova pratiche sostenibili attraverso modelli gestionali innovativi, partecipativi e coerenti con l'Agenda 2030.

In questo contesto "di senso", l'attenzione rivolta al cosiddetto "*horticultural tourism*" ha conosciuto negli ultimi anni un ampliamento di interesse. Si tratta di un segmento – presente da almeno 25 anni anche in Italia ma comunque ancora considerabile come emergente suo profilo di destinazione – nel quale si condensano pratiche di orticoltura, cura e gestione del verde, fruizione turistica sostenibile; riflette quella che è stata l'evoluzione recente, e rafforzatasi post pandemia, delle motivazioni della domanda turistica verso esperienze più attive, sensorialmente coinvolgenti, consapevoli e legate alla natura (Paiva *et al.*, 2020). Alle visite a giardini strutturati, parchi botanici, orti didattici e aziende agricole,

questa forma di turismo unisce la partecipazione a eventi floricoli, percorsi tematici, laboratori e attività didattiche legate alle piante. Trasforma, con queste molteplici declinazioni, la fruizione in un'esperienza educativa, partecipata e immersiva (Mohammed *et al.*, 2024). È un'evoluzione che si inscrive nel quadro più articolato del turismo sostenibile e naturalistico, in cui la natura e i processi ecologici diventano parte dell'offerta turistica e non già mero sfondo scenografico (UNWTO, 2021).

I giardini, storici, botanici, tematici, commemorativi, sperimentali o didattici, si presentano oggi come *asset* strategici delle destinazioni turistiche: possono dare un apporto rilevante alla competitività territoriale agendo attraverso la diversificazione dell'offerta, la redistribuzione dei flussi in ottica spaziale e temporale, l'incremento della permanenza media dei visitatori, oltre a costituire nodi di fruizione che intrecciano natura, cultura, storia e comunità in modo distintivo ed evocativo (Cerutti & Moroso, 2023). Come abbozzato nei paragrafi precedenti, e confermato da recenti studi della letteratura sul *garden tourism* (Hägele, 2024; Olivadese, 2025; Ilmi *et al.*, 2025), laddove attivano una filiera di prodotti e servizi turistici connessi, cessano di essere punti di interesse per farsi essi stessi destinazione.

In quanto dispositivi relazionali, essi operano all'interno di una trama che mette in dialogo patrimonio naturale e processi di territorializzazione, contribuendo alla costruzione, rielaborazione e narrazione delle specificità locali (Wu, 2010; Tanrısever, 2025). In particolare, i giardini botanici vengono definiti come luoghi di connessioni "mimetiche": "*mimetic connections as topological relations between imagined and yet very much materialized places*" (Baxter & Marguin, 2025, p. 82).

Sul piano territoriale, i giardini determinano una pluralità di impatti che abbracciano dimensioni economiche, sociali e ambientali.

Dal punto di vista economico, essi possono generare importanti ricadute in termini di occupazione, dirette e indirette. Personale tecnico e giardinieri per la manutenzione delle piante e degli spazi; architetti del paesaggio e progettisti ambientali; guide turistiche, operatori culturali ed educatori ambientali; addetti alla gestione e organizzazione di eventi; professionisti di strutture ricettive collegate, alberghiere ed extralberghiere; personale di ristorazione e *catering*; operatori del trasporto locale e fornitori di servizi complementari, come agenzie di *incoming* e di promozione turistica, negozi di *merchandising*, laboratori didattici e attività ricreative: essi compongono un ecosistema occupazionale diffuso nel giardino e

nel suo intorno. Sostengono, pertanto, anche l'indotto di economie locali che, soprattutto in molte zone rurali e periurbane, rappresentano la fonte di reddito principale per comunità che rischierebbero, altrimenti, la marginalizzazione storico–economica (*Botanic Gardens Conservation International*, 2018; Štilić *et al.*, 2025).

Sul piano sociale, la presenza di spazi verdi progettati favorisce luoghi ed esperienze di benessere psicofisico, occasioni di inclusione e partecipazione comunitaria, di interazione tra visitatori e residenti all'interno di contesti che combinano natura, cultura, apprendimento e cura (Hickman, 2021). Studi recenti pongono in evidenza come la frequentazione dei giardini, delle aree protette e verdi si possa associare alla riduzione dello *stress*, a un miglioramento della salute mentale e al potenziamento del capitale sociale locale (Kabisch *et al.*, 2021; Cerutti & Menzardi, 2022; Triguero–Mas *et al.*, 2022; Cerutti *et al.*, 2023).

Un fattore chiave della dimensione sociale è la cosiddetta "accessibilità universale" (Romagnoli & Vessella, 2023): giardini progettati, o riprogettati e adattati, tenendo conto delle esigenze espresse da persone con diverse abilità, motorie, sensoriali e cognitive, anziani e altri gruppi con mobilità ridotta o fragilità, possono diventare inclusivi e in grado di contribuire alla parità di opportunità di fruizione. L'urbanistica, più in generale, e la pianificazione del verde sostenibile che tocca anche giardini storici e parchi, richiedono oggi di ricorrere a criteri di *design* universale: percorsi accessibili, segnaletica tattile e visiva, aree di sosta con sedute adeguate, superfici di pavimentazione idonee e servizi igienici attrezzati, divengono indispensabili al fine di poter garantire una partecipazione piena e paritaria (Wolch *et al.*, 2020; Francis et al., 2021; Wang, 2025).

I giardini sono, inoltre, contesti che rivestono un ruolo di *hub* educativi e culturali in senso ampio: attività guidate o laboratoriali e iniziative partecipative offrono strumenti concreti di incontro tra fruitori e residenti, andando a stimolare la coesione sociale e la costruzione di identità legate al territorio (Ijatuyi *et al.*, 2025). E questo anche in relazione alle fasce più giovani della popolazione, con evidente ricaduta sul piano pedagogico e dell'apprendimento (De Angelis, 2025; Schenetti, 2025). Si traduce, così, in modo concreto la capacità dei giardini di coniugare benefici individuali e collettivi per la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, facendo sì che il diritto alla natura e alla cultura sia realmente accessibile a tutti.

Sotto il profilo ambientale giardini e aree verdi concorrono al mantenimento della biodiversità urbana e rurale, alla regolazione microclimatica, alla qualità dell'aria e alla conservazione delle specie autoctone, rafforzando la resilienza ecologica delle destinazioni e integrando la tutela ambientale con la fruizione turistica sostenibile (UNWTO, 2021). Ci si trova oggi a vivere (in) un contesto globale profondamente segnato dall'intensificarsi della crisi climatica, dalla perdita accelerata di biodiversità, dal degrado degli ecosistemi e dall'urbanizzazione crescente; a ciò si affiancano l'aumento delle disuguaglianze territoriali e l'eccessiva pressione antropica sui paesaggi naturali, la frammentazione di habitat e l'erosione di suolo. È uno scenario complesso, nel quale i giardini assumono una posizione sempre più strategica in quanto "infrastrutture verdi" che sanno coniugare le politiche di conservazione attiva con le pratiche di fruizione turistica responsabile (Mariotti *et al.*, 2022). È un tema di grande interesse, che abbraccia e attraversa una molteplicità di forme e modelli gestionali, coinvolgendo giardini differenti per struttura, missione scientifica o culturale, attività proposte e tipologie di pubblico: dai giardini botanici volti primariamente alla ricerca e alla tutela della biodiversità, ai giardini storici e paesaggistici inseriti nei circuiti del turismo culturale, fino alle aree verdi urbane che svolgono funzioni educative e sociali (Pastore *et al.*, 2025). Le infrastrutture verdi rappresentano un sistema combinato di spazi naturali e seminaturali che, fin dall'antichità, ha concorso in modo significativo allo sviluppo del rapporto tra insediamenti umani e ambiente: ne sono testimonianza i giardini della Cina imperiale, concepiti come microcosmi paesaggistici indirizzati a ricreare la dimensione armonica tra elementi naturali e ordine simbolico; le *agorà* della Grecia antica, dove la presenza del verde accompagnava la vita pubblica e la costruzione della socialità urbana; o ancora, nel Seicento, la Francia coi suoi giardini e viali alberati progettati e realizzati come strumenti di organizzazione spaziale e manifestazione del potere, anticipando forme embrionali di pianificazione urbana fondate sull'interazione tra natura e città (Mathis & Pépy, 2020). In questo quadro storico, i giardini costituiscono una delle espressioni più rilevanti di infrastruttura verde: sono, infatti, dispositivi culturali e ambientali che svolgono funzioni ecologiche (tutela della biodiversità, regolazione microclimatica, gestione delle acque), sociali (luoghi di incontro, benessere e apprendimento) e simboliche (costruzione dell'identità e rappresentazione del potere). Oggi si configurano come nodi strategici delle filiere ecologiche rurali e urbane, coniugano conservazione,

qualità della vita e fruizione culturale, danno un contributo concreto alla resilienza ambientale e alla sostenibilità.

Una definizione che ancora oggi funge da riferimento fondamentale nella letteratura internazionale, per la chiarezza con cui pone relazione lo sviluppo turistico e il mantenimento dei processo ecologici e della biodiversità, è quella espressa dalla formulazione proposta congiuntamente dallo United Nations Environment Programme (UNEP) e dalla World Tourism Organization (UNWTO, denominata dal 2023 UN Tourism): "*Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity and life support systems*" (UNEP & UNWTO, 2005, p. 12). Si afferma in tal modo uno sguardo "politico" sulla natura, che la sottrae a una lettura estrattiva e utilitaristica, basata su un'idea di disponibilità illimitata e sfruttamento di risorse, per riconoscerla come capitale naturale strategico, da preservare e nutrire per la stessa continuità e resilienza del sistema turistico nel medio e lungo periodo (Dasgupta, 2021). In risposta alla crescente perdita di biodiversità, l'UN Tourism e il World Travel & Tourism Council (WTTC) hanno inoltre varato una serie di iniziative, come la *Nature Positive Tourism Partnership* che incoraggiano governi, imprese e comunità locali a implementare pratiche a basso impatto e programmi di ripristino degli *habitat* naturali (Jones, 2024; De Lange & Bricker, 2025). "*The Nature Positive Vision for Travel & Tourism aspires to a future in which the industry has adopted a Nature Positive approach by 2030: integrating biodiversity safeguards and reducing impacts throughout operations and value chains while also undertaking actions to protect and restore nature. It also encourages Travel & Tourism to support and inspire governments, business, and society to implement the Global Biodiversity Framework and help transform humanity's relationship with the natural world*" (WTTC, 2022). Questa e altre iniziative analoghe – tra cui il *Global Biodiversity Framework* – si inseriscono nell'orizzonte, temporale e operativo, dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, al fine di allineare le strategie del settore turistico agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS o in inglese SGD, *Sustainable Development Goals*) e orientare le destinazioni verso modelli capaci di ridurre gli impatti e, più ambiziosamente, a rigenerare attivamente il capitale naturale.

Il *garden tourism* contribuisce in modo significativo a diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030, in particolare: SDG 8 (Lavoro dignitoso e crescita economica), attraverso la creazione di occupazione locale e la diversificazione economica sostenibile; SDG 11 (Città e comunità sostenibili), promuovendo spazi verdi fruibili e resilienti che migliorano la qualità della vita; SDG 15 (Vita sulla Terra), favorendo la conservazione della biodiversità e la gestione sostenibile degli ecosistemi; SDG 4 (Istruzione di qualità), mediante programmi educativi e attività formative; e SDG 17 (Partnership per gli obiettivi), attivando reti collaborative tra istituzioni, comunità e operatori.

Mettendo in opera alcuni suoi strumenti, come il *Sustainable Tourism Toolkit*, anche l'UNESCO invita a stendere e attuare piani di sviluppo turistico partecipativi, che tengano conto delle vulnerabilità ambientali e culturali, sostenendo azioni di monitoraggio delle interazioni tra fruizione e patrimonio naturale: ciò per evitare impatti negativi e perduranti (Gasparini & Mariotti, 2023; Rössler, 2023). Parallelamente, il Global Sustainable Tourism Council (GSTC) definisce criteri globali per la sostenibilità del turismo, che includono la tutela degli ecosistemi. l'uso responsabile del territorio e misure di conservazione adattabili alla gestione dei giardini nelle destinazioni turistiche (Durband, 2021; Moroz & Labanauskaitė, 2026)

Tali orientamenti si traducono in pratiche gestionali concrete, messe in campo per aumentare la biodiversità e creare fondamenta di sostenibilità ecologica a lungo termine. Si possono annoverare, tra queste, l'impiego ridotto di pesticidi e fertilizzanti chimici, la limitazione dello sfalcio frequente per permettere la fioritura spontanea dei prati – che è un elemento chiave per la vita delle api e degli altri impollinatori; e ancora, la piantumazione di specie autoctone resilienti al clima locale, l'attivazione di corridoi ecologici e nicchie per fauna minore, nonché programmi strutturati di monitoraggio di flora e fauna. Si tratta di misure che soddisfano sia le indicazioni sovranazionali di carattere più generale, sia le esigenze di un turismo che mira a coniugare attrattività, tutela ambientale e sostenibilità gestionale, mettendo le destinazioni nelle condizioni di offrire esperienze coerenti con gli impegni assunti sul piano delle istituzioni e delle strategie internazionali: dall'Accordo di Parigi al *Green Deal* europeo e fino ai più recenti indirizzi che promuovono modelli di sviluppo rigenerativi e trasformativi in ambito bio–culturale (Kuščer *et al.*, 2024; Weber *et al.*, 2025).

All'interno di queste dinamiche, la gestione dei flussi turistici nei giardini presenta una duplice criticità.

Da un lato, il rischio di *overtourism*, ossia un sovraccarico di visitatori rispetto alla capacità ecologica e gestionale dei luoghi, può provocare congestione dei percorsi, compattazione ed erosione dei suoli, *stress* sulle specie vegetali più sensibili e rare, oltre a una evidente riduzione di qualità dell'esperienza di visita (Buckley, 2012; Shimoyamada, 2024). Nei giardini botanici e nei contesti caratterizzati da collezioni specialistiche o *habitat* delicati tali pressioni possono incidere direttamente sugli obiettivi di conservazione e di ricerca scientifica.

Dall'altro lato, quando i livelli di visita si rivelano insufficienti a garantire la sostenibilità economica e la continuità gestionale, si manifesta il fenomeno opposto della sotto fruizione, situazione che connota principalmente i giardini più piccoli, collocati al di fuori di reti o circuiti ma che può riguardare anche giardini più noti e solitamente frequentati. In questi casi, la carenza di entrate può compromettere la manutenzione ordinaria, la cura delle collezioni vegetali, l'aggiornamento delle strutture, la programmazione di attività scientifiche ed educative (Simpson, 2001; Shimoyamada, 2024). Per i giardini, la cui qualità dipende in modo prioritario da interventi costanti e competenze specialistiche, la sotto fruizione o *undertourism* può condurre a un indebolimento progressivo della dimensione ambientale e culturale, associato a una minaccia di rendere marginalizzati o degradati degli spazi di valore.

Entrambe le circostanze sono aggravate dalla frequente assenza di dati sistematici, affidabili e comparabili sui flussi di visita, il che comporta un limitato ricorso a una gestione di tipo adattivo. Senza un accurato monitoraggio, infatti, è complicato poter definire soglie di capacità, regolamentare gli accessi, differenziare tariffe e politiche di *pricing*, pianificare interventi stagionali di regolazione della domanda.

Quando un giardino assume la funzione di destinazione autonoma o di nodo qualificante della filiera turistica, le dinamiche di afflusso sono determinanti per la sostenibilità socio–ambientale e per la vitalità economica dell'intero sistema di destinazione. In caso di *overtourism*, la portata degli effetti negativi andrebbe a riverberarsi anche sulle infrastrutture, sui servizi di ospitalità e sulla qualità complessiva dell'esperienza turistica. In presenza di *undertourism*, invece, la contrazione della domanda potrebbe comportare un'erosione significativa delle attività di offerta, promozione e coesione delle filiere turistiche locali.

Per mitigare queste criticità, i modelli di gestione dei giardini all'interno delle destinazioni turistiche tendono ad adottare approcci multilivello, sinergici e partecipativi, che coinvolgono amministrazioni pubbliche, soggetti privati, associazioni, comunità civiche, enti di conservazione e operatori turistici in reti di *governance* cooperativa. Queste reti si rivelano, esse stesse fertili "giardini" in quanto favoriscono il fiorire, e la condivisione, di competenze, risorse e buone pratiche; supportano la definizione di standard comuni di sostenibilità, piani di emergenza e sistemi di monitoraggio per valutare impatti ambientali, sociali ed economici, e accrescono la capacità delle destinazioni turistiche di attrarre visitatori in modo equilibrato e sostenibile (Associazione Parchi e Giardini d'Italia, 2025).

Alla luce di queste riflessioni, un giardino può essere colto come esempio paradigmatico di destinazione "trasformativa" (Gravili & Rosato, 2024), in grado di incidere sulle modalità in cui i visitatori vivono e percepiscono lo spazio, stimolando interazioni culturali, sociali e ambientali. Esso non è un contenitore statico, ma, come ribadito più volte nel corso del volume, è un sistema dinamico ridefinito da attori, capitali, attività e narrazioni. Per rimanere vitale, deve certamente intraprendere e mantenere percorsi di sostenibilità, ma il vero vantaggio competitivo che può acquisire in termini turistici è correlato alla sua trasformatività: spazio progettato ma al contempo vivente, un giardino sa, infatti, dare concretezza alla tensione creativa tra conservazione e fruizione, tra tutela del capitale naturale e costruzione dell'esperienza turistica. Nei giardini botanici, in particolare, l'energia trasformativa si esprime nella forza di integrare la protezione della biodiversità con l'educazione ambientale e l'innovazione gestionale, portando questi luoghi a configurarsi come micro–destinazioni in cui la sostenibilità diventa pratica quotidiana di cura e responsabilità territoriale.

Alcuni esempi di *governance* applicata includono il *Bogor Botanic Garden* in Indonesia, dove sono state realizzate partnership pubblico–private per conciliare fruizione turistica, educazione ambientale e conservazione scientifica, pur richiedendo un potenziamento ulteriore delle metriche di monitoraggio per affinare le politiche gestionali (Maranisya *et al.*, 2025). Il *Garden Conservancy* opera negli Stati Uniti "*in partnership with garden owners, gardeners, communities, horticulturists, garden designers, and historians, we work to preserve outstanding gardens across America*". Attraverso accordi di volontariato, collaborazioni istituzionali e programmi educativi fornisce supporto alla sostenibilità

di medio–lungo periodo dei giardini storici e botanici. In Europa vi sono numerosi enti che coordinano parchi e giardini nazionali: nel Regno Unito, la *Royal Horticultural Society* definisce standard di gestione, programmi di formazione e iniziative di conservazione orientate alla sostenibilità; in Francia, il *Conservatoire des Jardins et Paysages* promuove la tutela dei giardini storici mediante reti regionali e progetti educativi. In Italia, diverse realtà si occupano di giardini e turismo, tra cui l'Associazione Parchi e Giardini Italiani, l'associazione dei Grandi Giardini Italiani e l'Associazione Giardini Italiani. Esse condividono una visione comune in termini di sostenibilità, che si declina su più livelli. Innanzitutto, pongono grande attenzione alla tutela e conservazione del patrimonio naturale e culturale, proteggendo la biodiversità vegetale, le specie autoctone e i giardini storici, e adottando pratiche di gestione compatibili con la salute degli ecosistemi. In secondo luogo, promuovono processi educativi e di sensibilizzazione attraverso corsi, visite con guida, *workshop* e laboratori, con l'obiettivo primario di diffondere conoscenze e incoraggiare comportamenti responsabili. Un altro elemento chiave è la *governance* sostenibile e partecipativa – che si realizza con *partnership* tra enti pubblici e privati, collaborazioni con istituzioni culturali e coinvolgimento di volontari – accompagnata dall'impiego di strumenti di monitoraggio e standard condivisi per garantire una gestione efficace e rispettosa dell'ambiente. Infine, l'aspetto della rete e dello scambio di buone pratiche consente di mettere a fattor comune esperienze, modalità e metodologie tra giardini locali, nazionali e internazionali, alimentando l'efficacia delle strategie sostenibili e la loro replicabilità in contesti diversi. Partenariati transnazionali tra orti botanici, come quelli di Padova e di Singapore, agevolano l'adozione di politiche e progetti di *good practices exchange* (Bingül Bulut, 2024) in qualità di spazi attivi in cui vengono adottate delle interessanti *sustainable visitor management strategies*.

Sotto il profilo più operativo, alcune destinazioni adottando strategie quali bigliettazione differenziata in base alla stagionalità, percorsi tematici specializzati, visite guidate e laboratori didattici, attività innovative (artistiche, scientifiche, sportive, ecc.) che, oltre a generare entrate sostenibili per la manutenzione e i programmi di conservazione, contribuiscono in maniera significativa a educare i visitatori, garantire il loro benessere psico–fisico, rafforzare la coesione sociale, modulare i flussi turistici, riducendo sia le punte di afflusso sia i periodi di sotto fruizione. in questa direzione si

sono mosse anche alcune iniziative finanziate dai fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR).

Ecco, quindi, che il *garden tourism* emerge come leva strategica per dar luogo a benefici multipli, dati da una sommatoria positiva e creativa di valori ecologici, culturali, sociali, educativi ed economici che raccoglie e integra la bellezza e la progettualità dei giardini con la partecipazione dei *visit–attori* e la sostenibilità delle pratiche gestionali.

Innovazioni digitali nel garden tourism

Negli ultimi anni, i giardini botanici e i parchi storici sono stati interessati da processi di innovazione tecnologica che ne stanno ridefinendo profondamente il ruolo all'interno dei sistemi territoriali contemporanei (BGCI, 2021). In una prospettiva geografica, tali trasformazioni non toccano esclusivamente la dimensione della fruizione turistica, ma investono l'intero funzionamento dei giardini come infrastrutture socio–ecologiche complesse, in cui pratiche di conservazione, gestione delle risorse e valorizzazione culturale risultano sempre maggiormente integrate. Le tecnologie digitali e i "sistemi intelligenti" rappresentano oggi una componente strutturale di questi spazi, contribuendo alla competitività dell'offerta turistica, alla sostenibilità ambientale e alla capacità di mantenimento nel lungo periodo (Werquin *et al.*, 2022; Buhalis & Amaranggana, 2023).

Accanto alle innovazioni "visibili" e legate primariamente alla sfera dell'esperienza di visita, si sviluppano forme di innovazione "invisibile" che riguardano la gestione tecnica dei giardini. Sistemi di irrigazione intelligente basati su tecnologie IoT (*Internet of Things*) e reti di sensori ambientali consentono di monitorare in tempo reale parametri quali umidità del suolo, temperatura e condizioni climatiche, ottimizzando l'uso delle risorse idriche e riducendo gli sprechi (Pithadiya *et al.*, 2021). L'*Internet of Things* (IoT) si riferisce a un insieme di dispositivi fisici interconnessi in grado di raccogliere, trasmettere e analizzare dati in diretta attraverso la rete, permettendo una gestione automatizzata e adattiva dei sistemi ambientali (Rose et al., 2020). In ambito verde e paesaggistico, tali tecnologie favoriscono pratiche di gestione più efficienti, sostenibili e basate su dati, contribuendo alla resilienza e alla manutenzione a lungo termine dei giardini. Un esempio significativo è rappresentato in Italia dall'Orto Botanico dell'Università "La Sapienza" di Roma, istituito nel 1883 e oggi caratterizzato da un

patrimonio di oltre 3.000 specie, tra cui un giardino giapponese, bambuseti e il Giardino dei Semplici con oltre 300 specie di piante medicinali. In questo contesto, l'adozione di un sistema di *smart garden* basato su tecnologie IoT ha risposto all'esigenza di modernizzare la gestione del sito monitorando in continuo le caratteristiche del suolo e dell'ambiente, con l'obiettivo di garantire situazioni ottimali di crescita per le diverse collezioni botaniche. La raccolta e l'elaborazione in tempo reale dei dati ambientali consentono infatti di adattare le pratiche di irrigazione e manutenzione alle condizioni effettive, migliorando l'efficienza gestionale e riducendo l'impatto ambientale complessivo (UniDATA, 2021; Tektelic, 2023).

In contesti urbani, queste soluzioni si integrano con piattaforme digitali e sistemi di analisi dei dati, configurando i giardini come nodi di sistemi verdi intelligenti e rafforzandone il ruolo all'interno delle strategie di adattamento e gestione territoriale. Un buon esempio è rappresentato dai sistemi di gestione *smart* del verde urbano adottati nella città di Barcellona, dove reti IoT installate nei parchi monitorano in modo istanteneo parametri base, consentendo di ottimizzare l'irrigazione e ridurre il consumo idrico, mantenendo al contempo elevati standard di qualità ecologica degli spazi verdi. Tali tecnologie si inseriscono nei modelli di *smart urban management* (Ababneh, 2023), nei quali l'integrazione tra sensori, lettura dei dati e sistemi di supporto decisionale permette di migliorare l'efficienza nella manutenzione delle aree verdi e di agire efficacemente nella definizione di politiche urbane volte alla sostenibilità e alla resilienza (Jointhecollective, 2025). Queste prospettive trovano riscontro anche nella letteratura più recente sui sistemi forestali e sul verde urbano, che evidenzia come l'impiego di tecnologie digitali e sistemi di monitoraggio ambientale favorisca una gestione consapevole, adattiva e sostenibile degli ecosistemi urbani, potenziando il ruolo del verde come componente strategica per la resilienza territoriale e la qualità ambientale (SISef, 2022). I giardini e gli spazi verdi non rappresentano soltanto elementi decorativi o ricreativi, ma componenti attive dell'organizzazione urbana, capaci di fornire servizi ecosistemici e di sostenere la qualità ambientale e la gestione delle risorse. Colti in tali dinamiche, i giardini si configurano come interfacce ecologiche e digitali della città contemporanea, luoghi in cui dati, natura e pratiche di gestione si intrecciano dando forma a nuove modalità di relazione tra ambiente, tecnologia e società.

Il versante tecnologico, apparentemente legato alla sfera gestionale, si intreccia con le politiche di valorizzazione turistica e con

la costruzione dell'immagine dei giardini. Le pratiche di gestione sostenibile entrano, infatti, a far parte della narrazione dei luoghi, favorendo la diversificazione dei racconti e l'attrazione di pubblici sensibili ai temi della sostenibilità, dell'innovazione e della responsabilità ambientale. I giardini contemporanei si configurano così come spazi ibridi, nei quali le tecnologie supportano sia i processi ecologici interni sia le pratiche di comunicazione e fruizione, rinvigorendo il legame tra la dimensione materiale e quella simbolica del paesaggio. In questo quadro si inserisce il crescente processo di digitalizzazione del turismo, che sta cambiando le modalità di interpretazione del patrimonio botanico, le strategie di gestione delle destinazioni e l'esperienza dei visitatori. Le tecnologie digitali non sostituiscono l'esperienza diretta del paesaggio, ma ne ridefiniscono le modalità di accesso, comprensione e condivisione. Strumenti digitali, piattaforme mobili e ambienti immersivi ampliano, infatti, le pratiche di catalogazione, mappatura e restituzione dei siti naturali e culturali, favorendo forme di coinvolgimento attivo e apprendimento situato (Gretzel *et al.*, 2015; Sigala, 2018). In particolare, si afferma il concetto di *digital interpretation*, che integra contenuti scientifici, narrazione e orientamento spaziale attraverso dispositivi mobili e piattaforme interattive (Ballantyne *et al.*, 2011).

In questa cornice, i giardini botanici non sono soltanto attrazioni turistiche, ma istituzioni scientifiche impegnate nella conservazione della biodiversità e nella diffusione dei saperi (Heywood, 2017). Organizzazioni internazionali come BGCI evidenziano come le tecnologie digitali possano rafforzarne la funzione educativa, ampliando l'accessibilità delle collezioni e facilitando il dialogo con pubblici diversificati (BGCI, 2021). Il coinvolgimento dei visitatori diventa così una componente centrale della loro missione, favorendo la consapevolezza ambientale e il supporto alle attività di conservazione.

Le innovazioni digitali ridefiniscono la relazione tra domanda e offerta turistica, contribuendo alla co–costruzione dell'esperienza di visita e ampliando le modalità di accesso e conoscenza del patrimonio botanico. Un primo livello concerne lo sviluppo di applicazioni mobili dedicate, che accompagnano il visitatore con mappe interattive, contenuti botanici e percorsi tematici personalizzati. In questo ambito, un caso emblematico è rappresentato dall'Orto Botanico di Padova, il più antico orto botanico universitario del mondo. L'app ufficiale e i sistemi digitali di visita trasformano *smartphone* e *tablet* in veri e propri dispositivi di mediazione tra visitatore e ambiente. Attraverso percorsi interattivi e contenuti

scientifici, tali strumenti consentono di scoprire i diversi biomi del Giardino della biodiversità, favorendo una fruizione attiva e personalizzata del patrimonio vegetale. L'esperienza digitale, inoltre, non si esaurisce nella visita *in situ*, ma si estende alla fase pre e post–visita.

A queste soluzioni si affiancano ulteriori dispositivi di interpretazione digitale, come audioguide accessibili tramite QR code, percorsi tematici multilingue e strumenti interattivi pensati per pubblici specifici, tra cui famiglie e bambini. Nel caso dell'Orto Botanico di Padova, ad esempio, sistemi come l'audioguida digitale e l'*AudioPen* consentono di costruire itinerari personalizzati e di adattare i contenuti a diversi livelli di competenza, configurando la visita come esperienza modulabile e inclusiva (Orto Botanico, 2026).

In questa stessa direzione si colloca anche l'app *Giardini Parlanti* sviluppata per i Giardini Reali di Monza, che proponendo contenuti audio e narrativi consente di accompagnare il visitatore lungo percorsi tematici, integrando dimensione esperienziale e divulgazione culturale.

Analoghe strategie si riscontrano anche nei giardini botanici e nei sistemi di ville e giardini storici del Lago di Como, dove le tecnologie digitali sono utilizzate in modo crescente per supportare la visita con piattaforme web, audioguide e strumenti di narrazione multimediale. La digitalizzazione contribuisce qui a integrare il giardino all'interno di un sistema territoriale allargato, connettendo la fruizione dei singoli siti a itinerari culturali e paesaggistici diffusi. Le applicazioni e i contenuti digitali permettono così di costruire narrazioni diversificate, capaci di valorizzare sia la dimensione botanica sia quella storico–culturale e paesaggistica, intercettando pubblici eterogenei e ampliando il raggio di attrazione della destinazione (Giardini Lago di Como, 2026).

Più in generale, le applicazioni mobili e le piattaforme digitali contribuiscono a migliorare il coinvolgimento dei visitatori e il loro apprendimento informale nei contesti naturalistici e museali. In questo senso, le tecnologie digitali non solo facilitano l'accesso alle informazioni, ma permettono anche di costruire esperienze personalizzate e interattive, in cui il visitatore assume un ruolo attivo nella produzione e condivisione dei contenuti.

Un ulteriore campo di innovazione riguarda l'uso della realtà aumentata (*augmented reality*) nei percorsi botanici e nei parchi storici, con cui è possibile sovrapporre contenuti digitali all'ambiente reale osservato con dispositivi mobili. Queste tecnologie permetto-

no di arricchire l'esperienza di visita con modelli tridimensionali, ricostruzioni storiche e informazioni scientifiche, facilitando la conoscenza del patrimonio e promuovendo una fruizione immersiva degli spazi verdi (Dieck et al., 2024). In ambito botanico e museale, applicazioni di realtà aumentata sono state progressivamente integrate per visualizzare processi biologici complessi, adattamenti ecologici delle specie e trasformazioni storiche dei paesaggi. Un esempio significativo è rappresentato dai *Royal Botanic Gardens* di Kew dove soluzioni digitali e sperimentazioni immersive consentono ai visitatori di accedere a contenuti scientifici avanzati e narrazioni interattive. In questi contesti, l'*augmented reality* viene utilizzata per rendere visibili fenomeni non immediatamente percepibili, come cicli vitali delle piante o relazioni ecologiche, facendo sì che la visita divenga un'esperienza di apprendimento dinamico. Analogamente, nei *Singapore Botanic Gardens*, piattaforme digitali e percorsi geolocalizzati sviluppati dall'agenzia nazionale NParks integrano elementi di realtà aumentata e contenuti interattivi, permettendo ai visitatori di esplorare il giardino attraverso itinerari tematici e narrazioni digitali accessibili tramite dispositivi mobili. In questo caso, la dimensione aumentata si inserisce in una più ampia infrastruttura digitale urbana, collegando la visita al giardino con la rete dei parchi e degli spazi verdi della città–stato e rafforzando il ruolo del giardino come nodo di un sistema territoriale connesso (NParks, 2022). Ulteriori sperimentazioni si riscontrano in contesti nordamericani, come il *New York Botanical Garden*, dove installazioni digitali e applicazioni interattive sono utilizzate per arricchire mostre temporanee e percorsi educativi, integrando parti visive e narrative che facilitano il coinvolgimento dei visitatori.

Si tratta di casi in cui l'*augmented reality* si configura come strumento di dialogo, ma soprattutto come dispositivo esperienziale capace di amplificare le componenti estetiche ed emotive della visita. Nel complesso, l'introduzione della realtà aumentata nei giardini botanici evidenzia come tali soluzioni contribuiscano ad ampliare le possibilità di narrazione e rappresentazione del paesaggio, rendendo accessibili livelli di conoscenza altrimenti invisibili e favorendo forme di apprendimento esperienziale e partecipativo. Sono dispositivi che si inseriscono pienamente nei processi di co–costruzione dell'esperienza turistica, in cui il visitatore non è mero fruitore, ma parte attiva nella costruzione del significato del luogo. Tali innovazioni concorrono, dunque, a concretizzare il paradigma dello *smart tourism*, che descrive l'integrazione tra

tecnologie digitali, infrastrutture informative e governance delle destinazioni (Gretzel *et al.*, 2020; Buhalis *et al.*, 2019).

Parallelamente, i *social media* svolgono un ruolo divenuto centrale nella costruzione dell'immagine dei giardini e nella diffusione delle esperienze di visita. I contenuti generati dagli utenti condizionano i processi di scelta delle destinazioni e contribuiscono a trasformare i giardini in spazi di turismo esperienziale e narrazione condivisa.

Un esempio significativo è rappresentato dalla pagina Instagram di *Terre Borromeo*, che con oltre 51.000 follower contribuisce alla costruzione di un'immagine coordinata dei giardini del Lago Maggiore, tramite contenuti visivi e narrativi capaci di valorizzare l'esperienza di visita e di rafforzare l'*appeal* della destinazione.

In questo contesto, i *social network* si configurano come ambienti centrali di contatto e produzione simbolica, all'interno dei quali emergono nuove figure come i *garden influencer*, mentre strumenti quali i *virtual tour* estendono l'esperienza di visita anche a distanza; tali dinamiche si intrecciano con pratiche di *storytelling* digitale che contribuiscono alla costruzione di narrazioni condivise (Gretzel et al., 2020; Sigala, 2025) Studi recenti evidenziano inoltre come le piattaforme digitali e i *social media* non solo medino la percezione dei luoghi, ma contribuiscano attivamente alla co–creazione dell'esperienza turistica, guidando aspettative, comportamenti e modalità di fruizione degli spazi (Zhang *et al.*, 2024). La dimensione estetica del paesaggio si intreccia con le pratiche di rappresentazione digitale che accelerano la visibilità e l'attrattività delle destinazioni. Queste dinamiche si collegano alle più recenti riflessioni sull'economia dell'esperienza, secondo cui il valore turistico si costruisce mediante esperienze coinvolgenti e partecipate (Richards, 2025). Nei giardini botanici, l'esperienza integra dimensioni sensoriali, educative e narrative che le tecnologie digitali contribuiscono ad amplificare. Le piattaforme digitali permettono inoltre di articolare l'esperienza turistica lungo diverse fasi – dalla pre–esperienza alla visita in situ fino alla condivisione post–visita – rafforzando la relazione tra visitatore e destinazione.

Tuttavia, una parte della letteratura evidenzia come tali processi possano comportare il rischio di una crescente mediazione tecnologica dell'esperienza, con possibili effetti di standardizzazione e di riduzione della dimensione contemplativa del paesaggio, soprattutto nei contesti in cui le pratiche di fruizione risultano fortemente influenzate dalle logiche di rappresentazione digitale e dalla

ricerca di scenari "instagrammabili" (Chhabra, 2025; Molin, 2025; Toresson, 2025).

Nel complesso, il *garden tourism* contemporaneo si configura come un'esperienza maggiormente ibrida e connessa, in cui dimensione fisica e dimensione digitale concorrono alla costruzione del valore turistico dei giardini. Le tecnologie, lungi dal sostituire la contemplazione della natura, ne ridefiniscono le modalità di interpretazione, narrazione e partecipazione: il giardino assume, così, le caratteristiche di in uno spazio relazionale capace di integrare biodiversità, sapere scientifico e innovazione all'interno delle nuove geografie dell'esperienza turistica.

2

GIARDINI BOTANICI E *GARDEN TOURISM* NEL VERBANO CUSIO OSSOLA

Patrimoni, funzioni e prospettive

Stefania Cerutti e Roxana Popusoi

> Tout jardin est, d'abord l'apprentissage du temps, du temps qu'il fait, la pluie, le vent, le soleil, et le temps qui passe, le cycle des saisons.
>
> Ogni giardino è, innanzi tutto, l'apprendimento del tempo, del tempo che fa come pioggia, vento e sole e del tempo che passa, il ciclo delle stagioni.
>
> *Erik Orsenna*

1. Il patrimonio botanico del Verbano Cusio Ossola: contesto geografico e diversificazione floristica

La varietà geografica di una provincia di confine

Dal punto di vista geografico, la provincia del Verbano Cusio Ossola (VCO) occupa l'estremo settentrionale del Piemonte, al confine con la Svizzera, facendo da cerniera tra pianura padana e arco alpino (figura 1).

Confina con i cantoni Vallese e Ticino, con la provincia lombarda di Varese e quella piemontese di Novara. Dal punto di vista amministrativo, è stata istituita nel 1992, scorporando 77 comuni della provincia di Novara.

Viene soprannominata "provincia azzurra" per la predominanza del colore blu/azzurro nel suo paesaggio, dominato da tre grandi specchi d'acqua: il Lago Maggiore, il Lago d'Orta e il Lago di Mergozzo. Questa caratteristica geografica, che unisce laghi e montagne, ha definito l'identità turistica del territorio.

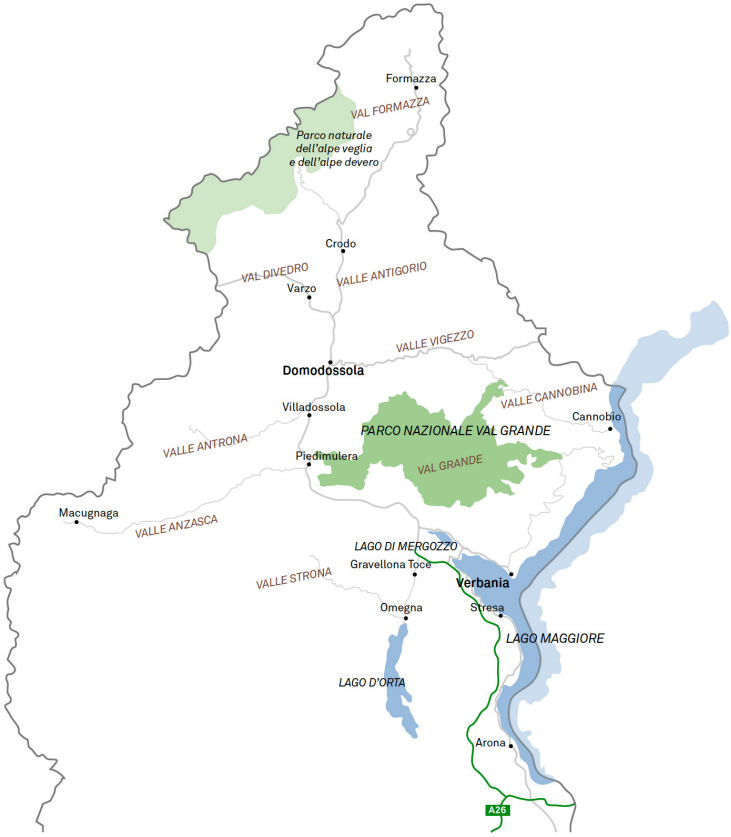


Figura 1 – Il contesto territoriale del Verbano Cusio Ossola.
Fonte: Paola Menzardi, in *Cerutti et al.*, 2021, p. 104.

La provincia include il Verbano, affacciato sull'alta sponda del Lago Maggiore, il Cusio, tra il settore superiore del Lago d'Orta e quello inferiore del Lago Maggiore, e il vasto ambito montano della Val d'Ossola (Dell'Era & Pedretti, 2008). Da ricordare che le stesse denominazioni – Verbano, Cusio e Ossola derivano da antichi toponimi latini – *Verbanus (o Lacus Verbanus)*, *Cusius* (o *Lacus Cusianus*) e *Oscela* o *Oxila* – che rimandano alla lunga stratificazione storica e geografica dell'area.

Il fiume più importante e principale corso d'acqua di questo territorio è il Toce: nasce dal Passo San Giacomo (2313 m. s.l.m.),

attraversa le valli ossolane per poi sfociare nel Lago Maggiore, nei pressi di Fondotoce. Nel suo tratto finale ha contribuito alla formazione della piana di Fondotoce, che separa il Lago di Mergozzo dal Lago Maggiore; dal 1990 è divenuta Riserva naturale speciale e dal 2018 è stata riconosciuta anche dall'UNESCO in quanto parte della Riserva della Biosfera "Ticino Val Grande Verbano". Lungo il suo corso superiore, si trova la famosa Cascata del Toce, considerata una delle più spettacolari delle Alpi.

Un altro corso d'acqua degno di nota, è la Nigoglia, emissario del Lago d'Orta e affluente del Lago Maggiore, che, come dice Rodari, vuole l'articolo femminile e "fa di testa sua": scorre, infatti, al contrario dirigendosi verso nord, anziché verso sud. Scorre a Omegna, città natale dello scrittore e patria di aziende famose nel mondo per la produzione di casalinghi, come Alessi, Lagostina, Bialetti.

Geografia naturale, culturale e creativa si intrecciano, dunque, in questo contesto "tripolare" e complesso.

In un territorio relativamente ristretto coesistono ambienti alpini, collinari e lacustri, caratterizzati da marcate escursioni altitudinali: si passa dalle rive del lago Maggiore (circa 193 m s.l.m. all'altezza di Pallanza) alle cime del massiccio del Monte Rosa, che superano i 4.600 m s.l.m., delineando un'elevata complessità geomorfologica e ambientale.

Questa varietà geografica si riflette in una notevole eterogeneità di climi locali e di paesaggi, che spaziano dal clima mite submediterraneo delle aree lacustri fino agli ambienti alpini d'alta quota, caratterizzati da lunghi periodi di innevamento e da condizioni ecologiche selettive per la vegetazione (*ibidem*). In meno di un'ora di viaggio si passa dai lidi di lago con la loro allure mediterranea [...] ai piedi della seconda montagna delle Alpi (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2022), configurando una transizione rapida che favorisce la compresenza di ecosistemi differenti (Dell'Era & Pedretti, 2008).

Lungo le sponde del Lago Maggiore e degli altri bacini prealpini, come i laghi d'Orta e di Mergozzo, il microclima lacustre attenua le escursioni termiche stagionali, consentendo la crescita di specie ornamentali e subtropicali insolite per queste latitudini. Salendo di quota e addentrandosi nelle valli interne, il clima assume progressivamente caratteri più continentali e poi alpini, selezionando una vegetazione tipica delle altitudini maggiori, come boschi di latifoglie, dominati da querce, castagni e faggete, e ad altitudini più alte conifere montane, come pinete e lariceti, accompagnate da rodo-

dendri selvatici e da praterie alpine ricche di specie erbacee adattate a circostanze ambientali estreme (Dell'Era & Pedretti, 2008). Il risultato di questa articolata diversità climatica e geomorfologica è un mosaico botanico e floristico di elevato interesse naturalistico, che rende il VCO un territorio particolarmente ricco di *habitat* e di specie vegetali differenti (Cerutti & Moroso, 2022).

Parte significativa del patrimonio autoctono è tutelata all'interno di un sistema strutturato di aree protette, tra cui il Parco Nazionale della Val Grande e i parchi naturali dell'Alta Valle Antrona e dell'Alpe Veglia–Devero, che contribuiscono alla conservazione degli ecosistemi montani e forestali (Dell'Era & Pedretti, 2008; Benetti & Cerutti, 2023; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023). Il Parco Nazionale della Val Grande riveste, inoltre, un particolare rilievo a livello internazionale, essendo riconosciuto come Riserva della Biosfera MAB (*Man and the Biosphere*) dell'UNESCO, a testimonianza del valore dei suoi ecosistemi e dell'impegno nella promozione di modelli di gestione sostenibile (Cerutti, 2018).

I paesaggi alpini di questo territorio, celebrati da viaggiatori, naturalisti e artisti fin dall'epoca del Grand Tour, hanno contribuito a costruire l'immagine delle Alpi come spazio di meraviglia, scoperta scientifica e contemplazione estetica. Come ricorda Lucarno, "la Val d'Ossola e la riviera del Lago Maggiore sono state aree di precoce sviluppo turistico e importante tappa del Grand tour fin dal XVIII secolo, quando i viaggiatori provenienti dalla Francia e dall'Europa centrale entravano in Italia attraverso i valichi del Sempione e del San Gottardo, citate nelle relazioni di famosi scrittori dell'epoca, come Goethe e Stendhal, che le giudicarono tra i paesaggi più belli d'Italia. Nell'Ottocento, sulle sponde del Verbano si diffusero le ville signorili appartenenti a famiglie aristocratiche italiane e straniere e della ricca borghesia industriale lombarda e piemontese che qui soggiornavano, attirate dalle vedute dei laghi e della montagna ossolana e dalla dolcezza del clima. Nel XX secolo i flussi si sono consolidati anche per altre attrattive culturali, come i Sacri Monti di Domodossola e Ghiffa, dal Seicento oggetto di pellegrinaggi, e le più importanti dimore nobiliari, con i loro sontuosi giardini architettonici dalle straordinarie fioriture e dalle piante esotiche, divenute spesso meta del *garden tourism* e sedi museali" (Lucarno, 2000, p. 53).

Giardini botanici e giardini storici di eccellenza

La specifica configurazione ambientale del VCO ha favorito, nel corso del tempo, l'acclimatazione di piante esotiche e rare, provenienti da diversi continenti per arricchire collezioni botaniche private e, successivamente, giardini di interesse pubblico. Accanto a queste raccolte, la presenza di giardini alpini, orti botanici e giardini sperimentali ha permesso lo studio e la conservazione della flora autoctona e delle specie montane, offrendo al contempo spazi di osservazione scientifica e di fruizione culturale per esperti e visitatori. In alcune ville storiche e parchi pubblici, la convivenza di piante esotiche e specie alpine offre, ancora oggi, un dialogo intenso tra biodiversità locale e piante acclimatate, promuovendo il territorio anche sotto il profilo estetico e paesaggistico. Di seguito, vengono presentati i principali giardini e riserve naturali della provincia del VCO, con l'obiettivo di illustrare sinteticamente le varietà di tipologie presenti e di evidenziare la loro collocazione. La selezione comprende giardini privati e pubblici di eccellenza e riserve naturali che proteggono ecosistemi montani e lacustri; nel loro complesso, essi offrono opportunità sia di fruizione culturale e turistica, mediante proposte di *garden tourism*, sia scientifica, configurandosi come leve straordinarie di valorizzazione paesaggistica.

Giardini Botanici di Villa Taranto (Verbania)

Fondati nel 1931 dal capitano scozzese Neil McEacharn, costituiscono uno dei principali poli di conservazione ornamentale e sperimentazione collezionistica del Lago Maggiore. I giardini si sviluppano su circa 16 ettari (Ministero della Cultura, 2021) e il patrimonio botanico è descritto come composto da circa 20.000 varietà e specie di pregiate e di particolare valenza botanica (Dell'Era & Pedretti, 2008; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c). La struttura del giardino, articolata in terrazze, aiuole e specchi d'acqua che degradano verso il lago, sostiene una fruizione stagionale basata su fioriture e collezioni di richiamo, tra cui tulipani e camelie in primavera, dalie in estate e ninfee giganti *Victoria cruziana* in serra (Dell'Era & Pedretti, 2008; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a; 2024c). Nel giardino botanico le piante segnano anche il passaggio di nomi illustri, da Margaret Thatcher a Ciampi e Aldo Moro. Si ricorda, in

particolare, che nel 1956 il cancelliere Adenauer piantò un albero di *Cephalotaxus Harringtoniana*; una targa commemorativa ne fa memoria.

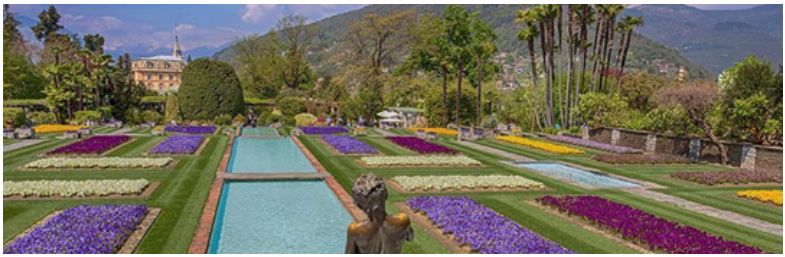


Figura 2 – Giardini di Villa Taranto, Verbania. Fonte. The Green Revolution, (https://www.thegreenrevoution.it/wp content/uploads/2020/07/21–LUG–20_–I–giardini–di–villa–taranto–4.jpg). Copyright 2020 di The Green Revolution.

Giardino Orto Botanico Alpinia (Stresa)

L'Orto Botanico Alpino, ideato e realizzato da Igino Ambrosini, fu inaugurato nel 1934 sulle pendici orientali del Mottarone, a circa 800 m s.l.m. (Cerutti & Moroso, 2022). Esteso su circa 4 ettari tra praterie e affioramenti rocciosi, offre percorsi di visita liberi tra specie di alta quota (tra cui stelle alpine, genziane e diverse *Saxifragaceae*), corredate da cartellini descrittivi, fino al balcone panoramico da cui il pendio apre una vista ampia sul Lago Maggiore e sulle Alpi (Cerutti & Moroso, 2022; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a; 2024c). Considerato un "museo vivente" dedicato alla flora alpina, ospita una collezione stimata tra 700 e 800 specie provenienti da aree montane europee ed extraeuropee (Alpi, Caucaso, Himalaya, Americhe), configurandosi come risorsa per educazione ambientale, divulgazione scientifica e sensibilizzazione sulle fragilità ecologiche degli ecosistemi d'alta quota (Cerutti & Moroso, 2022; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Figura 3 – Giardini Orto Botanico Alpinia, Stresa. Fonte: Giardino Botanico Alpinia (https://giardinobotanicoalpinia.altervista.org/chi–siamo/).

Giardini di Villa San Remigio (Verbania)

Nel quadro dei giardini storici, il complesso di Villa San Remigio (Verbania Pallanza) rappresenta un sistema di elevato valore paesaggistico, costituito da villa e ampio parco sul colle della Castagnola. La villa venne costruita negli ultimi anni dell'Ottocento per volere di Silvio della Valle di Casanova e Sophie Browne, che con tempo e dedizione crearono giardini in stili e in registri compositivi diversi (medievale, all'italiana, all'inglese) affiancati dal bosco e dal frutteto, evidenziando la relazione tra progetto del verde, sentimenti ed emozioni, panorama lacustre e stratificazione culturale (Dell'Era & Pedretti, 2008; Ministero della Cultura, 2021). Attualmente non sono fruibili, ma è stato avviato un progetto di riqualificazione a opera della Regione Piemonte, proprietaria della Villa e dei giardini (Cerutti & Moroso, 2022). Villa e giardini sono stati un celebre salotto artistico internazionale sul Lago Maggiore: ospiti illustri che vi hanno passeggiato e trovato ispirazione includono Gabriele D'Annunzio, Ferruccio Busoni, Clara Wieck Schumann, Wilhelm Kempff e Umberto Boccioni, che qui dipinse paesaggi raffiguranti il lago (Dell'Era e Pedretti, 2008; Zambrano, 2025).I giardini di Villa San Remigio sono descritti come un percorso simbolico tra terrazze tematiche, sculture, fontane e piante secolari; oggi sono inagibili dopo un devastante evento meteorologico del 2012 (Verbano24, 2023).

Figura 4 – Giardini di Villa San Remigio, Verbania. Fonte: Roxana Popusoi.

Isole Borromee (Stresa)

L'arcipelago delle Isole Borromee, collocato nel Golfo Borromeo (Lago Maggiore), è composto da tre isole: Isola Bella, Isola Madre e Isola dei Pescatori oltre all'Isolino di San Giovanni e allo Scoglio della Malghera.

Nel sistema insulare borromeo la dimensione artistico–architettonica e quella botanica risultano progettate in modo integrato, contribuendo alla costruzione di un paesaggio "messo in scena" e, al tempo stesso, ecologicamente riconoscibile attraverso collezioni vegetali e dispositivi ornamentali (Bonzini, 2018).

Il giardino di Palazzo Borromeo sull'Isola Bella è un esempio di giardino barocco all'italiana, realizzato tra il 1631 e il 1671 circa e organizzato su terrazze sovrapposte a piramide, ornate da statue barocche, fontane, arancere e apparati scenografici (Dell'Era & Pedretti, 2008; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Figura 5 – Sopra: Vista aerea dell'Isola Madre sul Lago Maggiore. Da Isole Borromee (https://www.isoleborromee.it). Sotto: Vista aerea dell'Isola Bella sul Lago Maggiore. Fonte: Isole Lago Maggiore (https://www.isolelagomaggiore.com/)

L'Isola Madre presenta un giardino di impianto Sette–Ottocentesco in stile paesaggistico inglese, è la più grande tra le isole Borromeo. In tale contesto, la presenza di collezioni subtropicali e di elementi legati ad acque ornamentali (ninfee e laghetti) rafforza la lettura dell'isola come dispositivo botanico e paesaggistico; particolare rilievo assume la Loggia del Kashmir, associata al cipresso del Kashmir i cui semi arrivarono nel 1862 e che, dopo la tromba d'aria del 2006, è stato mantenuto vivo tramite interventi di salvataggio (Dell'Era & Pedretti, 2008; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Dal 2002, i giardini dell'Isola Bella e dell'Isola Madre sono inseriti nel circuito della *Royal Horticultural Society*, in qualità di RHS *Partner Garden* (Dell'Era & Pedretti, 2008).

Parco di Villa Pallavicino (Stresa)

Parco ottocentesco di 18 ettari parte del circuito Terre Borromeo, Villa Pallavicino combina dimensioni paesaggistiche, botaniche e faunistiche. Ospita alberi monumentali e collezioni di magnolie, camelie, ortensie e rododendri; la presenza di un'area faunistica (con oltre 50 specie tra mammiferi e volatili) e di una fattoria didattica completa l'offerta e contribuisce a definire una fruizione orientata anche a pubblici familiari (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Figura 6 – Giardini del parco di Villa Pallavicino, Stresa. Fonte: Guida Torino (https://www.guidatorino.com/parco–villa–pallavicino–stresa/).

Parco degli Agrumi di Cannero Riviera

Un percorso pedonale che consente ai visitatori di passeggiare tra filari di agrumi locali, osservando da vicino le diverse varietà coltivate. Presso il Centro di documentazione degli agrumi sono presenti pannelli esplicativi e schede botaniche che illustrano le caratteristiche delle piante, le tecniche di coltivazione, il loro ruolo nella cultura e nell'economia del territorio (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c). Rappresenta un esempio di recupero di agro–biodiversità e paesaggio storico: nato da una collaborazione tra Comune e Università di Torino, il parco traduce la tradizione agrumicola locale in percorso interpretativo, affiancando al valore produttivo una funzione divulgativa attraverso pannelli e schede botaniche (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c). Nel marzo 2026 si è svolta la XIX edizione della Festa degli agrumi, manifestazione unica nel con-

testo piemontese e lacustre. L'evento è finalizzato a valorizzare e diffondere la conoscenza di una tradizione radicata nel territorio fin dal XVI secolo: la coltivazione e la cura degli agrumi, praticate prevalentemente all'interno di giardini privati. Tale attività è resa possibile da uno specifico microclima locale, che favorisce una crescita rigogliosa delle piante e consente un utilizzo diffuso dei prodotti durante l'intero periodo di maturazione. Questa peculiare condizione ambientale ha contribuito in modo determinante alla costruzione dell'identità territoriale del luogo, tanto che il paese, originariamente denominato Cannero, ha assunto ufficialmente la denominazione di Cannero Riviera con Decreto del Capo provvisorio dello Stato dell'8 maggio 1947, n. 440.

Parco di Villa Anelli (Oggebbio)

Realtà botanica privata specializzata nella coltivazione delle camelie, sviluppata anche grazie al contributo dell'ingegnere Antonio Sevesi, fondatore della Società Italiana della Camelia e coautore dell'International Camellia Register (Dell'Era & Pedretti, 2008). La collezione è descritta come composta da oltre 500 piante e articolata in 318 cultivar di *Camellia japonica* (fioritura primaverile), 40 sasanqua (fioritura invernale) e oltre 30 specie botaniche, con aree tematiche dedicate anche a *cultivar* ottocentesche e alle reticulata (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Figura 7 – Giardino di Villa Anelli, Oggebbio. Fonte: Guida Laghi (https://www.guidelaghi.it/andar–per–ville–e–giardini–autunno/parco–di–villa–anelli/).

Il riconoscimento internazionale è testimoniato dall'attribuzione del titolo di *Camellia Garden of Excellence,* nel 2010, dalla International Camellia Society e dal suo inserimento nella Rete Museale Alto Verbano (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

La fruizione è regolata da modalità di accesso su prenotazione, ove si possono anche prenotare esperienze di degustazione mirate ai tè e ai vini dell'azienda agricola "La Camelia d'Oro", arricchite da un percorso sensoriale olfattivo e gustativo, con l'intento di garantire un'esperienza approfondita e di scoperta del giardino (Cerutti & Moroso, 2022; Dell'Era & Pedretti, 2008).

Riserva Naturale Speciale Sacro Monte della Trinità di Ghiffa (Ghiffa)

Affacciato su un belvedere iconico del Lago Maggiore, il Sacro Monte di Ghiffa intreccia spiritualità e paesaggio in una dimensione raccolta e immersiva. Il complesso ruota attorno al Santuario della SS. Trinità, ampliato tra fine Cinquecento e 1617 su un precedente luogo di culto romanico. Oltre al valore storico–monumentale, il contesto boschivo e il microclima lacustre sostengono una visita lenta basata su percorsi tematici e su una relazione ravvicinata con il paesaggio. Dal 2003 il sito rientra nel riconoscimento UNESCO dei Sacri Monti di Piemonte e Lombardia (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Riserva Naturale Speciale Sacro Monte Calvario di Domodossola (Domodossola)

Un percorso che si snoda dal centro di Domodossola al colle di Mattarella, permettendo di esplorare un'area con tracce romane e longobarde. Dopo la distruzione della fortezza nel 1415, il Sacro Monte prese forma dal 1656 per iniziativa dei cappuccini Gioacchino da Cassano e Andrea da Rho, con una Via Crucis. Le soppressioni napoleoniche ne interruppero l'uso religioso; nel 1828 dopo l'arrivo dei rosminiani il complesso è stato riattivato, con lavori proseguiti fino ai primi del Novecento. Dal 2003 è parte del sito UNESCO dei Sacri Monti e si legge come un itinerario in cui arte, natura e devozione si sostengono a vicenda (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Oltre ai siti maggiori, il territorio annovera diverse dimore storiche in cui il giardino si intreccia con funzioni culturali e sociali (Cerutti & Moroso, 2022). A Verbania, Villa Maioni (1925), oggi sede della biblioteca comunale, è ubicata in un'area verde valorizzata anche in chiave camelicola (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c). Villa Giulia, dimora ottocentesca affacciata sul lago Maggiore, dispone di un parco impostato secondo il gusto del giardino all'inglese ed è oggi fruibile come spazio pubblico (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

Villa Fedora, a pochi passi dal centro di Baveno, parco all'inglese di matrice ottocentesca, oggi fruibile come parco comunale (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

A Monterosso, Villa Giuseppina è documentata come luogo di soggiorno di Walter Dahms nel 1925 e viene inserita nei percorsi locali legati alla coltivazione e alla visita delle camelie, anche in relazione a iniziative ed eventi dedicati, come la periodica mostra della camelia a Verbania (Città di Verbania, 2025).

ll giardino storico di Villa Rusconi Clerici ospita una ricca varietà di specie ornamentali e arboree, tra cui Magnolia grandiflora, Fagus asplenifolia, Sophora japonica pendula e numerose cultivar di camelie, alcune delle quali particolarmente rare e con esemplari ultracentenari, affiancate da rose e da diverse specie botaniche provenienti da contesti geografici differenti. Attualmente la Villa e sui giardini sono molto rinomate come location per matrimoni, ricevimenti e convegni (Dell'Era & Pedretti, 2008).

Cartografia dei giardini e accessibilità territoriale

La ricostruzione sistematica della distribuzione spaziale e delle reti di connessione che influenzano il turismo dei giardini nel territorio del VCO trova la propria sintesi operativa nello sviluppo di una specifica cartografia interattiva (Figura 8). Nel presente volume, tale sistema viene necessariamente tradotto in una rappresentazione bidimensionale e statica, che condensa e rende leggibili le principali relazioni territoriali. La cartografia interattiva, richiamata come possibile sviluppo applicativo, permetterebbe invece di restituire la natura dinamica e relazionale del fenomeno, offrendo una visualizzazione multilivello e interrogabile, in grado di valorizzare la complessità delle reti e delle interdipendenze che strutturano il *garden tourism* nel VCO.

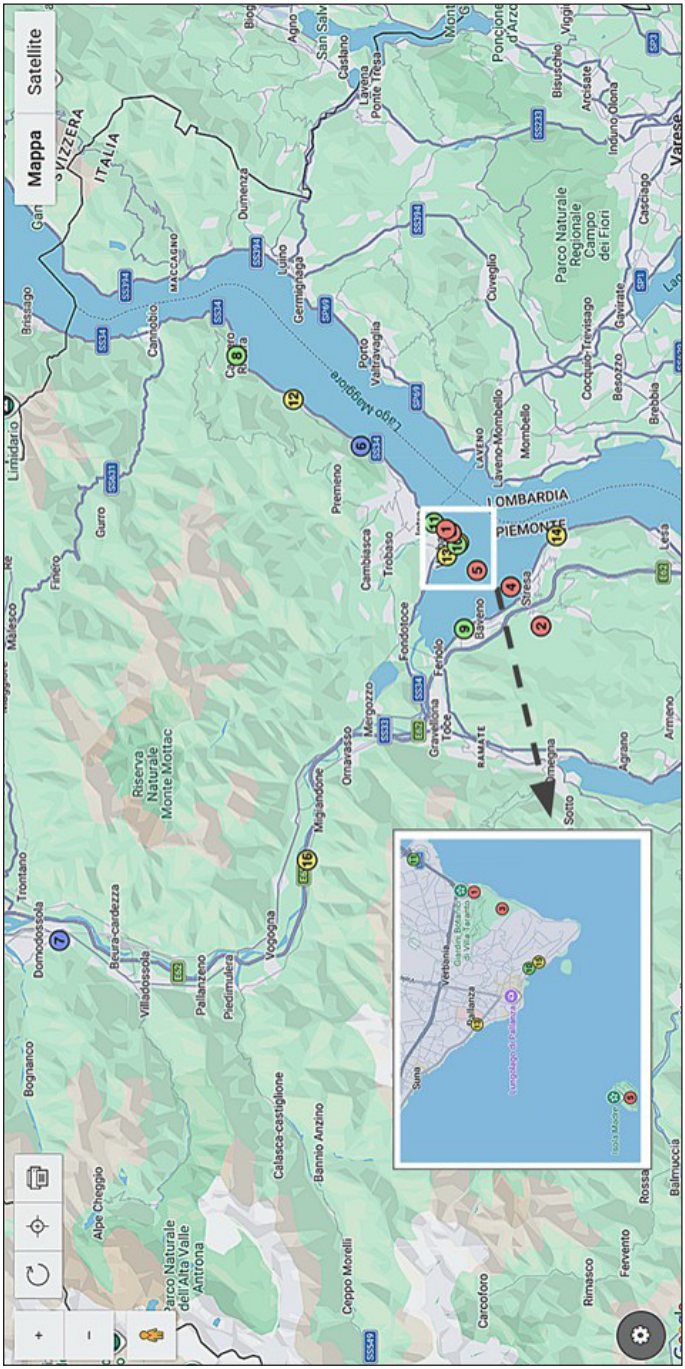


Figura 8. Distribuzione spaziale dei giardini del VCO e accesso alla mappa interattiva. Fonte: elaborazione propria realizzata con BatchGeo, sulla base del dataset Excel dedicato alla mappatura dei giardini del VCO. Nota: la versione interattiva della mappa è consultabile tramite *QR code* riportato a lato o seguendo il rimando digitale: https://batchgeo.com/map/bc0776d3ba0717061 4e1788745a3833

Tale strumento trae origine da un *dataset* di georeferenziazione inizialmente strutturato in formato tabellare e successivamente rielaborato attraverso la piattaforma BatchGeo, per approdare a una rappresentazione spaziale dinamica.

L'architettura informativa del *database* è stata concepita per integrare tre dimensioni analitiche fondamentali: quella geografico-localizzativa (indirizzi e coordinate), quella descrittivo-identificativa (nomenclatura e catalogazione dei siti) e, infine, quella relativa all'accessibilità multimodale, con particolare attenzione ai collegamenti tramite rete stradale, ferroviaria e di navigazione. Questo impianto metodologico non si limita alla semplice visualizzazione cartografica, ma permette di far convergere la classificazione tipologica dei giardini con le concrete dinamiche di mobilità territoriale. La sintesi che ne deriva offre un quadro organico dell'offerta turistica locale, rendendo immediatamente leggibile il rapporto tra il valore botanico-architettonico dei siti e la loro effettiva fruibilità.

La classificazione adottata nel *dataset* distingue quattro "gruppi" di luoghi - Giardini Botanici, Riserve Naturali Speciali, Parchi Pubblici e Parchi Privati - seguendo un criterio di scelta che, pur non ricalcando una rigida tassonomia amministrativa, si rivela efficace nell'intercettare le diverse sfumature della fruizione territoriale. Tale suddivisione permette infatti di spaziare dal giardino con finalità scientifico-divulgative, spesso strutturato con servizi e biglietteria, al parco inteso come spazio civico e quotidiano, fino alle aree protette dove l'esperienza di visita si intreccia con il rigore delle norme ambientali e la ciclicità delle stagioni.

Sulla base di questo impianto metodologico, l'indagine ha individuato e analizzato 16 mete d'eccellenza, la cui articolazione riflette la pluralità dell'offerta del VCO:

- I Giardini Botanici (5 siti) costituiscono il nucleo con più forte caratterizzazione scientifica; qui la componente vegetale non è solo ornamento, ma un vero progetto culturale votato alla tutela della biodiversità.
- Nelle Riserve Naturali Speciali (2 siti), identificate nei Sacri Monti di Ghiffa e Domodossola, la cura del paesaggio si fonde invece con la memoria storico-religiosa, suggerendo una fruizione prettamente escursionistica e contemplativa.
- La dimensione sociale emerge con vigore nei Parchi Pubblici (4 siti), come Villa Fedora a Baveno o il Parco degli Agrumi di Cannero Riviera, dove il verde monumentale si integra nel tessuto urbano trasformandosi in spazio civico.

– I Parchi Privati (5 siti) completano la mappatura come custodi di un'eredità storica e botanica legata alla tradizione delle ville signorili, configurandosi come ambienti esclusivi di valorizzazione del patrimonio naturale.

Le Figure 9, 10, 11 e 12 presentano la schedatura sintetica dei sedici siti analizzati, mettendo in evidenza per ciascuno la tipologia di appartenenza e le principali modalità di accesso. Attraverso queste immagini è possibile osservare come la classificazione dei luoghi si intrecci costantemente con il tema della raggiungibilità, mostrando già a livello visivo la varietà delle condizioni infrastrutturali che caratterizzano il territorio del VCO.

L'analisi spaziale restituita dalla cartografia (Figura 8) delinea una geografia del verde tutt'altro che casuale, rivelando una precisa logica insediativa. Emerge una marcata polarizzazione dei siti lungo l'asse rivierasco del Lago Maggiore — in particolare nel quadrante compreso tra Verbania, Stresa e il Golfo Borromeo — dove la densità dei giardini appare storicamente stratificata e indissolubilmente legata all'eredità del Grand Tour e al consolidarsi delle prime dinamiche del turismo stanziale d'*élite*.

Al contrario, procedendo verso le aree interne e le valli ossolane (come documentato dai casi di Anzola d'Ossola o Domodossola), la distribuzione si fa più rarefatta e frammentata, assumendo i tratti di emergenze isolate nel paesaggio montano. Questa configurazione territoriale conferma quanto la fruizione del giardino sia un fenomeno intimamente connesso non solo alla pregevolezza del contesto paesaggistico di cornice, ma anche alla prossimità strategica dei principali nodi della mobilità e alla storicità dei flussi di accesso. La mappa, dunque, non si limita a localizzare i siti, ma si fa specchio di una gerarchia territoriale dove l'accessibilità e la tradizione del viaggio dettano ancora oggi le regole dell'attrattività turistica.

Anche nelle Figure 9, 10, 11 e 12 si può osservare che i siti lacustri presentano generalmente una rete di accesso più articolata, mentre quelli collocati in contesti interni o vallivi dipendono più spesso da combinazioni di trasporto meno lineari.

Questa interdipendenza tra il valore del paesaggio e la sua posizione strategica trova una traduzione operativa nell'architettura delle connessioni territoriali. Se la collocazione geografica definisce infatti il potenziale di un sito, è l'assetto delle infrastrutture a determinarne l'effettiva fruibilità da parte del visitatore. In

Giardini Botanici di Villa Taranto 1

Via Vittorio Veneto, 111

Verbania VB, Italia 28922

Gruppo: **Giardino Botanico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (staz. Verbania-Pallanza + passeggiata)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (Verbania-Pallanza + breve passeggiata)**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (scalo Villa Taranto)**

Giardino Orto Botanico Alpinia 2

Via Alpinia, 22

Alpino VB, Italia 28838

Gruppo: **Giardino Botanico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Stresa + taxi)**

Raggiungibile in autobus: **No**

Raggiungibile in traghetto: **No**

Giardino botanico di Villa San Remigio 3

Via S. Remigio, 20

Verbania VB, Italia 28922

Gruppo: **Giardino Botanico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + bus/taxi)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (Verbania-Pallanza + passeggiata)**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (sbarco Pallanza/Villa Taranto + passeggiata)**

Giardino botanico dell'Isola Bella 4

Isole Bella

Stresa VB, Italia 28838

Gruppo: **Giardino Botanico**

Raggiungibile in macchina: **No**

Raggiungibile in treno: **Sì (Stresa/Baveno + battello)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (Stresa/Baveno + battello)**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (mezzo principale)**

Giardini botanici dell'Isola Madre 5

Isola Madre

Stresa VB, Italia 28838

Gruppo: **Giardino Botanico**

Raggiungibile in macchina: **No**

Raggiungibile in treno: **Sì (Stresa/Pallanza + battello)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (Stresa/Pallanza + battello)**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (mezzo principale)**

Figura 9. Schede sintetiche del gruppo Giardini Botanici (siti 1-5): classificazione e accessibilità. Fonte: elaborazione propria.

Riserva Naturale Speciale Sacro Monte della Trinità di Ghiffa 6

Via Santissima Trinità, 48

Ghiffa VB, Italia 28823

Gruppo: **Riserva Naturale Speciale**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + bus)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Ghiffa + passeggiata)**

Riserva Naturale Speciale Sacro Monte Calvario di Domodossola 7

Borgata Motto Mattarella, 1

Domodossola VB, Italia 28845

Gruppo: **Riserva Naturale Speciale**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (staz. Domodossola)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (poche corse / oppure taxi)**

Raggiungibile in traghetto: **No**

Figura 10. Schede sintetiche del gruppo Riserve Naturali Speciali (siti 6-7): classificazione e accessibilità. Fonte: elaborazione propria.

Parco degli Agrumi di Cannero Riviera 8

Via Margherita Giulia Longobardi

Cannero Riviera VB, Italia 28821

Gruppo: **Parco pubblico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza/Stresa + bus o battello)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì**

Parco di Villa Fedora 9

Str. Nazionale del Sempione

Baveno VB, Italia 28831

Gruppo: **Parco pubblico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (staz. Baveno + passeggiata)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Baveno + passeggiata)**

Parco di Villa Giulia 10

Corso Zanitello, 10

Pallanza VB, Italia 28922

Gruppo: **Parco pubblico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + passeggiata)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Pallanza + breve passeggiata)**

Parco di Villa Maioni 11

Via Vittorio Veneto, 133-137

Pallanza VB, Italia 28922

Gruppo: **Parco pubblico**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + passeggiata)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Pallanza/Intra + passeggiata)**

Figura 11. Schede sintetiche del gruppo Parchi Pubblici (siti 8-11): classificazione e accessibilità. Fonte: elaborazione propria.

Parco di Villa Anelli 12

Via Vittorio Veneto, 6

Gonte VB, Italia 28824

Gruppo: **Parco privato**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + bus o battello)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Oggebbio/Ghiffa area + passeggiata)**

Parco di Villa Giuseppina 13

Via Castelli, 26

Verbania VB, Italia 28925

Gruppo: **Parco privato**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + taxi/passeggiata)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **No**

Parco di Villa Pallavicino 14

Via Sempione Sud, 8

Stresa VB, Italia 28838

Gruppo: **Parco privato**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Stresa + passeggiata breve)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì (Stresa + passeggiata breve)**

Parco di Villa Rusconi Clerici 15

Via Vittorio Veneto, 12

Pallanza VB, Italia 28922

Gruppo: **Parco privato**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (Verbania-Pallanza + bus/taxi)**

Raggiungibile in autobus: **Sì**

Raggiungibile in traghetto: **Sì**

Giardino Zen di Anzola d'Ossola 16

Via Megolo, 86

Anzola d'Ossola VB, Italia 28877

Gruppo: **Parco privato**

Raggiungibile in macchina: **Sì**

Raggiungibile in treno: **Sì (stazioni vicine + taxi)**

Raggiungibile in autobus: **Sì (Premosello Chiovenda + taxi)**

Raggiungibile in traghetto: **No**

Figura 12. Schede sintetiche del gruppo Parchi Privati (siti 13-16): classificazione e accessibilità. Fonte: elaborazione propria.

questo quadro, l'accessibilità ai giardini del VCO si fonda su una combinazione di corridoi lineari, identificabili nell'asse ferroviario di fondovalle e nelle rotte di navigazione delle sponde lacustri. Inoltre la fitta rete di collegamenti di prossimità, che include autobus locali, tratti pedonali, servizi di taxi, navette e traghetti. Tale sistema multimodale non funge da semplice supporto logistico, ma costituisce l'impalcatura stessa su cui si regge l'esperienza turistica del territorio. La capacità di raccordare i grandi flussi di transito dei corridoi principali con la dimensione più capillare e lenta dei trasporti locali permette di trasformare i giardini da mete isolate in nodi attivi di una rete integrata, garantendo una continuità nel viaggio che è fondamentale per la valorizzazione del patrimonio botanico diffuso.

L'accessibilità aerea non conduce direttamente ai giardini, ma incide in modo significativo sulla competitività del VCO come destinazione. Per i flussi internazionali, lo scalo principale di riferimento è l'Aeroporto di Milano Malpensa, descritto da SEA *Milan Airports* come aeroporto dotato di un *network* di destinazioni dirette nazionali, internazionali e intercontinentali, come uno dei principali gate del Nord Italia. Per i collegamenti nazionali ed europei di più rapida prossimità mantiene rilevanza anche l'Aeroporto di Milano Linate, definito *city airport* e orientato verso le principali destinazioni nazionali ed europee. A questi si affiancano, con logiche differenti di compagnia e di mercato, l'Aeroporto di Milano Bergamo Orio al Serio e l'Aeroporto di Torino-Caselle, che ampliano il ventaglio delle possibilità di accesso, pur collocandosi in posizioni meno funzionali rispetto al sistema dei laghi.

Il collegamento tra aeroporto e territorio si fonda tuttavia su una catena di connessioni successive. Da un lato, il vettore ferroviario aeroportuale: Trenord presenta il *Malpensa Express* come servizio con corse frequenti tra i terminal di Malpensa e le principali stazioni di Milano. Per quanto riguarda il trasporto su strada, il sito dell'aeroporto cita sia i collegamenti Comazzi verso Domodossola sia Società Autoservizi Fontaneto (SAF) verso il Lago Maggiore. Per il visitatore, la scelta si gioca quindi tra un itinerario con cambio, basato sull'integrazione tra ferrovia e autobus, e una soluzione diretta su strada, regolata però da prenotazione e da orari prestabiliti. Proprio nei tratti di raccordo tra aeroporto e poli lacustri, il sistema delle navette assume un ruolo decisivo.

In questo quadro, la navetta *Alibus* risulta particolarmente significativa. L'orario 2026 indica un servizio tra l'Aeroporto di Milano Malpensa e le principali località del Lago Maggiore, con validità

dal 1° aprile al 31 ottobre 2026, fermate che includono sia "stazione FS" sia "imbarcadero", e regole operative legate alla prenotazione online. Lo stesso documento mette in evidenza alcune criticità molto concrete: il tratto pedonale necessario per raggiungere la fermata aeroportuale, la necessità di prenotazione preventiva e il supplemento applicato in caso di acquisto a bordo, quando vi siano ancora posti disponibili. Per la componente valliva, e per chi accede al territorio dall'asse nord o cerca un'alternativa a combinazioni più complesse, risulta utile anche la rete di Autoservizi Comazzi, che pubblica orari stagionali e include collegamenti come la tratta Domodossola–Malpensa, oltre a linee verso località interne e valli laterali. Anche in questo caso, però, la rigidità degli orari e il vincolo della prenotazione (entro un termine prestabilito) incidono concretamente sulla progettazione dell'itinerario. A complemento di questo quadro si collocano infine le navette offerte da hotel e strutture ricettive, che possono ridurre le frizioni e difficoltà del tragitto finale verso il giardino, soprattutto per gruppi, famiglie e visitatori con mobilità ridotta, ma che restano servizi accessori, subordinati quasi sempre a prenotazione e con disponibilità variabile.

Sul piano della mobilità terrestre, il primo vettore da considerare è quello ferroviario. Il treno costituisce infatti uno dei principali mezzi di arrivo nel territorio, ma mostra una centralità solo parziale rispetto alle singole mete del *garden tourism*. L'asse ferroviario internazionale Milano–Domodossola offre una buona accessibilità generale al VCO e tutti i sedici siti mappati risultano teoricamente connessi alla ferrovia, seppure in forma mediata. Rete Ferroviaria Italiana garantisce inoltre, in stazioni strategiche come Verbania-Pallanza e Stresa, livelli adeguati di accessibilità universale, inclusi i servizi Passeggeri a Ridotta Mobilità (PRM). Per molti visitatori il treno costituisce quindi il mezzo principale per avvicinarsi al territorio, riducendo la dipendenza dall'auto privata e assicurando continuità con i grandi nodi urbani.

Tuttavia, nel *garden tourism* locale la ferrovia funziona spesso come mezzo che conduce al territorio, ma non fino al sito. La linea Milano–Domodossola mette in relazione il VCO con fermate strategiche come Stresa, Baveno, Verbania-Pallanza e Domodossola: in numerosi casi la stazione ferroviaria non coincide, però, con il luogo della visita e richiede un ulteriore trasferimento. Questo aspetto risulta particolarmente evidente nel caso dei giardini di Verbania, dove la stazione di Verbania-Pallanza si trova a diversi chilometri dai lungolaghi e dai parchi di Pallanza, imponendo quasi sempre l'uso combinato di autobus urbani, taxi o battelli. Lo stesso vale per

i siti insulari, come Isola Bella, Isola Madre e Isola Superiore, dove il treno pur consentendo di avvicinarsi fino a Stresa, non elimina la necessità di un successivo passaggio via acqua. Il trasporto ferroviario svolge dunque un ruolo importante di collegamento di medio raggio, ma raramente consente un accesso diretto alla meta finale. Questa condizione emerge anche nelle Figure 9, 10, 11 e 12, nelle quali molti siti risultano associati a più vettori, ovvero a una sequenza di mezzi necessaria per completare il tragitto.

Dal punto di vista dell'offerta, il portale PRM di Rete Ferroviaria Italiana riporta un orario programmato per la stazione di Verbania-Pallanza e mostra collegamenti che toccano fermate rilevanti per l'accesso ai giardini, come Domodossola, Stresa, Arona e Gallarate, segnalando anche servizi a bordo quali carrozze con posto attrezzato, bagno accessibile e trasporto bici al seguito. Sul piano dell'accessibilità in stazione, la documentazione relativa a Verbania-Pallanza evidenzia la presenza del servizio di assistenza PRM, dei servizi igienici accessibili, dei posti auto riservati e dei sistemi di informazione sonori e visivi. La medesima documentazione segnala situazioni negative: i fuori servizio temporanei degli ascensori e la disomogeneità tra marciapiede e piano del treno possono modificare l'accessibilità effettiva e richiedono quindi una verifica preventiva. Va inoltre considerata la resilienza del sistema: l'infomobilità Rete Ferroviaria Italiana documenta, per la linea Milano–Arona–Domodossola, periodi in cui alcuni treni risultano cancellati su tratte parziali e sostituiti da autobus. In tali casi, il bus non svolge soltanto la funzione di raccordo finale, ma diventa un vero surrogato d'emergenza del vettore ferroviario, confermando quanto l'efficacia dell'accesso dipenda dalla tenuta complessiva della catena intermodale.

Dopo la ferrovia, il trasporto pubblico su gomma assume una funzione decisiva di raccordo. Le linee di VCO Trasporti e i servizi S.A.F. Duemila (Società Autoservizi Fontaneto) collegano infatti stazioni, centri rivieraschi, lungolaghi e località collinari, rendendo possibile l'ultimo tratto di accesso verso numerosi giardini. Su sedici siti mappati, quattordici risultano teoricamente raggiungibili tramite autobus di linea, e proprio per questo il trasporto pubblico su gomma si rivela essenziale nel risolvere il problema del collegamento di prossimità.

Se la navigazione struttura l'accesso orizzontale lungo le sponde, la rete su gomma lavora prevalentemente in verticale: connette il fondovalle con i versanti e le frazioni, e soprattutto mette in relazione stazioni ferroviarie, pontili e ingressi ai siti. Il gestore

provinciale VCO Trasporti pubblica orari e linee distinguendo la stagionalità dei servizi e articolando i collegamenti urbani ed extraurbani. Nell'ottica del *garden tourism*, alcune direttrici risultano particolarmente strategiche perché agganciano i principali poli di arrivo: la linea tra Omegna e Verbania e quella tra Verbania e Domodossola funzionano come dorsali per intercettare rispettivamente il sistema del Lago d'Orta, l'asse del fondovalle e dei valichi. Le aree di Verbania, Baveno e Stresa risultano quelle meglio servite, con frequenze mediamente più elevate e una discreta continuità stagionale, mentre nei contesti più periferici o meno urbanizzati il servizio appare più diradato, con poche corse giornaliere o con un'offerta a prevalente funzione locale e scolastica.

Questa differenza è particolarmente significativa perché mostra come l'accessibilità non dipenda soltanto dall'esistenza di un collegamento, ma dalla sua effettiva fruibilità. Nei casi in cui gli autobus siano radi, richiedano cambi multipli o non risultino ben coordinati con gli orari ferroviari e lacustri, il trasporto pubblico perde parte della sua efficacia come strumento di accesso turistico. In questo senso, la mobilità tramite autobus, pur essendo teoricamente estesa, resta spesso una scelta marginale per il turista occasionale, proprio a causa della frequenza diradata delle corse, della rigidità degli orari e della forte stagionalità di alcune componenti del sistema. Anche in questo caso, le Figure 9, 10, 11 e 12 consentono di osservare che i siti meglio connessi coincidono per lo più con le aree rivierasche e con i principali poli urbani, mentre i contesti più decentrati richiedono l'utilizzo catene di spostamento più fragili.

Accanto a ferrovia e autobus, la mobilità terrestre comprende naturalmente anche il mezzo privato. Su sedici siti mappati, quattordici risultano comodamente raggiungibili in automobile, con le eccezioni dei giardini insulari per i quali il trasporto via acqua è strutturale. L'accessibilità ai giardini del Verbano Cusio Ossola si caratterizza infatti per una forte eterogeneità, che riflette sia la morfologia del territorio sia la diversa collocazione delle mete tra centri urbani, sponde lacustri, aree collinari, isole e contesti vallivi. Dall'insieme dei collegamenti emerge con chiarezza che l'automobile continua a rappresentare il mezzo più diretto e lineare per raggiungere gran parte dei siti, soprattutto quelli posti in posizione decentrata o non serviti da connessioni pubbliche immediate.

La presenza dell'autostrada A26 e della SS33 del Sempione costituisce in questo senso una dorsale fondamentale, alla quale si affiancano le strade litoranee e collinari che consentono di raggiungere i principali poli lacustri e le località più interne. Tale as-

setto favorisce un turismo di prossimità su scala interregionale, ma allo stesso tempo produce criticità legate alla capacità di carico dei parcheggi e alla congestione della viabilità locale nei periodi di maggiore afflusso. Proprio questa dipendenza dalla mobilità privata segnala una vulnerabilità strutturale: molti giardini risultano teoricamente accessibili, ma non sempre sono facilmente raggiungibili in modo sostenibile da chi non dispone di un'autovettura.

L'ultimo grande vettore di accesso è costituito dalla mobilità su acqua, che nel VCO arricchisce il valore funzionale di una importante dimensione esperienziale. Nei contesti lacustri, l'accesso per via d'acqua è parte integrante della visita, soprattutto quando il giardino coincide con un'isola o con un approdo dedicato. Il traghetto o il battello figurano come vettori di accesso per dodici dei sedici siti analizzati. Per le Isole Borromee, l'arrivo via acqua rappresenta un vincolo strutturale che contribuisce alla messa in scena del giardino; anche per siti situati sulla terraferma, come Villa Taranto, l'approdo diretto inserisce la meta all'interno di una logica di *slow tourism*, nella quale lo spostamento stesso partecipa all'esperienza paesaggistica. Tale aspetto risulta coerente con quanto mostrato nelle Figure 9, 10, 11 e 12, dove i siti lacustri e insulari evidenziano una forte dipendenza dalla navigazione come componente strutturale dell'accesso.

Sul Lago Maggiore, il servizio pubblico di navigazione, gestito dalla Gestione Governativa Navigazione Laghi, pubblica orari differenziati per stagione, con finestre di validità precise. In prossimità della stagione di riattivazione dei flussi turistici, sono previste anche tabelle integrate su tratte strategiche, come nel caso dei collegamenti tra Stresa e i giardini insulari quali Isola Bella e Isola Madre, oppure verso approdi dedicati come quello dei Giardini Botanici di Villa Taranto. Accanto ai battelli passeggeri si registra inoltre la presenza di un traghetto con trasporto veicoli, il servizio Verbania Intra–Laveno, caratterizzato da numerose corse giornaliere nella stagione di maggior domanda.

La mobilità lacuale sul Lago Maggiore si fonda quindi su una rete articolata di battelli di linea, traghetti e servizi privati, che collegano in modo continuo le principali località rivierasche e consentono di attraversare il lago raggiungendo centri urbani, isole e siti di interesse paesaggistico. Il servizio pubblico assicura collegamenti regolari lungo l'intero bacino, da Arona fino al confine svizzero, con una frequenza che aumenta sensibilmente nei periodi di maggiore afflusso turistico. Accanto ai servizi di linea si affiancano forme di navigazione non di linea, come motoscafi e taxi boat,

che partono dagli imbarcaderi distribuiti lungo la costa e permettono una maggiore flessibilità negli orari e negli itinerari, risultando particolarmente rilevanti per la visita delle Isole Borromee e per collegamenti personalizzati tra diverse mete del *garden tourism*. L'imbarcadero, inteso come punto di accesso fisico al lago, diventa così un'infrastruttura diffusa che amplia le possibilità di accesso anche ai siti meno centrali.

Sul Lago d'Orta, la scala è più raccolta e la navigazione assume una funzione quasi completa del servizio di mobilità urbana. La società Navigazione Lago d'Orta dichiara un servizio operativo con orario invernale a marzo e orario estivo dal 1° aprile, rendendo esplicita la scansione stagionale. La tratta Orta–Isola costituisce l'asse più iconico, con una frequenza elevata che consente visite brevi e ripetute e conferma il ruolo centrale della navigazione nella fruizione di questo sistema territoriale.

Anche la mobilità via acqua, tuttavia, espone a criticità rilevanti. In primo luogo, la forte stagionalità degli orari determina contrazioni sensibili del servizio nel periodo autunno-inverno, limitando la continuità dell'accesso e ostacolando i processi di destagionalizzazione. In secondo luogo, la gestione della domanda nei momenti di picco, soprattutto nei fine settimana primaverili ed estivi, può generare code agli imbarchi e maggiore congestione nei nodi principali. A ciò si aggiunge il fatto che la navigazione interna può essere soggetta a limitazioni disposte dalle autorità, con restrizioni o sospensioni legate a manifestazioni o a condizioni di sicurezza del bacino. Anche in questo caso il tema dell'ultimo "tratto finale" non scompare, alcune fermate richiedono brevi camminate e nei contesti insulari vi sono regole specifiche per la gestione di biciclette e passeggini.

Nel complesso, la varietà dei mezzi disponibili restituisce una geografia dell'accessibilità fortemente stratificata. Alcuni giardini, come Villa Taranto, Villa Giulia, Villa Maioni, Villa Pallavicino o i parchi insulari del Golfo Borromeo, risultano inseriti in una rete relativamente articolata, nella quale: treno, autobus e battello possono integrarsi con una certa efficacia. Altri, invece, dipendono da catene di spostamento più fragili, come i giardini collinari, i siti vallivi o le proprietà private non direttamente servite dal trasporto pubblico, dove l'ultima fase finale dello spostamento diventa l'elemento più critico. In questi casi, il visitatore deve spesso ricorrere a taxi, tratti a piedi, mezzi privati o servizi su richiesta, come motoscafi privati o trasferimenti organizzati. Questo squilibrio territoriale trova un riscontro visivo nelle Figure 9, 10, 11 e 12, dalle

quali emerge con immediatezza la differenza tra siti inseriti in reti di accesso complesse ma funzionali e siti che restano subordinati a connessioni più deboli o discontinue.

Dal punto di vista del *garden tourism*, questa situazione suggerisce una considerazione più ampia. Il VCO possiede un patrimonio di giardini diffuso e diversificato, ma la sua piena valorizzazione dipende in misura rilevante dalla leggibilità dei collegamenti. La presenza di mezzi differenti costituisce una risorsa, ma richiede informazioni chiare, integrazione tra servizi e una comunicazione accessibile sulle modalità di arrivo. Dove tali condizioni sono presenti, la mobilità diventa parte integrante dell'esperienza di visita; dove invece prevalgono discontinuità, bassa frequenza o scarsa connessione tra i mezzi, l'accessibilità tende a trasformarsi in un fattore selettivo, che favorisce il visitatore motorizzato e penalizza chi si muove con mezzi pubblici.

La lettura cartografica dell'accessibilità mette in luce una dicotomia tra disponibilità teorica dei vettori e la loro effettiva efficacia funzionale. Se, da un lato, la maggior parte delle mete risulta teoricamente servita da una pluralità di mezzi, dall'altro la raggiungibilità reale del sito resta strettamente subordinata alla qualità delle giunzioni infrastrutturali. Il raccordo tra il nodo di arrivo e l'effettivo ingresso al giardino rappresenta infatti il punto in cui si misura l'attrattività della destinazione. In quest'ottica, l'accesso si configura come un'esperienza intrinsecamente multimodale, che richiede la combinazione di diverse soluzioni di trasporto: dal binomio treno-bus all'integrazione tra ferrovia e navigazione, fino all'ultimo tratto da percorrere a piedi. Tale complessità logistica assume un rilievo centrale nel quadro di una strategia di sviluppo territoriale orientata a incentivare spostamenti più sostenibili. La fluidità di queste connessioni non costituisce quindi un mero dettaglio tecnico, ma il requisito indispensabile per trasformare il sistema dei giardini del VCO in un modello di mobilità dolce, capace di svincolare la fruizione del paesaggio dal solo utilizzo del mezzo privato. Le immagini inserite nel capitolo rafforzano proprio questa lettura: non mostrano soltanto la localizzazione dei siti, ma rendono visibile la relazione tra distribuzione spaziale, tipologia dei luoghi e qualità delle connessioni territoriali.

La transizione verso forme di mobilità dolce e la progressiva riduzione della dipendenza dall'automobile privata non rispondono unicamente a un'esigenza logistica di decongestionamento viabilistico. Si tratta, al contrario, di un allineamento strategico con i valori intrinseci del *garden tourism*. Se il giardino botanico o stori-

co si fa portavoce di istanze ecologiche, di conservazione della biodiversità e di benessere ambientale, anche la filiera della sua accessibilità dovrebbe riflettere la medesima sensibilità. Promuovere un accesso intermodale e meno dipendente dal mezzo privato significa trasformare il tragitto da mera frizione funzionale alla prima fase di un'esperienza territoriale consapevole. Solo ricucendo questa frattura tra il contenuto verde del giardino e il contenitore infrastrutturale che lo circonda, il VCO può rafforzare la propria fisionomia di destinazione bio-culturale coerente, resiliente e sostenibile.

2. Dimensioni culturali, formative e ambientali dei giardini botanici

Nel VCO, i giardini botanici e storico–paesaggistici non si configurano soltanto come "aree verdi", ma sono mediatori culturali capaci di rendere percepibile la relazione tra comunità e territorio, mediante progetti, collezioni botaniche, narrazioni e usi sociali (Cerutti & Moroso, 2022). In questa prospettiva, le dimensioni culturali, formative e ambientali non appaiono separabili: l'impianto storico–artistico orienta la fruizione, le pratiche educative traducono le risorse in conoscenza, e le politiche gestionali rendono il giardino un laboratorio vivo di cura e responsabilità ecologica.

Il valore storico–artistico emerge nella lunga trasformazione della forma–giardino lungo le rive dei laghi piemontesi: dalla scenografia barocca delle proprietà nobiliari, pensate come luoghi di rappresentanza in cui architettura, arte e natura concorrono a una costruzione simbolica del paesaggio, fino alla diffusione sette–ottocentesca delle ville di villeggiatura con impianti all'italiana e all'inglese, viali alberati, prati ornamentali e alberi monumentali (Cerutti & Moroso, 2022; Cottini, 2006).

In questo quadro, la componente botanica diventa anche un linguaggio identitario: specie introdotte e acclimatate, collezioni e fioriture stagionali producono immagini territoriali condivise e riconoscibili, in cui camelie e rododendri si associano al Lago Maggiore e gli esemplari monumentali rendono visibile la stratificazione delle scelte collezionistiche e delle sperimentazioni riuscite (Dell'Era & Pedretti, 2008; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b; Cerutti & Moroso, 2022). La stessa costruzione dell'immaginario passa attraverso figure e progetti capaci di tradurre vocazioni private e investimenti "visionari" in patri-

moni fruibili, con ricadute turistiche e culturali sulla destinazione (Cerutti & Moroso, 2022).

Accanto a questa trama, la natura entra anche in registri di senso diversi: complessi devozionali e spazi verdi connessi a luoghi di culto mostrano una relazione in cui il vegetale è parte del percorso spirituale e della memoria, richiamando il contributo degli ordini religiosi alla formazione del patrimonio verde locale con orti di piante officinali e frutteti prossimi a conventi e santuari (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023). Il paesaggio alpino e lacustre, inoltre, ha alimentato pratiche di viaggio e immaginari culturali collegati al Grand Tour, indicando nei giardini e nelle architetture verdi un elemento di forte ispirazione esercitata su letterati, artisti e musicisti europei (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b). In alcuni luoghi, questa dimensione si rende esplicita quando il giardino viene presentato come percorso simbolico e "narrazione spaziale", capace di custodire e riattivare memorie culturali.

Su tale base si innesta la funzione formativa, che trasforma i giardini in "aule a cielo aperto" dove la bellezza non è fine a sé stessa ma può indirizzare verso la comprensione di biodiversità, ecosistemi e pressioni ambientali, con modalità di apprendimento differenziate per pubblici e livelli di competenza (Benfield, 2013; Rossi et al., 2006; De Luca et al., 2006). Eventi stagionali e iniziative legate alle fioriture (tulipani, azalee e rododendri, camelie, ortensie, percorsi autunnali e festival tematici) agiscono come soglie di accesso a contenuti divulgativi. La qualità dell'esperienza educativa dipende da strumenti chiari e coerenti con la visita autonoma: pannelli e cartellonistica sostengono la lettura del patrimonio vegetale e delle pratiche colturali, mentre le visite guidate permettono di modulare i contenuti, pur evidenziando criticità quando la narrazione non è coordinata o quando le guide non sono integrate nella gestione del sito (Falk & Dierking, 2018). In questa direzione si collocano i percorsi didattici: l'Orto Botanico Alpinia viene descritto come museo vivente della flora alpina, dove specie di alta quota rendono tangibili adattamenti e fragilità ecologiche, e la libertà di passeggio tra cartellini descrittivi si combina con l'esperienza paesaggistica del punto panoramico sul Lago Maggiore (Cerutti & Moroso, 2022; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023; Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b). Anche le soluzioni digitali — *QR–code*, contenuti modulari, *podcast* e strumenti informativi — sono indicate come supporto all'autonomia, all'accessibilità e alla raccolta dati,

con esempi collegati alla trasformazione digitale della destinazione e a servizi come *podcast* e assistenti virtuali (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023).

La dimensione educativa si completa quando il visitatore diventa parte attiva: pratiche di *citizen science* e progettualità territoriali (osservazione di briofite, monitoraggio di specie aliene invasive, censimenti dell'avifauna) vengono presentate come modalità che uniscono produzione di dati utili alla gestione e responsabilizzazione ecologica dei partecipanti (Citizen Science Italia, 2025; iNaturalist, 2026). La domanda del pubblico conferma questa traiettoria, con richieste di *workshop* su botanica sostenibile, tutela degli impollinatori e gestione ecologica dei giardini, oltre a esperienze di disegno botanico e fotografia naturalistica come forme di osservazione che intrecciano competenze scientifiche e sensibilità estetica. Per le famiglie, *format* esperienziali e attività–gioco ampliano ulteriormente la partecipazione: nel circuito delle Terre Borromeo, ad esempio, l'area faunistica e la fattoria didattica del Parco di Villa Pallavicino, insieme a proposte come la "Caccia al Tesoro Botanico", sostengono un apprendimento informale che attraversa generazioni (Cerutti & Moroso, 2022; Dell'Era & Pedretti, 2008).

Dentro questa pluralità di funzioni, la sfera ambientale non resta sullo sfondo: collezioni nate da introduzioni e acclimatazioni possono assumere un ruolo di conservazione *ex situ* e tutela di capitali vegetali di particolare valore (Dunn, 2017; O'Donnell & Sharrock, 2017). Le fioriture e le strutture arboree alimentano micro–dinamiche ecologiche locali, attirando impollinatori e offrendo *habitat* a fauna minuta, mentre specie rare conservate nei giardini possono configurarsi come un patrimonio genetico utile alla conservazione (Volis, 2017). Le fonti richiamano l'idea del giardino come ecosistema controllato, dove specie autoctone e alloctone convivono dando vita a nuove associazioni. Da qui deriva un passaggio cruciale per la comunicabilità: rendere "visibile l'invisibile" della cura, cioè il lavoro di gestione sostenibile normalmente non percepito durante la visita, attraverso segnaletica, narrazioni mirate e strumenti digitali capaci di aumentare consapevolezza e orientare comportamenti virtuosi, anche in risposta alla crescente domanda di turismo *eco–friendly* (Catahan *et al.*, 2024).

3. Il giardino come risorsa turistica e leva di sviluppo locale

Il turismo rappresenta un motore economico fondamentale per numerosi territori, ma parlare di "leva di sviluppo locale" implica adottare una prospettiva che non si esaurisca nella comunicazione o nella performance dei canali promozionali: quello che si può intuire è la capacità del turismo di produrre ricadute tangibili lungo la filiera, di generare occupazione (anche qualificata), di rafforzare servizi e competenze locali e di mantenersi sostenibile nel tempo.

In Piemonte, questa strategia si colloca all'interno della *governance* turistica regionale: Visit Piemonte – società *in house* della Regione e di Unioncamere con funzione di *Destination Management Organization* (DMO), costituisce uno degli attori di riferimento. A livello locale e provinciale, con particolare riguardo all'area dei laghi e delle valli, essa trova invece espressione nel Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola (DTL). Se il Distretto svolge funzioni di coordinamento e indirizzo, l'accoglienza quotidiana poggia su una rete capillare: la sede di Stresa coordina e distribuisce materiali e informazioni ai 23 uffici IAT e *info point*, che rappresentano il primo punto di contatto tra destinazione e visitatore, offrendo mappe, orientamento, assistenza e indicazioni pratiche su trasporti, eventi e servizi; a completare il quadro intervengono le Pro Loco, centrali nell'animazione territoriale e nell'organizzazione di iniziative.

L'areale di destinazione gestito dal DTL comprende 94 Comuni (74 in provincia del VCO e 20 in provincia di Novara), dispone di 912 strutture ricettive e di circa 49.500 posti letto, una dotazione che rende praticabile una valorizzazione "a rete" del patrimonio dei giardini, favorendo il passaggio da singole visite a permanenze e circuiti di fruizione (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023).

Si tratta di un territorio strategico, collocato lungo importanti assi di collegamento internazionali tra Italia e Svizzera e contiguo ai grandi poli urbani di Milano e Torino. Nel 2023 il DTL ha registrato circa 1,3 milioni di arrivi e oltre 4,7 milioni di presenze; nel 2024 gli arrivi hanno raggiunto 1,38 milioni e le presenze hanno superato 4,66 milioni, pari a circa il 27,6% delle presenze complessive del Piemonte. A fronte dell'incremento degli arrivi, le presenze risultano lievemente inferiori paragonate a quelle del 2023, mentre il Lago Maggiore resta l'area contraddistinta dalla permanenza media più elevata della regione (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a).

Dentro questo scenario, i giardini botanici e storico–paesaggistici non vanno letti come attrazioni isolate, ma come "elementi–cerniera" in grado di attivare la scelta di destinazione, trattenere il visitatore e redistribuire valore sul territorio. In quest'ottica, il DTL propone il *garden tourism* come una forma di fruizione lenta e consapevole del territorio, fondata su soggiorni e itinerari nei quali la visita ai giardini botanici, storici e ornamentali costituisce una motivazione centrale dello spostamento. In questo modo i giardini non si configurano come tappe sporadiche, ma come nodi strutturanti di un sistema integrato che mette in relazione paesaggio, natura, architettura, arte e storia, comprendendo sia dimore e complessi noti sia siti meno centrali e "tesori nascosti". Il *garden visiting* rimanda invece all'atto puntuale della visita, privo necessariamente di un ruolo determinante nella selezione della destinazione. Quando, al contrario, i giardini determinano il soggiorno e l'organizzazione dell'itinerario, essi assumono una funzione strategica anche rispetto all'accoglienza, alla mobilità e ai servizi culturali del territorio.

La forza specifica del VCO come destinazione dei giardini non dipende solo dall'azione promozionale: esiste un vantaggio competitivo di natura geo–climatica, che costituisce un vero e proprio *asset* territoriale. La presenza della camelia come "fiore simbolo del Lago Maggiore" viene ricondotta alla capacità del clima lacustre di accogliere e far prosperare la specie, fino a sostenere manifestazioni consolidate come la Mostra della Camelia di Verbania, con oltre 200 varietà in esposizione e visite guidate che coinvolgono giardini storici e vivai delle aziende floricole (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2025).

Anche le proposte dei grandi gestori privati richiamano questa dimensione botanica come fattore identitario: le destinazioni dei giardini e orti botanici costruiscono l'esperienza attorno a un intreccio di patrimonio culturale e vegetale, servizi di visita e accoglienza, narrazione e fruizione "rigenerante", con un'offerta organizzata su più livelli (visite, biglietteria, audioguide, contenuti per scuole e aziende) come riportato nel dossier stampa del DTL del 2025.

Se la risorsa giardino è un capitale territoriale, la sua efficacia dipende però da una *governance* multilivello capace di connettere pubblico e privato, promozione e gestione, *marketing* e *back–office*.

L'impatto economico tangibile del sistema dei giardini si coglie meglio se lo si analizza attraverso la catena del valore turistica (*tourism value chain*). L'apertura e la gestione di ville e parchi storici

innescano infatti un indotto locale esteso: vivai specializzati nella produzione di specie ornamentali, ditte di manutenzione del verde storico, restauratori, artigiani del legno e del ferro battuto, servizi di *catering* e allestimento per cerimonie (matrimoni, ricevimenti aziendali) e persino attività di trasporto lacustre e su gomma dedicate ai turisti. In particolare, i segmenti *wedding* e MICE — ai quali il Distretto dà rilevante impulso anche con la partecipazione a fiere e *workshop* internazionali — rappresentano fette di mercato ad alto valore aggiunto, che alimentano direttamente i ricavi di ristoranti, alberghi e servizi professionali del territorio (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a; 2024b; 2025). In questo senso, il giardino non è mero sfondo panoramico, ma un sistema coordinato, generatore di economia circolare, con ricadute in vari comparti connessi.

Un aspetto spesso sottovalutato, ma decisivo per parlare davvero di sviluppo locale, è che il giardino non funziona come risorsa "passiva". A differenza di molti attrattori naturali, un giardino storico richiede manutenzione quotidiana e competenze specialistiche lungo tutto l'anno: curatori botanici, giardinieri d'arte, tecnici del verde, operatori culturali e dell'accoglienza. Questa continuità di gestione produce lavoro anche nei mesi in cui i flussi turistici calano, contribuendo a stabilizzare competenze residenti e a trattenere professionalità. È un punto che si lega direttamente alla resilienza socio–economica delle aree interne e montane: se la filiera funziona, il giardino può diventare un presidio di occupazione qualificata e non solo stagionale. Ciò si lega con l'idea di "fare territorio" che la geografia ha indagato in diversi modi, e con particolare enfasi negli ultimi anni sui processi di ricostruzione delle comunità e delle relazioni sociali nei territori rurali contemporanei, soprattutto quelli segnati da trasformazioni economiche e demografiche (Cerutti, 2018; Dell'Agnese & Delatin Rodriguez, 2023).

4. Contesto nazionale e internazionale: uno sguardo comparativo

Per comprendere più a fondo la specificità del VCO nel panorama del *garden tourism*, è utile integrare e ampliare la lettura del suo patrimonio botanico ponendolo al di fuori di una prospettiva esclusivamente locale, entro una geografia più ampia di esperienze, modelli e culture del giardino.

Il contesto geografico influenza profondamente il rapporto tra giardino e turismo, il quale assume configurazioni variabili a

seconda della missione del sito. Vi sono contesti in cui prevale la continuità con la tradizione scientifica dell'orto botanico; altri in cui il giardino è soprattutto bene storico–monumentale; altri ancora in cui la fruizione pubblica e l'accessibilità diventano elementi centrali dell'identità del luogo. Accanto a questi modelli, esistono poi giardini costruiti attorno a una forte riconoscibilità stagionale o simbolica, in cui il valore turistico si concentra nella capacità di rendere una fioritura o una coltura distintiva un vero marchio territoriale. Il VCO si colloca entro questa pluralità in modo originale: non coincide infatti con un'unica istituzione, ma con un sistema paesaggistico diffuso in cui ville, collezioni e giardini storici concorrono a formare un'esperienza composita. Proprio in virtù di questa complessità, i focus presentati di seguito non vanno letti come esempi isolati, quanto piuttosto come lenti analitiche mirate a declinare quattro questioni centrali del capitolo: l'acclimatazione dell'esotico, l'evoluzione del giardino botanico, la costruzione culturale del paesaggio e il ruolo dei giardini alpini di fronte alla crisi climatica.

Tra i confronti su scala nazionale, i Giardini Botanici Hanbury consentono di mettere a fuoco un processo centrale anche nel Verbano: la trasformazione del giardino da spazio di raccolta e sperimentazione a luogo nel quale ricerca botanica, composizione paesaggistica e attrattività culturale si sostengono reciprocamente (Campodonico, 2006). Fondati da Thomas Hanbury a partire dal 1867, si sviluppano sul promontorio di Capo Mortola nel comune di Ventimiglia (IM) in Liguria, essi si configurano come giardino di acclimatazione di piante esotiche, riunite secondo criteri sistematici, fitogeografici, ecologici ed estetico–paesaggistici (Peccenini, 2005).

L'Istituto Botanico "Hanbury", costruito appositamente nel 1892, e l'*Herbarium Mortolense* ne confermano la natura di istituzione scientifica d'eccellenza; dal 1987 la gestione dell'intera area (circa 18 ettari) fa capo all'Università degli Studi di Genova, configurando il sito come un'Area Protetta regionale inserita in un quadro di valorizzazione integrata (Peccenini, 2005; Campodonico, 2006). Il caso Hanbury è rilevante per il VCO perché mostra come l'esotico non sia un semplice elemento ornamentale, ma una componente strutturante del paesaggio culturale: l'acclimatazione delle specie alloctone produce non solo collezione, ma anche un'immagine durevole del luogo, riconoscibilità turistica e trasmissione di saperi specialistici che definiscono l'identità del territorio (Cerutti & Moroso, 2023; Peccenini, 2005).

L'Orto Botanico di Padova costituisce, insieme a Hanbury, il paradigma della continuità del giardino scientifico in Europa (Cappelletti, 2006). Istituito nel 1545 come *hortus simplicium*, non è solo tra i più antichi al mondo, ma detiene il primato di più antico orto botanico universitario ancora situato nella sua collocazione originaria. Il complesso occupa un'area di circa 2,2 ettari nel cuore della città antica, a breve distanza dal Prato della Valle; tale integrazione nel tessuto urbano e la sua rilevanza botanica ne hanno decretato, nel 1997, l'inserimento nel Patrimonio Mondiale UNESCO (Cappelletti, 2006; Morosinotto, 2022). L'Orto di Padova, citato nel capitolo 1 per il contributo alla mediazione digitale della visita e alla costruzione di un'esperienza più accessibile e personalizzata, rafforza qui il confronto sul rapporto tra tradizione scientifica, interpretazione e fruizione pubblica. L'ampliamento del 2014 con il Giardino della Biodiversità ha esteso la capacità interpretativa del sito attraverso serre tecnologicamente avanzate e una spiccata attenzione alla sostenibilità delle risorse (Morosinotto, 2022). Per il VCO, Padova suggerisce che il valore turistico dei giardini risieda tanto nella bellezza scenografica, quanto e soprattutto nella capacità di costruire un racconto credibile che unisca ricerca scientifica e narrazione storica (Bingül Bulut, 2024; Morosinotto, 2022).

Una diversa lente comparativa è offerta dall'Orto Botanico di Roma – Sapienza Università di Roma. La sede attuale presso Villa Corsini alla Lungara fu stabilita nel 1883, in un'area ai piedi del Gianicolo denominata Horti Getae per la presenza di antiche terme romane, restituendo un legame profondo tra storia urbana, archeologia e patrimonio scientifico (Gratani, 2006). L'Orto di Roma, richiamato anche nel capitolo 1 per l'adozione di sistemi *smart* basati su tecnologie IoT, risulta particolarmente utile anche in questa sede per riflettere sul nesso tra patrimonio botanico, gestione contemporanea e sostenibilità tecnica. La convivenza di collezioni eterogenee, come il giardino giapponese, progettato tra il 1990 e il 1994 dall'architetto Ken Nakajima rappresenta un esempio di mediazione interculturale e pedagogia del paesaggio che arricchisce l'offerta formativa rivolta a un pubblico diversificato (Gratani, 2006; Miniati, 2006). Il confronto con Roma è significativo perché mostra che il valore di un giardino risiede nella capacità di organizzare ambienti eterogenei in un percorso espositivo coerente, capace di trasformare il dato botanico in un'esperienza culturale integrata.

Su un piano diverso si colloca il Giardino di Boboli a Firenze, situato nella zona dell'Oltrarno immediatamente alle spalle di Palazzo Pitti: non si configura come un orto botanico in senso stretto, ma come uno dei più importanti giardini storici monumentali europei. Celebre archetipo del giardino all'italiana del XVI secolo e tra i massimi esempi di architettura verde, il sito è internazionalmente noto per l'armonia tra i suoi complessi statuari, le monumentali fontane e le vedute panoramiche sulla città; tali caratteristiche ne hanno sancito il ruolo di "monumento vivente" e l'iscrizione nel Patrimonio Mondiale UNESCO (Faraon, 2025; Romagnoli & Vessella, 2023). Il Giardino di Boboli, presentato nel capitolo precedente come tappa del proto–Grand Tour, permette qui di approfondire la gestione di un patrimonio verde che coincide con un vero e proprio museo all'aperto, dove vegetazione, architetture, sculture e percorsi formano un organismo unitario e fragile (Faraon, 2025; Lambertini, 2004). La storia recente dei giardini di Boboli mostra che la monumentalità vada oltre l'immobilità e richieda una cura continua che integri restauro, manutenzione programmata e contenimento dell'impatto antropico, considerando che il sito accoglie circa quattro milioni di visitatori l'anno (Galletti, 1989; Faraon, 2025). Le riflessioni sviluppate nel Master Plan Boboli 2000 e nel progetto "Boboli 2030" insistono proprio su una *governance* integrata che includa l'accessibilità universale e la gestione tecnologica dei flussi e delle risorse idriche (Romagnoli & Vessella, 2023; Morosinotto, 2022). Per il VCO, il caso di Boboli ricorda che la valorizzazione di sistemi storici complessi richiede strumenti stabili per monitorare le vulnerabilità e gestire la pressione turistica senza compromettere l'identità identitaria e materiale del luogo (Faraon, 2025; Romagnoli & Vessella, 2023).

Il Giardino della Flora Appenninica di Capracotta, a 1525 metri s.l.m. in Molise, rappresenta un esempio emblematico dei giardini di quota e del loro ruolo come presidi ecologici nei contesti montani. Tale ruolo è consolidato dalla presenza dell'*Herbarium Mortolense* e dalle attive collaborazioni con reti di conservazione internazionali, quali l'IPEN (International Plant Exchange Network) per lo scambio di germoplasma e la rete RIBES (Rete Italiana Banche del Germoplasma) per la tutela ex situ della flora spontanea italiana (Campodonico, 2006; Giammarino, 2006). In questo contesto, conservazione, educazione ambientale e fruizione naturalistica si intrecciano con l'urgenza di monitorare la vulnerabilità degli ecosistemi montani di fronte al cambiamento climatico e alla migrazione altitudinale delle specie (Müller et al., 2017). Il richiamo è

forte per il VCO, che possiede ambienti alpini di alto valore come il Giardino Alpinia: Capracotta mostra che il *garden tourism* in montagna può evolvere da contemplazione estetica a pratica di responsabilità ambientale, in cui il giardino diventa uno strumento per interpretare le trasformazioni del territorio e promuovere un turismo dell'apprendimento (Rossi et al., 2006).

Sul piano internazionale, i *Royal Botanic Gardens* di Kew costituiscono il caso più vicino al paradigma del giardino botanico globale. Situati nel sud–ovest di Londra, sulle sponde del Tamigi tra Richmond e Kew, essi rappresentano uno dei modelli più autorevoli di infrastruttura scientifica, culturale e pubblica di scala planetaria. I giardini di Kew, già citati nel capitolo 1 sia per il loro ruolo nella progressiva apertura pubblica del giardino sia per le più recenti pratiche di mediazione e innovazione digitale, offrono qui un modello utile per leggere l'evoluzione del giardino botanico contemporaneo. Come analizzato da Bingül Bulut (2024) nel suo studio comparativo sui giardini botanici inseriti nella Lista UNESCO, queste istituzioni hanno superato la funzione di soli centri deputati alla conservazione o alla ricerca specialistica. Essi si configurano oggi come spazi multifunzionali in cui la tutela della biodiversità, l'educazione ambientale, la ricreazione e l'inclusione sociale vengono integrate entro una strategia gestionale unitaria (Bingül Bulut, 2024; *Royal Botanic Gardens*, Kew, 2023). Nel contesto di Kew, questa complessità si traduce in un'offerta di esperienza estremamente articolata che mira a coinvolgere pubblici diversificati senza compromettere la missione scientifica. Alle collezioni storiche si affiancano infrastrutture per la fruizione immersiva, come il celebre *Treetop Walkway*, ed eventi stagionali ad alto impatto (tra cui i *light trails*), che Bingül Bulut, nel 2024, identifica come strumenti chiave per la sostenibilità economica e la divulgazione contemporanea. Tale ampiezza di offerta è supportata da una gestione dei flussi rigorosa, che include sistemi di prenotazione e limiti di capienza, garantendo un equilibrio tra l'attrattività turistica e le esigenze di conservazione imposte dal regime UNESCO (Bingül Bulut, 2024).

La documentazione istituzionale, in particolare il "Manifesto for Change 2021–2030", conferma questa visione: il giardino botanico non è più soltanto un luogo di collezione, ma un "terzo luogo" dove il sapere scientifico prende forma pubblica per affrontare la crisi climatica attraverso la conservazione *ex situ* (Cowell et al., 2022; *Royal Botanic Gardens*, Kew, 2021; Morosinotto, 2022). Il confronto con Kew è dunque prezioso per il VCO non per un possibile tentativo di imitazione scalare, ma per la capacità di trasformare il

dato botanico in un'infrastruttura culturale. Sebbene il territorio verbanese non possieda una centralità istituzionale paragonabile a quella londinese, l'analisi suggerisce che il patrimonio vegetale acquisti spessore critico quando viene inserito in narrazioni condivise di ricerca e protezione della biodiversità. Per il VCO, la sfida risiede nel tradurre la propria natura di "orto senza mura" in una missione scientifica visibile e coordinata, capace di gestire l'esperienza ricreativa come parte integrante della valorizzazione del paesaggio.

Un'ulteriore lente comparativa, è finalizzata ad approfondire i modelli di *governance*, riguarda il tema della sostenibilità e della gestione dei flussi, nodi critici già introdotti nel primo capitolo. In questa chiave interpretativa, il *Bogor Botanic Garden*, in Indonesia, viene indicato come esemplificazione di successo dell'articolazione di partnership pubblico–private orientate a conciliare la fruizione turistica con l'educazione ambientale e la conservazione scientifica (Maranisya et al., 2025). L'analisi di questo modello evidenzia tuttavia come tali assetti richiedano strumenti di monitoraggio particolarmente robusti per affinare le politiche gestionali e garantire l'equilibrio tra le diverse funzioni del sito. In termini comparativi, il riferimento a Bogor può essere di estrema utilità per il VCO perché mette in luce un passaggio metodologico decisivo: quando il patrimonio botanico cessa di essere percepito come un semplice "sfondo" paesaggistico per configurarsi come una destinazione complessa, la sua sostenibilità nel tempo dipende dalla capacità di creare reti di coordinamento efficaci tra attori pubblici, privati e comunitari. Come suggerito da Maranisya et al. (2025), l'efficacia di tale visione di *governance* è direttamente proporzionale alla disponibilità di indicatori e dati capaci di misurare gli impatti antropici, la vulnerabilità dei sistemi vegetali e la capacità di carico (carrying capacity) dei siti. Per il VCO, ciò implica la necessità di superare una gestione frammentata a favore di una regia territoriale basata sull'evidenza scientifica, capace di far convergere la pluralità dei siti in un sistema integrato e resiliente.

Diverse realtà di Singapore offrono altri spunti interessanti per comprendere come il *garden tourism* contemporaneo integri funzione botanica, spazio urbano, accessibilità pubblica e comunicazione ambientale. A testimonianza di questo approccio, i *Singapore Botanic Gardens* e i *Gardens by the Bay*, pur differenti per origine e linguaggio, esprimono una medesima impostazione strategica del verde come infrastruttura urbana multifunzionale, capace di coniugare educazione, benessere e attrattività internazionale.

I *Singapore Botanic Garden*s mostrano come un giardino storico possa restare pienamente inserito nella vita quotidiana della città, mediante pratiche ricreative, percorsi familiari e attività educative, come nel caso del J*acob Ballas Children's Garden*, confermando la centralità di servizi, leggibilità dei percorsi ed eco–educazione nella qualità dell'esperienza di visita (Bingül Bulut, 2024; Catahan et al., 2024). I *Gardens by the Bay* traducono invece questa stessa logica in una forma più spettacolare e contemporanea: un grande complesso verde urbano in cui architettura, ingegneria ambientale e comunicazione visiva costruiscono un forte richiamo internazionale. Le *cooled conservatories* e i *supertrees* rendono evidente un modello fondato sul *wow factor*, ma anche sulla divulgazione di temi legati alla sostenibilità e alla dipendenza umana dalle piante; gli stessi *supertrees*, infatti, integrano raccolta dell'acqua piovana, ventilazione, illuminazione e percorsi sopraelevati, unendo funzione tecnica ed esperienza immersiva (Benfield, 2013; *Gardens by the Bay*, 2024). Nel loro insieme, questi due casi mostrano come Singapore abbia costruito un modello coerente di valorizzazione del patrimonio verde, fondato su accessibilità, innovazione progettuale e chiarezza dei messaggi ambientali. Per il VCO, il confronto può essere fecondo in quanto suggerisce che la valorizzazione di un sistema diffuso dipenda anche dalla qualità della comunicazione, dalla regia dell'esperienza di visita e dalla capacità di rendere leggibile il rapporto tra paesaggio, piante e sostenibilità. Pur distante dalla stratificazione storica e dalla temporalità più lenta del paesaggio verbanese, il modello singaporiano evidenzia quanto comunicazione strategica, qualità progettuale e identità riconoscibile incidano oggi sulla competitività culturale e turistica di una destinazione (Benfield, 2013).

Il giardino di Claude Monet a Giverny introduce una forma peculiare di costruzione culturale del paesaggio: qui il sito non si impone per monumentalità scientifica, ma come opera d'arte abitata e vissuta. Monet vi risiedette dal 1883 al 1926, plasmando personalmente il *Clos Normand* e il *Water Garde*n affinché funzionassero come dispositivi percettivi basati sull'uso impressionista del colore, dei riflessi e delle successioni stagionali (Benfield, 2013). Questo modello, che nel 2025 ha motivato alla visita circa 900.000 persone, è rilevante per il VCO perché dimostra come il valore attrattivo possa nascere dalla trasformazione di una pratica privata di coltivazione in un luogo ad altissima densità simbolica e sensoriale (Cerutti & Moroso, 2023; Le Monde, 2025).

All'estremo opposto di questa dimensione intima si collocano i Giardini della Reggia di Versailles, progettati da André Le Nôtre per volontà di Luigi XIV (Faraon, 2025). Se Giverny è un'esplorazione della sensibilità individuale, Versailles è un teatro politico e una manifestazione materiale del potere assoluto del sovrano, dove la natura viene sottomessa a rigorose leggi matematiche e assi prospettici infiniti (Faraon, 2025). Attraverso complessi sistemi idraulici, fontane e un apparato iconografico centrato sul mito di Apollo, il giardino esaltava la figura del Re Sole e il suo controllo totale sul mondo naturale (Assunto, 1982; Faraon, 2025). Si può notare come, già dal 1664, Versailles fu aperto ai cittadini per passeggiate,rendendolo uno dei primi esempi di democratizzazione dell'esperienza del paesaggio aristocratico, supportato da guide scritte dallo stesso sovrano (Manière de montrer les jardins de Versailles) per orientare lo sguardo dei visitatori (Cerutti & Moroso, 2023).

Per il VCO, il confronto tra questi due poli è decisivo: da un lato, Versailles insegna come il grande giardino storico possa fungere da infrastruttura d'immagine e di prestigio per un territorio; dall'altro, Giverny suggerisce che la forza di una destinazione risiede nella sua capacità di offrire una connessione emotiva e rigenerativa con il paesaggio, trasformando la natura "curata" in un'esperienza culturale profonda (Cerutti & Moroso, 2023)

La *Katsura Imperial Villa* di Kyoto amplia la prospettiva verso l'Asia. La Villa Katsura, ripresa nel capitolo 1 come polo del turismo dei giardini storici in Asia, amplia qui il confronto verso una concezione del paesaggio fondata sulla sequenza percettiva e sulla rivelazione progressiva. Il complesso, sviluppato nel primo Seicento per la famiglia Hachijō–no–miya, è descritto dall'*Imperial Household Agency* (2025) come un capolavoro del giardino di passeggio (*kaiyu–shiki*) centrato su uno stagno, nel quale il visitatore incontra scorci, edifici e variazioni vegetali secondo un ordine non assiale ma temporale e percettivo. Una caratteristica costante di questo *design* è che l'intero giardino non può mai essere colto con un unico sguardo: il visitatore è costretto a cambiare continuamente punto di vista, aprendo la mente a nuove possibilità interpretative e annullando la distinzione netta tra il recinto del giardino e il paesaggio circostante (Benfield, 2013). In rapporto al VCO, il modello di "giardino di passeggio" (*kaiyu–shiki*) adottato da Katsura mette in discussione una nozione ingenua di naturalezza: anche il paesaggio lacustre del Verbano, oggi percepito come spontaneo, è in realtà il risultato di una lunga invenzione materiale e letteraria (Bonzini, 2018). Il carattere dei luoghi è l'esito di scelte progettuali

precise, acclimatazioni di specie esotiche e regie dello sguardo che hanno plasmato il territorio in un paesaggio costruito dove nulla è casuale. Come avviene a Katsura, il valore del sistema verbanese risiede nella capacità di organizzare la natura in una narrazione spaziale complessa, dove il progetto umano e la crescita vegetale si fondono in un documento culturale stratificato e aperto al tempo (Cerutti & Moroso, 2023; Scazzosi, 1993).

L'attraversamento, ideale ed evocativo, di questi molteplici casi studio di giardini, nazionali e internazionali, permette di ricalibrare la lettura del patrimonio botanico del VCO, sottraendolo a una dimensione puramente locale. Se i grandi modelli istituzionali – dalla monumentalità centralizzata di Versailles e Boboli alla potenza infrastrutturale e divulgativa di Kew e Singapore – propongono la concentrazione del capitale naturale in singoli poli ad altissima intensità turistica e gestionale, il VCO oppone a questa logica un intrinseco policentrismo. Il territorio verbanese si afferma, dunque, come un vasto palinsesto, un vero e proprio "arcipelago paesaggistico" dove l'eccellenza non risiede nel singolo recinto botanico, ma nella rete di relazioni fisiche, visive e culturali che lega le sponde lacustri, i rilievi alpini, le ville storiche e le collezioni esotiche.

Le lenti comparative fin qui adottate confermano che tale frammentazione non rappresenti un limite, bensì un'opportunità strategica, a patto di dotare il sistema di una regia interpretativa unitaria. Come dimostrano Padova e Hanbury, la storicità e l'acclimatazione devono sapersi tradurre in un racconto scientifico accessibile; come insegna Capracotta, la fragilità degli ecosistemi di quota richiede che i giardini montani (come il Giardino Alpinia) assumano il ruolo di sensori del cambiamento climatico, evolvendo la pratica del *garden tourism* in un atto di consapevolezza ecologica e responsabilità.

Allo stesso tempo, la lezione congiunta di Giverny e Katsura ricorda che il fascino attrattivo del VCO si fonda su una sapiente "costruzione" del paesaggio. Quella che oggi viene percepita come natura spontanea è, di fatto, una complessa stratificazione estetica e botanica che va svelata al visitatore contemporaneo, superando la passiva contemplazione della cartolina romantica per stimolare una fruizione più attiva e intellettuale.

In definitiva, per posizionarsi in modo competitivo nel panorama del *garden tourism globale*, il sistema del VCO è chiamato a una sintesi complessa. Non si tratta più soltanto di conservare un'eredità botanica d'eccezione, ma di trasformare questa pluralità di siti in un'infrastruttura territoriale dinamica. Una rete capace di

coniugare la meraviglia estetico–percettiva con l'urgenza dell'educazione ambientale, garantendo una gestione sostenibile e innovativa dei flussi (sulla scorta delle riflessioni aperte da Boboli) e proponendosi come un laboratorio a cielo aperto in cui sperimentare, oggi, nuove forme di convivenza tra turismo, cura del paesaggio e memoria storica.

5. Sostenibilità, benessere e prospettive

All'interno delle strategie di turismo sostenibile, i giardini possono essere letti come dispositivi territoriali capaci di promuovere forme di fruizione lente, consapevoli e integrate. Secondo questa impostazione, accolta anche dal DTL, essi permettono di connettere dimensione paesaggistica, naturalistica, artistica e storica, valorizzando tanto i siti più noti quanto i luoghi meno centrali, ma non per questo marginali, nella costruzione dell'esperienza turistica (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2025). Tale prospettiva si inserisce nel più ampio quadro del turismo sostenibile, inteso come modalità di fruizione responsabile e come processo di valorizzazione capace di generare benefici duraturi per i territori e per le comunità locali, oltre che per i visitatori (ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, 2023).

Il passaggio da "oggetto da guardare" a "esperienza da vivere" rappresenta un ulteriore snodo della leva di sviluppo, alcune proposte indicano chiaramente questa traiettoria come attività educative per famiglie, visite guidate con esperti naturalisti, laboratori didattici, giornate tematiche e pratiche legate al benessere (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a; 2025). Questo tipo di *product innovation* è coerente con la letteratura che interpreta i giardini come luoghi di produzione di valore culturale, sociale e di salute, oltre che turistico, attraverso servizi integrati e *partnership* (Catahan et al., 2024).

L'innovazione, nel VCO, passa anche da strumenti digitali che non dovrebbero essere pensati come meri indicatori di promozione, ma come infrastrutture di accesso e inclusione. Il progetto transfrontaliero DESy (Interreg Italia–Svizzera 2014–2020) ha sostenuto la trasformazione digitale della destinazione con un nuovo sito istituzionale e tre servizi: *Welcome Kit*, podcast "Itinerari da ascoltare" e assistente virtuale (*chatbot*), oltre a *dashboard* e strumenti di raccolta dati (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023).

Nel medesimo impianto rientrano la rete di 30 *webcam* e strumenti di comunicazione continuativa, tra cui *newsletter* settimanale in alta stagione inviata a oltre 12.000 utenti (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023).

In prospettiva di uno sviluppo locale sostenibile, la qualità d'uso di questi strumenti emerge anche dal fatto che il comunicato stampa evidenzia i *podcast* come dedicati a un pubblico "For All", indicando una direzione esplicita di accessibilità e di turismo più inclusivo (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b; 2025).

Un altro indicatore legato alla costruzione di una rete turistica funzionale riguarda patrocini, *partnership* ed eventi: nel 2023 il DTL elenca numerose iniziative patrocinate e supportate (tra cui "Editoria & Giardini" a Verbania e produzioni culturali come il documentario "Gente di contrabbando"), a testimonianza di una strategia di presenza capillare nella vita culturale del territorio (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023).

Qui emerge però anche un nodo critico: l'ampiezza del portafoglio eventi rafforza la visibilità e il *networking*, ma pone il tema dell'efficacia allocativa. Se le risorse (economiche e organizzative) si distribuiscono su troppi fronti, l'impatto rischia di frammentarsi; la sfida è trasformare la somma di iniziative in una traiettoria riconoscibile, capace di sostenere obiettivi strutturali (destagionalizzazione, qualificazione dell'offerta, consolidamento di filiere e competenze).

La resilienza ambientale al cambiamento climatico è il banco di prova più attuale di questa leva di sviluppo. I giardini sono elementi vivi e idro–esigenti: la loro sopravvivenza dipende dalla capacità di adattarsi a siccità, estremi meteorologici, nuove fitopatie e *stress* biologici. La letteratura sulla conservazione vegetale sottolinea che clima e perdita di biodiversità sono tra le pressioni principali che rendono necessario ripensare politiche e pratiche, con un ruolo crescente dei giardini botanici nelle strategie di conservazione e sostenibilità (Heywood, 2017).

Lungo questa via, risulta significativo che, anche nel VCO oltre che nel contesto italiano, le linee di sviluppo dichiarate per gli orti botanici includano interventi su sostenibilità delle strutture, gestione dell'acqua e riduzione dei rifiuti, da capitalizzare come contenuti che arricchiscano l'esperienza di visita e la consapevolezza del pubblico (Morosinotto, 2022).

La leva turistica dei giardini resta credibile solo se affiancata da scelte di gestione ecologica e da una comunicazione capace di rendere visibile il lavoro invisibile della cura.

La destagionalizzazione, infine, va trattata con realismo. Il calendario primaverile, legato alle camelie, alle bulbose e più in generale alle fioriture, rimane un attrattore forte, mentre l'autunno può contare su prodotti come il *foliage* (esplicitato nel programma di eventi di alcuni giardini) (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2025).

La domanda cruciale, in termini di sviluppo, si focalizza sulla capacità di queste azioni di incidere sui volumi e sulla distribuzione dei flussi, non solo sulla qualità percepita della proposta.

In particolare, il DTL esplicita l'obiettivo di contrastare la stagionalità anche attraverso iniziative mirate come Isole di Luce, progetto di illuminazione scenografica delle Isole Borromee avviato nel periodo natalizio tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024 e successivamente rinnovato. Il rilievo dell'iniziativa non risiede soltanto nella sua forza simbolica, ma anche nella capacità di accrescere la visibilità del territorio in mesi tradizionalmente più deboli: il Distretto registra infatti un grande impatto comunicativo sui canali digitali, unito a numerose richieste di informazioni turistiche e a segnali di maggiore affluenza, soprattutto da parte del pubblico italiano. In questo modo, l'evento si configura come uno strumento concreto di destagionalizzazione (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b).

Parallelamente, tale orientamento si accompagna a una programmazione in cui vengono affiancati ai prodotti "di nicchia" per appassionati di botanica (che restano preziosi) un consolidamento dell'offerta MICE e di eventi culturali *indoor* e *outdoor* nei mesi di spalla, così da costruire una continuità più robusta tra economia turistica, servizi locali e occupazione.

Il *garden tourism*, nel VCO, si configura quindi come un dispositivo territoriale complesso: poggia su un vantaggio competitivo naturale e culturale (microclima e storia dei luoghi), si esprime tramite una filiera economica che coinvolge attori pubblici e privati e richiede un governo integrato che tenga insieme promozione, manutenzione, innovazione esperienziale, inclusione e adattamento climatico. Se questi ambiti rimangono connessi, il giardino diventa non solo "bellezza da visitare", ma infrastruttura di sviluppo locale capace di produrre valore economico, coesione sociale e resilienza ambientale.

Oltre alle linee di indirizzo e alle iniziative coordinate dal DTL, molti giardini del VCO agiscono in autonomia o in collaborazione con soggetti locali e sovralocali, sviluppando progetti educativi, culturali e ambientali che ampliano e diversificano l'offerta di *garden tourism*. Queste esperienze, pur differenti per scala, approccio o target, convergono in un orizzonte condiviso di sostenibilità, contribuendo a una progressiva maturazione del settore, in cui la valorizzazione del patrimonio botanico si accompagna alla cura del territorio, all'innovazione esperienziale e al rafforzamento delle comunità locali.

3

"MOSAICO DELLA NATURA"

Il pubblico, i luoghi, le pratiche

Roxana Popusoi

From December to March, there are for many of us three gardens:
the garden outdoors,
the garden of pots and bowls in the house,
and the garden of the mind's eye.

Da dicembre a marzo, ci sono per molti di noi tre giardini,
il giardino all'aperto
il giardino di vasi e ciotole in casa
e il giardino degli occhi della mente

Katherine S. White

1. Obiettivi e impostazione metodologica della ricerca

Questo capitolo propone un'indagine sui giardini botanici del VCO, esplorando il loro ruolo come leve di promozione del turismo sostenibile e strumenti di sensibilizzazione ambientale. La ricerca si fonda su osservazioni dirette, interviste e raccolta dati empirica, svolte in seno alla mia tesi di laurea triennale in Gestione Ambientale e Sviluppo Sostenibile, con l'obiettivo di comprendere come questi spazi vengano percepiti dai visitatori, quali elementi rafforzino l'esperienza culturale e didattica, e in che misura favoriscano una maggiore consapevolezza della sostenibilità.

L'attenzione non è rivolta soltanto alla funzione estetica o ricreativa dei giardini, ma alla loro capacità di agire come infrastrutture culturali e ambientali vive, capaci di integrare natura, storia e progettualità sociale. Il capitolo mette in luce le dinamiche tra fruizione, partecipazione e conservazione, evidenziando le potenzialità di un *garden tourism* che vada oltre la semplice visita, trasformando il contatto con il paesaggio e la flora in esperienza educativa e condivisa.

In questo contesto, i giardini diventano laboratori di sostenibilità, dove il dialogo tra piante autoctone e specie acclimatate si intreccia con pratiche di gestione responsabile, attività didattiche e iniziative culturali. L'architettura e i risultati della ricerca qui presentata offrono una lettura sistemica, che connette l'apprezzamento dei visitatori con le strategie di valorizzazione territoriale, le buone pratiche di conservazione e le opportunità di sviluppo locale, delineando un quadro in cui il *garden tourism* si configura come risorsa integrata e resiliente, capace di generare valore culturale, sociale ed ecologico.

L'indagine è stata costruita attorno a cinque obiettivi principali, pensati per analizzare congiuntamente le percezioni del pubblico, gli effetti dell'esperienza di visita e le condizioni territoriali utili a irrobustire la funzione educativa dei giardini:

1. Valutare conoscenza e interesse del pubblico. Analizzare sensibilità, aspettative ed esperienza dei visitatori rispetto al valore naturalistico, storico e culturale dei giardini botanici del VCO, includendo la familiarità con iniziative ed eventi tematici (Cottini, 2006).
2. Raccogliere riscontri sulla proposta "Mosaico della Natura". Esplorare l'attrattività dell'idea progettuale, la disponibilità a partecipare in modo attivo e la percezione del suo potenziale educativo e ambientale, con attenzione alla creazione di *microhabitat* per impollinatori e al rafforzamento del legame affettivo con la natura.
3. Indagare l'influenza dei giardini sulle scelte turistiche. Comprendere in che misura i giardini incidono sulle motivazioni di visita e sulle modalità di fruizione del territorio (provenienza, periodo dell'anno, ragioni dello spostamento), assumendoli come possibili nodi di itinerari sostenibili (Connell, 2004). In questo contesto viene considerato anche il ruolo esercitato da percorsi tematici e soluzioni di accessibilità come leve potenziali per ampliare il pubblico e contribuire a una maggiore distribuzione stagionale dei flussi.
4. Analizzare il ruolo degli attori locali. Esaminare il contributo di amministrazioni, operatori turistici e associazioni culturali nella promozione dei giardini e nell'attivazione di strategie condivise, considerando l'importanza delle collaborazioni pubblico–private nella gestione e valorizzazione delle risorse (Lucarno, 2006; Cerutti & Moroso, 2022).

5. Esaminare gli effetti della visita sulla sensibilità ambientale. Verificare se e come il contatto diretto con la natura in un giardino organizzato favorisca attenzione alla sostenibilità e alla conservazione della biodiversità, includendo emozioni, percezioni e possibili cambiamenti negli atteggiamenti verso pratiche ecologiche (Ballantyne & Packer, 2011; Falk & Dierking, 2018).

La ricerca ha adottato un approccio qualitativo, integrato da elementi quantitativi descrittivi, per approfondire il fenomeno in modo articolato. La prima fase ha previsto un’analisi *desk* basata su letteratura scientifica, documentazione, materiali divulgativi, *brochure* e contenuti *web* e *social*, utile a ricostruire il contesto turistico–culturale e gestionale entro cui si collocano i giardini botanici del VCO.

A questa fase si è affiancata un’indagine sul campo articolata in tre strumenti principali. Il primo ha riguardato la realizzazione di interviste a testimoni privilegiati con esperienza diretta nella gestione e valorizzazione di giardini e patrimoni culturali locali.

Sono stati coinvolti Andrea Cottini, Direttore dell’Ente Giardini Botanici di Villa Taranto; Andrea Corneo, Presidente della Società Italiana della Camelia e curatore di Villa Anelli, insieme Orsola Poggi Corneo, organizzatrice di visite guidate e laboratori artigianali artistici; Andrea Del Duca, Direttore dell’Ecomuseo *Cusius* del Lago d’Orta e Mottarone e Siria Moroso, responsabile della comunicazione e della promozione per ETS, impegnata nell’ambito della didattica ambientale, come guida escursionistica e accompagnatrice turistica.

Le interviste, costruite su domande aperte, sono state registrate e trascritte per favorire un’analisi tematica orientata a far emergere pratiche, criticità e traiettorie di sviluppo.

Il secondo strumento è consistito l’osservazione diretta in contesti di fruizione e in occasioni formative legate alla valorizzazione del patrimonio verde e culturale, con particolare attenzione alle modalità di narrazione, coinvolgimento e costruzione di benessere e relazione con la natura proposte dal progetto *Soul Gardens*.

Il terzo strumento ha previsto la somministrazione di un questionario semi–strutturato realizzato con *Google* Moduli, diffuso durante la bassa stagione tra fine 2024 e inizio 2025, con un totale di 317 risposte, per intercettare un pubblico ampio e differenziato.

La diffusione del questionario è avvenuta *online* (*Facebook, Instagram, WhatsApp*) e tramite la *newsletter* dell’Associazione per lo Sviluppo della cultura, degli studi universitari e della ricerca nel

VCO (ARS.UNI.VCO), oltre che in forma cartacea con *QR–code* in luoghi di aggregazione (biblioteche, musei, oratori, università, bar e ristoranti) in centri come Verbania, Stresa, Baveno, Novara e in altri comuni affacciati sul Lago d'Orta. Una parte della distribuzione è stata collegata anche a momenti formativi rivolti agli operatori turistici e connessi alla messa a disposizione di una brochure territoriale dedicata al progetto *Soul Gardens* (Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c).

La somministrazione del questionario in bassa stagione ha favorito l'inclusione dei visitatori occasionali e abituali dei giardini del VCO, delle persone coinvolte e motivate dai temi della sostenibilità ambientale, delle guide turistiche locali e dei residenti e turisti provenienti da altre regioni o paesi, utili a leggere il ruolo dei giardini nella costruzione di itinerari sostenibili.

Il questionario ha esplorato: livello di conoscenza dei giardini; motivazioni della visita (interesse botanico, turismo culturale, svago, eventi); modalità di accesso e fruizione (mezzi di trasporto, visita guidata/autonoma); percezione del valore culturale e ambientale; effetti sulla consapevolezza ecologica e sulla disponibilità a sostenere progetti di tutela della biodiversità; propensione a partecipare a iniziative esperienziali come la proposta denominata "Mosaico della Natura".

L'idea progettuale "Mosaico della Natura" è stata inserita in questo quadro per mettere alla prova un'idea semplice e, al tempo stesso, densa di implicazioni: trasformare la visita in un gesto partecipato, in cui la dimensione estetica e simbolica dialoga con la cura concreta. L'idea progettuale si configura come strumento di partecipazione e sensibilizzazione ambientale, basato sulla realizzazione di un'opera collettiva viva: un mosaico floreale capace di riprodurre un paesaggio o un soggetto artistico legato alla città ospitante. La proposta combina arte e natura e prevede un coinvolgimento del pubblico non soltanto come spettatore, ma anche come possibile parte attiva dell'opera, attraverso una donazione associata a un "tassello" del disegno e, dove possibile, attraverso momenti di messa a dimora guidata e assistita, strutturati come laboratorio per favorire un apprendimento pratico sulle tecniche di impianto e sostenere una gestione coerente delle specie. La messa a dimora può essere affidata ai giardinieri oppure, in giornate dedicate, svolgersi in forma partecipata, così da rendere visibile il legame tra specie botaniche, contesto locale e scelte di gestione. La logica di fondo è quella di una partecipazione consapevole, in cui la contribuzione economica si accompagna a una narrazione capace

di tradurre l'esperienza estetica in responsabilità condivisa verso la tutela della biodiversità.

I dati raccolti sono stati elaborati mediante l'uso di statistiche descrittive e analisi delle correlazioni, con l'obiettivo di identificare pattern di comportamento e preferenze dei visitatori.

L'esame dei dati qualitativi è stato condotto con un approccio tematico, individuando i principali temi emergenti relativi alla sostenibilità, al coinvolgimento del pubblico e alla tutela della biodiversità.

La raccolta sistematica delle risposte ai questionari e la registrazione delle interviste hanno permesso una documentazione solida dei dati, rafforzando la replicabilità dell'approccio e rendendo tracciabile il percorso analitico grazie alla sistematizzazione delle risposte e all'integrazione tra risultati del questionario, evidenze delle interviste e osservazioni sul campo.

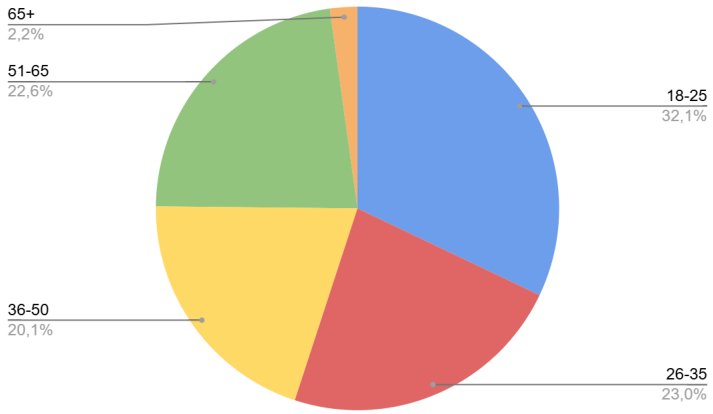
2. Ascoltare la voce del pubblico e del territorio: evidenze empiriche

2.1 Visitatori, motivazioni e modalità di fruizione dei giardini botanici

La sezione quantitativa restituisce un profilo articolato delle caratteristiche del campione e delle modalità con cui i giardini botanici del VCO vengono conosciuti, visitati e interpretati dai partecipanti.

Profilo dei visitatori: età e provenienza

I dati raccolti attraverso il questionario mostrano, nella Figura 13, che la maggior parte dei partecipanti appartiene alla fascia dei giovani adulti, in particolare tra i 18 e i 35 anni. Anche le persone di mezza età risultano ben rappresentate, mentre la partecipazione da parte degli over 65 è più contenuta.



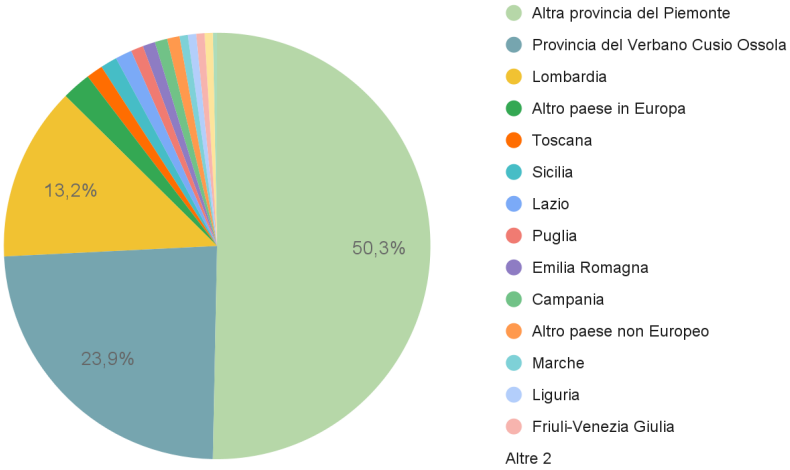


Figura 13 – Rappresentazione schematica di età e provenienza dei partecipanti al questionario. Fonte: Elaborazione personale.

Per quanto riguarda la provenienza geografica, il campione è composto prevalentemente da residenti in Piemonte, con una forte incidenza di partecipanti provenienti da province diverse rispetto al VCO. Seguono i residenti locali e, in misura minore, i visitatori lombardi e alcuni partecipanti provenienti da altri paesi europei.

Interessi e motivazioni delle visite ai giardini botanici del VCO

Nella seconda sezione del questionario sono state raccolte informazioni sugli interessi e sulle motivazioni che guidano la visita ai giardini botanici del VCO. Tra le mete più conosciute e frequentate emergono i giardini di Villa Taranto a Verbania, il giardino botanico dell'Isola Madre e il parco di Villa Pallavicino a Stresa. Anche il giardino botanico Alpinia, insieme a Villa Giulia e Villa Maioni, entrambe a Verbania, riscuote una discreta attenzione da parte del pubblico. Meno noti risultano invece giardini come Villa Anelli ad Oggebbio e Villa Giuseppina a Verbania.

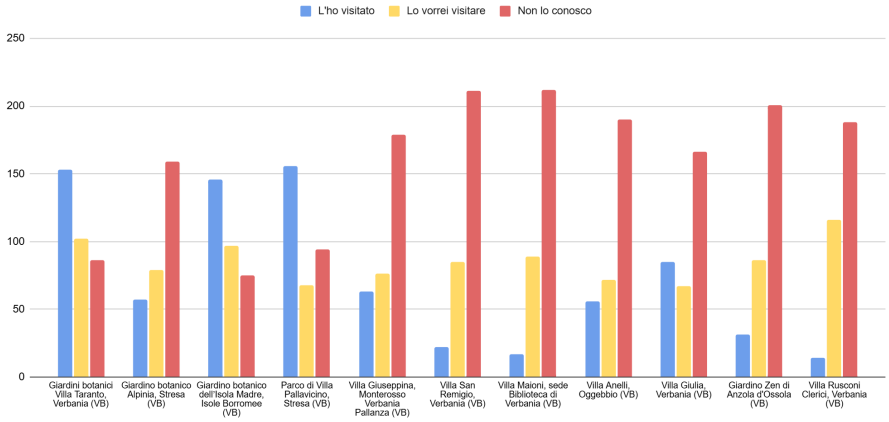


Figura 14 – Risposte relative al grado di conoscenza ed esperienza dei partecipanti rispetto ai giardini botanici del VCO. Le categorie includono chi ha già visitato i giardini, chi desidera visitarli, chi non li conosce e chi ha espresso un altro tipo di esperienza. Fonte: Elaborazione personale.

Come si evince dalla Figura 15 la maggior parte dei partecipanti ha espresso pareri positivi in merito alla possibilità di raccomandare queste destinazioni, in particolare quelle più conosciute, come Villa Taranto, l'Isola Madre e il Parco di Villa Pallavicino.

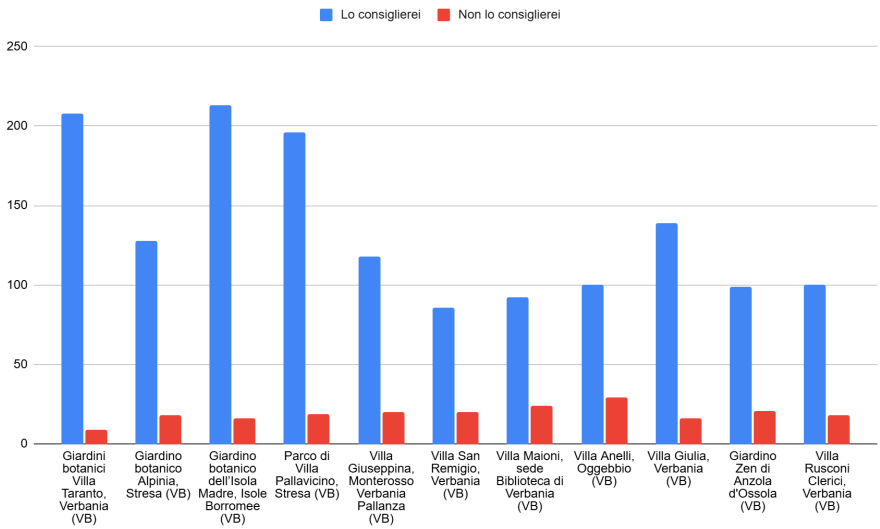


Figura 15 – Valutazioni espresse dai partecipanti in merito alla raccomandazione dei giardini botanici visitati nel VCO. Le colonne verdi indicano le risposte positive ("Lo consiglierei"), mentre quelle rosse rappresentano le risposte negative ("Non lo consiglierei"). Fonte: Elaborazione personale.

L'indagine ha analizzato la conoscenza di altri giardini non inclusi nell'elenco iniziale, ricevendo 41 risposte. Di queste, 13 hanno indicato specifici giardini, tra cui il Parco degli Agrumi di Cannero Riviera e i Sacri Monti di Ghiffa e Domodossola, noti per il loro significato storico, religioso o paesaggistico. Altri giardini menzionati includono i Giardini della Rocca di Angera e quelli dell'Isola Bella, parte delle Isole Borromee, celebri per la loro bellezza e rilevanza turistica. Tra le altre segnalazioni fuori dalla provincia figurano il giardino di Villa Caselli a Masera, i giardini dei padri rosminiani al Sacro Monte Calvario, il Giardino Botanico di Oropa, il Parco del Devero e il Parco di Villa Fedora a Baveno. Notabile è stata la menzione di una piantagione di tè (Camellia sinensis) a Premosello Chiovenda, un elemento distintivo per il territorio.

Le motivazioni principali che attraggono i visitatori includono il desiderio di relax e svago (40%), la curiosità o l'interesse culturale (34,7%) e la passione per la biodiversità e la botanica (17%).

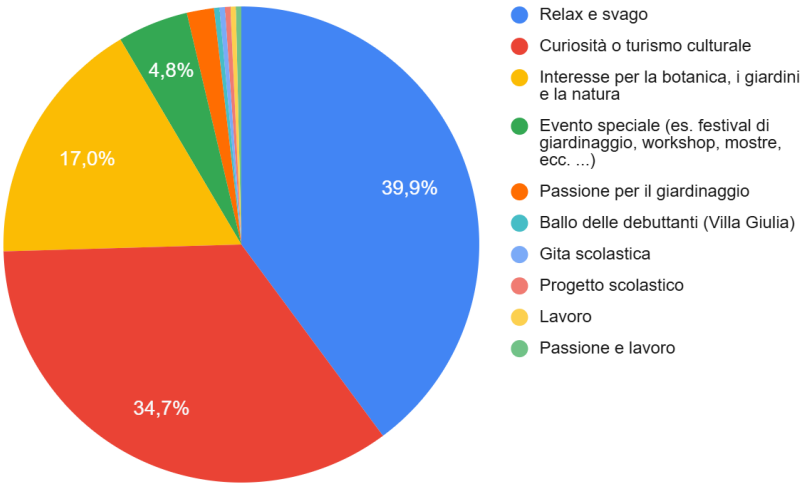


Figura 16 – Rappresentazione grafica delle motivazioni che hanno spinto le persone a visitare i giardini botanici nel VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Il questionario ha rivelato che la maggior parte dei visitatori scopre i giardini botanici tramite il passaparola di amici e familiari, ma anche gli istituti scolastici, i social media e le ricerche su internet giocano un ruolo importante nella loro divulgazione.

Figura 17 – Risposte alla domanda relativa alle modalità attraverso cui i partecipanti hanno conosciuto i giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, l'auto privata è la scelta prevalente, sebbene un numero minore di visitatori opti per opzioni più sostenibili, come autobus e treni.

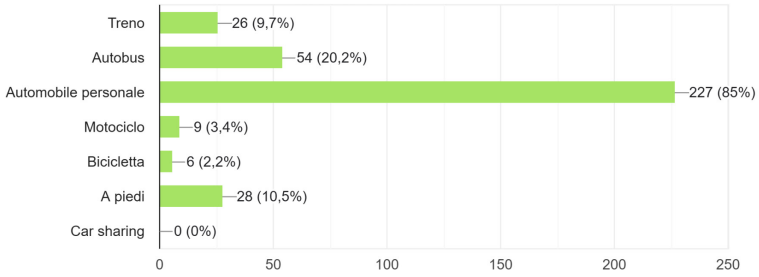


Figura 18 – Rappresentazione schematica dei mezzi di trasporto e modalità di spostamento che hanno permesso al campione che ha visitato i giardini di raggiungere le destinazioni turistiche. Fonte: Elaborazione personale.

La maggior parte dei visitatori ha esplorato i giardini in compagnia, con una prevalenza di coloro che vi si sono recati con amici (38,3%) o in coppia (35,7%). Anche la visita con i genitori è risultata una scelta frequente (33,5%), seguita da chi ha partecipato in gruppo (23,8%) o con la propria famiglia, includendo figli e coniuge (22,7%). Sono poche le visite effettuate con la scuola (in gita scolastica) (19,3%) e solo il 12,3% del campione ha visitato i giardini da solo.

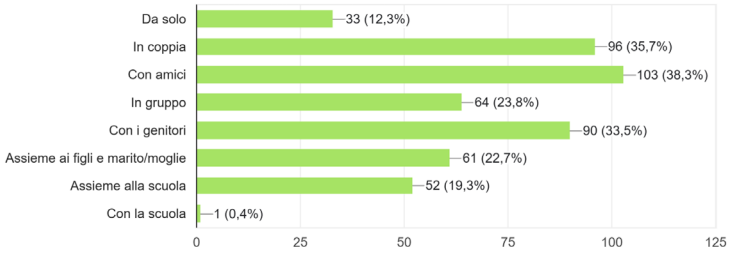


Figura 19 – Distribuzione delle risposte alla domanda "Con chi hai visitato i giardini?", relativa alle modalità di visita dei partecipanti al questionario. Fonte: Elaborazione personale.

La frequenza delle visite varia significativamente con le stagioni: la primavera è il periodo più popolare con il 79,9% delle presenze, seguita dall'estate con il 48,3%. L'autunno e l'inverno registrano rispettivamente solo il 14,4% e il 4,3% delle visite.

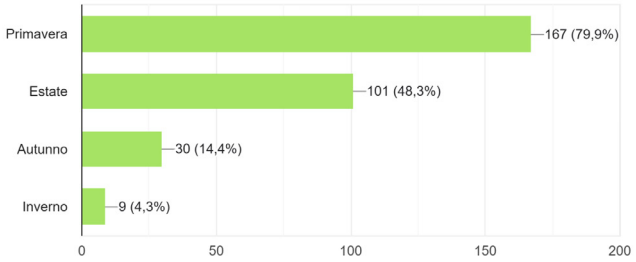


Figura 20 – Distribuzione delle risposte alla domanda "Se hai partecipato ad eventi, in quale periodo dell'anno?", relativa alla stagionalità della partecipazione agli eventi nei giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Quasi la metà dei partecipanti (46,2%) visita i giardini acquistando un biglietto a pagamento, mentre un 11,5% accede gratuitamente. Molti visitatori (42,4%) hanno sperimentato sia le visite a pagamento che quelle gratuite.

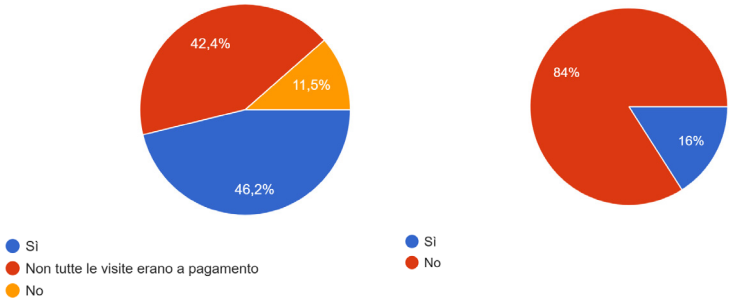


Figura 21 – Risposte alle domande relative alle modalità di accesso e di fruizione della visita ai giardini botanici del VCO. Il primo grafico, in alto, mostra se la visita era a pagamento, mentre il secondo indica se si trattava di una visita guidata. Fonte: Elaborazione personale.

Per quanto concerne l'esperienza di visita, l'84% degli intervistati preferisce esplorare i giardini in autonomia, mentre solo il 16% partecipa a visite guidate. Nonostante la preferenza per la visita in autonomia, la presenza di una guida è generalmente apprezzata: il 33,8% dei partecipanti valuta positivamente questa esperienza con un punteggio di 4 su 5, il 25,2% la valuta eccellente con un 5. Anche il giudizio intermedio (3) raccoglie il 31,9% delle preferenze, dimostrando che la guida è percepita come un valore aggiunto significativo per l'esperienza di visita.

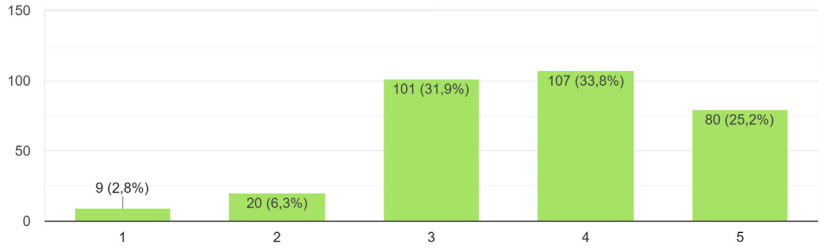


Figura 22 – Valutazione dell'utilità percepita della presenza di una guida nel corso della visita ai giardini botanici del VCO, su una scala da 1 (per niente utile) a 5 (molto utile). Fonte: Elaborazione personale.

Il questionario ha appofondito anche il grado di familiarità dei partecipanti con altre realtà di giardini botanici, sia in Italia che all'estero. Dall'analisi delle risposte emerge che circa la metà degli intervistati (171 su 317) ha visitato almeno un giardino botanico sul territorio nazionale, mentre un numero leggermente inferiore (156 su 317) ha avuto esperienze simili all'estero. Questi dati suggeriscono un interesse diffuso e consolidato per questo tipo di attrazioni, che si estende oltre i confini nazionali, evidenziando una propensione alla scoperta e all'esplorazione di ambienti botanici a livello globale.

Valutazioni sulla proposta “Mosaico della Natura”

I dati raccolti dall’indagine dimostrano una marcata attenzione agli eventi che fondono arte e natura, vedi Figura 23.

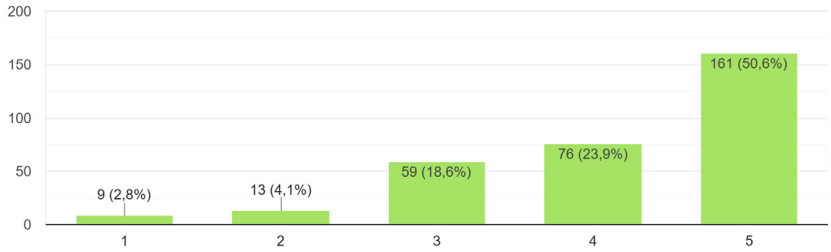


Figura 23 – Valutazione dell’interesse suscitato dall’evento “Mosaico della Natura”, che combina arte e natura attraverso la realizzazione di un mosaico floreale. Le risposte sono espresse su una scala da 1 (per niente interessante) a 5 (molto interessante). Fonte: Elaborazione personale.

La metà dei partecipanti (50,6%) ha espresso un forte apprezzamento assegnando il punteggio massimo di 5, mentre il 23,9% ha dato un punteggio di 4. Anche il punteggio intermedio di 3 ha ottenuto il 18,6% delle preferenze, evidenziando un interesse generale per questo tipo di evento. In contrasto, solo una minoranza ha mostrato scarso interesse: il 4,1% ha votato 2 e solo il 2,8% ha dato il punteggio più basso di 1. Nonostante l’interesse per l’evento, l’entusiasmo per una partecipazione attiva è più contenuto. Circa un quarto dei partecipanti (22,6%) si è mostrato favorevole a contribuire alla realizzazione dell’opera, mentre il 53,8% ha manifestato incertezza, legando la propria partecipazione ai costi dell’attività. Una parte dei rispondenti (23,6%) ha invece indicato di non essere motivata a prendere parte al progetto, suggerendo che la disponibilità a contribuire possa essere limitata da fattori pratici come il tempo o i costi implicati.

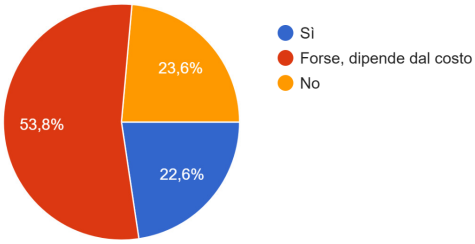


Figura 24 – Disponibilità espressa dai partecipanti a prendere parte attiva all'opera collettiva prevista nell'ambito dell'evento Mosaico della Natura. Fonte: Elaborazione personale.

L'analisi della Figura 25 indica che la primavera è la stagione preferita per eventi di questo tipo, con l'86,5% dei rispondenti che la sceglie come periodo ideale. L'estate segue con il 29,6% delle preferenze e l'autunno è considerato meno opportuno, scelto solo dal 16,7% dei partecipanti.

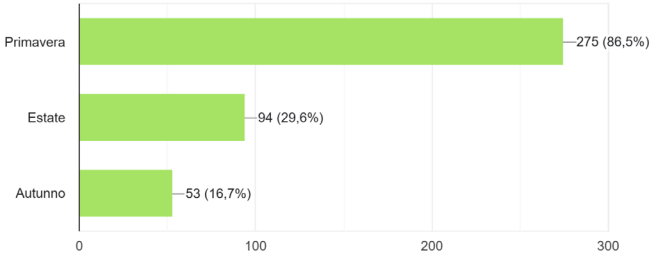


Figura 25 – Preferenze espresse dai partecipanti rispetto al periodo dell'anno in cui prendere parte all'evento Mosaico della Natura. Fonte: Elaborazione personale.

Questo riflette la percezione che la primavera, con il suo clima mite e la fioritura, offra le condizioni ideali per godere appieno dell'evento. Riguardo ai costi, la maggior parte dei partecipanti (57,5%) sarebbe disposta a pagare una cifra tra i 5 e i 10 euro per partecipare all'evento. Il 26,4% accetterebbe un costo tra i 10 e i 20 euro, mentre il 13,8% preferirebbe una tariffa inferiore ai 5 euro. Solo una minoranza opterebbe per un prezzo superiore ai 20 euro,

suggerendo che un costo moderato potrebbe favorire una maggiore partecipazione.

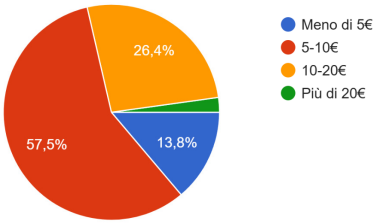


Figura 26 – Disponibilità dei partecipanti a contribuire economicamente per prendere parte all'evento Mosaico della Natura, suddivisa per fascia di prezzo. Fonte: Elaborazione personale.

Le principali motivazioni per partecipare all'iniziativa includono la passione per la natura e i fiori (24,7%), il supporto alla sostenibilità ambientale (22,5%) e l'interesse per l'arte (20%). Altri sono attratti dalla possibilità di ammirare rappresentazioni di ville storiche e contesti locali (18,9%), mentre la partecipazione a un progetto collettivo è valorizzata dal 12,8% dei rispondenti. Una categoria minore lo farebbe per sostenere progetti giovanili o la volontà di partecipare con persone conosciute, hanno raccolto meno consensi, indicando che gli aspetti legati alla natura, all'arte e all'ambiente sono i più apprezzati dai partecipanti.

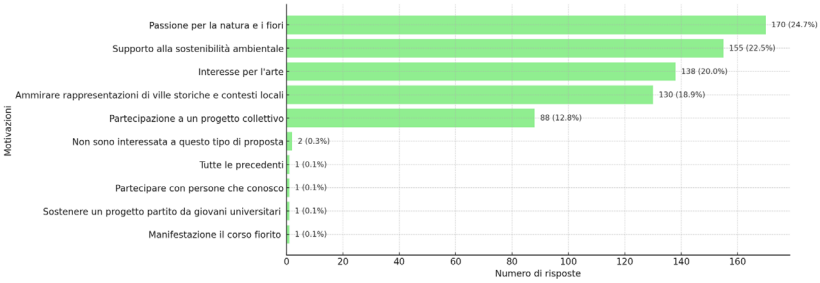


Figura 27 – Motivazioni indicate dai partecipanti per aderire all'iniziativa Mosaico della Natura. Le risposte evidenziano le principali aree di interesse legate alla natura, alla sostenibilità, all'arte e alla dimensione collettiva del progetto. Fonte: Elaborazione personale.

Percezioni e coinvolgimento del pubblico

L'indagine rivela una notevole sensibilità verso la sostenibilità e la conservazione ambientale tra i visitatori dei giardini botanici. Una significativa maggioranza (61,9%) ha valutato questi aspetti con il punteggio massimo di 5, sottolineando l'importanza percepita, mentre il 26,1% ha assegnato un punteggio di 4. Solo il 9,4% ha scelto un punteggio intermedio di 3, e una frazione minore ha espresso poca propensione, con l'1,6% e lo 0,9% rispettivamente per i punteggi 2 e 1.

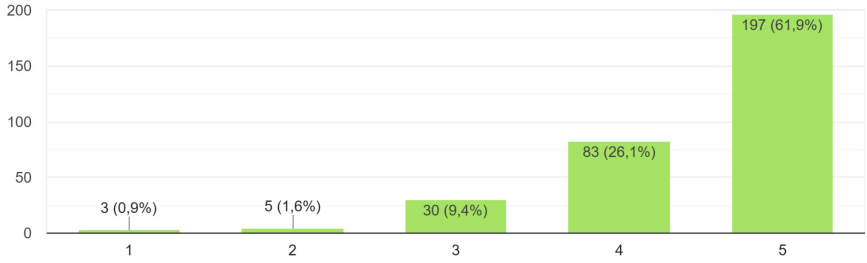


Figura 28 – Valutazione dell'importanza attribuita dai partecipanti ai temi della sostenibilità e della conservazione ambientale nel contesto di un giardino botanico. Le risposte sono espresse su una scala da 1 (per niente importante) a 5 (molto importante). Fonte: Elaborazione personale.

Nonostante l'alta valutazione della sostenibilità, emerge una lacuna nella conoscenza dei progetti di conservazione: il 76,1% dei partecipanti non sa di tali iniziative, suggerendo la necessità di intensificare la comunicazione e la sensibilizzazione. Solo il 23,9% è informato su questi sforzi, indicando un'opportunità di miglioramento nella promozione del ruolo dei giardini nella tutela della biodiversità.

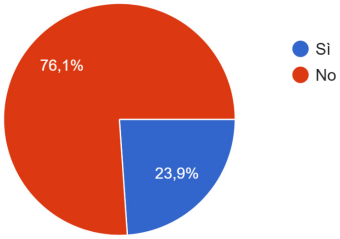


Figura 29 – Livello di conoscenza, da parte dei partecipanti, di progetti attivi per la conservazione della biodiversità all'interno dei giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

La promozione di eventi nei giardini appare altrettanto carente. Nonostante alcune manifestazioni siano relativamente note, come la Settimana del Tulipano a Villa Taranto e la Fioritura delle Azalee a Villa Pallavicino, la partecipazione effettiva rimane bassa.

Altri eventi, come le Visite alle Camelie Sasanqua e le Passeggiate tra le Ninfee a Villa Taranto, risultano poco conosciuti, sottolineando l’importanza di una strategia di comunicazione più efficace per attrarre visitatori.

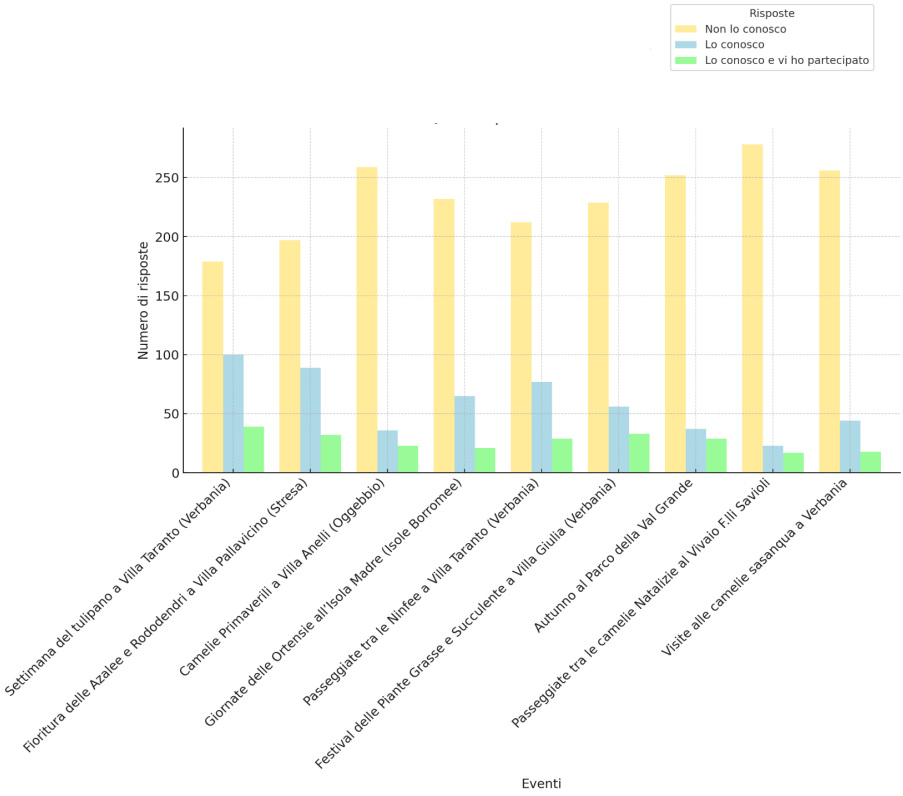


Figura 30 – Conoscenza e partecipazione dei rispondenti agli eventi organizzati nei giardini botanici e in altri spazi verdi del VCO. Le risposte sono suddivise tra chi non conosce l’evento, chi lo conosce ma non vi ha partecipato, e chi lo conosce e vi ha preso parte. Fonte: Elaborazione personale.

Alcuni partecipanti hanno anche riferito di aver preso parte ad eventi non inclusi nell'elenco, come la Mostra della Camelia Invernale a Villa Giulia e la Festa degli Agrumi a Cannero Riviera, dimostrando un interesse diffuso per le attività botaniche e florovivaistiche locali. La partecipazione a iniziative educative durante le visite rimane limitata: il 61,3% dei rispondenti non ha partecipato a nessuna attività, il 30,5% non ne era a conoscenza e solo l'8,2% ha partecipato. Questo indica che, pur esistendo iniziative legate alla biodiversità, esse non sono sufficientemente visibili o attrattive.

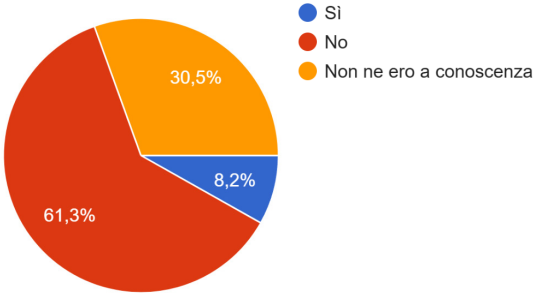


Figura 31 – Partecipazione dei visitatori ad attività educative o eventi di sensibilizzazione sulla biodiversità durante la visita ai giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Dal grafico della Figura 32 emerge che l'impatto della visita ai giardini botanici del VCO sulla consapevolezza dei visitatori riguardo alla biodiversità e alla sostenibilità è stato variegato. La maggior parte dei partecipanti (36,3%) ha dichiarato di aver approfondito alcuni aspetti che già conosceva, mentre il 22,1% ha trovato solo alcuni spunti interessanti, senza però percepire un impatto significativo. Il 15,5% ha invece acquisito nuove conoscenze e sviluppato una maggiore sensibilità verso questi temi.

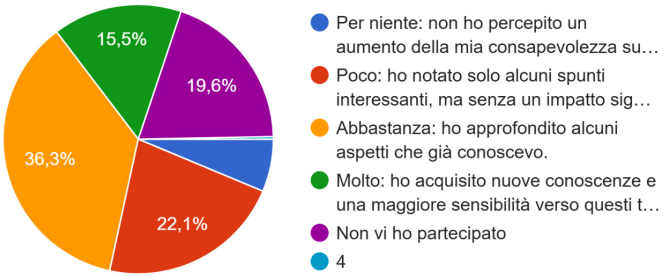


Figura 32 – Impatto percepito dai visitatori delle attività educative o eventi di sensibilizzazione sulla biodiversità nei giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Tuttavia, il 19,6% dei rispondenti non ha preso parte all’attività, mentre una piccola percentuale ha dichiarato di non aver percepito alcun aumento della propria percezione dell’argomento. In risposta alla domanda del questionario: “Come renderesti un giardino botanico più sostenibile per l’ambiente?”, i partecipanti hanno proposto una serie di soluzioni mirate a migliorare l’efficienza energetica, la gestione delle risorse, la mobilità sostenibile e la tutela della biodiversità. Le risposte evidenziano un’attenzione crescente alla riduzione degli sprechi, all’uso di materiali ecocompatibili e all’implementazione di ecosistemi più resilienti e accessibili. Tra le proposte più frequenti emergono gli investimenti su strutture più efficienti, l’utilizzo di energia rinnovabile e l’installazione di impianti idrici a basso spreco per ridurre il consumo d’acqua. Particolare importanza è stata data alla gestione delle risorse idriche, con suggerimenti per l’installazione di bidoni per la raccolta dell’acqua piovana, fontanelle di acqua potabile per i visitatori e l’adozione di sistemi di irrigazione sostenibili. Inoltre, molti partecipanti hanno sottolineato la necessità di minimizzare la plastica nei punti ristoro, eliminando la vendita di bottiglie di plastica nei bar o chioschi interni al giardino botanico e incentivando l’uso di contenitori biodegradabili o riutilizzabili.

Un’altra proposta riguarda la mobilità sostenibile, suggerendo l’integrazione di mezzi pubblici elettrici o servizi di trasporto ecologici per facilitare l’accesso ai giardini botanici senza impattare sull’ambiente. Inoltre, è stata avanzata l’idea di eliminare il mate-

riale cartaceo, favorendo biglietti digitali e riducendo la distribuzione di volantini per limitare il consumo di carta. Molti partecipanti hanno suggerito una migliore comunicazione con il pubblico sulle iniziative già in atto nel campo della sostenibilità. A tal proposito, è stata proposta l'installazione di cartelli informativi con regole di comportamento e spiegazioni sul loro significato, mostrando concretamente l'impatto positivo di ogni azione sostenibile adottata all'interno del giardino. Sul fronte della biodiversità e della tutela ambientale, i suggerimenti includono la creazione di microgiardini urbani per formare corridoi ecologici e sensibilizzare la popolazione, la conservazione delle specie in via di estinzione e la promozione di pratiche agricole sostenibili. Molti hanno evidenziato la necessità di ridurre l'uso di fertilizzanti e antiparassitari chimici, preferendo concimi biologici, teli di pacciamatura biodegradabili per favorire la crescita delle piante e limitare quelle infestanti, e garantire la presenza della giusta quantità di microrganismi benefici nel suolo. L'utilizzo di piante con funzione di fitoestrazione è stato proposto come metodo per contribuire alla depurazione del suolo e migliorare la qualità ambientale.

Un altro aspetto importante si correla alla gestione dei rifiuti. È stata sottolineata la necessità di posizionare cestini della spazzatura ben visibili e facilmente accessibili per incoraggiare i visitatori a smaltire correttamente i rifiuti e mantenere pulito l'ambiente del giardino botanico. Questi suggerimenti riflettono una crescente sensibilità verso la sostenibilità e un forte interesse per soluzioni innovative che possano rendere i giardini botanici non solo luoghi di bellezza e ricerca, ma anche modelli di gestione ecologica. L'implementazione di queste pratiche, unita a una comunicazione più efficace sulle azioni già intraprese, potrebbe trasformare in modo radicale questi spazi.

L'analisi dei dati mostra una marcata propensione, quantomeno sul piano intenzionale, da parte del pubblico per eventi dedicati alla biodiversità e alla conservazione in un giardino botanico. L'82,1% dei rispondenti ha espresso la volontà di partecipare a queste iniziative in futuro, mentre solo il 17,9% ha dichiarato di non essere interessato.

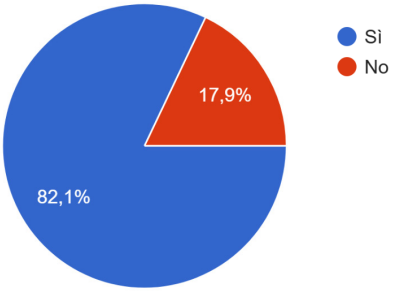


Figura 33 – Interesse futuro dei visitatori a partecipare a eventi dedicati alla biodiversità e alla conservazione nei giardini botanici del VCO. Fonte: Elaborazione personale.

Nel contesto delle esperienze, che i visitatori vorrebbero svolgere in futuro, si possono identificare attività che offrono un contatto diretto con la natura, la botanica e la sostenibilità. Tra le attività più richieste spiccano il giardinaggio pratico, la piantumazione di fiori e alberi, e il riconoscimento di specie botaniche, con una particolare attenzione al ruolo fondamentale degli impollinatori. Molti partecipanti hanno espresso il desiderio di approfondire queste tematiche attraverso corsi e workshop tenuti da esperti, focalizzati sulla botanica sostenibile, su strategie per tutelare e promuovere gli impollinatori e sulla gestione ecologica dei giardini. Un altro ambito di grande interesse riguarda le esperienze sensoriali e interattive. Attività come i percorsi olfattivi tra piante aromatiche e fiori o le degustazioni di prodotti naturali ricavati dalle piante presenti nei giardini sono state percepite come particolarmente coinvolgenti e stimolanti. Anche le esperienze pratiche che includono l’osservazione del mondo vegetale, mediante il disegno botanico e la fotografia naturalistica, sono considerate occasioni preziose per esplorare la natura con uno sguardo attento e creativo. Oltre alle attività educative, molti partecipanti hanno espresso un possibile coinvolgimento per esperienze legate al benessere psicofisico, come sessioni di meditazione e yoga immersi nella natura. La tranquillità e l’armonia dei giardini botanici li rendono luoghi ideali per pratiche di rilassamento, aiutando i visitatori a riconnettersi con sé stessi e con l’ambiente circostante.

A supporto dei dati emersi dal questionario, le interviste mettono in luce altri aspetti fondamentali che permettono di avere un quadro più grande su come vengano organizzate e gestite alcune delle mete turistiche e le criticità che possono emergere.

Percezioni della sostenibilità e modelli di gestione: interviste "in giardino"

Intervista Ecomuseo Cusius – Andrea Del Duca e Siria Moroso

L'intervista a Siria Moroso e Andrea Del Duca ha offerto una visione approfondita sul ruolo dell'Ecomuseo *Cusius* del Lago d'Orta e Mottarone nella valorizzazione del patrimonio locale.

Andrea Del Duca, Direttore dell'Ecomuseo Cusius sin dal 1999, ha contribuito alla promozione delle risorse ambientali, culturali e storico–etnografiche attraverso una prospettiva interdisciplinare che integra ricerca, educazione e memoria collettiva. Oltre a dirigere altri musei locali, ricopre ruoli attivi a livello regionale e nazionale nel coordinamento degli ecomusei (Appendice A).

Siria Moroso, esperta in comunicazione digitale e turismo sostenibile, collabora con l'Ecomuseo e con la Rete degli Ecomusei del Piemonte, è una guida ambientale escursionistica e progetta itinerari culturali e naturalistici, contribuendo alla promozione del territorio con un approccio esperienziale e partecipativo (Appendice A).

Durante la conversazione è emerso che il pubblico che frequenta i giardini botanici e le escursioni legate alla sostenibilità ambientale è molto variegato. Le scuole rappresentano una parte importante dell'utenza, ma vi è anche un crescente interesse da parte di adulti nella fascia d'età compresa tra i 35 e i 45 anni, soprattutto per le attività guidate. I giovani, invece, tendono a essere più autonomi nella fruizione di questi luoghi, partecipando più facilmente a escursioni e camminate piuttosto che a visite strutturate.

Il Giardino Orto Botanico Alpinia, situato sulle pendici del Mottarone, attrae visitatori con diverse motivazioni: alcuni sono interessati alle specie botaniche e alla biodiversità, mentre altri lo visitano più per godere del paesaggio e dell'atmosfera rilassante. Tuttavia, non sempre il pubblico arriva essendo consapevole di ciò che troverà: capita, infatti, che alcuni visitatori restino sorpresi dalla mancanza di grandi fioriture, immaginando di trovarsi di fronte a un giardino più decorativo che scientifico. Un tema centrale della

discussione è stato l'impatto dei cambiamenti climatici sulla biodiversità e sulla gestione dei giardini botanici.

Il Giardino Alpinia, situato a una quota elevata, sta affrontando una serie di problemi legati all'innalzamento delle temperature e al riscaldamento globale, che rendono difficile la sopravvivenza di alcune specie alpine presenti nel giardino. Questo ha portato alla necessità di ripensare la disposizione delle aiuole e di sostituire alcune piante con altre più adatte alle nuove condizioni climatiche. Oltre a questo, un'altra grande minaccia per l'equilibrio ambientale è rappresentata dalla diffusione di specie aliene invasive, favorite proprio dal riscaldamento globale e dai cambiamenti negli ecosistemi locali.

I laghi della zona, come il Lago d'Orta e il Lago Maggiore, stanno vivendo problematiche legate all'innalzamento delle temperature, che alterano il naturale processo di rimescolamento delle acque, con conseguenze sulla qualità dell'ossigenazione e sulla vita acquatica. Questi fenomeni sono attentamente monitorati dal CNR di Pallanza, che sta raccogliendo dati per comprendere meglio l'evoluzione del problema.

Un aspetto che è stato più volte sottolineato riguarda la difficoltà di trasmettere efficacemente i concetti di sostenibilità e biodiversità ai visitatori. Per cercare di migliorare l'esperienza dei visitatori e valorizzare gli aspetti educativi del giardino, si stanno sviluppando nuovi strumenti di comunicazione, tra cui pannelli informativi e brochure. Le visite guidate restano però il mezzo più efficace per far emergere i temi legati alla biodiversità e alla gestione sostenibile del territorio. Il problema principale rimane quello delle risorse economiche: a differenza di giardini come Villa Taranto, che godono di finanziamenti statali, il Giardino Alpinia deve autofinanziarsi attraverso la vendita dei biglietti, il che rende difficile investire in nuove iniziative senza il supporto di bandi e fondi esterni.

Negli ultimi anni, l'interesse per la sostenibilità è in crescita, grazie anche alla maggiore consapevolezza del pubblico su temi come il cambiamento climatico e la conservazione ambientale. Tuttavia, non esistono dati sistematici per quantificare questa crescita nell'ambito specifico dei giardini botanici.

Gli intervistati hanno anche riflettuto su come rendere più coinvolgenti le visite nei giardini, sottolineando l'importanza di avere guide esperte in grado di raccontare la storia e le peculiarità di questi luoghi. Spesso, infatti, l'esperienza del visitatore è arricchita più dalla narrazione e dal contesto storico che dalla semplice osservazione delle piante. In Italia, la concezione del giardino è fortemente

legata all'elemento architettonico e paesaggistico, a differenza dei giardini anglosassoni, dove l'attenzione è maggiormente rivolta alla componente botanica.

Un altro argomento emerso è quello della valorizzazione dei giardini meno noti, che spesso faticano ad attirare visitatori rispetto a realtà più affermate. Il Giardino Alpinia, che per molti anni ha beneficiato della presenza della funivia, ha visto un forte calo di presenze dopo la chiusura di questa infrastruttura. Per questi luoghi, una possibile strategia di promozione potrebbe essere quella di puntare su eventi mirati, collaborazioni con guide turistiche e tour operator specializzati, oppure sulla creazione di pacchetti esperienziali dedicati a un pubblico di nicchia. Tuttavia, coinvolgere la comunità locale nella gestione dei giardini non è sempre facile, poiché la manutenzione richiede competenze specifiche e può presentare problematiche legate alla sicurezza. Alcuni esempi di partecipazione si possono trovare in progetti sperimentali, come quelli che prevedono l'apertura di giardini privati per eventi speciali o la collaborazione con scuole di agraria per attività educative.

Un aspetto cruciale concerne l'impatto del turismo sui giardini e sugli ambienti naturali. L'aumento del turismo nei siti di interesse ambientale può avere conseguenze negative, come il sovraffollamento e la difficoltà di gestione dei flussi di visitatori. Un esempio significativo è il fenomeno dell'*overtourism*, amplificato dall'uso dei social media, che può portare all'improvvisa e imprevista affluenza di migliaia di persone in luoghi non attrezzati per poterle accogliere. Questo problema è stato osservato in diverse località turistiche, sia urbane che naturali, dove la necessità di tutelare il patrimonio ambientale si scontra con il desiderio di attrarre visitatori. La gestione sostenibile del turismo richiede quindi un equilibrio tra promozione e tutela del territorio, evitando che il successo turistico di un luogo ne comprometta la conservazione e l'accessibilità.

L'intervista con Siria Moroso e Andrea Del Duca ha offerto molti spunti di riflessione sulla complessità della gestione dei giardini botanici e sul loro ruolo nella divulgazione ambientale. Se da un lato i giardini rappresentano un'opportunità per sensibilizzare il pubblico sulla biodiversità e sulla sostenibilità, dall'altro devono affrontare sfide sempre più impegnative, legate sia ai cambiamenti climatici che alle dinamiche turistiche. In un contesto in continua evoluzione, la capacità di adattarsi e di trovare soluzioni innovative diventa essenziale per garantire la conservazione di questi luoghi preziosi e il loro valore educativo per le future generazioni.

Intervista Villa Taranto – Andrea Cottini

L'attuale Direttore dell'Ente Giardini Botanici di Villa Taranto, Andrea Cottini, ha condiviso la sua ampia esperienza, maturata anche come direttore tecnico–amministrativo del Centro Eventi Il Maggiore e responsabile tecnico–scientifico di ARS.UNI.VCO. Nel corso dell'intervista ha offerto uno sguardo approfondito sulla gestione del celebre giardino botanico di Verbania, soffermandosi su temi fondamentali come la sostenibilità ambientale, la tutela della biodiversità e le sfide poste dal turismo. Villa Taranto, ospita una delle più rinomate e importanti collezioni botaniche del lago Maggiore, adotta strategie mirate per preservare il delicato equilibrio tra la cura delle specie rare ed esotiche e il rispetto dell'ambiente. Una delle pratiche più significative in questo senso è l'eliminazione totale dell'uso di fitofarmaci dal 2015, una scelta che permette di mantenere il giardino in modo naturale, sebbene richieda una gestione più attenta e impegnativa. Come sottolineato dallo stesso Cottini, il giardino può presentare alcune imperfezioni se paragonato a quei giardini o parchi trattati con prodotti chimici, ma questa filosofia riflette un preciso impegno verso la sostenibilità. L'acqua utilizzata per l'irrigazione proviene interamente dal Lago Maggiore, grazie a un sistema ideato già negli anni Cinquanta dal fondatore della villa, il capitano scozzese Neil McEacharn, che si dimostrò un precursore della gestione sostenibile delle risorse idriche. Il sistema prevede che l'acqua venga pompata fino a una vasca a 300 metri di altezza per poi distribuirsi a caduta in tutto il giardino. Anche per quanto riguarda il suolo, Villa Taranto ha mantenuto il più possibile l'assetto originario, evitando nuove costruzioni e preservando l'impronta storica del giardino, nonostante eventi naturali come la tromba d'aria del 2012 abbiano causato la perdita di molte piante. Uno degli aspetti su cui la Direzione sta cercando di lavorare è strettamente correlato alla comunicazione delle pratiche sostenibili ai visitatori. Attualmente, chi visita Villa Taranto ne apprezza la bellezza senza necessariamente essere consapevole del grande impegno che sta dietro alla sua gestione ecologica. Pur non essendo a oggi esplicitate strategie strutturate per sensibilizzare il pubblico su questi temi, Cottini ha espresso l'intenzione di rafforzare questo ambito, rendendo più evidente il lavoro di conservazione e le scelte sostenibili adottate. La conservazione delle specie è un aspetto centrale per Villa Taranto, che ospita numerose piante rare, molte delle quali portate dallo stesso McEacharn dai suoi viaggi, in particolare dall'Australia. Alcune di

queste piante sono uniche in Europa e sono state trattate come veri e propri monumenti botanici. Tuttavia, non vi è stata una recente reintroduzione di specie a rischio, se non nella cosiddetta "Area delle Personalità", dove figure di rilievo come Adenauer, Thatcher e Moro hanno piantato alberi che ancora oggi prosperano. In generale, il giardino non ha attualmente collaborazioni con orti botanici. Attualmente Villa Taranto è uno dei siti di monitoraggio del progetto LIFE MODERn (NEC), coordinato dall'Istituto di Ricerca sulle Acque (IRSA) con la collaborazione di altri istituti scientifici. Questo progetto, in linea con la Direttiva Europea 2016/2284, studia l'impatto degli inquinanti atmosferici su ecosistemi naturali e seminaturali. Il giardino contribuisce alla raccolta di dati sulla qualità dell'aria e sulla biodiversità, offrendo un ambiente ideale per analizzare gli effetti dell'inquinamento e sviluppare strategie di gestione sostenibile. Un punto critico emerso nell'intervista è l'assenza di iniziative educative e percorsi didattici all'interno del giardino. Al momento non esistono attività strutturate per le scuole o per i più giovani, sebbene sia in corso una riflessione su come integrare percorsi di sensibilizzazione e informazione, possibilmente con il coinvolgimento del botanico della villa. Le guide turistiche abilitate sono esterne e non appartengono al personale della struttura, il che rende difficile un controllo diretto sulla narrazione che viene offerta ai visitatori. Per ovviare a questa mancanza, Villa Taranto sta stipulando convenzioni con università e istituti agrari, come l'Università del Piemonte Orientale, l'Università di Parma e le scuole superiori a indirizzo agrario, con l'obiettivo di attivare stage formativi per studenti. Ciò è particolarmente rilevante, considerando la necessità di garantire un ricambio generazionale tra i giardinieri, che attualmente sono quindici. L'elemento che sembra suscitare maggiore interesse tra i visitatori è la storia affascinante del capitano McEacharn, personaggio visionario che acquistò la proprietà quasi per caso, dopo aver letto un annuncio su un giornale, e la trasformò in un giardino di fama internazionale. Questo aspetto narrativo, insieme alla ricchezza botanica del sito, rappresenta un potenziale su cui lavorare per ampliare l'offerta culturale di Villa Taranto. Tuttavia, la mancanza di percorsi tematici e di una villa totalmente visitabile – la residenza di McEacharn è oggi la sede della Prefettura, pur avendo alcune sale rese recentemente fruibili al pubblico – crea una sorta di disorientamento nei turisti, che spesso si aspettano di poter accedere anche all'edificio storico. Per colmare questa lacuna si sta lavorando per attuare strategie di collaborazione con

altre realtà culturali della città, come il Museo del Paesaggio di Verbania. È stato recentemente introdotto un biglietto combinato che permette di visitare entrambi i siti a un prezzo agevolato, con l'obiettivo di rafforzare l'offerta turistica complessiva della città e intercettare un pubblico più ampio. Dal punto di vista del turismo, Villa Taranto accoglie circa 160.000 visitatori all'anno, un numero consistente ma non tale da creare problemi di sovraffollamento. Distribuiti su circa 260 giorni di apertura, questi ingressi si traducono in una media di circa 1000 persone al giorno, un numero che il giardino è in grado di gestire senza difficoltà. Tuttavia, il flusso non è costante durante l'anno: il mese di aprile registra un picco significativo di visite, mentre nei mesi successivi l'affluenza cala. Una delle strategie in corso prevede un ripensamento del calendario delle fioriture, in modo da garantire attrattività anche nei mesi estivi e autunnali, evitando che l'attenzione si concentri solo nel periodo primaverile. Un altro punto chiave riguarda il potenziale del *garden tourism*, un modello di turismo sostenibile basato sulla valorizzazione dei giardini storici e botanici. Per funzionare, questo modello avrebbe bisogno di un sistema più ampio di giardini visitabili, creando un itinerario che possa invogliare i turisti a fermarsi più giorni nella zona. Attualmente, Villa Taranto rischia di essere percepita come una tappa di passaggio, visitata velocemente prima di proseguire verso altre destinazioni. La creazione di una rete di giardini e ville storiche potrebbe aumentare l'attrattività dell'area, incentivando un turismo più stanziale e con un impatto economico maggiore sul territorio. Sul fronte della sostenibilità, pur non avendo in programma nuove iniziative specifiche, la Direzione è consapevole della necessità di capitalizzare ciò che è già stato fatto, rendendo più visibile l'impegno ambientale del giardino. Villa Taranto possiede un enorme archivio storico di fotografie e documenti che potrebbero essere utilizzati per arricchire la narrazione e migliorare la comunicazione con il pubblico. L'idea è quella di trasformare il giardino in un luogo che non si limiti a essere ammirato, ma che possa anche raccontare una storia e offrire diversi livelli di approfondimento, in base agli interessi e alla disponibilità dei visitatori.

L'intervista con Andrea Cottini ha evidenziato sia i punti di forza che le criticità nella gestione di Villa Taranto. Da un lato, il giardino costituisce un patrimonio botanico e storico di straordinario valore, con un'attenzione crescente alla sostenibilità e alla conservazione dell'ambiente. Dall'altro, emergono alcune lacune nella comunicazione e nell'offerta educativa, aspetti su cui la Direzione

sta iniziando a lavorare per rendere Villa Taranto non solo una meraviglia paesaggistica, ma anche un polo di divulgazione scientifica e culturale maggiormente accessibile e coinvolgente.

Intervista Parco di Villa Anelli – Andrea Corneo e Orsola Poggi Corneo

L'indagine su Villa Anelli ha avuto come protagonisti Andrea Corneo, agronomo e presidente della Società Italiana della Camelia, tra i massimi esperti italiani di questa pianta, e sua moglie Orsola Poggi Corneo, ex professionista delle pubbliche relazioni, oggi sommelier e artista di EggArt. Villa Anelli rappresenta la casa e il cuore del progetto della famiglia Corneo, Andrea ne custodisce e promuove con passione il patrimonio botanico, affiancato da Orsola nella divulgazione e nell'accoglienza. Insieme, attraverso l'azienda di famiglia La Camelia d'Oro, trasformano il giardino in un luogo di cultura, esperienze sensoriali e bellezza. L'intervista ha messo in luce le strategie di gestione adottate, con particolare attenzione alla sostenibilità, alla trasmissione della conoscenza botanica e alle sfide legate alla manutenzione e alla valorizzazione turistica del sito. Villa Anelli è un giardino privato caratterizzato da una ricca collezione di camelie e da una struttura costruita su terrazzamenti con muretti a secco. Il giardino non utilizza fitofarmaci, fertilizzanti chimici o concimi: il suolo viene mantenuto fertile mediante il naturale ciclo di decomposizione delle foglie cadute. Inoltre, le strutture di contenimento del terreno sono realizzate con materiali di recupero, come fusti di palme. Dal punto di vista della sostenibilità economica e gestionale, il mantenimento del giardino richiede un elevato impegno fisico e finanziario. Secondo Andrea Corneo, la tendenza generale è quella di un progressivo disinteresse per la cura di giardini complessi, poiché la manutenzione è faticosa e onerosa. Questo potrebbe portare, nel tempo, a una riduzione degli spazi verdi privati ben curati, a meno che non si sviluppino nuove strategie per incentivarne la gestione. Villa Anelli cerca di integrare la dimensione culturale con quella ambientale, promuovendo eventi all'aperto per attrarre visitatori e valorizzare il legame tra natura e arte. Tuttavia, la posizione isolata e l'accessibilità limitata costituiscono un ostacolo per il turismo in larga scala. L'età media dei visitatori è relativamente alta, anche se si sta cercando di coinvolgere un pubblico più giovane attraverso collaborazioni con associazioni come "21 marzo" e progetti con le "Sacre Selve". Un

altro tema affrontato è quello della biodiversità. Andrea Corneo ha sottolineato che, tecnicamente, la biodiversità è un concetto applicabile agli ecosistemi naturali più che ai giardini, che sono ambienti costruiti dall'uomo con piante selezionate. In questo contesto si può parlare di "biodiversità ornamentale", ovvero la presenza di specie vegetali provenienti da diversi paesi e climi. Un rischio connesso a questa pratica è la diffusione di specie aliene invasive, che in alcuni casi sono finite nelle "*black list*" delle piante da contenere. Con riguardo alla trasmissione della conoscenza botanica, Villa Anelli adotta un approccio strutturato che combina storia, botanica e tecniche di giardinaggio. Le visite guidate vengono adattate in base agli interessi del pubblico, e l'identificazione delle piante è facilitata da una mappa che permette di esplorare autonomamente il giardino. Il periodo dell'anno influenza la narrazione: le visite possono concentrarsi sulle camelie in primavera o sul bambù in maggio, ad esempio. La sostenibilità, intesa in senso ampio, è percepita in modi diversi dai visitatori. L'ambiente naturale del giardino porta a considerare meno l'impatto ecologico, mentre colpisce maggiormente l'impegno richiesto per la manutenzione. Molti visitatori rimangono sorpresi dalla quantità di lavoro necessaria per conservare un giardino di questo tipo e dal limitato ritorno economico rispetto agli sforzi richiesti. Infine, si è discusso della possibilità di integrare Villa Anelli in strategie turistiche più ampie, come i biglietti combinati con altre attrazioni della zona, sul modello di Villa Taranto e del Museo del Paesaggio.

Tuttavia, Andrea Corneo ha espresso dubbi sulla fattibilità di tali iniziative a causa della frammentazione amministrativa del Lago Maggiore, dove la promozione turistica è gestita in modo indipendente da ciascun comune. La mancanza di coordinamento tra le diverse realtà rende difficile creare un'offerta strutturata simile a quella di altre destinazioni turistiche, come il Lago di Garda dove si trovano strategie turistiche più integrate, il Lago Maggiore soffre di una divisione tra le province piemontesi, lombarde e svizzere, che porta ogni comune a gestire la promozione autonomamente. Questo rende difficile allestire percorsi turistici strutturati che possano valorizzare appieno il potenziale del territorio.

3. Interpretare i risultati: letture e scenari

Discussione dei dati raccolti e delle questioni emerse

L'analisi dei risultati del questionario, interpretata insieme alle evidenze emerse dalle interviste, permette di leggere il *garden tourism* nel VCO attraverso cinque risposte coerenti con gli obiettivi e le domande della ricerca. Per comprendere appieno questi risultati, è fondamentale considerare come, nel contesto contemporaneo del *garden tourism*, la segmentazione della domanda turistica assuma oggi un ruolo sempre più strategico. Tale segmentazione riflette l'evoluzione dei comportamenti di visita e delle motivazioni esperienziali, un fenomeno accelerato in particolare nel periodo successivo alla pandemia da COVID–19. A partire dal 2020, numerosi studi hanno infatti evidenziato una crescente attenzione verso forme di turismo legate alla natura, agli spazi aperti e al benessere, contribuendo a rafforzare il ruolo dei giardini e degli orti botanici come destinazioni privilegiate all'interno dell'offerta turistica sostenibile (OECD, 2020; UNWTO, 2021).

In questo scenario, i *target* consolidati – tra cui *Baby Boomers*, appassionati di giardinaggio, turismo scolastico e famiglie – continuano a rappresentare una componente fondamentale della domanda. Tali segmenti sono tradizionalmente rivolti a una fruizione educativa, culturale e scientifica del giardino, in linea con le funzioni storiche di conservazione e divulgazione proprie di queste istituzioni. Studi recenti sottolineano come questi pubblici contribuiscano alla stabilità della domanda e alla sostenibilità economica dei giardini, pur mostrando essi stessi una progressiva apertura verso forme di visita più esperienziali e interattive (Štilić, 2025).

Accanto a questi, emergono con crescente rilevanza i nuovi pubblici, tra cui Millennials, amanti dell'*outdoor* e nuovi proprietari di abitazioni con spazi verdi. Questi segmenti risultano particolarmente sensibili ai temi della sostenibilità, della qualità paesaggistica e dell'esperienza immersiva, orientando la domanda verso modalità di fruizione più partecipative ed emozionali. La letteratura recente evidenzia, infatti, come l'esperienza di visita nei giardini sia sempre più costruita facendo ricorso a dimensioni sensoriali, relazionali ed emotive, che incidono direttamente sulla soddisfazione e sulla fidelizzazione dei visitatori (Díaz–Meneses & Amador–Marrero, 2024). Parallelamente, le motivazioni di visita si fanno sempre più diversificate e riconducibili ad alcuni fattori quali benessere, apprendimento, socialità e contatto con la natura,

confermando una crescente complessità nella domanda turistica (Hermann & Bouwer, 2023). Infine, assumono un peso crescente le nicchie di mercato, quali le persone con disabilità, gli anziani e gli esperti di botanica, che richiedono un'offerta altamente personalizzata e inclusiva. In linea con le più recenti strategie internazionali sul turismo sostenibile e accessibile, i giardini stanno progressivamente integrando soluzioni progettuali ispirate ai principi dell'accessibilità universale e della diversificazione dell'esperienza, rafforzando il loro ruolo come infrastrutture socio–ecologiche e culturali. Alla luce di ciò, il turismo dei giardini si configura sempre più come uno strumento di inclusione sociale e valorizzazione territoriale (Al Beruni et al., 2026). Nel complesso, la crescente articolazione della domanda evidenzia come i giardini non siano più semplicemente luoghi di contemplazione, ma si configurino come spazi multifunzionali e piattaforme esperienziali complesse, capaci di rispondere a pubblici diversificati. È proprio alla luce di questa complessa segmentazione teorica che i risultati empirici della ricerca acquisiscono pieno significato.

La prima domanda dell'indagine, finalizzata a esplorare il livello di conoscenza, l'interesse e le aspettative del pubblico, delinea un quadro in cui la notorietà dei giardini botanici del VCO risulta polarizzata su alcune realtà maggiormente riconoscibili e visitate (tra cui Villa Taranto, Isola Madre e Villa Pallavicino). Le scelte confermano le tendenze globali appena descritte, evidenziando una fruizione prevalentemente estetico–ricreativa: relax e svago (40%), interesse culturale (34,7%) e passione per botanica e biodiversità (17%). Questo orientamento non va interpretato come contrapposto al valore scientifico, ma come una forma di accesso "primario" al giardino, in cui il piacere dell'esperienza e il desiderio di benessere costituiscono la soglia di ingresso più frequente. A conferma dell'emergere dei "nuovi pubblici" motivati da logiche relazionali, un fattore rilevante nel contesto locale riguarda la dimensione sociale della visita. Il pubblico intercettato (in prevalenza giovane–adulto) tende a vivere il giardino come esperienza profondamente condivisa: la visita avviene soprattutto in compagnia (amici 38,3%; coppia 35,7%; genitori 33,5%). Ne deriva che la qualità percepita non dipende soltanto dal patrimonio vegetale dal patrimonio vegetale inteso in maniera restrittiva, ma anche da elementi di fruibilità (percorsi, tempi, servizi, accessibilità), dall'intensità estetico–sensoriale e dalla capacità del sito di offrire uno "spazio altro" rispetto alla routine, dove la relazione con l'accompagnatore diventa parte

essenziale del significato dell'uscita.A questo si aggiunge un altro dato: molti rispondenti non arrivano ai giardini del VCO come "neofiti" del *garden tourism*, ma possiedono già esperienze pregresse che alimentano confronti e aspettative. Circa metà del campione dichiara di aver visitato almeno un giardino botanico in Italia (171 su 317) e un numero poco inferiore all'estero (156 su 317). È un nodo interpretativamente cruciale perché colloca la fruizione dei giardini del VCO dentro un orizzonte comparativo già attivo: la visita non è un atto isolato, ma si inserisce in una trama di abitudini turistiche, memorie di visita e modelli di riferimento maturati altrove. In questa prospettiva, la qualità percepita del luogo non si misura soltanto sulla "bellezza" in senso immediato, ma anche sulla coerenza tra promessa e esperienza.

Le modalità di accesso evidenziano un equilibrio delicato tra valore percepito e accessibilità: il 46,2% dichiara visite con biglietto, l'11,5% accessi gratuiti, il 42,4% entrambe le tipologie. Il dato è utile perché anticipa una dinamica che ricompare altrove: la disponibilità economica esiste, ma si attiva in relazione alla chiarezza di ciò che si sta sostenendo e alla percezione di qualità dell'esperienza.

Dentro questo scenario si registra lo scarto più significativo: una forte adesione valoriale alla sostenibilità non corrisponde a un'adeguata conoscenza delle pratiche e dei progetti di conservazione. Alla domanda sull'importanza di sostenibilità e conservazione in un giardino botanico, il 61,9% assegna il punteggio massimo (5) e un ulteriore 26,1% assegna 4, mentre il 76,1% dichiara di non conoscere progetti attivi di tutela della biodiversità nei giardini del VCO. Il risultato segnala una frattura nella "traduzione" tra ciò che il visitatore considera importante e ciò che riesce a riconoscere durante la visita: la bellezza e la scenografia vegetale sono immediatamente leggibili, la trama gestionale che le sostiene resta spesso fuori campo (Cottini, 2006).

Le interviste aiutano a comprendere le cause di questa invisibilità: le pratiche sostenibili si esprimono in scelte quotidiane e tecniche poco "spettacolarizzabili", come l'eliminazione di fitofarmaci e fertilizzanti di sintesi, la gestione attenta delle risorse idriche, il riuso degli scarti organici in logiche circolari e l'accettazione di esiti non perfetti come conseguenza coerente di una filosofia ecologica. Senza dispositivi interpretativi capaci di renderle osservabili e comprensibili, il visitatore può attribuire grande importanza alla conservazione come principio, senza collegarlo ai costi, alle competenze e ai compromessi necessari a mantenerlo operativo, soprattutto nei contesti più piccoli e privati.

In merito alla seconda domanda – riscontri su "Mosaico della Natura": attrattività, partecipazione e potenziale educativo – le analisi evidenziano che la proposta registra un apprezzamento elevato. Il 50,6% assegna 5/5 e il 23,9% assegna 4/5. Le motivazioni principali chiariscono la natura ibrida dell'attrattività: natura e fiori (24,7%), sostegno alla sostenibilità (22,5%), interesse per l'arte (20%) e richiamo a ville storiche e contesti locali (18,9%). Il dato suggerisce che la sostenibilità diventa una leva motivazionale quando è integrata in un *format* capace di generare significato e memoria, legando componente estetica, identità locale e significato ambientale.

Quando la proposta richiede un coinvolgimento attivo, la disponibilità diminuisce: il 22,6% si dichiara favorevole, mentre una quota ampia rimane incerta collegando la scelta ai costi. La soglia di attivazione appare dunque più pragmatica che ideologica: non è il rifiuto della sostenibilità a frenare la partecipazione, ma la compatibilità con risorse economiche e vincoli di tempo. La progettazione può valorizzare forme "minime" e progressive di partecipazione: micro–contributi, modalità a tempo breve, restituzioni visibili dell'impatto, livelli differenziati di ingaggio.

Il tema del potenziale educativo si intreccia con due elementi già presenti negli obiettivi della ricerca: la creazione di *microhabitat* per impollinatori e il rafforzamento del legame affettivo con la natura. Proprio la combinazione arte–natura può agire come dispositivo di mediazione emotiva, facilitando l'attenzione verso biodiversità e pratiche ecologiche attraverso un'esperienza percepita come significativa e condivisibile, non come "lezione" (Ballantyne & Packer, 2011; Falk & Dierking, 2018). In questa direzione, l'iniziativa funziona anche come test concreto della distanza tra adesione simbolica ("mi piace l'idea") e adesione operativa ("partecipo, contribuisco"), offrendo indicazioni utili alla scalabilità del progetto.

La stagionalità avvalora questa lettura: la primavera è indicata come periodo ideale per l'evento dall'86,5% dei rispondenti. La preferenza non è solo logistica, ma sensoriale e culturale, perché associa il giardino al picco percettivo delle fioriture. Ne deriva che l'educazione ambientale può risultare più efficace se agganciata a ciò che il visitatore cerca già (bellezza, intensità, benessere), rendendo visibili i retroscena ecologici che rendono possibile quell'esperienza.

La terza domanda esplora l'influenza dei giardini nelle scelte turistiche, analizzando le provenienze, i tempi di visita e le leve utili alla costruzione di itinerari sostenibili. I giardini botanici, per quanto riguarda la provenienza geografica, richiamano soprattutto un turismo di prossimità il 50,3% dei visitatori proviene dal Piemonte, mentre il 13,2% arriva dalla Lombardia, ai quali si aggiunge una quota di visitatori locali residenti nel VCO e una presenza più limitata di turisti provenienti da altre regioni italiane o da paesi europei. La composizione del campione conferma dunque il ruolo dei giardini come attrattori capaci di mobilitare soprattutto flussi regionali e interregionali, pur mantenendo un potenziale di apertura verso mercati internazionali, in particolare nei siti più noti del territorio. Dalle risposte ottenute dal questionario emerge una netta prevalenza dell'automobile privata come mezzo per raggiungere i giardini, mentre le alternative collettive (treno e autobus) risultano minoritarie.

Dal punto di vista anagrafico, la partecipazione è dominata dalla fascia dei giovani adulti tra i 18 e i 35 anni, mentre la presenza di visitatori più anziani risulta relativamente contenuta. Questo dato suggerisce che l'interesse verso i giardini botanici non è limitato a pubblici specialistici o a fasce d'età tradizionalmente associate al turismo culturale, ma coinvolge anche segmenti di visitatori più giovani, spesso orientati verso esperienze di contatto con la natura, *relax* e scoperta del paesaggio.

La distribuzione temporale delle visite evidenzia come la primavera rappresenti il periodo di visita dominante, indicato dal 79,9% dei partecipanti, seguita dall'estate, mentre l'autunno e l'inverno risultano molto meno frequentati. Questa forte stagionalità riflette la dipendenza dell'esperienza di visita dai cicli biologici delle piante e dalle fioriture ornamentali che caratterizzano molti giardini del Lago Maggiore, come camelie, tulipani e azalee.

La distribuzione stagionale suggerisce una dipendenza dalla "stagione alta" del giardino e, insieme, la possibilità di intervenire su leve specifiche per ampliare periodi e pubblici.

In questo contesto, la letteratura sul *garden tourism* sottolinea come i giardini possano svolgere un ruolo strategico nella costruzione di itinerari sostenibili e forme di fruizione lenta, capaci di integrare paesaggio, patrimonio culturale e mobilità territoriale (Connell, 2004).

I dati del questionario e le interviste indicano che questa traiettoria è plausibile anche nel VCO, a condizione di lavorare su tre aspetti:

- (a) rendere l’offerta più leggibile come sistema (reti, mappe integrate, biglietti combinati);
- (b) rafforzare soluzioni di accessibilità e servizi che facilitino visite multi–sito;
- (c) proporre contenuti tematici che non dipendano esclusivamente dalla fioritura, così da distribuire l’interesse lungo l’anno.

Le interviste ai testimoni privilegiati aggiungono un ulteriore elemento interpretativo: molti visitatori si avvicinano ai giardini attratti principalmente dalla dimensione estetica e spettacolare delle fioriture. Questa aspettativa ornamentale non rappresenta necessariamente un limite, ma piuttosto un punto di accesso mediante cui introdurre contenuti più profondi legati alla gestione del verde, alla biodiversità e alla conservazione delle specie. L’obiettivo non consiste nel correggere l’aspettativa estetica, ma accompagnarla, collegando ciò che attrae (fioriture, paesaggio, cura) a ciò che sostiene quella qualità (gestione, biodiversità, conservazione), con strumenti compatibili con una fruizione prevalentemente autonoma.

Per quanto concerne il ruolo degli attori locali: *governance*, fragilità operative e strumenti di cooperazione, oggetto della quarta domanda – le interviste mettono in evidenza che la valorizzazione dei giardini non dipende soltanto dalla qualità intrinseca dei siti, ma dalla capacità degli attori locali di sostenerli nel tempo attraverso forme di coordinamento, gestione e cooperazione. Amministrazioni pubbliche, operatori turistici e associazioni culturali svolgono un ruolo rilevante in questo processo, ma lo fanno spesso all’interno di condizioni operative che ne limitano la continuità e l’efficacia. La gestione di collezioni vive richiede manutenzione costante, competenze specialistiche e risorse tecniche; alcune scelte ecologiche aumentano la complessità gestionale nel breve periodo, soprattutto per realtà di dimensione contenuta o con struttura privata; la fragilità non è solo ecologica, ma anche economica e istituzionale.

La capacità di attivare collaborazioni pubblico–private appare un fattore abilitante per condensare la pluralità dei siti in un’offerta territoriale riconoscibile (Lucarno, 2006; Cerutti & Moroso, 2022). Le evidenze raccolte segnalano però un sentimento ricorrente di scarsa coesione tra attori locali e reti territoriali, che tende a frammentare narrazioni, calendari e strategie di comunicazione. La frammentazione diventa una barriera indiretta: riduce la permanenza, rende più difficile costruire itinerari, limita la visibilità del lavoro conservativo e indebolisce la capacità di raccogliere dati condivisi per orientare decisioni.

Dalle interviste si desume che la raccolta dei dati appare ancora poco strutturata e non sempre integrata nelle pratiche ordinarie dei singoli siti, sia nei casi più grandi sia in quelli di dimensioni minori. Questo elemento lascia immaginare che una parte della fragilità organizzativa non riguardi soltanto la gestione materiale del giardino, ma anche la disponibilità di strumenti conoscitivi utili a leggere i flussi, le provenienze, la stagionalità e le modalità di fruizione. In questa prospettiva, i dati non rappresentano un aspetto secondario o puramente tecnico, ma una componente della capacità gestionale del sito stesso. Il quadro che si delinea suggerisce quindi che una rilevazione più regolare e omogenea delle informazioni di visita potrebbe incidere sulla possibilità di programmare meglio le azioni di promozione, accessibilità e distribuzione stagionale dei flussi.

La quinta domanda si concentra sugli effetti della visita sulla sensibilità ambientale, esplorando i processi di apprendimento, le forme di mediazione e i format esperienziali. Rispetto a questo, i risultati indicano un impatto positivo sulla consapevolezza ambientale: il 36,3% dichiara di avere approfondito conoscenze già possedute e il 15,5% di avere acquisito nuove informazioni. La partecipazione ad attività educative o eventi specifici rimane però bassa: molti non hanno partecipato e una quota rilevante non era a conoscenza delle iniziative; solo l'8,2% dichiara partecipazione. Il dato suggerisce che l'apprendimento non è automatico: senza visibilità, continuità e progettazione, la dimensione educativa resta episodica (Ballantyne & Packer, 2011; Falk & Dierking, 2018).

La fruizione è in larga parte autonoma (84%), ma la mediazione guidata è valutata positivamente quando disponibile, segnalando una domanda di interpretazione compatibile con tempi e stili di visita non lineari. Ne deriva un'indicazione concreta: gli strumenti interpretativi devono adattarsi all'autonomia, con contenuti modulari e multistrato (pannelli non densi, micronarrazioni lungo i percorsi, *QR–code*, mappe tematiche), capaci di rendere visibili le pratiche di conservazione senza trasformare l'apprendimento in obbligo. In parallelo, le visite guidate risultano un dispositivo particolarmente efficace perché connettono esperienza estetica e contenuto scientifico in modo immediato; accanto a queste, le esperienze pratiche, sensoriali e legate al benessere intercettano bisogni contemporanei e possono aumentare l'attenzione verso biodiversità e sostenibilità, soprattutto se progettate come *format* brevi e replicabili nell'anno.

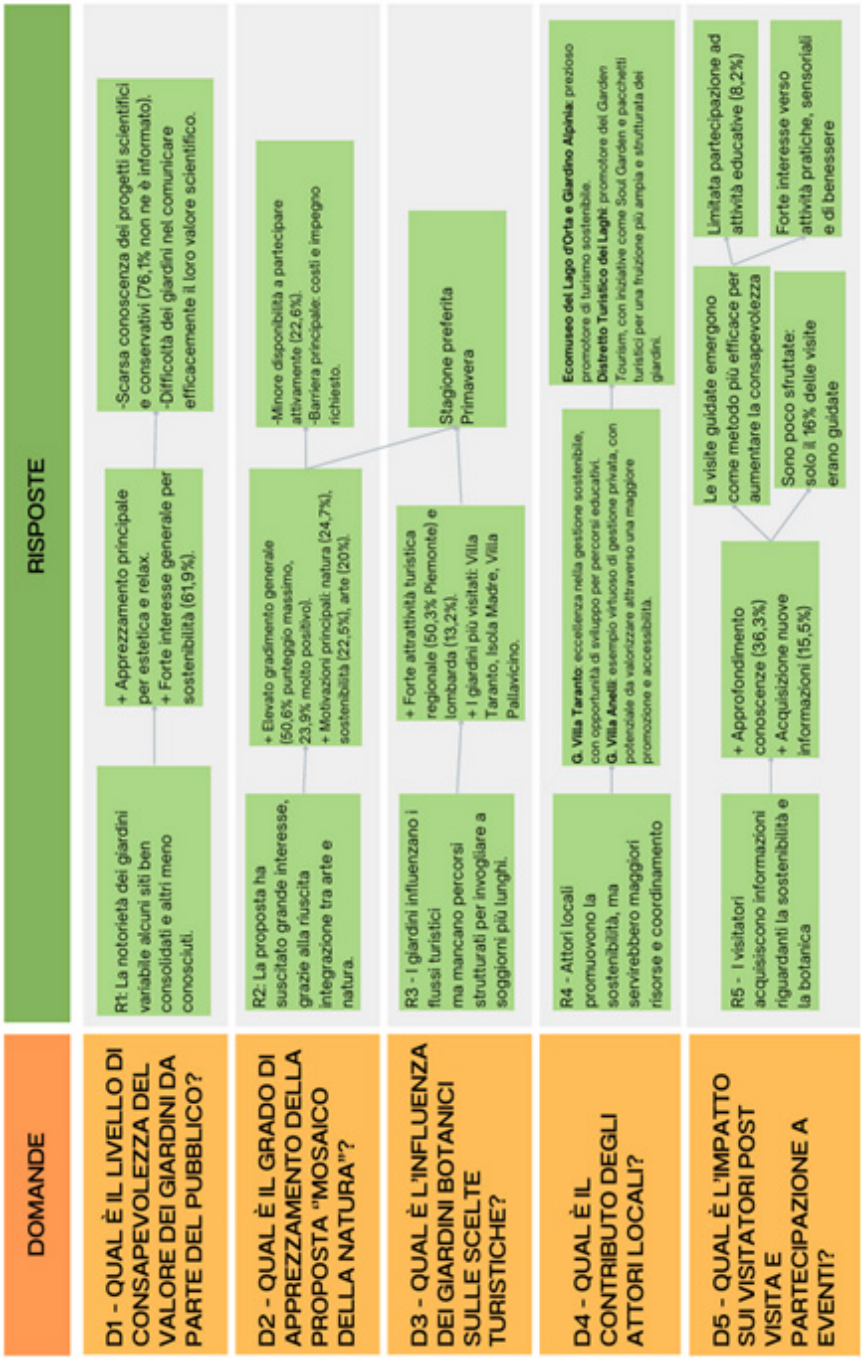


Figura 34 – Architettura tesi. Rappresenta le domande e le risposte del caso studio. Fonte: elaborazione personale.

Replicabilità e continuità della ricerca: un confronto con Villa Taranto

La ricerca condotta mediante interviste potrebbe essere estesa a ulteriori gestori e proprietari di ville e giardini (pubblici e privati) per mappare con maggiore profondità esigenze, strategie di valorizzazione e criticità legate all'andamento turistico. Sul versante quantitativo, una periodica somministrazione del questionario permetterà confronti temporali e una lettura più robusta delle variazioni per stagione, comunità di riferimento e composizione dei flussi. Inoltre, per intercettare un pubblico non locale e ampliare la base comparativa, lo strumento dovrebbe essere reso multilingue e progettato per un gruppo più ampio, così da includere giudizi anche di visitatori non provenienti dalle aree che oggi rappresentano la quota maggiore dei flussi (riferimento al quadro turistico richiamato dal report DTL 2023).

In questo contesto, la raccolta dati assume una funzione strategica. Dalle pratiche di *front office* si rileva una raccolta informativa centrata su indicatori essenziali (data/orario d'ingresso, provenienza, richieste frequenti su mappe e brochure, trasporti, strutture ricettive, ristorazione, eventi). Questo patrimonio informativo, se sistematizzato e completato con i dati dei siti (bigliettazione, flussi, profili di visita), può diventare una base comune per scelte di promozione, accessibilità e destagionalizzazione. L'indicazione che si ricava è duplice: aumentare la qualità della raccolta dati e, soprattutto, renderla comparabile tra attori, così da leggere il territorio come sistema e non come somma di episodi.

Un ulteriore aspetto rilevante concerne la coesione tra attori e la capacità di rete. La percezione di scarsa coesione tra attori locali emerge come criticità strutturale: riduce la forza del "sistema giardini", indebolisce la comunicazione del valore conservativo e limita la possibilità di creare itinerari coerenti. In termini di *governance*, la priorità non è aggiungere iniziative isolate, ma migliorare la qualità delle connessioni: narrazioni comuni, strumenti condivisi di fruizione, calendari coordinati e accordi operativi che rendano riconoscibile l'offerta territoriale.

Infine, per quanto riguarda gli sviluppi futuri, la continuità analitica e il confronto dei risultati rappresentano elementi centrali. La ricerca condotta acquisisce maggiore solidità quando può essere confrontata con dati provenienti da realtà operative del territorio. In questo senso, i dati forniti dall'Ente Giardini Botanici di Villa Taranto, riferiti alla stagione di apertura del giardino nel

2025, consentono di rafforzare e contestualizzare le interpretazioni emerse. La disponibilità di dati relativi ai flussi di visita, alle provenienze dei turisti, alle motivazioni dichiarate e alle modalità di fruizione rende possibile una lettura più articolata del fenomeno, contribuendo a costruire un quadro generale più completo sul ruolo dei giardini nel sistema turistico locale e sulle dinamiche che caratterizzano l'esperienza di visita.

Per permettere un confronto chiaro e ordinato, i dati e la loro analisi sono stati organizzati in modo da rispondere alle cinque domande di ricerca.

1. Conoscenza, interesse e aspettative del pubblico

Nel 2025 Villa Taranto ha registrato oltre 180.000 ingressi, confermandosi come attrattore di ampia portata. La composizione del pubblico risulta dominata da turisti adulti (>25 anni) (più della metà degli ingressi), seguiti da gruppi (circa 20%) e da una quota più contenuta di giovani <25 anni (6,8%) (Figura 35).

% su Ingressi	TIPOLOGIA
2,5%	B. UNICI Giardini - Museo
52,5%	ADULTI > 25 anni
6,8%	RAGAZZI 11/25 anni
20,8%	GRUPPI
1,5%	Vari (scuole – abbonamenti -late afternoon)
4,7%	Ragazzi under 10
4,7%	Residenti VCO e VB
1,7%	Disabili
1,4%	Accompagnatori Disabili
0,4%	Forze Armate e Giornalisti
0,9%	Scuole VCO - Centri Estivi VCO

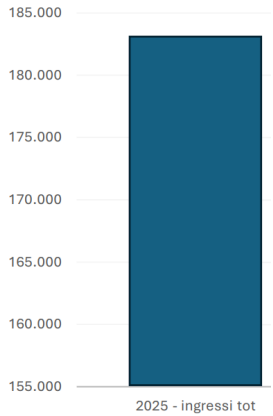


Figura 35 – Rappresentazione grafica della distribuzione percentuale delle tipologie di ingresso ai Giardini Botanici di Villa Taranto nella stagione 2025. Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

La distribuzione per provenienza conferma la compresenza di due bacini: da un lato un turismo domestico di prossimità, dall'altro una domanda internazionale consistente.

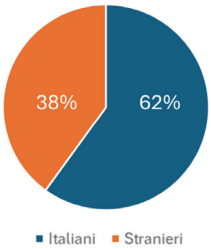


Figura 36 – Nazionalità dei turisti che hanno visitato i Giardini Botanici di Villa Taranto nella stagione 2025. Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

I visitatori italiani rappresentano il 62% (Figura 36), con una concentrazione significativa proveniente dalla Lombardia (35,4%) (Figura 37). Seguono le altre province del Piemonte (18,3%) e, al terzo posto, i residenti della provincia del VCO (12,2%) (Figura 37). Questa distribuzione evidenzia il ruolo dell'accessibilità e della prossimità geografica come fattori rilevanti nella scelta della visita.

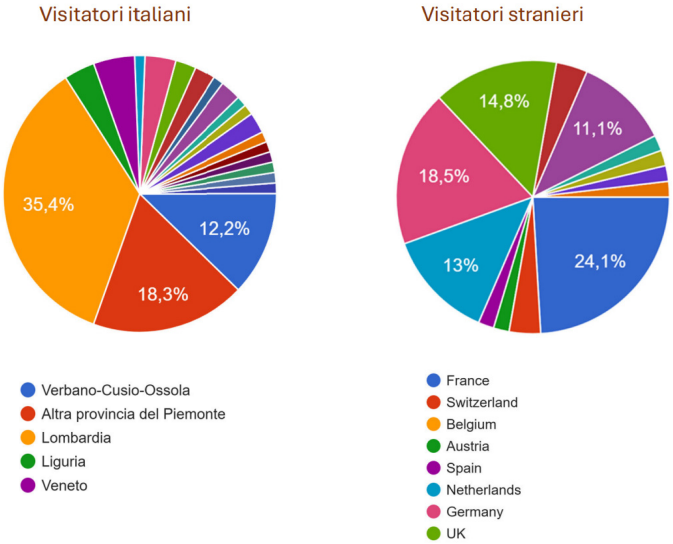


Figura 37 – Provenienza dei visitatori, suddivisa tra turisti italiani e turisti stranieri, dei Giardini Botanici di Villa Taranto nella stagione 2025. Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Parallelamente, la quota di visitatori stranieri (38%) (Figura 36), soprattutto da Francia, Germania e Regno Unito (Figura 37), evidenzia la capacità attrattiva internazionale di un sito ad alta notorietà, distinguendolo in modo strutturale rispetto a realtà territoriali meno visibili.

Anche le modalità di fruizione chiariscono aspettative e forma sociale dell’esperienza: la visita avviene soprattutto in coppia (oltre la metà, sia italiani sia stranieri) e, in misura rilevante, in famiglia (Figura 38).

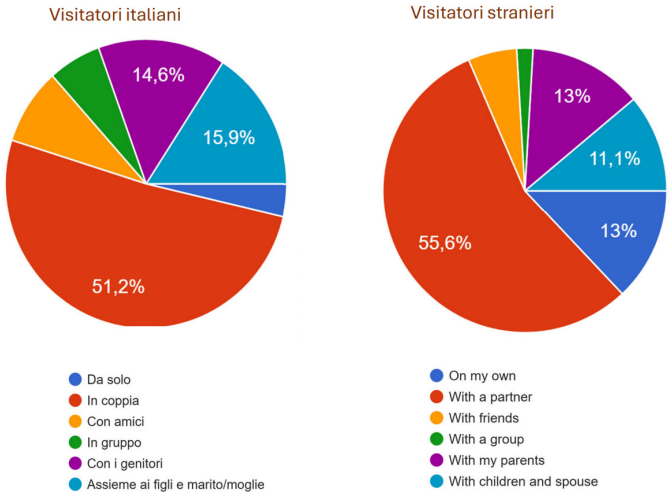


Figura 38 – Modalità di visita ai Giardini Botanici di Villa Taranto nel 2025: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Ne deriva che l’esperienza non si configura solo come consumo estetico del patrimonio vegetale, ma come pratica relazionale: il giardino diventa cornice di un tempo condiviso, in cui servizi, percorsi, leggibilità dell’offerta e qualità complessiva della visita incidono sul giudizio finale.

Le motivazioni dichiarate confermano la prevalenza di una fruizione estetico–ricreativa: relax e svago risultano la ragione principale, affiancata dal coinvolgimento verso la botanica e la natura. Tra gli italiani relax e interesse botanico si collocano allo stesso livello (34,1%), mentre tra gli stranieri prevale il pleasure/relax (44,4%) (Figura 39).

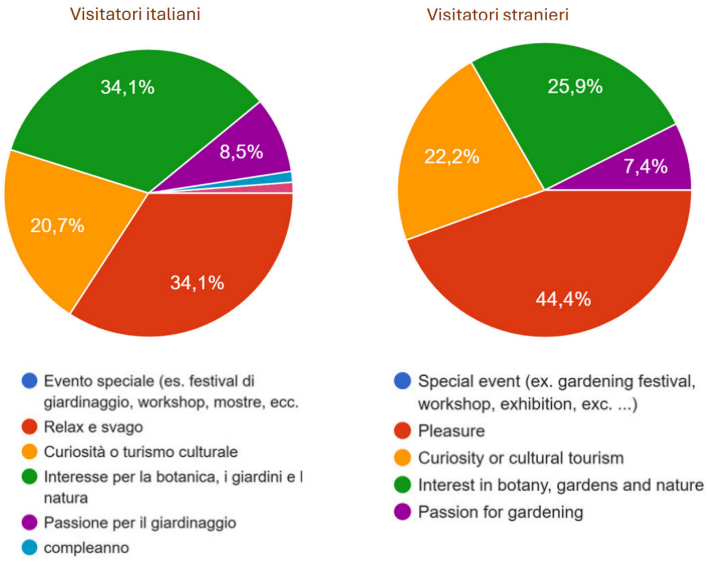


Figura 39 – Motivazioni della visita ai Giardini Botanici di Villa Taranto nel 2025: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Questo assetto è coerente con un'aspettativa centrata sull'esperienza immediata e sul benessere, nella quale la dimensione conoscitiva può essere presente ma non necessariamente dominante. In tale contesto si conferma una tensione interpretativa: il *garden tourism* viene vissuto soprattutto come esperienza immersiva e rigenerativa, mentre il ruolo scientifico e conservazionistico del giardino tende a rimanere meno visibile se non supportato da strumenti interpretativi.

2 – Riscontri su eventi alternativi in relazione alla proposta "Mosaico della Natura"

Le evidenze sulle attività alternative realizzate nel 2025 offrono un riscontro concreto rispetto alla domanda potenziale di format esperienziali, utile anche in relazione a una proposta come "Mosaico della Natura", intesa come iniziativa capace di combinare esperienza, partecipazione e contenuto ambientale.

Le attività orientate al benessere (ad esempio lo yoga all’aperto) hanno registrato una partecipazione di 10–15 persone per incontro, mostrando che pratiche di riconnessione e cura di sé risultano compatibili con lo spazio del giardino e coerenti con le motivazioni prevalenti (Figura 39). Le iniziative culturali ed espositive (come Tracce Creative, Green Attraction e Il futuro è zucca) hanno ottenuto riscontri positivi, contribuendo a valorizzare il giardino come luogo di incontro tra natura, cultura e comunità. Anche concerti e spettacoli teatrali hanno evidenziato una buona capacità attrattiva, con una media di circa 100 partecipanti e picchi fino a 200 presenze (Sogno di una notte di mezza estate).

Particolarmente rilevanti, in chiave educativa e di mediazione, risultano le visite tematiche con il botanico, che hanno registrato il tutto esaurito (30 partecipanti per visita). Questo dato indica che l’apprendimento può diventare attrattivo quando è inserito in un format esperienziale guidato, capace di rendere accessibili contenuti specialistici. Al contrario, le aperture serali prive di eventi non hanno riscontrato un’elevata affluenza, suggerendo che la semplice estensione degli orari non produce partecipazione senza una proposta strutturata: la partecipazione si attiva quando l’esperienza è riconoscibile e di un contenuto percepito come aggiuntivo alla visita ordinaria.

3 – Influenza dei giardini sulle scelte turistiche: provenienze, tempi di visita e leve per itinerari sostenibili

I dati 2025 confermano l’importanza della componente territoriale nella scelta di visita: la forte presenza di visitatori italiani, concentrati soprattutto tra Lombardia e Piemonte (Figura 37), indica che Villa Taranto intercetta in modo consistente flussi di prossimità, dove tempi di spostamento e accessibilità diventano determinanti. In parallelo, la quota straniera (38%) segnala la presenza di una domanda internazionale non marginale, legata alla notorietà del sito.

Sul piano della mobilità, emerge una prevalenza dell’automobile (oltre due terzi degli spostamenti), affiancata da un uso significativo del traghetto (circa 20%).

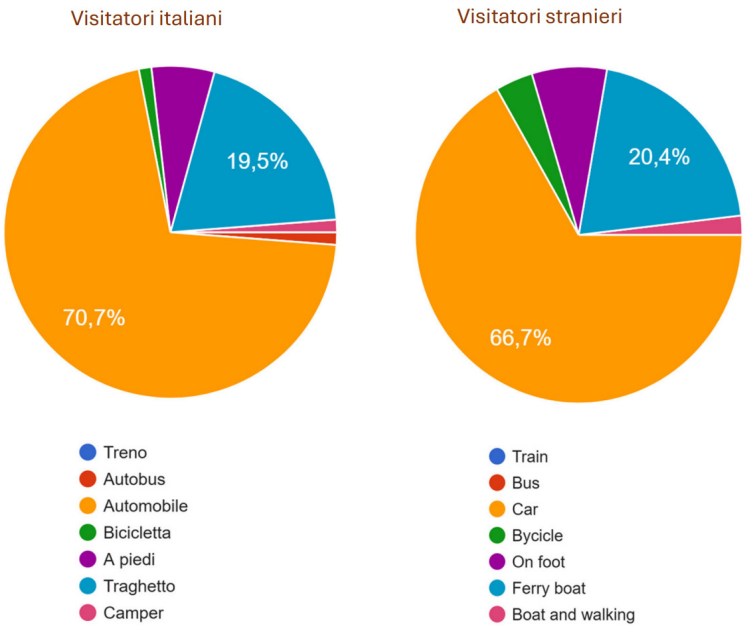


Figura 40 – Mezzi di trasporto più usati dai visitatori dei Giardini Botanici di Villa Taranto nel 2025: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Questo dato ha implicazioni dirette per la costruzione di itinerari sostenibili: la dipendenza dall'auto suggerisce un margine di lavoro sulla connessione tra attrazioni, servizi e trasporti, mentre la quota legata al traghetto indica l'esistenza di una pratica di accesso già coerente con una fruizione più lenta e paesaggisticamente integrata.

In questa direzione si colloca anche il tema della combinazione dell'offerta: i biglietti combinati rappresentano il 2,8% degli ingressi totali (Figura 35), ma mostrano un gradimento elevato: l'84,1% dei visitatori italiani e il 77,8% degli stranieri ritengono valida la formula che include ingresso a Villa Taranto e biglietto per il Museo del Paesaggio di Verbania.

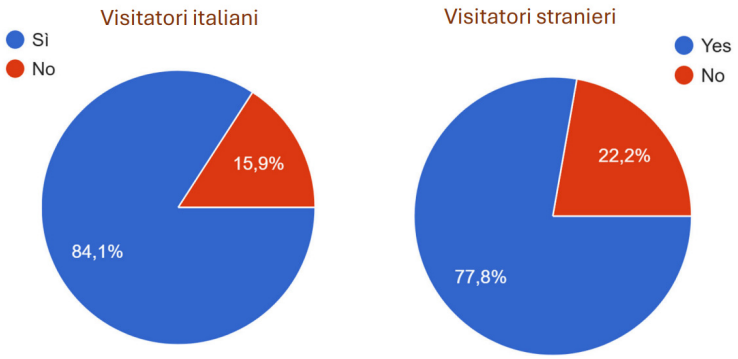


Figura 41 – Considerazione positiva o negativa sulla formula sui biglietti combinati per l'ingresso congiunto a Villa Taranto e biglietto per il Museo del Paesaggio di Verbania. Visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Il dato suggerisce che la leva dell'itinerario integrato può funzionare, ma richiede visibilità, comunicazione e strutturazione del prodotto: l'interesse esiste, mentre l'adozione appare ancora limitata.

4 – Ruolo degli attori locali: governance, fragilità operative e strumenti di cooperazione

I dati 2025 evidenziano il ruolo centrale della comunicazione e dei canali informativi nella costruzione dell'immagine del giardino, e quindi l'importanza della governance territoriale. Le modalità di scoperta differiscono tra pubblici: per gli italiani risultano determinanti reti familiari, web ed esperienza di vacanza sul territorio; per gli stranieri assumono un peso rilevante le guide turistiche tradizionali, come la Guide du Routard (42,6%), accanto ai canali digitali.

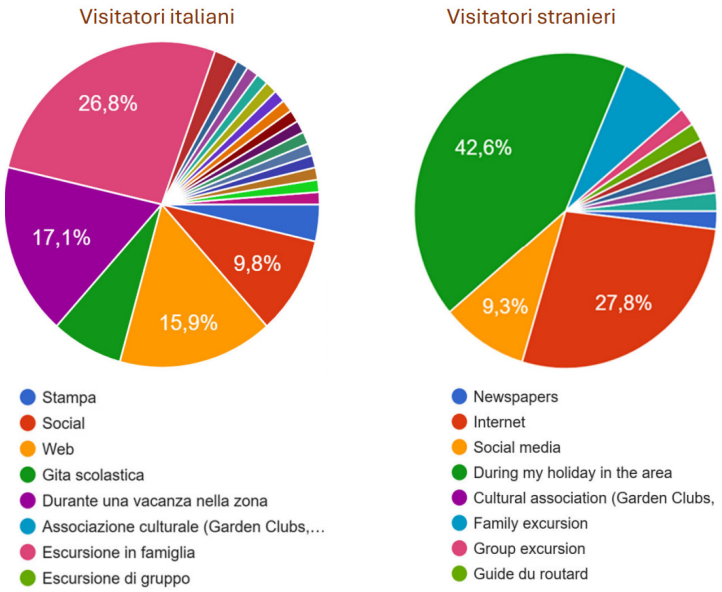


Figura 42 – Modalità di scoperta dei Giardini Botanici di Villa Taranto nel 2025: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Questa differenza implica che il posizionamento non dipende solo dalla qualità del sito, ma anche dalla capacità di presidiare canali diversi con messaggi coerenti.

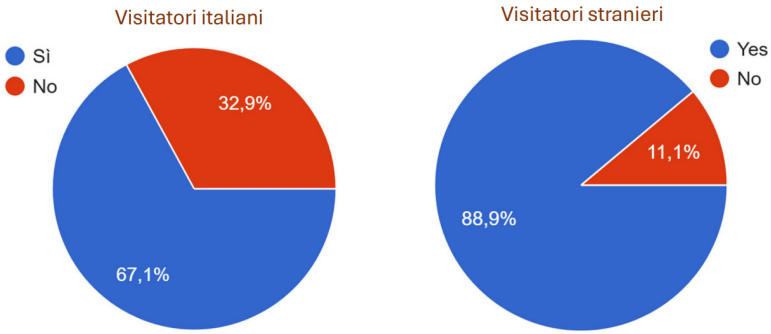


Figura 43 – Visitatori che visitano per la prima volta i Giardini Botanici di Villa Taranto nel 2025: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

La frequenza di visita a Villa Taranto evidenzia che oltre il 67% degli italiani e quasi il 90% degli stranieri dichiarano di trovarsi alla prima visita; tuttavia, la propensione al ritorno risulta estremamente elevata (oltre il 90%) e quasi unanime è la disponibilità a consigliare il sito ad amici e parenti.

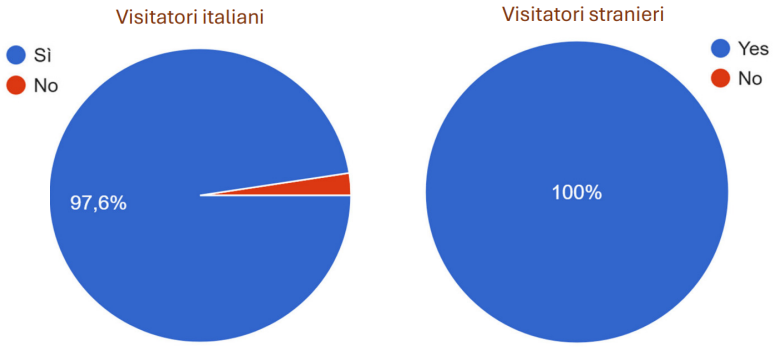


Figura 44 – Propensione dei visitatori a consigliare la visita ai Giardini Botanici di Villa Taranto a parenti ed amici: visitatori italiani (sinistra) e visitatori stranieri (destra). Fonte: Dati elaborati e forniti dal Ente Giardini Botanici di Villa Taranto – Stagione 2025.

Tale dato suggerisce la presenza di un significativo capitale reputazionale, fondato su un'esperienza di visita percepita come positiva e soddisfacente. In relazione ai risultati della presente indagine, questo elemento può essere interpretato come un'opportunità strategica: la fidelizzazione del visitatore potrebbe essere rafforzata attraverso percorsi tematici, iniziative educative e narrazioni più esplicite delle pratiche sostenibili adottate, trasformando l'apprezzamento estetico in maggiore consapevolezza ambientale.

Un'ulteriore fragilità operativa scaturisce dal confronto tra tipologie di apertura: le aperture serali senza evento non attirano pubblico in modo significativo, indicando che l'efficacia dell'offerta dipende dalla programmazione e dalla costruzione di contenuti esperienziali, più che dall'estensione temporale della fruizione. In questo senso, la governance non riguarda solo "chi promuove", ma anche "come si progetta" l'esperienza per renderla desiderabile e riconoscibile.

In termini di cooperazione, la presenza di un biglietto combinato con il Museo del Paesaggio rappresenta già uno strumento operativo di interazione tra attori culturali e territoriali. Il fatto che

la formula sia molto apprezzata, pur incidendo ancora poco sugli ingressi, segnala una potenziale fragilità non nella qualità del prodotto, ma nella sua diffusione e traduzione in prassi: l'integrazione richiede coordinamento tra comunicazione, vendita e narrazioni condivise.

5 – Effetti della visita sulla sensibilità ambientale: apprendimento, mediazione e format esperienziali

Le motivazioni prevalenti (relax/svago) e la fruizione spesso vissuta come esperienza di benessere confermano che l'ingresso nella dimensione ambientale avviene, per molti visitatori, in modo indiretto: la natura è prima di tutto contesto percepito e vissuto, non necessariamente oggetto esplicito di apprendimento. Questo contribuisce a spiegare lo scarto tra la percezione estetica del giardino e la consapevolezza del suo ruolo scientifico e conservazionistico: in assenza di un'adeguata mediazione, le pratiche di tutela della biodiversità restano sullo sfondo. Tale criticità emerge con particolare evidenza nella difficoltà di spostare l'asse della fruizione estetica verso una maggiore consapevolezza ambientale, soprattutto nei contesti in cui le guide turistiche che operano nel giardino sono professionisti esterni. Come sottolineato dalla direzione già nel 2025, coordinare narrazioni diverse può essere complesso. Proprio per questo, l'iniziativa che ha preceduto l'apertura della stagione 2026 ha particolare valenza: una passeggiata "dietro le quinte" dove lo *staff* del giardino ha accompagnato le guide e gli operatori turistici per condividere novità e progetti. L' approccio può essere letto come un tentativo di rafforzare l'allineamento tra racconto turistico, identità del luogo e contenuti scientifico–ambientali.

I dati sulle attività mostrano chiaramente quali *format* facilitino la trasformazione dell'esperienza in apprendimento. Le visite con il botanico, con partecipazione massima e tutto esaurito, indicano che la mediazione guidata è un dispositivo efficace nel rendere leggibili contenuti complessi e nel collegare ciò che il visitatore vede (fioriture, collezioni, paesaggio) a ciò che lo sostiene (gestione, conservazione, scelte ecologiche).

A questa evidenza si affianca la coerenza tra offerta e domanda potenziale: tra le attività più richieste dai visitatori, secondo le risposte dei questionari, emergono giardinaggio pratico, piantumazioni, riconoscimento delle specie, attenzione agli impollinato-

ri, corsi e *workshop* con esperti su botanica sostenibile e gestione ecologica.

Anche le esperienze sensoriali e creative (percorsi olfattivi, degustazioni legate alle specie, disegno botanico, fotografia naturalistica) risultano significative perché favoriscono una relazione più profonda con l'ambiente naturale attraverso modalità partecipative e memorabili. Le esperienze di benessere (yoga/meditazione) mostrano un risorsa ulteriore: se integrate con micro–contenuti interpretativi, possono diventare un canale di mediazione "compatibile" con le aspettative del pubblico, trasformando il bisogno di rigenerazione in un'occasione di attenzione verso biodiversità e sostenibilità.

La stagione 2026 segna un momento fondamentale per le attività di valorizzazione e divulgazione scientifica contemporanea dei Giardini Botanici di Villa Taranto. All'interno di una più ampia programmazione culturale, orientata sempre più al tema del benessere e alla relazione tra natura e visitatore, nascono infatti i *Garden Talks*: una serie di appuntamenti periodici dedicati alla scoperta approfondita del mondo botanico (Ente Giardini Botanici di Villa Taranto, 2026). A testimonianza di questo rinnovato impegno nel coltivare il dialogo tra cultura, arte e natura, la stagione si è aperta con un ospite d'eccezione. Il maestro Ugo Nespolo ha infatti piantato un albero di nespolo nella suggestiva "Area delle Personalità", un angolo speciale del parco dove il verde incontra la storia di chi lo ha attraversato. Non si tratta di una semplice cerimonia, ma di un gesto emblematico che arricchisce l'anima dei giardini, regalando a chi li visita un'esperienza autentica in cui natura, ricordo e identità dei luoghi si fondono.

4. Guardare al futuro: implicazioni e strategie per un garden tourism *sostenibile*

I dati analizzati offrono indicazioni utili per orientare le strategie gestionali dei giardini botanici del VCO, soprattutto se letti come segnali convergenti su alcune condizioni di efficacia. In particolare, si denota che le scelte gestionali più solide siano quelle capaci di agire simultaneamente su più dimensioni della fruizione: definizione dei *target*, accesso e facilità d'uso, qualità della comunicazione, tutela e conservazione, sostenibilità economica e organizzativa. Questa prospettiva implica l'abbandono di approcci "unici" e standardizzati, che tendono a semplificare eccessivamen-

te un fenomeno composito: un'offerta costruita per un solo tipo di pubblico o per un solo periodo dell'anno, oppure basata esclusivamente sulla promozione senza strumenti di gestione dei flussi, rischia di non intercettare la maggior parte dei visitatori e di produrre squilibri tra visibilità e capacità di carico.

Un primo blocco di implicazioni riguarda le modalità della visita. La prevalenza di visite effettuate in coppia e in gruppo non è un dettaglio secondario: suggerisce che la fruizione del giardino non viene percepita soltanto come consumo individuale di un bene estetico, ma come esperienza relazionale, da condividere e commentare, spesso associata a momenti di svago, passeggiata e scoperta. Questo elemento apre uno spazio progettuale rilevante in cui si ha la possibilità di sviluppare *format* esperienziali mirati, che valorizzino l'anima immersiva del giardino e, allo stesso tempo, creino condizioni favorevoli per trasferire contenuti ambientali. In tale ottica, percorsi tematici guidati, eventi serali, laboratori botanici, pratiche artistiche combinate o micro–esperienze partecipative possono funzionare come "dispositivi di attenzione": convertono la visita da passaggio contemplativo a permanenza significativa, aumentando la probabilità che il visitatore si soffermi, ascolti, colleghi le specie osservate a un contesto ecologico più ampio, riconosca il valore di pratiche di cura e gestione spesso invisibili. La dimensione relazionale, inoltre, può essere attivata anche in chiave educativa: attività costruite per nuclei familiari, coppie o piccoli gruppi (ad esempio percorsi a tappe, cacce al dettaglio botanico, laboratori brevi) rendono più naturale la condivisione di conoscenze e la costruzione di memoria dell'esperienza.

Accanto alla progettazione dei *format*, emerge un secondo ambito cruciale: l'integrazione territoriale e l'accesso. L'apprezzamento riscontrato per formule come il biglietto unico che combina l'ingresso al giardino con altre istituzioni culturali evidenzia la potenzialità concreta di un modello di rete tra giardini e attori culturali locali. Non si tratta semplicemente di "aggiungere" attrazioni, ma di costruire un sistema di offerta capace di presentarsi come insieme coerente, riconoscibile e più semplice da fruire. L'elevato gradimento verso esperienze integrate suggerisce che un coordinamento dei giardini del VCO, basato su strategie condivise di promozione e valorizzazione, potrebbe rafforzare la competitività territoriale, distribuire in modo più equilibrato i flussi e ampliare l'offerta culturale e ambientale dell'intero sistema. In questa direzione, la rete non è soltanto un obiettivo comunicativo, ma un dispositivo gestionale: consente di progettare itinerari, ripartire l'attenzione del

pubblico, ridurre la polarizzazione su pochi poli e mettere in circolo benefici economici e sociali su porzioni più ampie di territorio.

Proprio qui si colloca il ruolo operativo di strumenti come biglietti combinati, tessere/*carnet* e abbonamenti congiunti. Nei territori percepiti come "minori" o periferici rispetto ai grandi attrattori, la comunicazione informativa (*brochure*, mappe, pannelli e contenuti digitali, con il supporto di guide turistiche) resta un punto di partenza necessario: orienta, suggerisce, costruisce immaginari, rende visibili mete che altrimenti rimarrebbero fuori dalla mappa mentale del visitatore. Tuttavia, tra il sapere che un luogo esiste e la scelta concreta di raggiungerlo spesso si inseriscono ostacoli pratici e cognitivi: tempi e costi percepiti, incertezza su come organizzare la giornata, timore di "sbagliare" itinerario, difficoltà nel valutare convenienza e priorità. In questo spazio intermedio, strumenti integrati di accesso possono agire come leve leggere di *policy*, capaci di tradurre la curiosità in azione. Un titolo integrato costruisce un contesto decisionale in cui risulta più semplice e conveniente completare l'esperienza proposta, includendo anche mete meno note: se una persona acquista un *carnet* che comprende attrazioni note e siti meno frequentati, tenderà con maggiore probabilità a visitare anche questi ultimi per massimizzare il valore dell'acquisto e ridurre la sensazione di "spreco". La progettazione dell'offerta, in questo senso, aiuta il territorio a non essere percepito come una somma di singoli "punti" isolati, ma come sistema di esperienze connesse, dove le tappe intermedie (anche meno celebri) diventano parte naturale del percorso.

La stessa logica vale per la semplificazione organizzativa. Un unico titolo di accesso (fisico o digitale), regole chiare e un'interfaccia coerente riducono file, incertezza e micro–decisioni ripetute (dove compro, quanto costa, serve prenotare, come arrivo). L'esperienza diventa più fluida e la probabilità di includere tappe meno note aumenta perché la complessità organizzativa non ricade sul visitatore. La letteratura citata sul tema dei servizi collegati e dell'*e–ticketing* collega questi vantaggi alla necessità di coordinamento tra attori diversi (trasporti, musei, operatori, *governance*), evidenziando ricadute positive in termini di fruibilità e integrazione dell'esperienza (Puhe et al., 2014; Parlamento Europeo, 2014). L'adozione di biglietti combinati può inoltre contribuire ad allungare il tempo di soggiorno: offrendo un motivo ulteriore per "restare un giorno in più" o per distribuire l'esperienza su più tappe, il visitatore viene accompagnato verso percorsi di turismo lento

con soste intermedie, con effetti potenzialmente favorevoli anche sull'economia locale e sulla distribuzione del flusso.

All'interno delle evidenze raccolte, la concentrazione delle visite nella stagione primaverile, legata al periodo di fioritura, conferma la persistenza della stagionalità del fenomeno. La stagionalità non è soltanto un dato descrittivo: produce conseguenze gestionali (pressione concentrata, necessità di personale e servizi nei picchi) ed economiche (entrate irregolari, difficoltà di programmazione e investimento). In prospettiva, risulta strategico diversificare l'offerta lungo l'intero arco dell'anno, introducendo eventi culturali, percorsi autunnali o invernali e programmi educativi permanenti volti a valorizzare il giardino non solo come contesto di spettacolarità botanica, ma come luogo di conoscenza e partecipazione. La destagionalizzazione non implica "replicare" in altri mesi l'esperienza primaverile, ma costruire motivazioni differenti: in autunno, ad esempio, la narrazione può spostarsi su trasformazioni, cicli ecologici, colori e gestione del patrimonio vegetale; in inverno su pratiche di cura, resilienza delle specie, paesaggio e silenzio; in periodi intermedi su attività didattiche, micro–eventi culturali, esperienze sensoriali o percorsi tematici più raccolti. L'obiettivo, sul piano gestionale, è duplice: ridurre la vulnerabilità economica legata ai picchi e distribuire meglio il carico di fruizione, evitando che la pressione su sentieri, suoli e aree delicate coincida sempre con le fasi più attrattive e affollate.

La digitalizzazione si traduce in un'ulteriore leva gestionale e comunicativa. L'utilizzo significativo della biglietteria *online* da parte del pubblico internazionale evidenzia l'importanza delle piattaforme digitali non soltanto come strumenti di vendita, ma come spazi in cui impostare una relazione anticipata con il visitatore. La fase precedente alla visita può diventare un momento di educazione preventiva: contenuti informativi sulle specie conservate, sulle pratiche sostenibili adottate e sugli obiettivi di tutela della biodiversità possono attivare un processo di sensibilizzazione prima ancora dell'ingresso. Questo passaggio è rilevante perché riduce la distanza tra esperienza turistica e finalità conservazionistiche: il visitatore arriva già orientato, con aspettative più coerenti e con una maggiore disponibilità ad accettare regole di comportamento, limitazioni o scelte gestionali necessarie alla tutela. Inoltre, la digitalizzazione può sostenere la gestione dei flussi (prenotazioni, monitoraggio delle presenze, distribuzione temporale degli ingressi) e offrire strumenti di accessibilità informativa (lingue, percorsi differenziati, informazioni pratiche), con

ricadute particolarmente importanti in contesti in cui la fruizione internazionale è significativa.

Le evidenze emerse suggeriscono, quindi, che i giardini botanici del VCO possano rafforzare il proprio ruolo nel turismo sostenibile lavorando su tre direttrici che, nella pratica, risultano inseparabili: comunicazione, coordinamento, funzione educativa. Sul piano della *governance* e della promozione, la frammentazione amministrativa rappresenta un ostacolo alla cooperazione. Tale frammentazione non si manifesta solo nella difficoltà di definire strategie comuni, ma anche nella gestione operativa di strumenti che richiedono accordi: biglietti integrati, calendari condivisi, narrazioni territoriali coerenti, standard minimi per informazioni e accoglienza. Secondo questa prospettiva, l'adozione di un marchio comune per i giardini, la promozione di biglietti unici e la creazione di un comitato di coordinamento tra istituzioni pubbliche, gestori e operatori turistici possono diventare leve per rafforzare la competitività del settore e trasformare il VCO in una destinazione riconoscibile nel *garden tourism*. Il coordinamento non riguarda soltanto la promozione: implica la capacità di progettare esperienze coerenti, destagionalizzare e distribuire i flussi, evitando che l'attrattività si concentri su pochi poli e lasci in ombra parti rilevanti del patrimonio.

Il tema del coordinamento diventa ancora più sensibile quando si guarda alla comunicazione degli eventi e alle geografie turistiche del territorio, dove convivono aree con maggiore capacità di organizzazione e aree più complesse dal punto di vista degli attori coinvolti. Le osservazioni riportate mostrano che, in alcuni contesti, si presta maggiore attenzione alla programmazione per ecludere le sovrapposizioni; in altri, la presenza di più enti turistici e la difficoltà di comunicazione tra strutture rendono più frammentata la costruzione di un calendario leggibile e promuovibile in modo unitario. Da un punto di vista gestionale, questo produce effetti diretti: sovrapposizioni che disperdono pubblico e risorse, finestre temporali "vuote" che non valorizzano il potenziale di destagionalizzazione, comunicazioni poco coerenti tra canali. Un coordinamento degli eventi non significa centralizzazione rigida, ma costruzione di procedure minime: condivisione anticipata dei calendari, criteri comuni per la comunicazione essenziale, raccordo tra enti e operatori, strumenti di aggiornamento rapido per strutture ricettive e punti informativi.

In questo quadro si inserisce la riflessione sulla sostenibilità dei mezzi di comunicazione. Il volantinaggio, pur avendo ancora un ruolo per alcune tipologie di pubblico e in alcuni luoghi di pas-

saggio, è descritto come pratica poco sostenibile, costosa e spesso inefficace rispetto ai tempi di decisione del visitatore. La criticità aumenta nel post–evento, quando la carta diventa rifiuto e l'impatto ambientale non è compensato da un beneficio comunicativo adeguato. Alternative digitali esistono e possono essere potenziate, ma richiedono attenzione a due aspetti emersi: da un lato, i canali online restano a volte sconosciuti o poco frequentati se non vengono resi facilmente accessibili e riconoscibili; dall'altro, una parte di pubblico (in particolare alcune fasce d'età) continua a preferire strumenti analogici, recandosi negli uffici turistici per ottenere liste eventi e informazioni. Ne deriva una strategia ibrida: ridurre progressivamente la dipendenza da materiali cartacei dispersivi, mantenendo però strumenti informativi essenziali e sintetici nei punti fisici di riferimento, mentre si rafforzano canali digitali con contenuti chiari, accattivanti e completi, in grado di circolare rapidamente. La diffusione tramite reti di strutture ricettive e canali di messaggistica (ad esempio gruppi dedicati in cui gli enti trasmettono informazioni in più lingue) appare, nelle evidenze riportate, come una soluzione efficace perché avvicina l'informazione al turista nel luogo in cui prende decisioni quotidiane (dove dorme, dove chiede consigli), riducendo ulteriormente la distanza tra promozione e fruizione.

Sul piano educativo e scientifico, la ricerca evidenzia un bisogno centrale: il pubblico attribuisce grande importanza alla sostenibilità, ma non conosce i progetti di conservazione. Questo dato chiama direttamente in causa la comunicazione scientifica e la mediazione culturale. Rendere visibili le pratiche sostenibili già intraprese e spiegare il lavoro di conservazione può elevare l'esperienza estetica in esperienza consapevole, senza ridurre il giardino a "lezione" e senza snaturare l'aspetto del piacere legato alla visita. Le interviste indicano che, in alcuni casi, la direzione riconosce la mancanza di strategie strutturate di sensibilizzazione, ciò implica che la comunicazione non può essere lasciata a elementi sporadici, ma richiede un'architettura interpretativa. Pannelli più leggibili e narrativi, guide digitali e *QR code*, micro–contenuti tematici, percorsi dedicati alla conservazione e visite guidate focalizzate sulla comprensione dei processi possono agire su questa lacuna. In particolare, le visite guidate emergono come strumento ad alto potenziale: quando sono accessibili e ben progettate, permettono di connettere specie, paesaggio, pratiche di gestione, vulnerabilità ecologiche e azioni di tutela in modo comprensibile, generando un livello di coinvolgimento difficilmente ottenibile con comunicazioni passive.

La dimensione della sostenibilità, per come viene percepita dal pubblico, non riguarda soltanto la tutela delle specie, ma anche la gestione delle risorse e l’accessibilità. Le risposte aperte del questionario indicano aspettative concrete: efficienza energetica, gestione idrica, riduzione della plastica, mobilità sostenibile, biglietti digitali, cartelli informativi e regole di comportamento rese comprensibili. Questa pluralità di richieste è significativa perché mostra che il visitatore valuta la sostenibilità come qualità complessiva dell’esperienza, non come elemento isolato. Ne deriva un’indicazione gestionale chiara: la sostenibilità va resa visibile e verificabile attraverso scelte operative riconoscibili (non necessariamente “grandi” interventi, ma pratiche coerenti e comunicate). In parallelo, le interviste richiamano i rischi legati all’*overtourism* e alla promozione non governata, che può compromettere conservazione e accessibilità. La gestione sostenibile richiede, quindi, un equilibrio tra visibilità e tutela, in cui anche la comunicazione digitale venga pensata come strumento di responsabilizzazione, non solo di attrazione: informare sui comportamenti corretti, coordinare tempi e orari, distribuire i flussi, spiegare il perché di determinate regole contribuisce a ridurre conflitti e impatti, aumentando l’accettazione sociale delle misure di protezione.

In questa cornice, “Mosaico della natura” può essere letto come un’opportunità progettuale che dialoga con le evidenze emerse. L’interesse elevato registrato dal questionario indica un terreno fertile per iniziative che combinino arte e conservazione, purché vengano considerati i fattori che limitano la partecipazione attiva (tempo e costi) e venga valorizzata la qualificazione narrativa e identitaria che il pubblico mostra di apprezzare. La proposta si colloca in una logica in cui il visitatore non è soltanto consumatore di bellezza, ma può diventare parte di un gesto collettivo capace di legare esperienza, memoria e cura. Dal punto di vista gestionale, questo implica due attenzioni: costruire modalità di coinvolgimento che non richiedano necessariamente un impegno elevato (per non escludere chi ha meno tempo o risorse) e collegare il progetto a un racconto territoriale più ampio, rendendo visibile il nesso tra azione culturale e tutela concreta.

Le interviste suggeriscono, infine, che i giardini botanici del VCO si trovino in una fase in cui occorre scegliere come far evolvere la propria funzione: rimanere principalmente luoghi di contemplazione, oppure diventare anche spazi di divulgazione, ricerca, educazione e partecipazione. I dati indicano che il pubblico non è distante da questa seconda possibilità, ma chiede strumenti per

vedere e comprendere ciò che già esiste e per riconoscersi dentro un racconto più ampio del territorio. È in questo punto che comunicazione, *governance* e dimensione educativa si intrecciano. Senza un coordinamento minimo, la qualità dell'esperienza resta disomogenea; senza una comunicazione interpretativa, la conservazione rimane sullo sfondo; senza una progettazione dell'offerta che includa destagionalizzazione e accesso semplificato, anche le iniziative migliori rischiano di restare episodiche.

Sul versante degli sviluppi futuri dell'analisi, le evidenze disponibili suggeriscono alcune direzioni operative. Ripetere lo studio in alta stagione consentirebbe di poter acquisire informazioni da un pubblico più eterogeneo, verificando se i risultati cambino in condizioni di maggiore affluenza e pressione gestionale. L'introduzione di versioni del questionario in più lingue (inglese, tedesco, francese) permetterebbe di includere in modo più efficace il pubblico straniero, che appare rilevante anche alla luce dell'uso della biglietteria online. L'utilizzo del questionario online ha inoltre mostrato un bias: la difficoltà di coinvolgere la fascia più anziana, spesso meno incline alla compilazione su smartphone. Per attenuare questo limite, possono essere implementati sistemi di raccolta di *feedback* standardizzati direttamente nei giardini (postazioni cartacee o digitali semplificate), capaci di intercettare target diversi e di raccogliere indicazioni utili su criticità percepite e aspettative. Un ulteriore segmento difficile da intercettare, ma strategico per le politiche locali orientate alla qualità, riguarda visitatori appartenenti a fasce socioeconomiche più elevate: comprenderne comportamenti e preferenze può supportare la progettazione di offerte mirate e collaborazioni con realtà culturali e ricettive di profilo alto, mantenendo tuttavia centrale la coerenza con le finalità educative e conservazionistiche.

Nel loro insieme, le implicazioni gestionali emerse non delineano una ricetta unica, ma un percorso di rafforzamento progressivo: progettare esperienze più relazionali e immersive, semplificare l'accesso con strumenti integrati, costruire reti territoriali capaci di distribuire i flussi, lavorare sulla destagionalizzazione, usare la digitalizzazione per educare prima della visita, rendere visibile la conservazione, governare la promozione per evitare effetti controproducenti. È in questa integrazione che i giardini botanici del VCO possono consolidare il proprio ruolo nel turismo sostenibile come luoghi in cui bellezza, conoscenza e cura del patrimonio naturale diventano parti della stessa esperienza.

CONCLUSIONI

Stefania Cerutti

I think that if ever a mortal heard the voice of God
it would be in a garden at the cool of the day.

Penso che se mai un mortale sentisse la voce di Dio,
sarebbe in un giardino alla brezza del giorno.

Frank Frankfort Moore

Il percorso scientifico e narrativo delineato in questo volume ha consentito di osservare il giardino da diverse angolazioni e sotto molteplici lenti prospettiche, seguendone l'evoluzione storica e culturale fino a giungere alla sua configurazione contemporanea in chiave di destinazione turistica attrattiva, dinamica e di eccellenza. Da spazio simbolico e mitologico, riservato alle *élites* del potere religioso e temporale, e frequentemente percepito come un luogo "altro" e separato dalla vita quotidiana, il giardino ha attraversato i secoli per divenire un paesaggio condiviso, un ambiente pubblico, complesso e multifunzionale. Si presenta oggi come laboratorio scientifico, attrattore paesaggistico, strumento di narrazione territoriale e, non ultimo, contesto di benessere psico–fisico per l'individuo.

I giardini possono essere letti, metaforicamente, come organismi viventi, dotati di radici, stelo, petali che ne rappresentano le differenti dimensioni temporali e simboliche. Le radici rinviano alla profondità delle sedimentazioni, alle stratificazioni storiche, culturali e ambientali che costituiscono il fondamento identitario dell'area in cui sono ubicati. Lo stelo esprime la continuità nel presente, ossia la relazione dinamica tra spazio, pratiche e comunità che quotidianamente lo attraversano e lo trasformano. I petali, infine, evocano la proiezione verso il futuro, la dimensione della possibilità, dell'immaginazione e della rigenerazione, attraverso cui il giardino continua ad abitare e ad abbellire il paesaggio materiale e simbolico. In questa prospettiva, il giardino si configura non soltanto come sito fisico, ma come ciclo vitale continuo, un dispositivo

narrativo e culturale mediante cui emerge l'intreccio tra temporalità, esperienza e progettualità.

Numerosi sono gli attori che partecipano a questa re–invenzione e co–costruzione di significati, ma i visitatori occupano un ruolo centrale: essi attraversano lo spazio, sperimentano e dialogano con il giardino, traducendo la loro esperienza in memoria condivisa e contribuendo intensamente alla vita sociale e comunitaria del luogo. Accanto a loro, giardinieri, ricercatori, educatori e comunità locali operano come custodi e mediatori, garantendo che il giardino prosegua a "germogliare", a raccontare storie e a offrire esperienze significative.

Compiere questo viaggio tra paesaggi, approcci e forme di fruizione ci permette di osservare il giardino non più come entità isolata, ma come nodo strategico di una rete bio–culturale complessa, in grado di mettere in relazione storia, scienza, identità ed esperienza del visitatore. È in questo senso che il *garden tourism* agisce come strumento di connessione tra il patrimonio naturale e culturale, la comunità locale e i flussi turistici: lo hanno rivelato soprattutto i primi due capitoli del libro, dimostrando una funzione operativa e di raccordo del giardino come "infrastruttura di futuro" in termini di reti collaborative e orizzonti sostenibili.

Come confermano i dati internazionali più recenti, la ripresa del turismo post–pandemico non è coincisa con un semplice ritorno ai modelli precedenti. La *United Nations Tourism Organization* (UN *Tourism*, 2025) evidenzia come il futuro del settore dipenda dalla capacità di integrare sostenibilità ambientale, inclusione sociale e innovazione gestionale in maniera sistemica. Anche l'OECD (*Organisation for Economic Co–operation and Development*, 2024) segnala l'urgenza di adottare strategie territoriali volte a valorizzare le risorse diffuse, evitando la concentrazione di flussi turistici in destinazioni e località già sovraffollate o sature. Il volume dimostra come il *garden tourism* si delinei, in questo scenario, come un segmento perfettamente coerente con le nuove traiettorie di sviluppo, poiché in esso le componenti ecologiche, culturali e socio–economiche si fondono, dialogano proficuamente generando valore aggiunto sia per i giardini sia per i territori circostanti.

In ottica ambientale, i giardini sono presidi di resilienza; sotto il profilo culturale, divengono archivi di sapere e, dal punto di vista economico–territoriale, si connotano inoltre come espressione di reti e *governance*.

Lungi dall'essere meramente collezioni, musei o esposizioni all'aria aperta di piante, i giardini costituiscono una materia viva,

laboratori in cui si sperimentano soluzioni di gestione sostenibile, coniugando – come nel caso di Villa Taranto presentato nel secondo e approfondito nel terzo capitolo – la conservazione della biodiversità con la gestione scientifica e la fruizione turistica. In ambito alpino, che vede la presenza di ecosistemi più fragili, queste funzioni assumono un'importanza ancora più strategica: il giardino botanico contribuisce certamente alla tutela della flora ma si spende anche sul terreno della stabilità del sistema idrogeologico, della gestione del suolo e della salvaguardia paesaggistica. Un obiettivo futuro importante, sostenuto anche da fondi e programmi europei, è quello far percepire ai visitatori il lavoro di cura e monitoraggio, affinché il giardino sia sì "bello da vedere" ma anche "giusto da abitare". E in questo si intrama anche il rapporto tra visitatori e residenti, con un'attenzione alla prossimità che post–Covid si è resa, essa stessa, motivazione ed esperienza turistica sostenibile diretta.

Culturalmente, il giardino si conferma come archivio vivente di conoscenze, pratiche, rappresentazioni stratificate nel tempo. La ricerca sviluppata nel contesto del Verbano Cusio Ossola, in alto Piemonte, evidenzia come i visitatori percepiscano il patrimonio botanico come risultato di una "cultura del fare" che li vede protagonisti e che lega le componenti umane al territorio, rendendo il paesaggio condiviso e significativo. La funzione relazionale, legata alle visite in piccoli gruppi, in coppia, in famiglia, suggerisce che il giardino sia uno spazio di scoperta collettiva, di dialogo tra individuo e natura, tra scienza ed estetica.

Questa dimensione apre possibilità straordinarie per nuovi *format* esperienziali, di cui il volume ha tenuto e dato conto soprattutto nei capitoli dedicati al caso studio: laboratori di giardinaggio o attività analoghe, percorsi sensoriali, cacce al tesoro botanico per famiglie, eventi serali o in orari e periodi inconsueti di approfondimento scientifico o tecnico–divulgativo. In questo quadro, anche le innovazioni – in particolare quelle digitali – assumono un ruolo crescente, contribuendo a ridefinire le modalità di accesso e interpretazione dei giardini e a supportare forme di fruizione più interattive e personalizzate, capaci di rafforzare il coinvolgimento del visitatore e la comprensione dei processi scientifici e culturali.

Tali iniziative concorrono a rendere la visita in una "permanenza di valore", che agisce sulla memoria del visitatore, aumenta la sua consapevolezza civica, il suo legame affettivo con il territorio e, quindi, la probabilità che torni in altri momenti o per altre proposte come *repeat visitor*.

Dal punto di vista economico e territoriale, l'indagine mostra che il successo del *garden tourism* dipende dalla capacità di costruire, alimentare e gestire reti. Anche in questo il visitatore assume un ruolo cardine, in quanto percepisce come destinazione non il singolo giardino iconico ma l'intero sistema di offerta. Biglietti integrati, trasporti coordinati, percorsi collegati indicano che la fruizione turistica si rafforza se è inserita in una filiera connessa e coerente. Il caso del VCO è, anche in questo, emblematico: quando i giardini alpini e botanici d'eccellenza si inseriscono in strategie più ampie, in linea con le politiche europee di cooperazione, esprimono il loro massimo potenziale. Il confronto con casi studio italiani e internazionali consente inoltre di collocare l'esperienza locale all'interno di un quadro più ampio, evidenziandone specificità e potenzialità. Alla luce delle considerazioni comparative effettuate, il VCO si delinea come un osservatorio attivo e rilevante nel dibattito contemporaneo sul *garden tourism*, capace di dialogare con altre esperienze e di contribuire alla definizione di modelli replicabili. In particolare, il progetto *Blizart*, in cui questo volume si incardina, e i programmi Interreg, che costituiscono la sua matrice di implementazione, operano efficacemente per promuovere approcci convergenti che superino la frammentazione amministrativa, valorizzando il patrimonio naturale e culturale in senso transfrontaliero, favorendo l'allestimento di reti di gestione condivisa, moltiplicando la diffusione delle buone pratiche. La "rete dei giardini" diventa così non soltanto uno strumento di marketing quanto piuttosto un dispositivo essenziale per la redistribuzione dei flussi, sul piano spaziale e temporale, per la protezione degli ecosistemi fragili e per l'incremento di visibilità dei giardini meno noti, custodi di biodiversità.

I giardini, del resto, sono espressione di arte, bellezza e cura: in questa sintesi risiede la loro essenza e la linfa che possono offrire ai processi di coesione. Se capaci di lavorare in rete, essi moltiplicano la produzione di valore culturale, ambientale e sociale; il *garden tourism* che ne consegue si configura come uno strumento privilegiato per connettere giardini, territori e comunità, contribuendo alla costruzione di destinazioni turistiche più sostenibili e consapevoli. Come un sasso nello stagno, il *garden tourism* – inteso come forma di cura degli ospiti e dei territori stessi – produce cerchi che progressivamente si allargano: anche una piccola rete può attivare un meccanismo fecondo, in grado di amplificare relazioni, conoscenze e opportunità per i giardini e per i luoghi in cui sono inseriti.

Le evidenze emerse consentono di elencare alcune priorità operative: rafforzare le reti territoriali, creando distretti botanico–culturali sinergici; investire nella mediazione e nell'interpretazione, sviluppando strumenti tecnologici e digitali; monitorare costantemente gli impatti, affinché la crescente popolarità non danneggi la sostenibilità dei siti; promuovere una governance di tipo partecipativo, coinvolgendo le comunità locali e rendendo il giardino un bene condiviso, non un'"enclave" turistica estranea al territorio.

In questo orizzonte si colloca anche il progetto "Mosaico di Natura" che attraversa l'ultimo capitolo del volume e ne accompagna la riflessione finale, dando voce ai visitatori e ad alcuni testimoni privilegiati che vivono, osservano e raccontano i giardini. Grazie alle loro parole, al loro sentire e alle loro esperienze, il volume restituisce uno sguardo plurale, fatto di percezioni, memorie e letture che arricchiscono le sfumature del *garden tourism* e il significato stesso di questi luoghi. Proprio come avviene in un mosaico, ogni tassello, ogni storia, ogni passo, ogni incontro, contribuisce a comporre un'immagine più ampia e condivisa del rapporto tra persone, natura e territorio.

In un momento storico segnato da inquietudini e conflitti, i giardini ricordano la loro origine più profonda. Come affiorato in più passaggi nel testo, il termine *paradeiza* – che indicava nell'antica Persia, l'odierno Iran, il giardino come spazio recintato di armonia e protezione – richiama l'idea di un luogo in cui l'essere umano possa ritrovare equilibrio tra natura, cultura e spiritualità. In questa prospettiva, i giardini della contemporaneità, e le reti che li connettono, possono essere pensati come un vero "mosaico di pace", fatto di paesaggi curati, saperi condivisi, semi e relazioni tra comunità e visitatori.

Coltivare i giardini significa coltivare il futuro.

BIBLIOGRAFIA

Ababneh A., 2023, *Smart urban management of green space*, in «Journal of Design for Resilience in Architecture and Planning», 4(3), pp. 339–353.

Agnoletti M., 2022, *Atlante dei boschi italiani*, Laterza Editori, Roma.

Ahmed S., 2025, *Tourism today: Trends, challenges, and opportunities*, «*Journal of Educational Studies*», *3*(1), pp. 42–56.

Akif A., Boukherouata S.E., 2021, *Pour la préservation de patrimoine naturel du jardin d'essai* (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou, Algeria.

Albanese V., 2025, *Il destino dei luoghi turistici all'incrocio tra immagine, racconto e realtà. In Custodire luoghi, coltivare territori. Scritti in onore di Liberata Nicoletti*, in «Placetelling. Collana di Studi Geografici sui luoghi e sulle loro rappresentazioni», 7, pp. 159–170.

Assunto, R., 1982, I giardini della parola e la parola dei giardini, Artibus et Historiae, 3(6), pp. 17–28.

Assunto R. (2006), *Il paesaggio e l'estetica*, Giannini, Napoli.

Autiero A., 2025, *Entroterra, sentieri e turismo di prossimità come leva di sviluppo locale: il caso di Centola in Campania*, in «Documenti geografici», (3), pp. 101–122.

Backhaus G., 2009, "The problematic of grounding the significance of symbolic landscapes", in Backhaus G., Murungi J. (a cura di), 2024, *Symbolic Landscapes*, Springer, Dordrecht, pp. 3–31.

Ballantyne R., Packer J., 2011, *Using tourism free–choice learning experiences to promote environmentally sustainable behaviour: The role of post–visit "action resources",* in *«Environmental Education Research»,* 17(2), pp. 201–215. https://doi.org/10.1080/13504622.2010.530645

Ballantyne R., Packer J., Falk J., 2011, *Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short–and long–term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling*, in «Tourism Management», 32(6), pp. 1243–1252.

Bätzing W., 2009, *Natura e paesaggio non bastano più!? Il perché della costante messa in scena delle Alpi*, in «Alpinscena/CIPRA Info», 91, pp. 5–7.

Baxter J.S., Marguin S., 2025, "The Qualities of Mimetic Space: Staging nature at botanical gardens", in Fassari L.G., Löw M. (a cura di), *The Social Quality of Public Space. Integration Strategies Subjectivation*, Routledge, London, pp. 71–88.

Benetti S., Cerutti S., 2023. Proposte di intreccio tra natura e cultura nelle aree protette: il festival Musica in Quota, in «Geography Notebooks», 6(2), 63–77.

Benfield R.W., 2001, *Good things come to those who wait': sustainable tourism and timed entry at Sissinghurst Castle Garden, Kent*, in «Tourism Geographies», 3(2), pp. 207–217.

Benfield R.W., 2013, *Garden tourism*, CABI, Wallingford, UK.

Benfield R.W., 2021, "Impacts of botanic gardens: economic, social, environmental, and health", in Benfield R.W. (a cura di), *New directions in garden tourism*, CABI, Wallingford, UK, pp. 116–129.

Benfield R.W., 2021. *New directions in garden tourism*, CABI, Wallingford, UK.

Benfield R.W., 2024, "The effect of the coronavirus on garden tourism", in Butler R. (a cura di), *Tourism and COVID–19: Impacts, Responses, and Realignments*, CABI, Wallingford, UK, pp. 8–19.

Bingül Bulut M.B., 2024, *Examining Recreational Activities in UNESCO–listed Botanical Gardens: Kew, Singapore, and Padova*, in «Biodiversity Studies (BiSt)», 3(2), pp. 31–36.

Bonzini E., 2018, Studio per la tutela e la valorizzazione di Villa San Remigio a Verbania. Tesi di laurea magistrale, Università degli Studi di Genova e Politecnico di Torino.

Botanic Gardens Conservation International, 2018, *The economic, social and environmental impacts of botanic gardens. BGCI Technical Review*, Botanic Gardens Conservation International, Richmond, Surrey, UK.

Botanic Gardens Conservation International, 2021, *Botanic gardens and the global goals for sustainable development*, Botanic Gardens Conservation International, Richmond, Surrey, UK.

Buckley R., 2012, *Sustainable tourism: Research and reality*, in «Annals of tourism research», 39(2), pp. 528–546.

Buhalis D., Amaranggana A., 2023, *Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through digital innovation*, in «Journal of Tourism Futures», 9(1), 1–15.

Burke P., 2019, *Il Rinascimento europeo: centri e periferie*, Gius. Laterza & Figli Spa, Roma.

Buhalis D., Harwood T., Bogicevic V., Viglia G., Beldona S., Hofacker C., 2019, *Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality*, in «Journal of service management», 30(4), pp. 484–506.

Čakovská B., 2017, *Sustainable garden tourism in the United Kingdom or what's behind the fence*, in «Acta Hortic. Regiotect», 20, pp. 49–54.

Calvano T., 2019, *Viaggio nel pittoresco. Il giardino inglese tra arte e* natura, Donzelli, Roma.

Camanni E., 2025, *Le Alpi in 30 montagne*, Laterza Editore, Roma.

Campodonico, P. G., 2006, Le convenzioni con le cooperative di gestione, Informatore Botanico Italiano, 38(1), pp. 289–291.

Cappelletti, E. M., 2006, Prospettive e problematiche di un orto botanico storico, patrimonio mondiale dell'UNESCO, Informatore Botanico Italiano, 38(1), pp. 278–284.

Casetti P., 2024, *Dai luoghi che curano alla cura dei luoghi: un itinerario esperienziale nel turismo delle radici*, in «Turismo e Psicologia», 17(1), pp. 3–18.

Catahan N., Benfield R.W., 2025, "Garden Tourism", in *Encyclopedia of Tourism*, Cham–Springer Nature Switzerland, pp. 421–422.

Catahan N., Hopwood M., Suraweera P., 2024, *Botanic garden tourism, social value, health, and well–being*, in «Journal of Zoological and Botanical Gardens», 5(2), pp. 187–199. https://doi.org/10.3390/jzbg5020013

Catahan N., Woodruffe–Burton H., 2017, "The botanic garden tourism gaze: perceptions and (re)presentations", in *4th Corfu Symposium on Managing and Marketing Places*, 24th–27th April 2017, pp. 144–149.

Catahan N., Woodruffe–Burton H., 2019, *The view, brew and loo: Perceptions of botanic gardens?*, in «Journal of Place Management and Development», 12(1), pp. 20–38.

Cerutti S., 2018, "Una geografia delle progettualità sostenibili nelle Valli dell'Ossola, Piemonte", in Cavuta G., Ferrari F (a cura di), *Turismo e aree interne Esperienze, strategie, visioni*, Aracne Editrice, Roma, pp. 7–23.

Cerutti S., 2019, Geografie perdute, storie ritrovate: percorsi di partecipazione e sviluppo locale nelle Terre di Mezzo, in «Rivista Geografica Italiana», CXXVI, 126, pp. 57–80.

Cerutti S., Cottini A., Perlo F., 2020, "Ri–conoscersi per raccontarsi.Le produzioni intangibili delle comunità delle Terre di Mezzo nel progetto

Comuniterràe", in Ferrario V., Marzo. M., *La montagna che produce. Productive mountains*, Mimesis Edizioni, Milano, pp. 40–42.

Cerutti S., Cottini A., Menzardi P., 2021, *Heritography. Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Aracne Editrice, Roma.

Cerutti S., Cottini A., Menzardi P., 2022, Processi e progetti di sviluppo nella regione alpina. appunti di partecipazione dalle alpi piemontesi, in «Nuova Secondaria», pp. 29–33.

Cerutti S., Menzardi P., 2022, *Alpine health tourism and sustainable well–being perspectives in the high Ossola valleys (Italy),* in «J–Reading. Journal of research and didactics in geography», 1(11), pp. 49–64.

Cerutti S., Moroso S., 2022, *Garden Tourism. Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*, Aracne Editrice, Roma.

Cerutti S., 2023, *Paesaggio Turismo Sostenibilità. Una parabola geografica*, Franco Angeli, Milano.

Cerutti S., Menzardi P., Bacchetta E., 2023, *Sustainable health and wellness tourism in the alps: a dialogue between nature and psychology*, in «GeoProgress Journal», 1(10), pp. 1–20.

Cerutti S., Moroso S., 2023, *Geografie del verde, geografie del gusto: riflessioni sull'attrattività turistica dei giardini*, in «Il capitale culturale», 27, pp. 273–291.

Cerutti, S., & Moroso, S., 2023, Geografie del verde, geografie del gusto: riflessioni sull'attrattività turistica dei giardini, Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage, 27, pp. 281–299.

Cerutti S., de Falco S., Graziano T. (a cura di), 2024, Territori in transizione. Geografie delle aree marginali tra permanenze e cambiamenti, Scenari italiani. Territorio/Ambiente/Società/Economia, XVI Rapporto, Documenti geografici, Società Geografica Italiana, Roma.

Chhabra M., Roy B., Gupta Y., Kumar A., Yaja M., 2025, *Mapping the transformative impact of technology on experiential tourism: a systematic literature review*, in «Journal of Tourism Futures», 1–27. https://doi.org/10.1108/JTF–10–2024–0222

Clément G., 2023, *Jardin des plantes*, in «Rassegna di architettura e urbanistica», 169(1), pp. 8–10.

Colletta L., a cura di, 2015, *The Legacy of the Grand Tour. New Essays on Travel, Literature, and Culture*, Bloomsbury Publishing USA.

Conan M. (a cura di), 2007, *Contemporary garden aesthetics, creations and interpretations*, Dumbarton Oaks, Washington.

Connell J., 2004, *The purest of human pleasures: the characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain*, in «Tourism Management», 25(2), pp. 229–247. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.021

Connell J., 2005, *Managing gardens for visitors in Great Britain: a story of continuity and change*, in «Tourism Management», 26(2), pp. 185–201.

Cottini P., 2006, I giardini storici dell'Insubria, veicolo di cultura. In Chiatante D. (a cura di), Giardino storico e orto botanico: un bene culturale al servizio della comunità, Società Botanica Italiana, pp. 221–222.

Cowell, C. R., et al., 2022, Fortuitous Alignment: The Royal Botanic Gardens, Kew and the Sustainable Development Goals, Sustainability, 14(4), p. 2366.

Czałczyńska-Podolska M., 2014, *Utilization and preservation of historic gardens and the development of garden tourism*, in «Technical Transactions. Architecture Issue», 5 A (10), pp. 131–145.

Dell'Agnese E., 2018, *Bon Voyage. Per una geografia critica del turismo,* UTET università, Torino.

Dell'Agnese E., Delatin Rodriguez D. (a cura di), 2023, *Re (l) azioni. Ricostruire la comunità rurale il Mulino*, Bologna.

D'Angelo P., 2009, *Estetica della natura. Bellezza naturale, paesaggio, arte ambientale*, Laterza Editore, Roma.

Dasgupta P., 2021, *The Economics of Biodiversity: The Dasgupta*, HM Treasury, London.

De Angelis B. (a cura di), 2025, *Ambienti flessibili, creatività, inclusione ecologia reale/virtuale. Teorie e buone pratiche per la pedagogia*, Roma Tre Press, Roma.

De Lange R., Bricker K. S., 2025, "Setting the Stage: Highlights of Former Wttc Tourism for Tomorrow Awards", in Bricker K.S., Kariithi J. (a cura di), *Ecotourism and Sustainable Tourism. From Principle to Practice in the New Millennium*, Apple Academy Press, New York, pp. 3–20.

Dell'Era B., Pedretti C., 2008, Paesaggio costruito, paesaggio tutelato. Il sistema dei parchi e dei giardini nella provincia del Verbano Cusio Ossola, Ars.Uni.Vco, Domodossola.

De Luca P., Menale B., Strumia S., 2006, La funzione educativa degli orti botanici. In Giardino storico e orto botanico: un bene culturale al servizio della comunità. Atti del Convegno Nazionale, Società Botanica Italiana, pp. 289–296.

De Rossi A., 1999, "Il lungo processo d'invenzione del paesaggio alpestre", in Castelnovi P. (a cura), *Il senso del paesaggio*, Ires, Torino.

De Seta C., 2001, *L'Italia del Grand Tour. Da Montaigne a Goethe*, Electa Editore, Napoli.

De Seta C., 2014, *L'Italia nello specchio del Grand Tour*, Rizzoli, Milano.

Demirel Ö., Bulut M.B.B., Aydoğan T.G., 2022, *A review on botanic garden*, in «Biodiversity Studies (BiSt)», 1, pp. 75–83.

Dieck M.C.T., Jung T., Lee H., Chung N., 2024, *Social presence and experience economy: the effects of augmented and virtual reality in museums*, in «International Journal of Mobile Communications», 23(1), pp– 85–109.

di Pasquale G., Paolucci F. (a cura di), 2007, *Il giardino antico da Babilonia a Roma Scienza, arte e natura. Catalogo della mostra tenuta a Firenze nel 2007*, Sillabe, Livorno.

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2023, Annual Report 2023. Report annuale PDF.

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024a, Alla scoperta delle novità turistiche 2024: Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo, Valli dell'Ossola. Un microcosmo di emozioni da esplorare!. Comunicato stampa PDF.

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024b, Annual Report 2024. Report annuale PDF.

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2024c, Soul gardens: Viaggio dei sentimenti tra ville & giardini. https://www.calameo.com/read/0001196409470ea612a2e

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, 2025, Alla scoperta delle novità turistiche 2025: Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo, Valli dell'Ossola. Un microcosmo di emozioni da esplorare!. Dossier stampa PDF.

Dixon Hunt J., 2012, *Picturesque & the America of William Birch 'The singular excellence of Britain for picture scenes'*, in «Studies in the History of Gardens & Designed Landscapes», 32(1), pp. 3–14.

Donaldson J.S., 2009, *Botanic gardens science for conservation and global change*, in «Trends in plant science», 14(11), pp. 608–613.

Drayton R. (2000). Nature's Government. Science, Imperial Britain, and the "Improvement" of the World. New Haven: Yale University Press.

Dunn C.P., 2017, Biological and cultural diversity in the context of botanic garden conservation strategies, in «Plant Diversity», 39(6), pp. 396–401. https://doi.org/10.1016/j.pld.2017.10.003

Durband R., 2021, "Establishing sustainability standards in tourism", in *Handbook for Sustainable Tourism Practitioners*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, pp. 233–248. https://doi.org/10.4337/9781839100895.00021.

ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, 2023, Il turismo in Italia nel 2023 e prospettive del settore, ENIT, Roma. https://www.enit.it/storage/202402/20240219131505_il%20turismo%20in%20italia%20nel%202023%20e%20prime%20anticipazioni%20sulle%20prenotazioni%202024%20–%20paolo%20bulleri%20–%20isnart%20–%20bit%202024.pdf

Fabbrizzi F., 2003, *Architettura verso natura: natura verso architettura*, Alinea Editrice, Firenze.

Falk J.H., Dierking L.D., 2018, Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning, Rowman & Littlefield.

Faraon, G., 2025, L'evoluzione del restauro del giardino storico: il caso del Giardino di Boboli, Tesi di laurea magistrale, Università Ca' Foscari Venezia.

Farinelli F., 2007, *Geografia: conoscenza del mondo e del territorio*, UTET, Torino.

Federculture, 21° Rapporto Annuale Federculture 2025, *Impresa Cultura. Il turismo culturale in Italia: analisi, modelli e proposte*, Gangemi Editore, Roma.

Fiorenza E., 2024), *L'influenza del turismo esperienziale: un'analisi delle nuove tendenze nel settore turistico*, in «Turismo e Psicologia», 17(2), pp. 15–24.

Franceschini A., 2008, "Una sovrascrittura emozionale del paesaggio: l'invenzione delle Dolomiti", in Salerno R., Casonato C., *Paesaggi Culturali / Cultural Landscapes*, Gangemi, Roma.

Francis J., Wood L., Knuiman M., Giles–Corti B., 2021, *Quality or quantity? Exploring the relationship between public open space attributes and mental health in Perth, Western Australia*, in «Social Science & Medicine», 113, pp. 57–67.

Funsten C., Borsellino V., Schimmenti E., 2020, *A systematic literature review of historic garden management and its economic aspects*, in «Sustainability», 12(24), pp. 1–45.

Funsten C., Borsellino V., Schimmenti E., 2020, *A systematic literature review of historic garden management and its economic aspects*, «Sustainability», 12(24), 10679, https://doi.org/10.3390/su122410679.

Galletti, G., 1989, Il giardino di Boboli, in V. Cazzato (a cura di), Tutela dei giardini storici. Bilanci e prospettive, Ministero per i Beni Culturali e Ambientali, pp. 320–328.

Gardens by the Bay, 2024, Management Plan and Sustainability Report, Singapore Government.

Gasparini M.L., Mariotti A., 2023, *Sustainable tourism indicators as policy making tools: Lessons from ETIS implementation at destination level*, in «Journal of Sustainable Tourism», 31(7), pp. 1719–1737.

Gastal S., Beber A.M.C., César P.D.A.B., 2018, *Garden tourism e jardins históricos: a natureza patrimonializada*, «International Journal of Scientific Management and Tourism», 4(3), pp. 109–119.

Gay J.C., Knafou R., Violier P., Stock M., Duhamel P., Dehoorne O., Sacareau I., Lazzarotti O., 2003, *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris.

Gothein M.L.S., 2006, Storia dell'Arte dei Giardini, I. Dall'Egitto al Rinascimento in Italia, Spagna e Portogallo. II. Dal Rinascimento in Francia fino ai nostri giorni, a cura di Fallani M.D V., Bencivenni M., LS Olschki, Firenze.

Gothein M.L.S., 2014, *A history of garden art. From the earliest times to the present day* (Vol. 2), Edited by Wright W.P., Translated by Archer–Hind L., Cambridge University Press, Cambridge.

Graham B., Ashworth G., Tunbridge J., 2000, *A Geography of Heritage*, Arnold, London.

Gravili S., Rosato P., 2024, *La destinazione trasformativa. Ripensare la sostenibilità nel management delle destinazioni turistiche*, Franco Angeli, Milano.

Gratani, L., 2006, Funzionalità didattica all'Orto Botanico di Roma, Informatore Botanico Italiano, 38(1), pp. 254–257.

Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C., 2015, *Smart tourism: foundations and developments*, in «Electronic Markets», 25(3), pp. 179–188.

Grimal P., 1974, L'arte dei giardini. Una breve storia, Milano, Feltrinelli Editore

Groening G., Wolschke–Bulmahn J., 2003, *Nature and Ideology: Natural Garden Design in the Twentieth Century*, Dumbarton Oaks, Washington DC.

Hägele T., 2024, "An analysis of the Botanical Garden Munich–Nymphenburg's destination marketing strategy with picture postcards from 1914 to 2020", in «Journal of Destination Marketing & Management», 31, 100860. doi: 10.1016/j.jdmm.2024.100860.

Hale J.R., 2005, *England and the Italian Renaissance: the growth of interest in its history and art*. Hoboken, John Wiley & Sons.

Hansen P.H., 1995, *Albert Smith, the Alpine Club, and the invention of mountaineering in mid–Victorian Britain*, in «Journal of British Studies», 34(3), pp. 300–324.

Heywood V.H., 2017, *The future of plant conservation and the role of botanic gardens*, in «Plant Diversity», 39(6), pp. 309–313

Hickman C., 2021, *The Doctor's Garden: Medicine, Science, and Horticulture in Britain*, Yale University Press, New Haven.

Hobhouse P., 2004, *The Story of Gardening*, Dorling Kindersley, London.

Hu H., 2024, *Analysis of the spatial axis of Italian Renaissance Garden–taking Villa Lante and Villa d'Este as examples*, in «Frontiers in Art Research», 6(2), pp. 80–87.

Hunt J.D., 2000, *Greater perfections: the practice of garden theory*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

Hunt J.D., 2012, *The making of place: modern and contemporary gardens*, Reaktion Books, Islington, UK.

Ijatuyi E.J., Yessoufou K., Patrick H.O., 2025), *Sustainable tourism and green space: exploring how green spaces and natural attractions contribute to local tourism economies and revenue generation in Gauteng province*, in «Discover sustainability», 6(1), 236. https://doi.org/10.1007/s43621–025–00958–8.

Ilmi A.N., Rahmawati D., Waskito W., 2025, *Strategies for Revitalizing Universitas Mulawarman Botanical Garden (KRUS) as a Flora and Fauna Educational Tourism Destination Utilizing SWOT Analysis*, in «JELAJAH Journal of Tourism and Hospitality», 6(2). doi:10.33830/jelajah.v6i2.11691

Jacques D., 2017, *Gardens of court and country: English design, 1630–1730*, Yale University Press, New Haven and London.

Jakob M., 2023, *Les jardins alpins d'Henry Correvon: entre appropriation et protection de la nature*, Métispresses, Genéve.

Jones C., 2004, *Paris: Biography of a City*, Penguin, London.

Jones P., 2024, *Nature positive tourism*, «Athens Journal of Tourism», 11(1), pp. 95–108.

Joutard P., 1986, *L'invenzione del Monte Bianco* (ed. it. 1993), Einaudi, Torino.

Kabisch N., Püffel C., Masztalerz O., Hemmerling J., Kraemer R., 2021, *Physiological and psychological effects of visits to different urban green and street environments in older people: A field experiment in a dense inner–city area*, in «Landscape and Urban Planning», 207, 103998. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103998.

Kirfel L., 2000, *I giardini monastici nel* Medioevo, in «*I quaderni del m.æ s.*, *Journal of Mediæ Ætatis Sodalicium*», 3, 133–142.

Kuščer K., Peters M., Schönherr S., 2024, *Tourism policymaking in troubling times: sustainability–driven challenges, implemented policies, and goals for sustainable development*, in «Sustainability», 16(23), 10599. https://doi.org/10.3390/su162310599.

Lambertini, A., 2004, Il Master Plan del Giardino di Boboli a Firenze, in G. G. Rizzo & A. Valentini (a cura di), Paesaggi Storici, Firenze University Press, pp. 345–364.

Le Goff J., 1990, *Il meraviglioso e il quotidiano nell'Occidente medievale*, trad. it., Laterza Editore, Roma–Bari, pp. 25–44.

Lodari C. (2011), *Andar per giardini del Lago Maggiore*, Tararà, Verbania.

Lucarno G., 2000, *Risorse termali e turismo nel Verbano Cusio Ossola: passato, presente e prospettive di sviluppo*, in «Geotema», 28, pp. 53–60.

Lucarno G., 2006, Giardini e beni culturali: una nuova risorsa per lo sviluppo economico del territorio. In Chiatante D. (a cura di), Giardino

storico e orto botanico: un bene culturale al servizio della comunità, Società Botanica Italiana, pp. 223–229.

Macfarlane R., 2003, *Mountains of the mind: a history of a fascination*, Granta, London.

Maranisya U., Muntasib E.H., Soekmadi R., Hermawan R., 2025, *Implementation of Sustainable Tourism by Tourism Private Partner in Cibodas Botanic Garden for The Period 2021–2024*, in «IOP Conference Series: Earth and Environmental Science» (Vol. 1506, No. 1, p. 012011). IOP Publishing.

Marin D., Petroman M. Ciolac R., Vaduva L. 2021, *Parks and gardens resources for garden tourism*, in «Lucrari Stiintifice», 23(1), pp. 186–193.

Mariotti G., Camerada V., Lampreu S., 2022, *Funzioni e benefici delle infrastrutture verdi: Dal contrasto ai cambiamenti climatici al posizionamento turistico delle città*, in «Documenti geografici», (2), pp. 171–182.

Mathis C.F, Pépy E.A., 2020, *Greening the City: Nature in French Towns from the 17th Century*, The White Horse Press, Winwick, Cambridgeshire, UK.

Meschiari M., 2018, *Paesaggi culturali e antropologia del territorio*, Carocci, Roma.

Milani R., 2005, *Il paesaggio è un'avventura. Invito al piacere di viaggiare e di guardare*, Feltrinelli Editore, Milano.

Miniati, C., 2006, Funzionalità delle reti regionali degli Orti botanici: idee e riflessioni, Informatore Botanico Italiano, 38(1), pp. 308–311.

Mohammed I., Mahmoud M.A., Hinson R.E., 2024, *Marketing horti–tourism and rural development for leveraging tourism agenda 2030: a perspective article*, in «Tourism Review», 79(3), pp. 635–639. doi: https://doi.org/10.1108/TR–04–2023–0270.

Molin L.U., 2025, *Advancing visitor management research in protected areas: a sensory ethnographic approach*, in «Journal of Sustainable Tourism», 1–23. https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2558942

Moroz M., Labanauskaitė D., 2026, *Developing a Framework for Measuring Circularity in Sustainable Tourism: A GSTC–Aligned Approach*, in «Sustainability», 18(5), 2376. https://doi.org/10.3390/su18052376.

Morosinotto, T., 2022, Le attività e le linee di sviluppo dell'Orto Botanico dell'Università degli Studi di Padova per la sostenibilità e tutela della biodiversità, in Ruolo degli Orti Botanici nello studio e la difesa della biodiversità, Sezione Nord Est Accademia dei Georgofili, pp. 531–532.

Morosinotto T., 2022, Sviluppo sostenibile dell'Orto Botanico dell'Università di Padova. Intervento a convegno, Musei verdi. La bellezza

sostenibile, Castello di Miramare, Trieste, Italia. https://miramare.cultura.gov.it/wp–content/uploads/2022/09/20220913_MIRAMARE_CONVEGNO_pieghevole_LR–3–1.pdf

Moser S., 2023, *The garden visitor experience: Multisensory meaning making in designed landscapes*, in «Museum Management and Curatorship», 38(6), pp. 679–695.

Mosser M., Teyssot G. (a cura di), 1991, *Storia del giardino europeo*, Electa, Milano.

Müller, J. V., Berg, C., Détraz–Méroz, J., Erschbamer, B., Fort, N., Lambelet–Haueter, C., Margreiter, V., Mombrial, F., Mondoni, A., Pagitz, K., Porro, F., Rossi, G., Schwager, P., & Breman, E. (2017). The Alpine seed conservation and research network – a new initiative to conserve valuable plant species in the European Alps. Journal of Mountain Science, 14, 806–810.

Mukerji C, 2012, *Space and political pedagogy at the gardens of Versailles*, in «Public Culture», 24(3 68), pp. 509–534.

National Garden Scheme, 2025a, *About us*, National Garden Scheme, Guilford, UK.

National Garden Scheme, 2025b, *Open your garden*, National Garden Scheme, Guilford, UK.

Novák J., Havel J., 2024, *Garden heritage and tourism development in Central Europe: Case studies from Poland and the Czech Republic*, in «Journal of Heritage Tourism», 19(2), pp. 145–162.

O'Donnell K., Sharrock S., 2017, The contribution of botanic gardens to ex situ conservation through seed banking, in «Plant Diversity», 39(6), pp. 373–378. https://doi.org/10.1016/j.pld.2017.11.005

Olivadese M., 2025, *Gardens of Memory as Cultural Landscapes for Sustainable Destination Planning*, in «Tourism and Hospitality», 6(4), 174. doi: https://doi.org/10.3390/tourhosp6040174.

Paiva P.D.D.O., Sousa R.D.B., Carcaud N., 2020, *Flowers and gardens on the context and tourism potential*, in «Ornamental horticulture», 26, pp. 121–133.

Panagiotopoulou P., Skoultsos S., 2025, Stakeholders' involvement in sustainable destination management: a systematic literature review of existing multi–stakeholder frameworks and approaches, in «Tourism and Hospitality», 6(5), 250. https://doi.org/10.3390/tourhosp6050250.

Panzini F., 2005, *Progettare la natura. Architettura del paesaggio e dei giardini dalle origini all'epoca contemporanea*, Zanichelli, Bologna.

Payer H., 2013, "Creative Garden Tourism as a Niche Segment of Cultural Tourism with a special Focus on Die Gärten Niederösterreichs", in

ISCONTOUR 2013: Proceedings of the International Student Conference in Tourism Research, p. 79.

Piana P., Gabellieri N., Gallia A. (a cura di), 2025, *La trama del paesaggio: racconti e immagini del Grand Tour tra geografia, storia e progetto territoriale*, Viella Editrice, Roma.

Pietrogrande A. (a cura di), 2024, *Bellezza e produttività nel giardino e nel paesaggio rurale italiano*, Olschki, Firenze.

Pithadiya B.H., Parikh H.N., Pandya H.N., Vyas D., 2021, *IoT based Automation of Public Garden and Botanical Garden. In Journal of Physics*, Conference Series (Vol. 2089, No. 1, p. 012062, IOP Publishing.

Peccenini, S., 2005, Orti botanici e giardini botanici in Liguria, Informatore Botanico Italiano, 37(2), pp. 1224–1227.

Prioul C., 1998, *Le jardin revaleteur*, in «Baetica. Estudios de Arte, Geografía e Historia», 20, pp. 243–253.

Rabbiosi C., Ioannides, D., 2022, "Cultural tourism as a tool for transformation in small and medium–sized towns", in *A Research Agenda for Small and Medium–Sized Towns*, Edward Elgar Publishing, pp. 107–126.

Raffestin C., 2005, *Dalla nostalgia del territorio al desiderio di paesaggio. Elementi per una teoria del paesaggio*, Alinea Edizioni, Firenze.

Richards G., 2021, *Rethinking cultural tourism*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA.

Richards G., 2025, *Cultural Tourism: An Integrative Review*, in «Tourism & Management Studies», 21(4), pp. 19–31.

Ritter J., 1963, Paesaggio e natura nella storia culturale europea (ed. it.), Laterza Editore, Roma.

Roger A., 1997, *Le invenzioni del paesaggio* (ed. it. 2009), Laterza Edizioni, Roma.

Romagnoli M., Vessella L., 2023, "I principi cardine per la redazione del Piano per l'Accessibilità applicato ai giardini storici monumentali. Il caso–studio del Giardino di Boboli", in Marzi L., De Santis M., Setola N., Secchi S. (a cura di), *SPECIE DI SPAZI. Promuovere il benessere psico–fisico attraverso il progetto. SPECIES OF SPACES. Fostering psycho–physical well–being by design*. Firenze, SITdA e Anteferma, pp. 284–291.

Rossi, G., Bonomi, C., & Bedini, G., 2006, Conservazione ex situ della flora spontanea italiana: RIBES, una nuova iniziativa nazionale, Informatore Botanico Italiano, 38(1), pp. 236–247.

Rossi G., Bonomi C., Bedini G., 2006, Orti botanici e divulgazione scientifica: dalle "aule verdi" alla didattica per il territorio. In Giardino storico e orto botanico: un bene culturale al servizio della comunità. Atti del Convegno Nazionale, Società Botanica Italiana, pp. 245–252.

Rose K., Eldridge S., Chapin L., 2020, *The internet of things: An overview*, in «Internet Society (ISOC)», 80(15), pp. 1–53.

Rössler M., 2023, "Balancing tourism and heritage conservation: a world heritage context", in Cameron C. (a cura di), *Evolving Heritage Conservation Practice in the 21st Century. Creativity, Heritage and the City*, Springer, Singapore, pp. 207–218.

Royal Botanic Gardens, Kew, 2023, Annual Review 2023–24.

Salsa A., 2019, *I paesaggi delle Alpi: Un viaggio nelle terre alte tra filosofia, natura e storia*, Donzelli, Roma.

Savelli A., 2012, *Sociologia del turismo*, Hoepli, Milano.

Scazzosi L., 1993, *Il giardino opera aperta. La conservazione delle architetture vegetali*, Edizioni Alinea, Firenze.

Schenetti M., 2025, *Progettare spazi inclusivi all'aperto*, Edizioni Junior, Bergamo.

Shapoval V., Rivera M., Croes R., 2021, *The quality of gardens tourism and the visitor experience: Differentiating between first time and repeat visitors*. «Annals of Leisure Research», 24(4), pp. 449–467.

Shimoyamada S., 2024, *Horticultural overtourism in Tokyo: Coopetition for successful enticement of visitors from over–to less crowded gardens*, in «Sustainability», 16(21), 9444. https://doi.org/10.3390/su16219444.

Sigala M., 2018, *Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality*, in «International Journal of Contemporary Hospitality Management», 30(7), pp. 2698–2726.

Sigala M., 2025, "User Generated Content". in *Encyclopedia of Tourism*, Cham, Springer Nature Switzerland.

Silva S., Carvalho P., 2022, *Historic gardens heritage in Portugal: From the originality of an art to the inventory process*, in «Sustainability», 14(10), 5978.

Silva S., Carvalho, P., 2023, *Visit and management of historic gardens during COVID-19 from the owners/managers perspective: Portugal as a case study*, in «Sustainability», 15(3), 2229. https://doi.org/10.3390/su15032229

Simmel G., 1913, *Il paesaggio* (ed. it. 1994), Laterza Editore, Roma.

Simpson M.C., 2001, *Community benefit tourism initiatives. A conceptual oxymoron?*, in «Tourism Management», 22(4), pp. 343–349.

Smith P., Harvey–Brown Y., 2017, *BGCI Technical Review Defining the botanic garden, and how to measure performance and success*, Botanic Gardens Conservation International, Richmond, Surrey, UK.

Splendiani S., 2017, *Destination management e pianificazione turistica territoriale: casi e esperienze in Italia*, Franco Angeli, Milano.

Štilić A., Bosna J., Puška A., Nedeljković M., 2025, *Examining Tourism Valorization of Botanical Gardens Through a Fuzzy SiWeC—TOPSIS Framework*, in «Journal of Zoological and Botanical Gardens», 6(4), 55. https://doi.org/10.3390/jzbg6040055.

Tanrısever C., 2025, *Mythological origins and mapping of plants in Turkish garden art*, in «Tourism and Recreation», 7(1), pp. 208–220.

Tassinari P. (a cura di), 2024, *UNESCO. Paesaggi, patrimoni di cultura e di natura*, Alma Mater Studiorum, Università di Bologna, Bologna.

Timothy D.J., Boyd S.W., 2003, *Heritage Tourism*. Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex.

Tocci G., 2022, "Tourism scenarios in the post Covid. The rediscovery of slow tourism", in *Abstracts Book of the 7th UNICART International Conference "GAIA–People on a Journey. Environment, territories, hospitality and food cultures"*, IARC–ETQA Publishers, p. 35.

Toresson N., 2025, *Landscape constructions on Instagram. A postmodern reinvention of romanticism*, in «Digital Geography and Society», 100133. https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2025.100133

Tosco C., 2018, *Storia dei giardini. Dalla Bibbia al giardino all'italiana*, Il Mulino, Bologna.

Treib M., 2011, *Meaning in landscape architecture and* gardens, Routledge, Abingdon and New York.

Triguero–Mas M., Anguelovski I., Connolly J.J., Martin N., Matheney A., Cole H. V., ..., Baró F. 2022, *Exploring green gentrification in 28 global North cities: the role of urban parks and other types of greenspaces*, in «Environmental research letters», 17(10), 104035. doi:10.1088/1748–9326/ac9325

Turner T., 2005, *Garden history: Philosophy and design 2000 BC–2000 AD*, Routledge, London.

UNWTO, 2010, *International recommendations for tourism statistics 2008*, United Nations, Madrid.

UNWTO, 2021, *UNWTO Tourism and the Sustainable Development Goals. Journey to 2030*, World Tourism Organization, Madrid.

Urry J., Larsen J., 2011, *The Tourist Gaze 3.0*., Sage, London.

Vada S., Prentice C., Hsiao A., 2019, *The influence of tourism experience and well–being on place attachment*, in «Journal of Retailing and Consumer Services», 47, pp. 322–330.

Vannucchi M., 2003, *Giardini e parchi. Storia morfologia ambiente*, Alinea Edizioni, Firenze.

Volis S., 2017, The need for integration of ex situ and in situ approaches in conservation of plants, in «Plant Diversity», 39(6), pp. 379–382. https://doi.org/10.1016/j.pld.2017.10.005

Wade J., 2026, "Il turismo non è una panacea", in Cerutti S., Cottini A. (a cura di), *Green attraction. I giardini come palcoscenico del turismo contemporaneo*, Unicopli, Milano.

Wang X., 2025, *Translating gardens into accessible multisensory tours for blind and partially sighted visitors: An exploratory case study*, in «Universal Access in the Information Society», 24(3), pp. 1963–1976.

Weber F., Schuler Y., Stettler J., Aul A.T., 2025, *Policies for sustainability transition in tourism destinations. The case of Lucerne*, «Sustainability», 17(15), 6807. https://doi.org/10.3390/su17156807.

Werquin M., Duhem B., Lindholm G., 2022, *Botanical gardens as urban green infrastructure: A review*, in «Urban Forestry & Urban Greening», 68, pp. 127–140.

Williams S.J., Jones J.P., Gibbons J.M., Clubbe C., 2015, *Botanic gardens can positively influence visitors' environmental attitudes*, in «Biodiversity and conservation», 24(7), pp. 1609–1620.

Wolch J.R., Byrne J., Newell J.P., 2020, *Urban green space, public health, and environmental justice: The challenge of making cities "just green enough"*, in «Landscape and Urban Planning», 203, 103889. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103889.

Woolley H., 2003, *Urban open spaces*, Taylor & Francis, London and New York.

World Tourism Organization WTO, 2021, *Tourism: From Crisis to Transformation. UNWTO and the COVID19 Crisis*, UNWTO, Madrid.

Wu J., 2010, *Landscape of culture and culture of landscape: Does landscape ecology need culture?*, in «Landscape Ecology», 25(8), pp. 1147–1150.

Wyse Jackson P. S., 1999, *Experimentation on a Large Scale. An Analysis of the Holdings and Resources of Botanic Gardens*, in «BGC News, 3. Botanic Gardens Conservation International», Richmond, United Kingdom.

Zambrano P., 2025, Villa San Remigio a Verbania, bene comune dell'Università del Piemonte Orientale. Storia, prospettive e ricerche in corso. In Dragoni P., Ladogana R.P., Piva C. (a cura di), Economia vs Cultura? Musei e collezioni d'arte nelle università italiane, Eum Edizioni Università di Macerata, pp. 75–90.

Zangheri L., 2002, *Storia del giardino e del paesaggio. Il verde nella cultura occidentale*, Olschki, Firenze.

Żemła M., 2016, *Tourism destination: The networking approach*, in «Moravian geographical reports», 24(4), pp. 2–14.

Zhang Y., Lin H., 2025, *Historic gardens and tourism resilience in East Asia: Cultural landscapes in China and Japan*, in «Tourism Geographies», 27(1), pp. 52–74.

Zhang Y., Zhang J., Zhang H., 2021, *Tourist spatial behavior and crowd congestion in Chinese classical gardens: A case study of Yuyuan Garden, Shanghai*, «Sustainability», 13(15), 8364. https://doi.org/10.3390/su13158364

Zhang Y., Li X., Chen H., 2024, *Social media, co–creation and tourist experience: The role of digital platforms in shaping destination image and visitor engagement*. Research Square. https://www.researchsquare.com/article/rs–9050282/v1

Zoppi M., 2009, *Storia del giardino europeo*, Alinea Editrice, Firenze.

Riferimenti web

Associazione Nazionale Comuni Italiani ANCI, 2020. https://www.anci.it/cultura–e–rigenerazione–al–via–col–patrocinio–anci–il–bando–culturability/

Associazione Nazionale Comuni Italiani ANCI, 2025. https://www.anci.it/sviluppo–locale–anci–e–fondazione–con–il–sud–alleate–contro–spopolamento–nel–meridione/

Associazione Parchi e Giardini d'Italia APGI, *Piano di gestione di un giardino storico: indicazioni metodologiche e contenuti generali*, 2025. https://www.apgi.it/il–piano–di–gestione–di–un–giardino–storico–indicazioni–metodologiche–e–contenuti–generali/

Beijing Municipal Bureau of Culture and Tourism, *Beijing records over 19.84 million visits during Spring Festival holiday*. Beijing Municipal Government, 25 febbraio 2026. https://english.beijing.gov.cn/consuminginbeijing/news/202602/t20260225_4539747.html

Beijing Municipal Bureau of Culture and Tourism, *Beijing's tourism market booms during Spring Festival holiday with multiple records*. Beijing Municipal Government, 2024, 22 febbraio. https://english.beijing.gov.cn/consuminginbeijing/news/202402/t20240222_3567310.html

Città di Verbania, 57a MOSTRA DELLA CAMELIA A VERBANIA, 2025. https://eventi.comune.verbania.it/Eventi/57–Mostra–della–Camelia–Primaverile–a–Verbania

Citizen Science Italia, Citizen Science: cittadini e scienziati insieme per l'acqua. Il ruolo della Citizen Science nella conoscenza e tutela degli ecosistemi d'acqua dolce, 2025. https://www.naturaitalica.it/wp–content/uploads/2025/12/10–Citizen–Science.pdf#:~:text='Universit%C3%A0%20di%20Bologna%2C%202Osservatorio%20Citizen%20Science%2C%20Universit%C3%A0,promozione%20della%20consapevolezza%20ecologica%20tra%20i%20cittadini

Council of Europe, *European Route of Historic Gardens: Cultural Route information and network statistics*, 2025. https://www.coe.int/en/web/cultural–routes/european–route–of–historic–gardens2

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, Crea la tua esperienza business e bleisure più autentica!, 2022. https://www.distrettolaghi.it/it/mice

Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola, DTL Laghi e Monti, Terre di Eventi 2023, 2023. https://lagomaggiorexperience.it/?page_id=1453

Doi Y., *Foreign visitors to Kenroku-en topped record 500,000 in 2024. The Asahi Shimbun*, 2024. https://www.asahi.com/ajw/articles/15562008

Ente Giardini Botanici di Villa Taranto, I Giardini inaugurano la stagione 2026: nasce "The Wellness Garden", 2026, https://www.villataranto.it/i-giardini-inaugurano-la-stagione-2026-nasce-the-wellness-garden/

Federculture, 2018. https://www.federculture.it/xv–rapporto–annuale–federculture–gangemi–editore–2018–3–2–2–2/

Giardini del Lago di Como, app, 2026. https://play.google.com/store/apps/details?id=como.lake.gardens&hl=it&pli=1

Government of the Netherlands, *The European market potential for cultural tourism*, 2025. https://www.cbi.eu/market–information/tourism/cultural–tourism/market–potential

Grandi Giardini Italiani, 29 ottobre 2025. *I Grandi Giardini Italiani salgono a quota 150*, https://www.grandigiardini.it/368–scopri–I–Grandi–Giardini–Italiani–salgono–a–quota–150#part1

Imperial Household Agency, *Visitor information: Katsura Imperial Villa*, 2025. https://kyoto–gosho.kunaicho.go.jp/en/katsura–rikyu/visit

iNaturalist, About, 2026. https://www.inaturalist.org/pages/about

Jointhecollective, *Discover innovative green urban infrastructure strategies with case studies and guides*, 2025. https://www.jointhecollective.com/article/innovative–strategies–for–green–urban–infrastructure/

Le Monde, *Giverny's thriving business around Monet's gardens risks oversaturation*, 2025, 21 settembre. https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2025/09/21/giverny–s–thriving–business–around–monet–s–gardens–risks–oversaturation_6745602_19.html

Ministère de la Culture, *Rendez-vous aux jardins 2024*, 2024. https://rendezvousauxjardins.culture.gouv.fr/

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale MAE, 2025. https://www.esteri.it/it/servizi–consolari–e–visti/italiani–all–estero/turismo–delle–radici/

Ministero della Cultura MiC, 2023. https://www.ministeroturismo.gov.it/wpcontent/uploads/2024/09/Volume_PST_Settembre_2024_web_B.pdf

Ministero della Cultura MiC, PNRR Cultura 4.0, 2026. https://pnrr.cultura.gov.it

National Parks Board, 2026. *Singapore Botanic Gardens. Government of Singapore*. https://www.nparks.gov.sg/sbg

Ministero della cultura MiC, Villa Taranto, Tipo Luogo: Museo, Galleria e/o raccolta, 2021. https://cultura.gov.it/luogo/villa–taranto.

Ministero della cultura MiC, Villa San Remigio, Tipo Luogo: Museo, Galleria e/o raccolta, 2021. https://cultura.gov.it/luogo/villa–san–remigio.

New York Botanical Garden, *NYBG Impact Report 2023–2024*, 2025. https://www.nybg.org/content/uploads/2025/02/DV–Impact–Report–24–FINAL–copy–ADA.pdf

NParks, Singapore Botanic Gardens: Visitor Digital Services and Mobile Trails, 2022.
https://www.nparks.gov.sg/

OECD, *OECD tourism trends and policies 2024*, 2024. https://doi.org/10.1787/80885d8b–en

Organisation for Economic Co–operation and Development OECD, Tourism Trends and Policies, 2024. https://www.oecd.org/en/publications/oecd–tourism–trends–and–policies–2024_80885d8b–en.html

Orto Botanico Università di Padova, Strumenti per la visita, 2026. https://ortobotanico1545.it/

Socco C., *Il progetto del giardino. Osservatorio dei parchi del Po e della collina Torinese*, 2007. https://www.parks.it/parchi.po.collina/paesaggiopocollina/paesaggio/dwd/articoli/progettogiardino.pdf

United Nations, (2025, September 27), *Tourism and Sustainable Transformation*, *World Tourism Day 2025*, https://www.un.org/en/observances/tourism–day

Verbano 24, Dopo sei anni riapre in parte Villa San Remigio, 2023. https://verbano24.it/index.php/11619–dopo–sei–anni–riapre–in–parte–villasan–remigio

Tetelik 2023, How The La Sapienza Botanical Garden In Rome Implemented A Smart Garden System Using IoT, https://tektelic.com/projects/how–the–la–sapienza–botanical–garden–in–rome–implemented–a–smart–garden–system–using–iot/

UNiDATA 2021, Progetto Orto Botanico di Roma,https://www.unidata.it/ortobotanico/

World Travel & Tourism Council WTTC, 2022. https://wttc.org/initiatives/vision–for–nature–positive–travel–and–tourism

Sitografia immagini

1. défix, Verbano Cusio Ossola map. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Verbano Cusio Ossola_map.png
2. The Green Revolution, Giardini di Villa Taranto, Verbania. https://www.thegreenrevolution.it/wp–content/uploads/2020/07/21–LU-G20_–I–giardini–di–villa–taranto–4.jpg
3. Isole Lago Maggiore, Isola Bella. https://www.isolelagomaggiore.com/
4. Isole Borromee, Isola Madre. https://www.isole–borromee.it/
5. Guida Torino, Giardini del Parco di Villa Pallavicino, Stresa. https://www.guidatorino.com/parco–villa–pallavicino–stresa/
6. Giardino Botanico Alpinia, Giardino Botanico Alpinia, Stresa. https://giardinobotanicoalpinia.altervista.org/chi–siamo/
7. Guida Laghi, Parco e Villa Anelli, Oggebbio. https://www.guidelaghi.it/andar–per–ville–e–giardini–autunno/parco–di–villa–anelli/

Per approfondire:

https://domaine–chaumont.fr
https://fondazionecanova.com/
https://gardentourism.org/
https://internationalcamellia.org/en–us/
https://jungfraualetsch.ch/it/
https://keukenhof.nl
https://verbaniagardenclub.wordpress.com/
https://whc.unesco.org/en/list/1084
https://whc.unesco.org/en/list/83
https://www.agi–gardenclub.it/home.html
https://www.amossola.it/
https://www.apgi.it/
https://www.areeprotetteossola.it/it/
https://www.arsunivco.eu/pubblicazioni–ars–uni–vco/
https://www.eghn.org/en/european–garden–heritage–network–eghn/
https://www.garden–tourism.com/
https://www.grandigiardini.it/
https://www.inaturalist.org/places/Verbano Cusio Ossola–piemonte–ita
https://www.interreg–italiasvizzera.eu/wps/portal/site/interreg–italia–svizzera/DettaglioRedazionale/progetti/progetti–finanziati/blitzart
https://www.jardinsdemetis.com
https://www.museodelpaesaggio.it/
https://www.parcsetjardins.fr/

https://www.phb.nl/
https://www.publicgardens.org/
https://www.rhs.org.uk/
https://www.rhs.org.uk/shows–events/rhs–chelsea–flower–show
https://www.singaporegardenfestival.com
https://www.tuinenstichting.nl/
https://www.visitossola.it/
https://www.visitpiemonte.com/arte–cultura–e–unesco
https://www.visitpiemonte.com/i–giardini–del–piemonte–un–itinerario–di–pura–bellezza
https://sites.google.com/view/contratto–lago–cusio/home–page
https://sites.google.com/view/contratto–lago–cusio/progetti–e–mappa/cusio2030?authuser=0
https://www.irsa.cnr.it/wp/?page_id=376
https://www.irsa.cnr.it/wp/?page_id=2912
https://www.ecomuseoisolapescatori.org/ecomuseo/
https://www.distrettolaghi.it/it/eventi
https://kyoto–gosho.kunaicho.go.jp/en/katsura–rikyu/visit

Appendici

Appendice A

INTERVISTE INTEGRALI

Testimoni privilegiati:

Andrea Del Duca (ADD)
Siria Moroso (SM)
Andrea Cottini (AC)
Andrea Poggi Corneo (APC)
Orsola Poggi Corneo (OPC)

Intervistatrice:

Roxana Popusoi (RP)

Intervista Ecomuseo Cusius del Lago d'Orta e Mottarone,
Siria Moroso e Andrea Del Duca

Data 3 febbraio 2025

ADD: Premetto che con le attrazioni di Verbania non abbiamo rapporti istituzionali, li conosciamo, ma la nostra area di rapporti raggiunge al massimo il Mottarone, quindi il Giardino Alpinia sì.

RP: Va bene. Una domanda un po' più per inquadrare gli intervistati. Da quanto tempo lavorate in questo settore? A contatto col pubblico.

SM: Ok, in questo settore? Inteso quale settore?

RP: Del più dello slow tourism o comunque del campo organizzativo degli eventi locali.

SM: Dal 2022 quindi diciamo da quando ho preso l'abilitazione come guida escursionistica e poi ho iniziato a lavorare qui diciamo fissa presso l'Ecomuseo del lago d'Orta quindi tre anni praticamente.

ADD: Anche se forse un pochino prima.

SM: Un anno prima sicuramente però diciamo proprio lavorare specificamente dal 2022.

ADD: Ma allora, io lavoro qui dal '98. Diciamo che il Giardino Alpinia è sempre stato inserito nel nostro circuito, quindi comunque ce ne siamo sempre occupati, perché i primi anni facevamo proprio anche l'apertura del giardino, c'erano delle visite guidate eccetera insomma poi sulle tematiche della sostenibilità chiaramente l'Ecomuseo fa tante cose ci sono anche quelle hanno avuto nel tempo, insomma, più o meno come dire interesse o azione da parte dell'Ecomuseo. Però abbiamo messo in piedi il Giro Lago nei primi anni 2000 dal 2006. Abbiamo poi fatto tutta la riscoperta dei temi ambientali quindi del Lago d'Orta quindi insomma di lavoro in quel campo lì ne abbiamo fatto tanto insomma.

RP: ricordate se c'è stato un evento preciso che vi ha portati a scegliere questo lavoro o comunque ad appassionarvi al territorio per poi proseguire con un lavoro che vi porta a trasmettere e a far conoscere agli altri visitatori aspetti del territorio?

SM: Un evento preciso no. Una vocazione sentimentale, un evento preciso. Non credo che ci sia, il fatto di essere magari nata qua, di aver anche avuto l'opportunità di studiare magari cose legate al territorio quello sì. Però un evento non c'è, non ricordo.

ADD: Per me vabbè a parte che è sempre stata anche per me un po' una vocazione però diciamo volendo concentrarsi su un evento è quando hanno presentato il concetto di ecomuseo nel '94: c'era stato un convegno qui dove ho iniziato ad appassionarmi a questo tema dell'ecomuseo come metodologia come approccio e quindi insomma da lì poi ci sono stati tanti passaggi intermedi però diciamo che quello lì se vogliamo è stato un po' l'evento che mi ha spinto verso l'Ecomuseo se non altro. Non in maniera lineare insomma.

RP: Riguardo ai visitatori che gestite sia qua che esternamente qual è più o meno un'età media?

SM: Riferiti alle attività diciamo di visita nei giardini e in generale alle attività in campo di sostenibilità ambientale abbiamo un'età media secondo me...

ADD: Ci sono delle tipologie diverse: ci sono le scuole che però diciamo sono guidate da un insegnante che porta i ragazzi quindi chiaramente non è una scelta volontaria dei ragazzi ma evidentemente vengono portati nell'ambito della loro formazione e dell'interesse che hanno le scuole. Poi finita l'età scolastica dove sostanzialmente appunto il meccanismo è quello in realtà tendenzialmente la media è medio–alta diciamo.

SM: A me verrebbe da dire questo: diciamo che fruisce di attività magari guidate diciamo così organizzate dai 45 anni in su. Però anche i giovani sono attenti ai temi della sostenibilità.

ADD: 35 Quando finiscono i giovani?

SM: Eh sì, magari anche da quando iniziano ad avere bambini, forse dai 40 in su. E invece i giovani probabilmente sono cose che si cercano in autonomia senza magari guardare la proposta per forza organizzata.

ADD: Però diciamo ad esempio sulle camminate tipo il Giro Lago comunque rispetto ad altre iniziative che facciamo le visite ai musei ma anche lo stesso giardino Alpinia eccetera dove secondo me l'età è abbastanza diciamo dai 35 in su per lo meno su certe attività come le camminate così in realtà lì un po' di qualche giovane in più lo si vede anche insomma diciamo che forse quella fascia lì per noi è quella che coinvolgiamo di più o per tesi di laurea o per lavoro o per lavori perché comunque abbiamo alcuni lavoretti estivi diciamo così insomma tendenzialmente che diamo ai giovani e quindi li intercettiamo più in questo senso qua che non come fruitori forse dell'attività però sulle camminate devo dire che è l'unico orizzonte in cui vedi anche dei ventenni insomma perché altrimenti è difficile vederli.

SM: Sì come media sono lì.

ADD: Come media sì sì

RP: E quali aspetti affascinano di più i turisti sempre nel campo delle visite nei giardini o comunque ad Alpinia? E quali sono le domande più frequenti? Allora quali aspetti affascinano di più e su quale? Cioè, quali sono le domande più frequenti? Se ce ne sono?

SM: Non saprei.

ADD: Non è facile perché noi non siamo poi lì presenti diciamo come operatori propriamente sul campo nel giardino alpino. Quindi non è che abbiamo un confronto diretto con loro.

SM: Anche pensando alle attività magari più escursionistiche che diciamo che dipende. Non lo so.

RP: Quanto può essere su una scala da 1 a 10 l'interessamento per le specie botaniche che magari vedete durante queste escursioni?

ADD: Ma sicuramente c'è anche quello nelle camminate perché adesso bisogna distinguere perché noi il giardino Alpinia appunto è uno dei nostri siti ma non lo gestiamo direttamente quindi lì non abbiamo un polso proprio specifico di quello che è il feedback delle persone e lavoriamo di più invece sulla parte di escursionismo che facciamo in genere sul territorio. Non necessariamente anzi normalmente non nel giardino botanico dove lì abbiamo un riscontro maggiore. Insomma su altre iniziative legate alla sostenibilità. Da quello che più o meno abbiamo sentito sicuramente c'è un interesse botanico. Il Giardino Alpinia ha un giardino un po' particolare perché comunque non hai il giardino con le grandi fioriture quindi ci sono quelli che arrivano senza sapere dove sono finiti e magari rimangono anche un po' delusi. Ci sono quelli che sono interessati a un aspetto più di approfondimento magari di specie botaniche eccetera e altri che vanno lì anche per il paesaggio perché comunque il Giardino Alpinia ha anche questa carta qui evidentemente che gioca sicuramente. È un giardino che punta parecchio su questo aspetto botanico anche particolare delle specie alpine quindi uno che ci va con un po' di consapevolezza sicuramente apprezza anche delle visite guidate. Quelli che gestiscono il giardino insomma ogni tanto fanno delle iniziative e puntano su questi aspetti. Hanno fatto anche delle cose sull'erboristeria delle conferenze incontri. Cose di questo genere anche per le competenze che hanno loro insomma diciamo che gestiscono il giardino e quindi chiaramente quell'aspetto lì emerge insomma poi le motivazioni della visita non esistono delle rilevazioni specifiche o questionari. Da molti anni.

SM: Mi viene da dire che magari ci potrebbero essere due categorie quelli molto interessati agli aspetti botanici e quelli che van-

no a vedere un giardino proprio perché vogliono vedere gli aspetti botanici e quelli tra cui mi ci metto dentro anch'io che ci vanno più per la piacevolezza appunto che sia del paesaggio che sia di altri aspetti. Potrebbero essere due categorie. Credo siano abbastanza azzeccate quelle di chi ci va specificamente per le specie botaniche e di quelli più per un discorso di piacevolezza semplicemente della visita.

RP: E. Quali aspetti, secondo voi, per quello che riguarda la biodiversità locale possono essere più a rischio al momento con l'impatto che stiamo avendo.

SM: Riferiti sempre ai giardini?

RP: Sì. Anche più in generale alla zona.

SM: Beh riferito al giardino Alpinia al fatto che si chiama giardino alpino e quindi dovrebbe tendenzialmente avere piante di tipo alpino però se magari probabilmente ti sarai anche già confrontata con qualcuno dell'Alpinia stanno proprio avendo un problema di sopravvivenza delle specie botaniche alpine a quella quota dove si trova adesso perché inizia a fare veramente troppo caldo e quindi stanno anche ragionando sulla sostituzione vera e propria di alcune specie vegetali e qui invece parlando in generale dell'ambiente visto che siamo sul lago d'Orta o del lago d'Orta ma anche del Verbano vale la stessa cosa. C'è la problematica dell'avvento di specie aliene quindi dell'avvento di specie botaniche invasive di vario tipo che sempre di più arrivano e che sempre di più facilmente si diffondono.

ADD: Poi un'altra problematica che hanno i laghi è il problema che aumentando la temperatura si interrompe quel ciclo di rimescolamento delle acque e quindi quello può chiaramente nel tempo che non conosciamo innescare dei meccanismi di scarsa ossigenazione del fondale e quindi di morte tra virgolette del lago almeno diciamo delle fasce più profonde insomma. E quindi quello chiaramente potrebbe avere conseguenze imprevedibili perché non si sa esattamente cosa potrebbe succedere in questo caso effettivamente. Il lago Maggiore ormai è da molti anni che non si rimescola più. Ad esempio il lago d'Orta è riuscito a rimescolarsi un po' più recentemente. Non ho capito ancora questo inverno quanto si è rimescolato o meno però è chiaro che quello lì è un tema che infatti viene monitorato. È oggetto di monitoraggio specifico da parte del CNR. Sei stata a Pallanza al CNR per caso?

RP: Sì.

ADD: E è lì che noi abbiamo sul lago d'Orta una boa proprio di monitoraggio della boa. Noi nel senso che facciamo parte di un

progetto in cui è stata collocata la boa poi ovviamente la seguono quelli del CNR di Pallanza. E perché appunto questi parametri sono a rischio uniti poi al discorso appunto delle specie aliene che chiaramente col caldo diciamo viene favorito anche dal punto di vista della vegetazione perché comunque c'è tutta una serie di piante che si stanno diffondendo. O di parassiti legati alle piante che si stanno diffondendo che o già hanno creato problemi o possono creare problemi evidentemente agli ecosistemi. Poi noi abbiamo la storia del lago d'Orta appunto del fatto che è morto e rinato eccetera conosci quella parte lì e quindi è chiaro che tutta questa vicenda va tenuta d'occhio insomma perché la situazione di aumento delle temperature e degli scompensi ecologici può provocare delle situazioni impreviste insomma.

ADD: Poi più in generale i territori montani qui effettivamente lo si vede che nevica sempre meno le montagne a volte sono più calde della pianura e poi si riversa anche l'inversione termica tutti questi fenomeni qui che poi possono provocare problemi sul ciclo anche delle acque delle sorgenti. Due anni fa avevamo un problema perché in montagna mancava l'acqua per dire quindi è chiaro che se manca l'acqua anche tutta la parte diciamo delle piante eccetera ne risente in maniera drammatica. Poi un altro aspetto che non è legato propriamente al cambiamento climatico ma più che altro al cambiamento ecologico che poi è parte del cambiamento climatico è il fatto che i boschi sono sempre più abbandonati quindi i pascoli stanno scomparendo perché vengono invasi dai boschi e i boschi non sono regolati e quindi vanno incontro anche a morie di alberi che non sono abituati a non essere tagliati fondamentalmente. E più in generale si crea un nuovo ambiente dove poi tornano anche tutta una serie di specie animali che un tempo c'erano come cinghiali cervi caprioli eccetera che poi a loro volta possono andare adesso anche i lupi insomma sono arrivati e che possono andare a influire ovviamente su tutte queste situazioni quindi insomma i cinghiali in Alpinia per fortuna non sono mai entrati però se dovessero entrare il danno che possono fare a un giardino botanico sarebbe importante insomma perché.

SM: Sì diciamo che effettivamente i cambiamenti climatici sono un bel tema per i giardini botanici perché adesso mi veniva visto che si parlava anche di ambiente montano mi veniva l'esempio dei larici che stanno tra i 1200 e i 1500 o tra i 1500 e i 2000 metri di solito adesso stanno andando anche oltre i 2000 metri proprio perché fa sempre più caldo e quindi loro vanno sempre più in alto per cui anche un giardino botanico. Diversamente magari da un museo

che può rimanere sempre quello nel tempo deve essere capace di adattarsi a questi cambiamenti che prima non c'erano.

ADD: E poi Alpinia ha delle specie anche dell'Himalaya eccetera per cui è chiaro che se le fasce climatiche cambiano quelle specie non possono più o rischiano perlomeno di non poter più sopravvivere insomma in quel giardino lì anzi per certi versi è proprio un territorio. Ma c'era anche uno studio che stava facendo l'università di Milano o Pavia non mi ricordo più.

SM: Sì, sì, c'è un'università della Lombardia che sta proprio pensando a come ripensare le aiuole.

ADD: Proprio in funzione di questo del cambiamento climatico.

SM: Tu per caso hai già parlato con Fantini? Giancarlo Fantini è un personaggio? No? Sì Fantini è un personaggio abbastanza interessante ed era dentro non so se ancora però era dentro il Consiglio di amministrazione del Consorzio del Giardino Alpinia e lui è stato insegnante di queste cose all'Agraria di Crodo se non sbaglio per tanti anni. Per cui se vuoi provare a sentirlo ti do anche un suo contatto e–mail. Ed è proprio lui che mi aveva parlato di questo ed è stato il primo che mi ha detto di questo studio che sta facendo questa università per cambiare le aiuole. Se vuoi ti do il contatto se ce l'ho ancora.

RP: Sì, grazie.

ADD: Sì, perché appunto a differenza del museo che tutto sommato se lo chiudi come dire poi lo riapri dopo cinque anni bene o male fai la polvere ed è a posto il giardino botanico se lo abbandoni un anno non dico cinque anni ma diventa un disastro insomma e richiede quindi continue cure attenzione manutenzione e anche ripensamento insomma soprattutto il giardino come Alpinia che è proprio un po' di frontiera insomma.

RP: Ok. Come vengono coinvolti i visitatori? In che modo viene comunicata la sostenibilità e la biodiversità nel contesto dei giardini ai visitatori da parte vostra?

ADD: Ma allora adesso il giardino Alpinia è come dire oggetto di una serie di interventi che vanno proprio nella direzione di migliorare i contenuti anche di comunicazione insomma. Allora premessa fondamentale che il giardino Alpinia purtroppo ha risentito tantissimo della tragedia della funivia perché quella portava comunque migliaia di persone tutti gli anni. Venendo meno la funivia che era ferma è chiaro che loro hanno avuto un crollo, un calo ma un crollo delle presenze dopo il crollo che già a sua volta aveva provocato una serie di problemi di quel genere. E quindi insomma stanno anche cercando appunto di ripensare un po' l'esposizione in

questo senso anche noi siamo stati coinvolti in questo progetto poi tu sei stata recentemente alla riunione quindi puoi magari aggiungere le cose proprio come stanno facendo però si sta lavorando su una serie di sussidi che sono in parte diciamo dei pannelli in parte degli stampati eccetera che permettano di fruire meglio diciamo del giardino.

SM: Sì, mi sono perso la domanda perché stavo mandando la mail del Giancarlo.

RP: Grazie come si riescono a coinvolgere i visitatori e i turisti quando vengono date loro delle informazioni per quanto riguarda la sostenibilità e la biodiversità quindi.

SM: Non a livello di promozione ma a livello di informazione quando sono sul posto sì. Sì no, di questo ne abbiamo parlato nella riunione.

ADD: Che volevano fare la guida adesso del.

SM: Sì una brochure però una brochure informativa cioè al di là dei classici metodi di comunicazione e promozione con una brochure. Sì stanno pensando a una brochure proprio informativa sul giardino per promuovere e informare specificamente sul giardino come poi facciano passare diciamo questi concetti di sostenibilità ambientale al di là di visite guidate attività didattiche pannelli informativi sono questi gli principali strumenti. Piuttosto che video adesso di video poi c'è da differenziare appunto quella che è la comunicazione e la promozione di un sito da quelli che sono magari i messaggi che si fanno passare nel sito visitabile.

RP: Quindi sia fisici che poi telematici.

SM: Sì mi viene da dire più fisici cioè parlando a livello locale direi più fisici perché sei lì quindi se in un giardino si fruisce di una visita guidata in cui magari questi temi vengono fuori o se è una scuola che fa attività didattica incentrata su questi temi. Mi viene da dire più fisici. Magari il video è ancora più utile a meno che non si parli di documentari video che sono ancora magari molto promozionali.

ADD: Ma poi lì non ci sono però neanche molti spazi per proiettare video perché Alpinia è tutto all'aperto quindi hanno sì adesso messo a posto quella che era la casa del direttore. C'è un piccolo spazio sopra per attività però è limitato e quindi tutto il resto è esposto alle intemperie quindi chiaramente anche l'uso di schermi cose del genere insomma è un po' limitato insomma. Quindi si affidano a strumenti più tradizionali se vogliamo. Insomma cartelli pannelli la stavano rifacendo comunque.

SM: Fino alla fine visto che quello è sicuramente uno strumento utile ma pensando anche ai giardini dei Borromeo e ai Giardini dell'Ossola e del Verbano. Il video credo che sia ancora anche non fruito sul posto ma fruito online è ancora molto legato alla promozione e al fatto di far conoscere un sito.

ADD: Poi bisogna tener conto che il giardino alpino non dispone di tantissimo personale anzi non c'è un direttore praticamente c'è un direttore scientifico c'è un gestore che garantisce l'apertura la chiusura e la manutenzione insomma per cui chiaramente il suo impegno visto che poi comunque è un operatore economico nel senso che c'è un accordo tra la proprietà che è questo Consorzio Giardino Alpinia e il gestore e che però deve sostanzialmente tirar fuori il proprio guadagno dagli incassi dei biglietti insomma quindi non è propriamente una gestione in cui ci sono delle risorse non dico illimitate ma certe. E su quelle imposti con un direttore e del personale eccetera. Insomma per cui è chiaro che insomma fanno un po' quello che riescono anche insomma quello è sicuramente uno dei grossi temi di difficoltà anche che hanno insomma perché proprio anche poi il calo tra l'altro dei biglietti che c'è stato conseguente alla tragedia della funivia fa sì che Alpinia sia insomma sul limite della sostenibilità nel senso che chi è lì ad aprire a malapena pareggia i conti insomma forse ci deve mettere ancora delle risorse per cui è chiaro che non è che hanno molte possibilità di investire su tanti strumenti o cose del genere purtroppo la realtà è quella non è che ci sono finanziamenti importanti che arrivano se non tramite bandi allora sì sui bandi cercano di fare delle cose per cui quello un po' limita magari. Non so se Villa Taranto è messa meglio sicuramente Villa Taranto comunque è dello Stato insomma per cui ha sicuramente una come dire una gestione molto più come dire garantita ecco se vogliamo insomma.

RP: In questi anni avete notato una crescita dell'interesse per quanto riguarda la sostenibilità da parte del visitatore o è rimasta bene o male.

ADD: Sicuramente è cresciuta. Vent'anni fa non si parlava quasi di questi temi fondamentalmente quindi è chiaro che in generale. Poi ripeto sempre sulle motivazioni di visita non esistono delle rilevazioni specifiche però è chiaro che il pubblico tendenzialmente è più interessato e sensibile a questi temi. Insomma evidentemente. Poi vabbè tu avevi fatto per quanto riguarda i giardini proprio anche un questionario che non so se toccasse anche questo tema qua.

SM: No l'aumento di interesse no perché ci sarebbe dovuto essere una un monitoraggio

ADD: Sì mi pare sull'interesse sì, mi pare

SM: L'interesse adesso non mi ricordo sul tema della sostenibilità può essere che ci fosse una domanda legata a quello però sull'aumento dell'interesse no non l'avevo monitorato sicuramente c'è stato.

ADD: Sicuramente palese insomma diciamo. Di sostenibilità appunto non si parlava non era all'ordine del giorno vent'anni fa fondamentalmente anche perché anche tutto il discorso dei cambiamenti climatici è come dire una crescita di consapevolezza che non dico degli ultimi anni perché ormai sono un po' di anni che se ne parla però insomma è sicuramente cresciuta nel tempo anche perché poi certi eventi si sono resi sempre più manifesti eccetera insomma prima era un po' una cosa di nicchia adesso insomma è molto più mainstream ecco anche come cosa che Greta Thunberg ha fatto la sua parte insomma per dire eh no nel senso del comunicare queste cose voglio dire no insomma sui giovani eccetera ha avuto un certo un certo peso insomma. E anche sono subentrate tutta una serie di politiche anche nuove in questo senso che prima non c'erano insomma quindi insomma è chiaro che c'è maggiore interesse ma anche per quanto riguarda il camminare il muoversi nell'ambiente insomma la situazione venti anni fa era completamente diversa non c'era così tanta gente com'è adesso che camminava. E quindi insomma questo vuol dire che c'è interesse sia da parte come dire di chi cammina ma sia poi da parte degli operatori che sono interessati come dire un po' perché ci credono evidentemente un po' perché diventa attività di lavoro anche nel promuovere questa cosa quindi c'è un effetto poi di moltiplicazione insomma le due cose si come dire si alimentano vicendevolmente perché nascono offerte di vario genere perché comunque credo che ormai questo sia più il tuo lavoro il tuo ambito e qualunque guida ambientale di questi temi tendenzialmente parla insomma quando fa un'escursione insomma più o meno insomma ecco in base all'escursione però. E anche le guide ambientali sono cresciute moltissimo di numero rispetto a quello che poteva essere una situazione vent'anni fa dove ce n'era qualcuno ma erano abbastanza limitate insomma sì sì.

SM: Sì ogni anno escono una valanga di guide escursionistiche.

ADD: È chiaro che ciascuno di questi poi si attiva a promuovere come dire le proprie attività e quindi ovviamente fa un'operazione di diffusione anche di queste tematiche perché poi le persone che magari vanno semplicemente per fare una camminata vedono e scoprono certe cose che magari non sapevano. Anche noi nel

nostro ambito comunque abbiamo inserito questi temi nelle camminate che organizziamo eccetera proprio perché è un modo per intercettare persone che magari prima non erano consapevoli cioè prima certi temi erano un po' come dire limitati alla cerchia degli ambientalisti. Che tendenzialmente avevano un po' il difetto di parlarsi tra di loro, insomma nel senso erano un po' dei gruppi chiusi. Adesso questa cosa è uscita insomma da quei circoli lì ed è diventata più patrimonio condiviso.

RP: E' meno complicato comunicare a distanza con internet.

ADD: E sì, sicuramente è quello che ha rivoluzionato moltissimo la comunicazione. Insomma, è chiaro che è molto più orizzontale anche come modo per scambiarsi informazioni insomma di vario genere. Poi a volte magari non funziona proprio benissimo il percorso e le informazioni che arrivano non sono proprio quelle corrette però sì sicuramente non c'è confronto. Insomma, prima per arrivare a parlare al grande pubblico bisognava passare dalla stampa dai giornali dalla televisione che comunque non erano accessibili a qualunque come dire a qualunque soggetto che volesse esprimere la propria opinione e quindi c'era un po un collo di bottiglia nell'informazione evidentemente.

RP: Sicuramente un pezzettino che mi sono dimenticata prima di chiedervi sempre per quanto riguarda i visitatori che ricevete sono prettamente italiani o avete anche altre provenienze?

SM: No beh in questa zona? Parlando a livello generale penso che valga anche per l'Alpinia. Nel periodo invernale qui non turistico dove tra l'altro il giardino Alpinia è chiuso varie cose sono chiuse si muovono più che altro visitatori italiani. Nel periodo estivo mi viene da dire metà e metà. Addirittura parlando di musei sicuramente non c'è un'alta percentuale di italiani anche perché il museo magari ha delle spiegazioni che sono in italiano. Un sito come un giardino non so adesso le percentuali effettive di italiani e stranieri però penso che siano molto alte soprattutto perché ci sono tanti stranieri sui laghi tanti stranieri a Stresa. Per quanto riguarda le escursioni che facciamo noi quindi esulando dai giardini e rimanendo più in tema outdoor in generale abbiamo molti italiani perché anzi la maggior parte quasi tutti sono italiani perché abbiamo un pubblico italiano parliamo italiano abbiamo un pubblico italiano che poi sono più o meno chi abita qua chi magari abita a Milano chi magari a Novara però in generale sono italiani. Quindi un po' queste tipologie qua.

ADD: Sì ma anche perché poi i turisti cioè gli stranieri sono qui pochi giorni quindi è abbastanza difficile che poi vadano a un'at-

tività organizzata perché quando arrivano sostanzialmente hanno già più o meno organizzato il loro periodo di soggiorno non hanno tantissimo tempo e quindi e spesso fanno anche proprio fatica a intercettare le notizie insomma. Ogni tanto è capitato però sono veramente marginali anche perché qui magari bisogna iscriversi per dire alle nostre camminate il giovedì per la domenica questi magari arrivano il venerdì vanno via il lunedì e quindi è chiaro che non fanno neanche in tempo a iscriversi perché il pernottamento medio qui è di 2 giorni e mezzo o 3.

SM: Poi c'è da dire che non abbiamo un sistema di informazioni turistiche ben organizzate perché se vai all'estero io già una settimana prima di partire mi guardo sull'ufficio del turismo quali sono le proposte organizzate che ci sono qui da noi non è che funzioni proprio così bene. Sì hai qualche proposta il distretto turistico pubblica un po' tutte le proposte che ci sono ma non sono così organizzate al di là dei grandi siti tipo Villa Taranto i giardini delle ville Borromeo delle Isole Borromeo però il resto non è così organizzato come magari può essere anche all'estero o da altre parti.

ADD: Poi è proprio più facile per il turista andare nel museo o nel giardino che ha un orario di apertura allora si auto organizza e va a vederlo insomma andare a inseguire una camminata diventa più complicato effettivamente da vari punti di vista. Chiaramente Alpinia appunto prima usufruiva della funivia e tirava tutti gli inglesi e gli americani che sono lì a Stresa che sono d'estate sono tantissimi. E poi forse anche quelli dei campeggi.

SM: Sì, sì, tedeschi, svizzeri.

ADD: Olandesi eccetera perché comunque era molto comoda. Adesso chiaramente risente un po' cioè di un calo da quel punto di vista lì perché poi il problema è che molti non riescono a salire fondamentalmente perché non ci sono mezzi per salire però chi ha la macchina ci va. Però sicuramente sì credo sia almeno la metà dei visitatori sono stranieri perché poi gli inglesi sono molto appassionati di giardini chiaramente vanno a vederli insomma ecco sicuramente mi ricordo che quando erano venuti qui gli inglesi delle mappe di comunità c'erano ed erano stupiti che ne avessimo così tanti programmi di cucina mentre parlavano anche di trasmissioni televisive sul giardinaggio.

SM: ognuno ha le sue priorità

RP: Invece questa seconda parte la vorrei un po' più strutturate sulla vostra esperienza personale con va bene un occhio un po' più critico o da esperto per quanto riguarda l'organizzazione e la comunicazione quando avete partecipato a delle visite a giardini esterni

rispetto a quelli con i quali comunicate per lavoro. Cosa vi è rimasto dalla visita cosa vi è piaciuto di più cosa cambiereste quali sono gli aspetti che avete più apprezzato proprio da un punto di vista di non lo so struttura dei cartelloni modalità di comunicazione se ci sono state se l'avete fatta guidata o meno e se riuscite a mettere un appunto sul posto o sul luogo.

SM: Cioè da dirti quali sono stati i giardini giusto? Sì. Parto io. Non sono una grande frequentatrice di giardini posso essere sincera a parte il periodo in cui ho fatto la tesi. Mi è capitato di visitare sia giardini piccoli quindi dove la componente dell'accompagnamento da parte del proprietario aveva molto peso un bellissimo giardino a Santa Cristina di Borgomanero che è di un signore che si chiama Cammarano se non sbaglio che è il presidente del *Garden Club* di Borgomanero e ha un giardino che apre in occasioni particolari e ti accompagna proprio a vedere un giardino d'inverno quindi con piante che sono di un giardino godibile in periodo invernale ti accompagna e quindi la sua presenza personale è un valore aggiunto molto importante che magari in un giardino come quello di Villa Pallavicino è relativamente importante dove magari è più bello vedere gli animali e vedere tutta quella parte più ludica. Quindi appunto Villa Pallavicino l'avevo vista un po' di anni fa quando ero bambina mi ricordo questa parte più divertente ludica bella il paesaggio il contesto così come a Villa Taranto ero andata tra l'altro con l'università e lì abbiamo fatto una visita guidata quindi anche lì non avevo letto praticamente nessun pannello non mi ricordo neanche se c'erano pannelli perché c'era la guida che parlava per cui appunto diciamo l'importanza di avere una guida che sia il proprietario o che sia una guida turistica secondo me è molto importante appunto perché ti può raccontare cose che magari nella pannellistica o non ci sono scritte o non la guardi o non la leggi tutta quindi ti fa emergere la guida e l'accompagnamento qualcosa in più rispetto a quello che potresti imparare tu da solo e devo dire che non avendo una formazione in scienze naturali ma avendo una formazione umanistica godo molto di più della parte paesaggistica e della bellezza piuttosto che della questione esclusivamente botanica che si approfondisce ma va bene anche se non c'è. Va bene ma va bene anche la parte della bellezza poi naturalistica nei posti.

RP: L'apprezzamento della parte artistica dei giardini

SM: La bellezza diciamo architettonica delle ville che sono inserite nei giardini e della composizione delle aiuole per dire. Molto molto. Penso che sia molto importante nella visione del giardino italiano questa parte diversamente magari invece da una visione

più anglosassone più del nord Europa dove la componente credo vegetale sia più spiccata e più importante.

ADD: Ma sì anche per me io premesso che di botanica ne capisco veramente poco naturalmente non ho alcun talento per cui diciamo la cosa che è bella in un giardino è quando effettivamente c'è qualcuno che racconta che sia il proprietario una guida un giardiniere insomma anche come è capitato magari in certe situazioni anche perché onestamente il cartellino che dice il nome scientifico non mi dice molto nel senso che dopo 2 minuti me lo sono dimenticato insomma se c'è qualcuno già che mi racconta quel tipo di pianta come dire qualche caratteristica di quel tipo di pianta magari mi rimane un po' di più. Quello che tendenzialmente mi interessa di più è un po' la storia non tanto delle singole piante delle singole come dire essenze arboree ma è la storia proprio del giardino nel suo insieme di come è nato quindi anche gli aspetti architettonici artistici che si sono collegati sono interessanti quindi perché poi spesso questi giardini sono comunque legati a una personalità che li ha creati o al limite a più personalità che magari insomma dopo il creatore diciamo li hanno portati avanti fino a oggi. Il giardino che citava prima Cammarano lì così è interessante perché lui ha fatto determinate scelte quindi lui quando ti racconta cosa sta facendo perché poi appunto essendo un giardino comunque continua a lavorarci eccetera è interessante questa cosa qui no? Oppure altri insomma che ma la stessa Villa Taranto insomma per certi versi c'è tutta una parte che è poco raccontata insomma della storia di questo ambiente che a me personalmente rimane di più mi interessa di più che non sì no le fioriture per carità possono essere belle più o meno impattanti da un punto di vista estetico per la carità si apprezzano però insomma la distinzione tra il tulipano X e il tulipano Y francamente mi lascia abbastanza indifferente per mia come dire incapacità di coglierne gli aspetti non perché non sia interessante. E quindi forse sì effettivamente in Italia rafforzare questo aspetto un po' delle motivazioni che stanno dietro anche delle personalità insomma della vita di chi li ha creati eccetera potrebbe essere interessante effettivamente e sono tutti i contenuti che diciamo passano più attraverso uno storytelling e non attraverso un pannello o robe del genere insomma se c'è qualcuno che racconta sì sicuramente è interessante che quando eravamo andati a vedere il giardino Lorella sul territorio però non è inserito nel nostro circuito è qui ad Ameno è un giardino privato fondamentalmente però lì c'era il giardiniere insomma Giustina insomma che è stato insignito di vari premi internazionali che ci faceva appunto una visita insom-

ma e ci spiegava tutta una serie di scelte anche che son state fatte perché la cosa che forse non cioè se uno non si intende come me di botanica non è che riesce a capire bene il perché magari c'è una cosa piuttosto che un'altra cosa e cosa implichi fare una cioè mettere delle piante piuttosto che altre e siccome appunto la botanica è poi quella è una coltivazione non è un ambiente naturale il giardino questa parte qui è forse quella per me più interessante insomma no? Queste scelte le tecniche che stanno dietro. La visione oppure anche il fatto non so come lo scegliere di fare un giardino invernale quindi un giardino che fiorisce principalmente in quel periodo lì rispetto a un altro che fiorisce in altro periodo questi aspetti son tutte scelte molto interessanti insomma ti danno poi una caratterizzazione. Sì quello sì anche se però questi giardini diciamo non è che nascano tendenzialmente per un motivo turistico insomma credo che lo faccia per suo piacere poi o lo apra molto occasionalmente no? Quindi non c'è un intento come dire di portarci un pubblico non è che fa pagare il biglietto d'ingresso.

SM: Ma in generale tutti voglio dire la maggior parte dei giardini in Italia quantomeno non nascono con un intento turistico che siano come Villa Taranto che è stata trasformata poi in un giardino visitabile in questi tantissimi anni. Sono pochi i giardini credo che nascano con l'intento turistico al di là magari di qualche piccolo giardino botanico che nasce non tanto come magari turistico ma come luogo per essere fruito dai visitatori che poi possono essere turisti studenti o altro; sono veramente pochi giardini in Italia nati proprio con quell'intento sono più adattamenti ovviamente di ville o situazioni preesistenti.

ADD: Inizialmente sono giardini appunto di qualche appassionato che poi quando è scomparso magari si è posto il problema di come conservare questa cosa e quindi in alcuni casi sono subentrate delle istituzioni come per il giardino Alpinia che era già un giardino pubblico non era privato insomma. Però altri casi appunto come Villa Taranto a un certo punto per preservare questo ambiente lo Stato lo ha acquisito è stato lasciato allo Stato adesso esattamente questo aspetto non lo so e l'hanno conservato in quel modo lì. O gli stessi Borromeo per conservare questa cosa che hanno ereditato e che ha un costo spaventoso evidentemente si sono sostanzialmente inventati un'attività turistica che poi rende loro e che utilizzano come business fondamentalmente però per mantenere anche tutto questo insieme di beni che hanno ereditato insomma perché poi c'è un costo di mantenimento c'è perché appunto c'è continuamente da fare in un giardino.

SM: Sì poi penso ritornando alla domanda quello che chiedevi se uno apprezza o apprezziamo di più che tipo gli aspetti in un giardino o in un altro dipende anche da cosa ti aspetti da quel giardino ovviamente da un giardino botanico magari gestito da un ente parco o da un altro ente ti aspetti e apprezzi di più effettivamente la parte botanica naturalistica. In un giardino invece che si comunica anche per la bellezza del paesaggio quindi il giardino del Verbano lo apprezzi dipende anche da come si comunica il giardino e dal contesto in cui è inserito e dal motivo per cui lo visiti dipende da tante cose.

RP: Secondo voi in che modo giardini meno famosi e di minor dimensioni, che al momento non godono più del pregio ambientale ma vengono usati come luogo per eventi e concerti, possono essere valorizzati dal punto di vista botanico e storico?

SM: Quindi come far passare il fatto che il giardino sia il prodotto e non invece il luogo di un prodotto giusto? Ma il giardino Lorella che citavi prima lo sta provando a fare questa cosa diciamo il giardino più vicino a noi che sta provando a fare questo. Allora il giardino Alpinia direi che già fa qualche evento però il prodotto il motivo per cui vai a vederlo è il giardino che poi sia per la parte botanica o per la parte paesaggistica comunque è il giardino. Il giardino Lorella che è un giardino di una villa diciamo piccolo non è piccolissimo però piccolo rispetto agli altri parchi sta provando varie strade di promozione pochi eventi devo dire se non magari qualcuno privato si stanno muovendo molto sul settore del lusso anche perché comunque tanti turisti che visitano queste zone tendenzialmente spendono volentieri.

ADD: Anche perché il biglietto d'ingresso...

SM: Sì non è tantissimo. Adesso non mi ricordo quanto costa ma siamo sui 15 euro invece il giardino alpino sono 5 euro. Quindi puntando su una nicchia c'è chi organizza magari qualche evento specifico magari si parte organizzando eventi spot all'anno 2 a stagione o 3 a stagione e poi si prova a lanciare però appunto al di là di fare molto marketing trovare una nicchia magari anche stringere accordi commerciali con guide turistiche o con agenzie di viaggio che lavorano specificamente in quell'ambito. Ecco, magari puntare alla nicchia del mercato potrebbe essere un modo per lanciare un piccolo giardino non ancora conosciuto. Se giardini come Villa Taranto possono pubblicizzarsi in tutto il mondo chiunque entra va bene magari un giardino che deve partire che è un po' particolare potrebbe andare a lavorare su queste nicchie di mercato che

ci sono con collaborazioni molto mirate con guide e con operatori specializzati.

RP: Per quanto riguarda il coinvolgimento delle comunità e o dei visitatori secondo voi c'è una modalità più pratica per coinvolgerli o meglio è possibile coinvolgerli più nel pratico quindi aiutare nella piantumazione di alberi piuttosto che nel mantenimento dei giardini potrebbe attirare la gente che è proprio appassionata alla botanica o più giovani o i più sensibili alla sostenibilità.

ADD: Non è semplicissimo proprio perché comunque richiede delle competenze un po' specifiche perché per quanto insomma adesso uno dovrebbe sapere anche cosa sta facendo e dove mette le mani insomma. E tra l'altro questo genere di competenza appunto in Italia non è diffuso. Anzi se vogliamo è in regresso perché un tempo soprattutto in campagna tutti sapevano lavorare la terra adesso tendenzialmente la maggior parte di noi non lo sa fare insomma anche tenere in mano una zappa o una vanga insomma per dire e quindi non è proprio così immediato coinvolgere le persone. Quello che fa ad esempio Alpinia è comunque un giro attorno di esperti che sono poi del territorio che in qualche modo sono coinvolti. Il Bonfantini ecco per dirne uno ma ce ne sono anche altri insomma che sono coinvolti comunque tra virgolette nella gestione a vari livelli insomma nel senso che organizzano visite. C'è anche un'associazione degli Amici del Giardino Alpinia anche se un po' indipendente insomma non è proprio una gestione proprio come dire sono persone che in qualche modo ruotano attorno. Diverso è per i giardini più privati tipo il Giardino Lorella dove oggettivamente non c'è non c'è molto dialogo con la comunità.

SM: Sì dipende un po' qual è l'obiettivo poi per cui si apre anche il giardino se vuoi aprirlo per fare giustamente avere degli incassi per poi investirli nel giardino oppure se è semplicemente magari un ente tipo il giardino alpino e allora puoi avere anche la tranquillità rispetto al semplice incasso poi del biglietto. E sì mi viene da dire qui da noi a parte appunto giardini gestiti da enti gli altri credo che vogliano fare giustamente business con gli incassi dei biglietti quindi la gestione comunitaria va fino a un certo punto. Ci sono degli esempi avevo beccato un esempio io mentre facevo la tesi proprio in zona Modena o Parma non mi ricordo poi se ti interessa proprio andare a cercarlo di un'iniziativa che si chiamava proprio Giardini Aperti adesso magari nomi del genere e l'idea era proprio che la cittadina adesso non mi ricordo che cittadina però direi della grandezza di Parma potrebbe essere attiva diversi volontari ed era un festival in cui diversi volontari si occupavano di organizzare 3

4 5 giorni di eventi in cui si aprivano i giardini del centro cittadino piuttosto che della città e lì c'era il coinvolgimento della comunità c'erano i giardini e i cortili aperti ma era proprio incentrato sui giardini quell'evento.

ADD: Però sull'apertura.

SM: Sì sull'apertura spot, però c'era un'attivazione della comunità in quel caso.

ADD: Che apertura di giardini ad esempio perché noi come Ecomuseo l'abbiamo fatto per una decina d'anni di aprire dei giardini privati in una giornata la prima domenica di primavera aprivamo sempre questi giardini quindi è chiaro che coinvolge comunque l'amministrazione comunale poi c'erano dei giovani che li tenevano aperti insomma quindi come dire si usciva dalla dimensione privatistica del giardino per farlo diventare tra virgolette patrimonio comune in quella giornata però era quello. Diverso è proprio la gestione della manutenzione, lì diventa un po' più complesso. Poi ci sono anche temi di sicurezza tra l'altro perché comunque iniziano ad essere quei lavori in cui potenzialmente ti puoi far male se non sai cosa fare cioè se non sai come muoverti eccetera ma comunque insomma si prevede un uso di attrezzi quindi è chiaro che chi gestisce rischia di avere delle problematiche non semplici da gestire potenzialmente anche da dire onerose poi da affrontare dopo a fronte di un vantaggio limitato perché poi non è che hai bisogno di tutta questa manodopera neanche perché anche solo chiamare le persone per dire potare le piante ma se non sai potare una pianta la distruggi quindi non è che puoi mettere in mano un paio di forbici col rischio che qualcuno si faccia male per fare dei danni nel giardino insomma per cui non è così semplice. Potrebbe essere un discorso quello con le scuole. Noi avevamo un po' tentato nell'ambito di un progetto che però non è andato a buon fine di coinvolgere una scuola agraria però chiaramente. Perché uno deve sapere appunto almeno le basi. Però non era proprio così semplice organizzare queste cose.

SM: Sì, dipende anche magari dal contesto, perché noi adesso qua non siamo in una città; quindi, questi discorsi aggregare più di noi è sempre difficile, mi viene da dire, magari in qualche città che hanno fatto. Esatto, in qualche città magari c'è qualche esempio di gestione condivisa di parchi pubblici.

ADD: Sì a Novara avevano fatto sicuramente non so qui in quali giardini. Sì però appunto c'è una dimensione anche diversa insomma effettivamente laddove anche gli spazi verdi sono più limitati qui da noi poi alla fine se uno vuole farsi una passeggiata nel

bosco lo fa senza andare in giardino. Insomma c'è meno fame tra virgolette di verde insomma l'ambiente offre altre alternative libere senza bisogno di entrare in un giardino.

RP: Vorreste aggiungere qualcosa di particolare?

SM: Penso che, secondo me tanto dipende dalla finalità con cui viene aperto un giardino. Quindi tante osservazioni diverse possono essere fatte basandosi su questo, sulla consapevolezza di questo aspetto che ognuno apre un giardino con diverse finalità e quindi tante scelte e situazioni dipendono da quella cosa lì.

ADD: Quindi anche la propensione maggiore o minore ad esempio verso i temi della biodiversità poi effettivamente dipende anche da questi aspetti qua perché non è così scontato che poi un giardino voglia poi occuparsi di biodiversità anche perché il giardino comunque è un ambiente artificiale non è un parco. Un parco naturale è già diverso perché tutela una biodiversità naturale di quell'ambiente. Un giardino è una costruzione artificiale dove appunto magari ci sono anche delle piante che non sono autoctone per certi versi quindi spesso.

SM: Tendenzialmente è così,

ADD: Insomma, per cui anche, come dire, parlare di sostenibilità o roba di questo genere può essere un po' complesso

SM: Anzi tante specie questo nell'Ottocento tante specie botaniche invasive sono arrivate si sono diffuse da noi proprio perché le portavano per i giardini da mettere nei giardini anche giardini botanici e poi si diffondevano in giro tipo il primo esempio è la Robinia che l'hanno portata in Europa da mettere nei giardini reali del Re Sole mi sembra che c'era in quel periodo. È arrivata in Italia è stata registrata per la prima volta nell'Orto botanico di Padova e poi da lì si è diffusa per cui ma così tantissime altre specie anzi probabilmente è stato un po' i giardini sono stati un po' anche nemici della sostenibilità della biodiversità quantomeno all'epoca.

ADD: Sono come dire un veicolo di diffusione di specie aliene per certi versi perché comunque uno si fa spedire dei semi di una pianta. Il Poligono del Giappone immagino che sia arrivato probabilmente tramite qualche appassionato di botanica.

SM: Boh, quello non lo so però tanti sì la robinia stessa l'acacia spinescente che è una di quelle prime piante invasive arrivata così che adesso vediamo dappertutto. Insomma.

ADD: Sì. O le tante palme che si stanno diffondendo adesso insomma chiaramente sono state portate qui da appassionati di botanica per i giardini privati. Magari senza particolari ambizioni tipo questo: tre o quattro palme forse di più. È così però insomma è

chiaro che si sono poi diffuse ampiamente. Oppure specie come le sequoie o altro. Poi è chiaro che certe piante non hanno una capacità invasiva per varie ragioni loro quindi rimangono e anzi magari può essere interessante come esempio diciamo di un'essenza botanica che si trova in altre parti del pianeta e che puoi vedere sul posto. Però ecco il dialogo con la biodiversità come dire non è proprio così lineare per un giardino e quindi richiede magari anche delle competenze un po' specifiche per fare un discorso fatto in maniera sensata. Quindi magari avere una direzione scientifica che sappia affrontare bene questi temi contestualizzarli e raccontarli insomma se manca quella diventa un po' difficile impostarlo. Mentre il parco naturale che però è un'area completamente diversa è più predisposto a quello insomma. Rappresenta in modo più o meno integrale quello che può essere l'ecosistema insomma. Quindi quello è un po' il punto e l'altro aspetto ecco in generale è che i giardini non nascono come abbiamo detto per il turismo quindi anche lì poi può diventare occasione turistica però non è solo quella la sua funzione ecco. Non è che nascono per veicolare flussi turistici anzi spesso hanno un problema di carico insomma nel senso che non si può fare entrare troppe persone alla volta e quindi è un tema un po' complesso insomma. Poi è chiaro che dipende dalla dimensione del giardino insomma logicamente.

ADD: Villa Taranto non so quante persone ci entrano tenendo conto delle giornate di punta o le Isole Borromeo insomma evidentemente possono tirare tanto. Già il Giardino Lorella di fatto è contingentato perché comunque non vogliono avere troppe persone insomma anche perché vogliono una fruizione non di massa quindi non vogliono pullman al di là del costo del biglietto. Però l'idea è di avere un gruppetto che entra che poi magari a cui offrono anche il tè in giardino. Il proprietario o la proprietaria tendenzialmente se ne occupa e quindi una fruizione un po' più personale come poteva essere l'esperienza del giardino di queste ville dell'Ottocento quando nascono che poi era fatto per quello. Il proprietario invitava degli amici che non erano dei turisti ma dei visitatori quindi diventava un po' un modo per condividere la bellezza diciamo con altre persone che erano poi appassionate. Poi qui ci sono appunto attivi questi *garden club* eccetera dove comunque ci sono persone che si scambiano esperienze e informazioni anche con delle competenze importanti insomma quindi è chiaro che quelli sono tra virgolette una parte della comunità che ad esempio potrebbe essere coinvolta magari maggiormente in questi giardini poi ciascuno ha

il suo... tendenzialmente ognuno di loro ha un giardino a casa quindi abbiamo anche il Motta il presidente della...

SM: C'è il sig. Motta, non so se lo conosci, Conte Motta, che anche lui è un personaggio che ne sa tanto. È il presidente della OVICE, della società internazionale della camelia, ha questo giardino di camelie, anche un roseto, anche lui lo apre su eventi particolari.

ADD: Sì ogni tanto lo aprono nel periodo delle feste della Camelia o altre cose insomma. Però chiaramente c'è un po' un problema che non si può far entrare troppe persone ovviamente in un giardino quindi va un po' gestito il flusso. Infatti noi quando facevamo l'apertura dei giardini comunque erano contingentati non è che una volta aperto entrano tutti di solito c'era un gruppo con una guida che faceva fare il giro però era un numero chiuso di persone poi ovviamente si facevano un certo numero di giri durante tutta la giornata però non è che si può aprire proprio anche perché poi c'è il rischio che ti trovi dietro la gente che si fa il picnic in mezzo al giardino insomma è anche successo e quindi insomma purtroppo vanno un po' gestite ecco queste situazioni. Il turismo non è sempre la risposta a tutti i problemi insomma anzi a volte come è successo a Roccaraso domenica scorsa o l'altra domenica insomma. Però è chiaro che ci sono ambienti delicati che quindi devono essere gestiti secondo un certo ordine e criterio insomma se no salta tutto insomma per cui quelli sono tutti ad esempio temi comunque su cui magari anche ragionare perché comunque la fruizione non è proprio così lineare dire venite a visitare insomma. Va bene però anche questo dovrebbe avere una funzione un po' educativa che però non è proprio così immediata anche lì.

SM: Sì adesso tipo la mia personale esperienza un po' fuori dal territorio del Verbano. Io ho aperto sono guida del Parco della Valsesia. Il Parco Valsesia cioè siamo al giardino delle grotte di Ara. Non so se ci sei mai stata lì ecco. Quindi hai presente com'è lo spazio? Per 10 domeniche l'anno scorso ho aperto quel posto che è gratuito e fruibile da tutti. A inizio stagione a maggio una micro–influencer piemontese magari hai anche visto il video che ha fatto questo reel in cui visitava il giardino. Boh niente di che però questo ha avuto un grandissimo impatto dal punto di vista delle visualizzazioni sui social. Quindi una marea di gente ma qualcosa come 300 persone al giorno ha visitato quel sito che non ha specie particolarmente importanti dal punto di vista botanico però comunque parliamo di grotte dove sono stati trovati reperti archeologici di un ambiente naturale. E lì l'impatto c'è stato avere 300 o 400 persone al giorno a parte l'impatto sulle persone che vivono in quel paese

ma poi anche proprio sull'ambiente è stato importante. E l'ultima cosa su cui riflettere su questo over tourism è proprio: a cosa diamo importanza? Alla promozione? Quindi vogliamo che tante persone visitino questi siti oppure alla manutenzione? Anche manutenzione nel senso di tutela dei luoghi visitabili. Non è sempre facile fare queste scelte perché da una parte mi dico: "È un peccato lasciare fuori qualcuno e privarlo della possibilità..." quindi contingentare significa privare della possibilità di vedere. Ma dall'altra però dobbiamo anche tutelare. E quindi qual è la finalità? Soprattutto in un caso come quello dove l'ente gestore o l'ente parco in teoria non è sempre così facile poi.

ADD: Poi c'è proprio un tema anche di imprevedibilità perché appunto in questo caso qui il caso di Roccaraso in maniera molto più devastante eccetera cioè ti fa vedere come tu fai un'azione di promozione organizzata eccetera e magari non ti viene nessuno. Arriva questo che fa un video su TikTok e in maniera totalmente imprevedibile per chiunque perché non è che c'è un'organizzazione che dice: "Ok c'è un evento quindi portiamo lì delle persone." No. Improvvisamente ti trovi con centinaia se non migliaia di persone che arrivano in un posto che non è attrezzato per riceverle. Perché poi c'è un problema anche di viabilità di cose eccetera. Per cui anche al Giardino Alpinia se dovessero andarci 10.000 persone si intasano le strade perché sono strade strette. Succede un disastro nel senso che c'è un punto dove due macchine non ci passano. Per cui immagino le code che iniziano a Gignese per andare su ipoteticamente.

RP: Un po' come Orta.

SM: È come Orta: sabato e domenica chiudono le transenne.

ADD: Sì un minimo sono altrettanto ma infatti. Se succedesse al Giardino Alpinia nessuno se lo aspetterebbe se arrivassero lì 10.000 persone magari coi pullman e tutto. Che poi non ci passano quindi fanno un disastro. Viene fuori un caos colossale evidentemente. Quindi questo sta diventando un po' un problema perché rischi di trovarti in posti tutto sommato imprevedibili masse di persone non previste non organizzate che poi impattano. Perché l'immondizia l'inquinamento è tutta un'altra cosa e nessuno è lì pronto ad accoglierli. E quello può diventare complicato proprio alla luce di questa potenza che hanno i social che riescono a muovere le persone però senza alcuna possibilità di previsione. Perché questa influencer qui che dicevi tu ha fatto così.

SM: No, ma in realtà lì non ne hai dichiarato... magari, probabilmente, il parco anche l'ha pagata, l'ha anche chiamata. Non

si aspettavano che ci fossero... Esatto. Cioè, da una parte è positivo, però poi dall'altra ti chiedi: qual è la missione di questo sito? Tutelare e valorizzare oppure ricevere centinaia di persone? Però sapendo magari

ADD: Che sarebbe arrivata così tanta gente a livello proprio...

RP: Organizzativo, si poteva fare qualcosa a livello organizzativo.

ADD: Andrebbero organizzate meglio, anche a numero chiuso e più rigidamente. Il problema è che in montagna sta diventando sempre più drammatico. Ci si trova... insomma, pensi al Devero o ad Alpe Veglia: in quei posti lì, ormai andarci in estate sta diventando improponibile. Perché sì, poi chiudono le strade anche lì, perché a un certo punto più di tanto non puoi caricare, insomma. E poi si riversa anche sull'esperienza, che comunque non è quella che uno magari si aspetterebbe. E poi sull'inquinamento: perché va bene che metti il cestino, ma anche lì... il cestino va bene se sono 10 persone, se sono 1.000 quel cestino lì diventa un cumulo di rifiuti. Perché poi funziona così. E quindi quell'aspetto lì sta un po' rivoluzionando il turismo, soprattutto nei posti piccoli, ma anche in realtà nei posti grandi. Perché ormai, se si guarda Venezia, stanno mettendo il biglietto d'ingresso. A Roma, adesso, ho visto che stanno tagliando tutte le cassettine delle chiavi... così anche lì, sì, perché ora sta diventando un problema.

SM: Vero, è per un motivo turistico.

ADD: Esatto, perché comunque creano problemi. A Barcellona i turisti non li vogliono più, perché la quantità di persone che può muoversi in maniera non organizzata è talmente alta che, se si concentra per caso in quel posto lì, tutti assieme diventa un disastro. Che sia una città o, a maggior ragione, posti piccoli... insomma, a un certo punto, dove la capacità di carico è ancora più limitata e non c'è un sistema per gestire queste... chiamiamole emergenze, semplicemente. Forse Orta si è più organizzata, perché chiude le transenne. Ormai lo sanno e non entra più nessuno. Però, se uno ha bisogno di andarci per qualche motivo che non sia il turismo, non ci entra neanche lui. Insomma, non solo l'ambulanza magari ci passa, però sabato e domenica diventa un problema. Queste possono essere anche idee. A proposito di sostenibilità, il rischio è che, per promuovere la sostenibilità in un luogo, si crei una situazione insostenibile da tanti punti di vista.

SM: Diciamo che i parchi naturali dovrebbero farsi, in alcuni casi, due domande su qual è la loro missione: sul Devero, le grotte di Ara, piuttosto che anche a Salbertrand, dove c'è il Parco Gran

Bosco. Dicevano che avevano dei problemi di gente che arriva magari a fare la grigliata, e poi c'è quello educato e c'è quello, invece, maleducato.

ADD: Però anche lì hanno dei limiti, poi, anche loro di gestione, perché non hanno personale. A volte anche le normative non sono così chiare, perché poi alla fine il giardino è già più semplice: se c'è un cancello d'ingresso, eccetera, puoi anche gestire i flussi, insomma, no? Per cui, a Villa Taranto, immagino che sopra una certa soglia non facciano più entrare: ci sarà la coda fuori, e per loro non è un problema. A parte il fatto che è grande e, in effetti, li assorbe entrando. Il problema, a Salbertrand, è che non puoi proprio sbarrare la strada, perché la strada è comunque una strada pubblica. E quindi come fai a bloccarli più di tanto? Cioè, lì comunque c'è la libertà di movimento, in Italia, insomma. Anche sull'isola di San Giulio hanno un po' quel tema lì: volevano mettere anche lì una sorta di biglietto d'ingresso, una volta. Però non è così semplice. Infatti, stavano guardando il caso di Venezia. Ancora Angeleri, il sindaco precedente, lo osservava con un certo interesse per quel motivo lì, insomma. Perché comunque, sull'isola, è un ambiente limitato: se inizi ad avere troppe persone, anche solo per incidenti, incendi, accidenti vari, diventa un problema. Troppa gente, insomma. Perché, purtroppo, il turismo crea questo tipo di difficoltà. I servizi igienici, anche quello è un altro problema: il sindaco di Orta, a sua volta, ha investito tantissimo sui servizi igienici, perché hanno un carico di persone che si riversa lì in estate tale da rendere quelli precedenti insufficienti. Hanno dovuto costruirne parecchi e hanno speso parecchi soldi. Però hanno il vantaggio di avere questa posizione, per cui più di tanto non ci puoi arrivare, insomma. È vero che molti arrivano con il battello da un'altra parte, però anche il battello, più di tanto, non ne può caricare. Ecco, insomma. Se vogliamo, io non vado a recarmi dentro. Ce la posso... una parte. Poi, in qualche modo, sì, insomma. No, altre situazioni non sono così blindabili, no? Insomma. Quindi anche questi sono tutti temi su cui riflettere, insomma. In un quadro che non è poi così lineare o scontato, ecco. Voglio dire, poi non è che c'è una risposta semplice a queste cose.

Intervista Andrea Cottini, Direttore di Villa Taranto, Verbania

Data 18 febbraio 2025

RP: Sono cinque sezioni. La prima sezione riguarda la gestione del giardino e le pratiche sostenibili. Siccome appunto Villa Taranto ospita una delle collezioni botaniche più importanti del Nord Italia e anche dell'Europa, quali strategie vengono adottate per mantenere l'equilibrio tra la cura delle specie rare ed esotiche e la sostenibilità ambientale?

AC: Allora, io non sono un botanico e quindi ti do una risposta che mi dà il mio botanico, che è questa: qui non esiste l'utilizzo di fitofarmaci; quindi, dal 2015 sono ormai dieci anni, non vengono usati fitofarmaci; quindi, il giardino è così com'è grazie al fatto che si opera naturalmente. Questo significa che chi viene deve avere anche un attimo di pazienza perché è ovvio che sarebbe bello non avere determinate cose che si possono avere con una cura fatta in una certa maniera usando elementi chimici e quant'altro. In questo caso viene utilizzato tutto naturalmente. Questo determina il fatto che è un giardino, comunque, di cento anni quindi con una certa età però stiamo sull'onda della sostenibilità, proprio perché i vari infestanti che ci sono vengono tutti curati attraverso... è come diciamo curare una brutta malattia con l'aspirina però perché questo è quello che dice il botanico quindi lo cito il dottor Fabrizio Butté.

RP: Invece, per quanto riguarda le soluzioni della gestione sostenibile dell'acqua?

AC: Per quanto riguarda l'acqua Villa Taranto e il capitano McEacharn negli anni 1960 o nei primi anni Sessanta. Nel 1950 c'è un documento che attesta che ha fatto un atto di comodato gratuito. Quindi avendo in comodato gratuito due pompe che sono dove c'è il molo qua sotto, tutto ciò che è bagnato qua dentro è bagnato con l'acqua del lago, quindi non viene usata l'acqua dell'acquedotto. Questo già dal 1955/56 quindi era già un visionario questo capitano, nel senso che ha usato sempre l'acqua del lago. Infatti, in giro per Villa Taranto ci sono molti rivoli, tutte le acque che vedi, tutte le piscine. È tutta acqua del lago. Poi ci sono delle zone dove c'è scritto acqua potabile, che deriva dall'acquedotto, ma è per i visitatori e per chi vuole dissetarsi. Tutte le altre. L'acqua non deve essere bevuta perché è acqua del lago non filtrata. Viene presa e

portata su. All'altezza di 300 metri c'è una vasca, quindi viene messa nella vasca e poi a caduta va dappertutto nel giardino.

RP: Per quanto riguarda il suolo?

AC: Per quanto riguarda il suolo, diciamo che l'utilizzo quando è stato fatto il giardino qui era tutto si chiamava Castagnola erano tutti castagni quindi lui ha tolto tutti i castagni e ha iniziato a piantare queste piante. L'uso del suolo viene mantenuto nel senso che la tromba d'aria del 2012 ha buttato giù tantissime piante. Ce n'erano molte di più prima. Quindi ci sono delle zone dove è stato spazzato via e dove non sono stati dove non sono stati rimpiazzati e quindi l'uso del suolo mi sento di dire che è mantenuto nella maniera iniziale si cerca di mantenere quella che era la maniera iniziale quindi non ci sono state costruzioni per capirci non sono state fatti nuovi edifici in costruzione se non questo qua che in una zona laterale è stato fatto negli anni 70. Ma questo è l'ultimo edificio che è stato che è stato fatto dagli anni 70 in poi non ci sono altri edifici dentro no.

RP: Come reagiscono i visitatori alle iniziative di sostenibilità? Ci sono pratiche più apprezzate di altre che hanno un impatto più significativo sul pubblico? Vengono raccolti dei feedback al riguardo?

AC: No questo non ti posso rispondere neanche a questo perché io sono qua dal 1.º gennaio quindi io non so come reagiscono i visitatori? Ti dirò come reagiranno quando gli spiegheremo il discorso dei fitofarmaci, il discorso. Perché è una comunicazione precisa su questa cosa qua, secondo me non è mai stata veicolata all'esterno, ancora, quindi sulla pratica di sostenibilità che qua dentro si fanno viene visto come viene esaltata la bellezza del giardino quindi come diciamo fruire di una cosa bella. Ma non è mai stato spiegato bene la parte che è retrostante alla bellezza, cioè la sostenibilità che altrettanto importante te lo dirò quest'anno. Prima non posso dirtelo. Vediamo come reagiscono.

RP: La seconda sezione riprende le iniziative sostenibili, però di conservazione della biodiversità. Quali specie rare o a rischio sono state protette e/o reintrodotte nell'ultimo periodo?

AC: Qui sono state portate tutte delle piante che sono McEacharn. Era un capitano scozzese che aveva dei possedimenti anche in Australia, come sai. Quindi sono state portate delle piante che arrivavano anche dall'Australia. Ci sono delle piante rare. Queste piante che ha portato lui ci sono ancora tutte. Ce ne sono addirittura una che ce ne sono almeno tre che sono oggetto di monumento come fossero dei monumenti perché sono rarissime. E non diciamo che non in questa parte del mondo non ci sono. Ci sono qua in

questo giardino e ci sono proprio perché sono state mantenute non è morta non so se ti dice morta ma non è mancata ancora nessuna di queste piante che ha portato il capitano se non quelle che sono cadute per la Per la tromba d'aria.

RP: non sono più state reintrodotte le piante?

AC: Sono state introdotte nuove piante in una zona che si chiama "L'area delle celebrità" Credo che si chiami così. C'è comunque una zona dove quando sono venute le persone importanti famose Adenauer, Thatcher, Moro quindi nomi molto importanti piantavano una pianta. E quelle piante che hanno piantato ci sono ancora e stanno crescendo ovviamente. Altre cose però non c'è stata reintroduzione di piante intese come fusti di questo tipo che sono tutti anzi si cerca di col botanico bisogna tagliare quello che perché sono piante alte 60 metri e 70 metri che possono essere pericolose, cioè, quindi c'è un discorso di sicurezza e un discorso di sostenibilità. Devo dirti che qui si fa il possibile perché tutte quelle piante che ci sono, siano presenti e viventi, vegetalmente viventi.

RP: Esistono collaborazioni con orti botanici o istituti di ricerca?

AC: No, in questo momento no.

RP: Ce ne saranno in futuro? Non ce ne sono in programma?

AC: Speriamo in futuro, Non programmate in questo momento no, però ci stiamo. A dirti la verità non è del tutto vero nel senso che qua c'è ci sono dei progetti del CNR per cui delle specie botaniche soprattutto collegate all'acqua. Settimanalmente, credo che oggi fosse il giorno perché ho visto le due ricercatrici a turno vengono settimanalmente a prendere dei dati perché abbiamo delle centraline poi abbiamo la centralina meteo e poi abbiamo con la polizia provinciale una trappola per prendere la volpe/Tasso che non li prendiamo mai però c'è. Quindi le uniche le uniche persone che entrano dentro per fare ricerca sono queste in questo momento qua. Quindi col CNR c'è qualcosa però. Prova a guardare deve essere un progetto europeo, comunque, un CityLife qualcosa del genere dove c'è questa qui che viene usato come dato e ha ecco adesso mi ricordo che me l'ha detto. È un progetto Life perché questo è un giardino all'interno di una città. E quindi guardano forse l'assorbimento della carbonica eccetera eccetera. Tra l'altro, questo giardino tu sei già venuta. Sei già stata? andando sopra (la collinetta), praticamente non senti nessun rumore, no. Strano, perché di solito quando tu vai in alto senti i rumori delle macchine. Invece qua no. Non so come è stato fatto.

RP: Sezione tre, al momento ci sono delle iniziative, percorsi o laboratori di sensibilizzazione e educazione?

AC: Per il momento zero. Cercheremo di sensibilizzare. Per il momento non c'è niente. Vorremmo fare qualcosa sicuramente col botanico, parlando di queste cose, cercando di informare.

RP: Allora vado direttamente alle ultime due domande. Ci sono dei programmi educativi diversificati per le scuole per i più giovani

AC: No, non lo so. Ci sono le guide che sono le guide, quelle che. Sono dell'elenco che hanno fatto in provincia, quindi sono abilitate quelle guide della provincia, ma non sono nostre guide. Quindi chi vuole una visita guidata si deve rivolgere a un elenco che ha sul nostro sito che riprende il sito della Provincia dove dice qui trovate l'elenco di tutte le guide. Sul fatto che ci siano dei gruppi alcuni gruppi sono organizzati quindi hanno già un accompagnatore che diciamo che sulla fascia dei bambini c'è poco e su quello stiamo cercando di lavorare. Poi per la fascia di studenti di età adesso stiamo sottoscrivendo delle convenzioni per fare degli stage quindi Piemonte orientale, Università di Parma e con le scuole superiori. Delle convenzioni con l'istituto Cavallini di Stresa e l'agrario di Crodo. Quindi diciamo i due istituti agrari uno sulla provincia di Novara nella sua provincia di Verbania. Perché alla fine noi abbiamo bisogno di personale. Abbiamo 15 giardinieri quindi diciamo che è necessario rinfoltire poi volta per volta.

RP: quali sono gli aspetti che possono interessare maggiormente i visitatori da un punto di vista educativo nel senso. Approfondimenti più sulla botanica, più sulla storia della villa o delle specie, oppure qualcosa più sul valore artistico paesaggistico per cui è conosciuta Villa Taranto.

AC: Ma, secondo me, più che altro penso per la parte botanica e la storia del capitano, cioè la storia del capitano. Comunque, abbastanza. Da quello che ho capito io è una storia abbastanza importante e che viene usata dalle guide perché è un personaggio molto particolare, che ha fatto tante cose, ha fatto la guerra, ne ha anche combinate un po', quindi voglio dire anche un po' strana come lui viene a conoscenza della non era sua, lo sai, no? Quindi l'ho acquistata perché l'ho letto sul giornale. No, è strano che lui arrivi col treno, Scenda, dice no, lo compro, vengo a vivere qua. Cioè, è un personaggio sicuramente molto particolare, sicuramente aveva una visione che, se oggi ha è morto nel 65 se oggi a sessant'anni siamo ancora qui dalla sua morte siamo ancora qua in questo giardino. Sicuramente la sua visione era una visione a lungo termine molto meglio della nostra

RP: Ok. Sono in programma dei percorsi tematici. Per soddisfare queste esigenze del pubblico.

AC: Allora percorsi tematici. Mi trovo in difficoltà perché noi siamo un giardino botanico che di fatto ha come servizio il fatto di essere un giardino botanico cioè quindi nell'oggetto sociale e nel nome della ditta giardini botanici di Villa Taranto purtroppo non c'è più la visita della villa perché si chiamava giardino perché lui viveva nella villa dove adesso c'è la Prefettura quindi nella concessione demaniale noi siamo concessionari demaniali questo demanio concessionari gestionali demaniali. Nella concessione c'era la villa. Questa villa non è più visitabile dal 1994 quando è stata ceduta alla Prefettura e quindi sono stati tolti due ettari e mezzo. Ma al di là di ciò che è stato tolto è ovvio che le persone nel nome soprattutto nel nome veicolato da Villa Taranto si aspettano di vedere la villa. Cioè si aspettano prima o poi di andare a sbattere contro l'edificio e dire boh adesso entrerò vedo qualcosa. Invece no. Invece vedono solo il giardino e visitano solo i giardini perché quella parte non è visitabile. Quindi da un certo punto di vista noi stiamo ragionando sul fatto che sono i giardini i principali. E dal punto di vista del marketing abbiamo provato a fare un ragionamento subito collegato a questo picco no che ti dicevo che è dovuto al maltempo dell'anno scorso. L'anno scorso ha piovuto tutto aprile ha piovuto Pasqua ha piovuto il ponte della Pentecoste ha piovuto il ponte del 2 giugno ha piovuto a Ferragosto ha piovuto sempre. La domanda è come si gestisce il giardino botanico? Dato per scontato che un 50% è fatto di stranieri che vengono a vederlo bene o male i dati che ti posso dare ma che non sono provati da nulla sono una stima di Giuliana 50% che però vuol dire forse il 50% non lo so. Per cui per gli stranieri che piova o non piova non gliene frega niente cioè non è un problema quindi piove e vengono lo stesso con l'ombrello guardano fanno il giro come se manco se ne accorgono che piove. Noi italiani invece no. Cosa possiamo fare non avendo noi una cosa da visitare al chiuso perché noi non abbiamo uno spazio chiuso dove dire va beh ragazzi oggi piove. Facciamo una bella conferenza. Siamo sotto abbiamo uno spazio una sala parliamo di noi. Dei giardini quando piove? No, non ce l'abbiamo. Quindi abbiamo fatto il biglietto unico col Museo del Paesaggio. Quest'anno c'è il biglietto unico cioè 13€ il biglietto d'entrata ai giardini. Con 15€ c'è il biglietto unico cioè con lo stesso biglietto io andrò al Museo del Paesaggio che a Verbania ed è a 700 metri da qua. A piedi c'è il tempo di andare, fai il giro lì. Anzi se passa di qui fai prima. Passando di qua sono 700 metri si arriva al Museo del Paesaggio. Quindi col nostro biglietto si entra anche al Museo del Paesaggio e viceversa. Quindi col biglietto del Museo del Paesaggio vendendolo là ci sarà

un biglietto unico. Quindi chi compra il biglietto da loro con 15€ vedrà e potrà entrarvi. Quindi questo si cerca di dare e in questo qua proviamo a vedere cosa succede ma innanzitutto di intercettare una fetta di pubblico che magari andava sul Museo del Paesaggio e che ai giardini non ci sarebbe venuta ovviamente ma viceversa fare andare là un soggetto che magari qui veniva perché comunque i numeri sono questi cioè stiamo parlando di 150.000 o 160.000 ingressi 150.000 biglietti cioè non è poca roba quindi metti che anche solo il 50% o il 30% loro fanno 10.000 visite 10.000 biglietti all'anno al Museo del Paesaggio quindi se anche entrasse solo il 30% sarebbero 50.000 visite e farebbero sei volte quello che hanno fatto. Che significa però rafforzare un soggetto culturale che per noi è importante cioè non è vero che essere soli dal punto di vista del marketing e dal punto di vista della destinazione. Essere soli ti rafforza o essere soli ti indebolisce da un certo punto di vista cioè ti rende non così forte nel momento in cui se c'è il maltempo cioè non c'è un altro motivo per venire qua a Verbania e poi venire a vedere anche Villa Taranto cioè è importante che ci sia il Museo del Paesaggio cioè se si rafforza e arriva a 30.000 o 40.000 vuol dire che molte più persone vorranno vedere il Museo del Paesaggio e molte più persone vorranno vedere anche Villa Taranto. Se sei in due riesci anche a gestire riesci ad aumentare il tipo di proposte riesci ad aumentare il tipo di servizio che magari poi riesci a offrire a chi fa il biglietto e poi magari si aggregano anche altri soggetti che adesso sono piccoli piccoli ma che magari si agganciano e allora riesci a dare un'offerta a tre. Poi c'è il teatro qua vicino quindi voglio dire magari riesci anche perché comunque stiamo parlando di una città di 30.000 abitanti di tutto rispetto cioè stiamo parlando di una piccola cittadina e non stiamo parlando di Milano per cui ci sono dieci cinema venti teatri 80 musei e Picasso e quant'altro.

RP: Valorizzando i punti di interesse della città in modo più coeso

AC: Esatto. Provarci almeno provarci, ho risposto. Sì, ho risposto per quello che potevo. Cioè, nel senso per quello che sapevo. Percorsi tematici non ci sono, abbiamo fatto una riunione prima abbiamo parlato di bambini eccetera cioè stiamo facendo dei ragionamenti purtroppo queste cose qua non sono mai state fatte tant'è vero che ti dico la verità secondo me quelli sotto gli undici anni che sono entrati qua possono essere stati dei centri estivi con le elementari a fare un giro ma che ci siano delle famiglie che vengano coi bambini piccoli mi sembra in abbastanza improbabile Chi è del posto, magari sì, vieni, lo porti a fare il giro però voglio dire che io

ti parlo di famiglie, eh. Allora diciamo 4 milioni di turisti all'anno, tolti gli abitanti sono circa 3,6 milioni di turisti che non sanno cos'è o ritengono che non sia un punto d'attrazione per loro, che meriti almeno di essere visto una volta. Anche perché altri milioni, tutti gli anni, gli stessi che tornano non cambieranno. Quindi voglio dire che. Se non sono venuti vuol dire che per loro non era interessante. Quindi bisogna capire dove andare a lavorare. C'è tutto un ragionamento sulla comunicazione che deve essere fatto. Però poi farlo pian piano. Beh.

RP: Ultima sezione, ci avviciniamo alla fine. Turismo sostenibile e impatto economico? Considerando l'alto numero di visitatori. Quali sono le strategie adottate per minimizzare l'impatto ambientale del turismo sul giardino stesso

AC: Ma non si raggiunge l'overtourism. No perché se tu conti comunque 160.000 e li dividi su 260 giorni di apertura mediamente non sono neanche mille persone al giorno. Cioè un ambiente che è di dodici è tutto su 16 ettari tolti due della Prefettura quindi siamo sui 14 ettari e sono sette chilometri di percorso. Quindi all'interno di una giornata mediamente 1000 persone non hanno un impatto così e poi se guardiamo qua capiamo che magari ad aprile nel 2023 ce n'erano 50.000. Però cosa significa in termini medi 1500 al giorno in un posto che ne può ospitare 4000 o 5000? Quindi siamo ancora in un delta volendo di crescita più che più che triplicabile. Sarebbe interessante riuscire a parlare di overtourism con questi dati qua poi mi dovranno dare quelli degli anni precedenti. È interessante capire se tutti gli aprile sono così e gli altri mesi son così allora vuol dire che ad aprile abbiamo sicuramente un grandissimo flusso che però negli altri mesi poi viene spalmato in maniera diversa. Quindi noi non dobbiamo lavorare qua nei periodi di maggior affluenza dobbiamo lavorare qua nei periodi in cui il giardino è meno visitato. Quindi dobbiamo dare delle proposte qua verso la seconda parte della stagione e non verso la prima perché sulla prima con aprile maggio e soprattutto aprile ci sono le fioriture e a maggio ci sono le prime fioriture. Il botanico quello che sta facendo è che sta cambiando la logica delle fioriture perché come tutti i giardini abbiamo delle fioriture mensili quindi mensilmente anche a luglio abbiamo delle fioriture e non fatto aprile fatto maggio ciao. Cioè quello che è fiorito è fiorito e il resto non c'è più niente. Quindi in termini di sostenibilità onestamente collegato col discorso dell'acqua che ho fatto prima quindi non siamo diciamo molto sostenibili da questo punto di vista ecco.

RP: Quanto ritiene che il *garden tourism* possa diventare un modello di turismo sostenibile e come Villa Taranto può contribuire a questa visione.

AC: Come ho detto prima, se si pensa che un soggetto debba fare da traino e ci si agganciano altri soggetti un conto ma altrimenti se non ci sono altri soggetti non è facile avere una visione. Cioè se tu vai a Firenze non vai a Firenze perché sai che vedrai la scultura, la pittura l'architettura e la storia. Ma se tu vai in un posto e vuoi dire che c'è solo una cosa quanto ci stai in quel posto? Ci passi non ci stai. Quindi se noi qui avessimo un sistema di giardini complessivi o si sviluppa un sistema di giardini complessivi per cui io che ne so faccio tappa a Verbania poi vado a vedere forse a Brissago c'è un giardino più vicino. Il sistema dei parchi cioè faccio un ragionamento coi parchi. Però i parchi non sono giardini. Cioè faccio un ragionamento sul *garden tourism* perché se ci sono delle ville o chi ha le ville le mette a disposizione e fa entrare le persone all'interno del loro giardino e le fa visitare allora capisci e dici vado a vedere Villa Taranto poi vado a vedermi quella villa in quel posto e là dormo due giorni tre giorni mi faccio una tappa del *garden tourism* perché sui ci sono delle ville o questi che hanno le ville le mettono a disposizione fanno entrare le persone all'interno del loro giardino fanno visitare e allora capisci dici vado a vedere villa Taranto poi vado a vedermi quella villa il quel posto la dormo due giorni tre giorni mi faccio è una tappa del *garden tourism* altrimenti è una tappa di passaggio. Cioè, può svilupparlo come può sviluppare una tappa di passaggio, cioè in termini di entrate a me, non mi cambia niente ma in termini di territorio non dà una ricaduta perché molto specifica questo è il mio punto di vista.

RP: In programma nuovi progetti per migliorare ulteriormente la sostenibilità del giardino per espandere l'offerta formativa. Ma abbiamo già risposto...

AC: Beh abbiamo in mente tante cose però bisogna capire come. Secondo me bisogna iniziare a comunicare ciò che la parte di sostenibilità che noi facciamo che è già tanta roba. Poi abbiamo archivi enormi di foto e articoli che dovrebbero comunque essere valorizzati anche lì. Cioè noi dobbiamo guardare più che guardare fuori dobbiamo guardare dentro quello che abbiamo qui dentro. Ci sono delle risorse da sviluppare che una volta sviluppate già porterebbero naturalmente a uno sviluppo anche della visibilità e forse anche della ricettività in termini di presenze però è un lavoro che va fatto cioè è già dentro il percorso perché poi se uno lo analizza c'è la parte botanica c'è la parte storica c'è la parte. Ci sono tante

cose che si possono sviluppare e sono già dentro quindi il nostro vantaggio il vantaggio che abbiamo è che abbiamo internamente le potenzialità per sviluppare una narrazione che può essere sviluppata tra l'altro sui bambini sugli adulti sugli anziani sulla parte scientifica. Quindi. È ovvio che tu vieni qua e ci vieni un giorno e è tutto. Se vuoi sapere tutto dovresti formarti leggere. Cioè dipende che cosa vuoi cosa ti aspetti? Cosa ti aspetti da questo giardino? Sicuramente è un giardino che ti può che ti può raccontare. Un giardino che può raccontare qualcosa. Però dipende anche quanto tu hai la voglia il tempo e la disponibilità ad ascoltare quello che lui dentro esprime nel giro perché comunque è un giardino cioè un giardino che è frutto di una rima di un concerto non è una cosa. A differenza di un parco che è una cosa naturale che la natura ha fatto quindi di natura non c'è niente c'è la natura che è naturale. Ma la conformazione com'è stata fatta? Perché è disegnato così? Perché è tutto pensato. E quindi questo è un valore aggiunto.

Intervista Villa Anelli con Andrea Corneo
e intervento Orsola Poggi Corneo

Data 11 marzo 2025

RP: Per quanto riguarda la gestione del giardino ci sono delle pratiche di sostenibilità nell'utilizzo del suolo nell'utilizzo dell'acqua e nella riduzione dell'uso di pesticidi dannosi?

APC: È un neologismo che quando io sono consulente dell'uso di fitofarmaci no? E non si usa nel senso che deriva da "pest" e quindi pesticidi è comunemente usato ecco però la prima cosa che dicono al corso di uso di fitofarmaci è non usate il termine pesticidi. La gestione dei giardini diciamo di carattere ornamentale da un punto di vista strettamente diciamo ambientale è più che sostenibile nel senso che non si usano pratiche agronomiche che si usano in agricoltura che impattano insomma no? Quindi da questo punto di vista noi non usiamo concimi non usiamo prodotti fitosanitari non usiamo non usiamo praticamente quasi niente e usiamo le foglie delle piante che ogni anno vengono riciclate alla base della pianta e queste foglie degradandosi diventano humus e ridonano alla pianta i prodotti quindi il ciclo... stavamo dicendo che nelle pratiche dei giardini privati non si usano pratiche che impattano sull'ambiente insomma ecco di solito quindi da quel punto di vista è sostenibile da un punto di vista invece della fatica è insostenibile nel senso che si andrà incontro a un graduale secondo me abbandono di questi di questi giardini perché la gente non ha più voglia di far fatica insomma in sostanza lavorare in giardino vuol dire fatica che poi vuol dire ammalarsi col mal di schiena e quant'altro per cui da quel punto ritengo che sia poco sostenibile.

OPC: Io ti posso parlare soprattutto delle iniziative che si fanno. Quello che noi facciamo è cercare di convogliare le persone con gruppi ovviamente per risparmiare energie noi e per farli portare a guardare la natura presente nel giardino che in realtà sono piante provenienti dai 5 continenti attraverso la riscoperta della sensazione del tempo e del movimento slow. Come mi hai sentito dire l'altra volta noi siamo in un punto molto impervio perché non arrivano i pullman al massimo quelli piccoli. Però siamo dentro quella che si chiama via delle genti che è una riqualificazione dei vecchi sentieri della via del sale che portava alla via alta che porta da Verbania alla Svizzera quindi poi le stradine sono belle passano diverse frazioni

noi siamo nella frazione di Conte che è un po' collinare molto vicina ad un'altra frazione che si chiama Pieggio bellissima e che non è percorribile con le auto quindi cerchiamo di valorizzare quello che è anche il luogo che seppure abbia delle difficoltà nell'essere accessibile è molto affascinante e va un po' conquistato. Il giardino della famiglia di Andrea è decisamente impervio nel senso che è un giardino artificiale costruito completamente su terrapieni di roccia muretti a secco una volta erano i vecchi filari dei vigneti piuttosto che posti siccome c'è una fonte d'acqua dove la gente andava a lavare e pian pianino è stato costruito su qualcosa di artificiale qualche cosa che uno vede adesso e che sembra assolutamente naturale molto disordinato quasi come posto mentre in realtà qualsiasi singola cosa ci sia è assolutamente voluta controllata e montata. L'unica cosa che cresce un po' infestante se vuoi sono i bambù e le palme e però anche quelle hanno un loro fascino perché non sono piante autoctone ma lì hanno perfettamente attecchito e hanno caratterizzato un paesaggio su una scia di ambiente orientale che non è assolutamente dei nostri luoghi del Verbano. È quella un po' l'eccellenza del giardino nel senso che la peculiarità sua è questa collezione di camelie che è stata costruita in tempi relativamente recenti perché comunque adesso si parla di anni Sessanta in cui si è iniziato ad essere proprio sfocati a collezionare camelie ma già nelle però quello che è che non nulla a che fare con i soliti giardini botanici dove tutto è un po' formale. Lì è molto informale proprio di stampo inglese per cui è organizzato a stanze molto molto fitte con la vegetazione e quello che dicevi dell'acqua è la cosa più importante. Tu sei sempre accompagnato dallo zampillio dal tintinnio dell'acqua è fresco come giardino e ha queste piante che appunto sono molto molto concentrate molto fitte per cui non sai cosa ti aspetti dietro se fosse tutto piano come non lo so come può essere in altri luoghi dove ti vedi il tratto perfetto all'inglese e con l'aiuolina no? Oggebbio è una cosa completamente diversa però è interessante perché la famiglia di Andrea appunto sa perfettamente nome cognome e patente di ogni pianta che sia stata piantata lì e quelle che non sono state piantate lì son state seminate dagli uccellini che lasciavano i semi in giro se vuoi. Quando lui parlava del giardino tutto con l'utilizzo e la promozione diciamo della sostenibilità ci sono un sacco di opere di ingegneria ambientale dentro il giardino dove tu vedi che i contrafforti per sostenere un po' le parti non franose ma comunque dei dislivelli sono realizzati con materiali di recupero presi in giardino per cui i fusti delle palme costituiscono scalini e bacini di contenimento dei terreni che franano e questa è una cosa straor-

dinaria da vedere. C'è un giardino fondamentalmente autarchico uno perché è scosceso due perché difficile e tre perché ha talmente tanta materia prima che alla fine nulla si crea e nulla si distrugge e tutto si trasforma non si butta via niente giusto Andrea?

APC: Sì, giusto

RP: Una domanda un pelino più tecnica per quanto riguarda prettamente un dato quantitativo più o meno qual è l'età media dei gruppi che riescono a raggiungervi a Villa Anelli?

APC: L'età media? Avanza, io continuo ad essere molto giovane

OPC: Noi stiamo cercando di raggiungere i giovani attraverso 5000 canali diversi li vediamo molto interessati abbiamo iniziato a conoscere l'associazione 21 marzo che è operativa a Verbania stiamo cercando di vedere se riusciamo a far qualche cosa con le Sacre Selve sicuramente abbiamo la volontà fermissima di voler associare il discorso della cultura anche trasversale alla natura ma proprio che leghi il giardino come luogo deputato allo sviluppo delle arti e della cultura attraverso la cultura del bello e del semplice nel senso che l'idea che si sta prendendo piede che è quella di voler creare eventi culturali all' aperto è una delle cose che sta diventando fondamentalmente un po' la missione che abbiamo. Quello che non so se mi hai sentito dire che tengo molto fermamente e già Andrea te lo dico comunque domani anche se piove probabilmente Andrea con tutto un gruppo di guide con la Pia Moldegna e tante altre che erano presenti si troveranno sia in giardino che anche a Villa Maioni perché Villa Maioni ecco tu cosa sai di Villa Maioni per dire del giardino di Villa Maioni?

RP: Di Villa Maioni me ne ha parlato una guida di Garden Club di Verbania. So che nasce, almeno il giardino, con un progetto europeo, è stato riqualificato e risistemato e poi la biblioteca, la biblioteca che è stata aperta di recente, recente, per modo di dire, e che c'è una sezione sui giardini.

OPC: Non ti ha detto che fanno le rassegne di teatro all'aperto?

RP: No mi ha parlato dell'impatto della maratona mi detto che è terribile per tutte le piante

OPC: Ecco la Società Italiana della Camelia che è questa Onlus che è nata fondamentalmente nella famiglia di Andrea perché adesso Andrea è presidente ed è stata fondata dal secondo nonno che è quello che ha voluto fondare la collezione delle camelie dentro i giardini di Villa Anelli. Nasce con l'idea di sdoganare che le piante siano per pochi addetti e che siano una cosa super partes nel senso che sono per tutti sono a disposizione di tutti. Quello che sta cercando di fare Andrea nel giardino ma anche a Villa Maioni.

Intanto Villa Maioni è vero che è nata con un progetto europeo ma è nata con la collaborazione assolutamente dell'associazione e siamo in grossissime discussioni come hai sentito che dicevamo con il comune perché il comune la sta lasciando andare ma la sta promuovendo per quello che è il suo fine.

APC: Ma a me non sembra fosse un progetto europeo

OPC: All'inizio sì quando sono state piantate le sasanqua

APC: Quella lì non era un'iniziativa europea ma è stata un'iniziativa dell'università di Torino

OPC: E non era tramite il progetto europeo?

APC: No guarda le piante sono state recuperate dai vivaisti le hanno messe giù i ragazzi della scuola del giardinaggio professionale ed è stata tutta un'operazione a costo zero. Per la prima fase la seconda fase è quella dell'anno scorso o di 2 anni fa ed è stata fatta con soldi proprio del comune il quale aveva ricevuto degli introiti da parte degli oneri dell'edilizia per aver fatto questo nuovo supermercato Eurospin al posto del giardino Hillebrand quindi hanno distrutto questo giardino Hillebrand per collocare appunto questo supermercato e quindi per pulirsi un po' la coscienza di questo atto lo hanno non solo nominato il giardino col nome di questo Hillebrand ma hanno utilizzato in parte gli oneri edilizi per stanziare il finanziamento per la costruzione del giardino che mi sembra ammontasse a 140000 euro. Opera ad oggi non compiuta nel senso che l'ultima fase è stata fatta un po' di fretta in ritardo e non ha purtroppo tutti i cartellini a posto tutte le cose che dovevano esserci perché è stato un po' tralasciato insomma ecco non mi non mi sembra che ci fosse un contributo europeo insomma ecco però ciò non toglie che erano comunque soldi pubblici ecco quello.

OPC: Io devo salutare perché devo andare a prendere la bambina

RP: Grazie mille. Quali sono le sfide principali nel proteggere la biodiversità in un giardino botanico?

APC: No allora cioè se devo fare un passo indietro lo faccio sul concetto di biodiversità allora un giardino è come detto da Orsola una costruzione antropica no? Nel senso che è costruita dall'uomo. La biodiversità in realtà è un ecosistema complesso dove essendoci un equilibrio nell'ambito di tutte le specie vegetali e animali che convivono più all'interno di queste specie vegetali c'è una variabilità genetica cioè immaginiamo una popolazione molto vasta dal punto di vista genetico più questa è resistente per quanto riguarda le avversità immaginiamo che se arriva un patogeno o un qualcosa che incide sulla vita di una specie se questa specie nell'ambito del-

la sua evoluzione non ha avuto tanto il contributo dell'uomo ma è stata libera nel continuare ad evolversi dal punto di vista genetico questa specie è più resistente per cui in senso stretto la biodiversità bisognerebbe relegarla esclusivamente agli ambienti naturali non so un parco naturale integrale come la Val Grande ha un gradiente di biodiversità molto alto un campo di mais un gradiente di biodiversità pari a o no? Perché sono tutte piante ibride tutte uguali eccetera state create per crescere in maniera omogenea e uguale no? Quindi sono tutte uguali. Un giardino essendo una creazione prettamente umana fatta con piante create dall'uomo quindi ornamentali eccetera e alimentari eccetera lo si sta usando anche in questo termine no? Infatti molto spesso si dice biodiversità agricola e qui quando parlo delle vecchie varietà di mele di pere di pere eccetera si. Nel nostro caso si potrebbe chiamare una biodiversità ornamentale cioè il fatto di aver introdotto all'interno di uno stesso luogo tante cose molto diverse una dall'altra no? Per cui sicuramente rappresentano un genoma molto ampio perché si arriva da piante che arrivano dalla Cina, dal Giappone e da tutto il sud est asiatico per farle confluire in uno stesso luogo.

Per un naturalista ad esempio questo aspetto non solo è poco interessante ma non lo renderebbe neanche tanto propenso a questa idea nel senso che in realtà le situazioni di equilibrio non sarebbero avvantaggiate ma soprattutto la paura grossa che un naturalista in questi casi ha è che quando tu introduci delle specie esotiche aliene queste potrebbero diventare infestanti e in pratica nella storia dei giardini eccetera lo è stato nel senso che alcune specie che oggi sono entrate nelle famose black list nel senso che nell'ambito regionale le regioni hanno creato delle black list che sono delle liste di specie potenzialmente o no riconosciute importanti e quindi da non utilizzare e alcune di queste sono state introdotte all'interno di giardini ad esempio per il loro valore ornamentale e dopo tanti anni ovviamente sono diventate specie infestanti e addirittura sono entrate nella black list. Per cui insomma questo concetto qua della biodiversità dipende da che punto di vista lo approcci è tipico del luogo no? E si è evoluto in maniera armonica in maniera tale da essere più competitivo eccetera no? Se tu introduci invece delle specie o antropiche no nel senso che non so quello che tu vai a comprare dal fruttivendolo al supermercato non esiste in natura no? Sono delle varietà migliorate perché la frutta è più saporita perché ha una pezzatura più grande per mille caratteristiche no? Poi vai a vedere quella che è il suo antenato che l'originale perché non è che sia stato creato in laboratorio ma è solo stato migliorato pratica-

mente e a volte assomiglia solo vagamente no? Vai a vedere i nostri pomodori il Pachino no? Quindi quello del supermercato eccetera e vai a vedere invece l'originario pomodoro del Sud America ma non si assomigliano affatto no? È una pallina molto piccola aspra. Avere il pomodoro di Pachino o avere il pomodoro cuore di bue eccetera fa parte di una biodiversità agricola in realtà il concetto di biodiversità dovrebbe essere invece più attinente alla voce originale che c'è nell'ambito della foresta pluviale del Sud America che è il progenitore che andrebbe salvaguardato in maniera più particolareggiata rispetto a quella invece coltivata. D'altronde oggi è un termine un po' abusato oggi bisognerebbe un po' ricollocarlo nella sua vera espressione.

RP: Nel giardino come viene trasmessa la conoscenza botanica viene trasmessa con una certa specifica modalità alle persone che vengono a visitare i giardini, si preferisce promuovere la storia della villa o la parte più botanico ambientale?

APC: Secondo me quando si va a visitare i giardini i 3 aspetti principali sono quelli che hai detto tu. Mhmm. Allora uno è quello storico nel senso che ovviamente la storia dell'arte dei giardini ha avuto un suo percorso nella storia e quindi a seconda del tipo di giardino che si va a visitare lo collochi nell'ambito di un periodo storico e quindi di una moda di una tipologia di giardino no? Un giardino formale barocco italiano francese inglese romantico e quant'altro quindi una parte importante è più culturale e artistica no? In cui rientra la collocazione del giardino da questo punto di vista. Poi c'è una componente sicuramente botanica che è importante perché le piante spesso e volentieri non si chiamano così allora quando uno comincia a usare i nomi latini si mette anche un po' a ridere perché son nomi complicati sembrano che debbano solo rientrare in una cerchia di persone no? Quando la cultura del verde è più evoluta pensando all'Inghilterra e un po' meno in Francia si vede anche in un giardino pubblico qualsiasi anche meno conosciuto che tutte le piante hanno la loro etichetta con il loro nome scientifico mentre ad esempio Platanus × hispanica. La gente finché **quell'**oggetto lo vede per strada ecc. spesso e volentieri non sa il suo nome no? Per cui uno dice guarda quando esci di casa vedi quella fila di alberi no? Ma non sa non dice quella fila di platani quella fila di noci quella fila di ciliegi per cui secondo me quando uno va a vedere un giardino il fatto anche puramente didattico no di cominciare a imparare i nomi e a rendersene più familiari è un aspetto importante no per cui le etichettature delle piante poi quando uno vede un nome non lo identifica finché quando lo

ascolta e basta e quindi sono componenti importanti. L'orto botanico nasce col concetto che le piante devono essere nomenclate ed ognuna debba avere il proprio cartellino. Poi ripeto in Inghilterra vai in un parco pubblico qualsiasi tutte le piante sono nomenclate in Italia vai a Villa Taranto o alle Isole Borromeo e solo una parte delle piante ha il cartellino e altre piante no e insomma c'è questo concetto un po' così di non attenzione a questo aspetto. Il terzo aspetto è quello invece più culturale colturale scusa no? Quindi il fatto che il giardino debba essere curato no? Quindi le piante coltivate le cure che bisogna dare alle piante spesso e volentieri la domanda del visitatore è ma scusa ma quanti giardinieri ci sono e che lavoro fanno per cui la cosa che interessa molto anche è il fatto di far fatica insomma ecco avere una componente di manodopera però che si dedichi alla cura di questo giardini. Nelle visite guidate vediamo di toccare tutti gli elementi come elementi importanti e di trattarli tutti e tre in pari importanza e pari misura.

RP: Più qualcosa nello specifico di Villa Anelli, come viene trasmessa, Si guardano ovviamente le persone che I visitatori che si hanno davanti in base al loro interesse, percepisce più un interesse in un ambito specifico o no?

APC: Quello dipende da due fattori secondo me uno dal tipo di gruppo che arriva ci sono gruppi di persone più interessate al mantenimento e al giardinaggio altri più alla storia poi secondo me è la persona che spiega che deve trasmettere qualcosa no? Per cui alla fine l'interesse specifico verso uno o l'altro argomento viene insomma ad esempio mia mamma che ha più una predilezione per la parte diciamo più storica riesce a trasmettere meglio questo argomento io magari riesco trattando e occupandomi direttamente del giardino eccetera riesco a trasmettere meglio invece la parte più di manutenzione no? Per cui dipende anche un po' da chi poi in quel momento fa la visita guidata e l'aspetto prettamente botanico io ho cercato di condensarlo in una mappa di visita dove praticamente c'è un rilievo abbastanza preciso del giardino con tutti dei numeri e a questi numeri corrisponde il nome scientifico per cui in teoria con la mappa alla mano il percorso botanico uno può farlo ma anche in autonomia e comunque questa mappa poi la può portare via e spesso e volentieri vedo che qualcuno fa fotografie e poi segna di fianco il numero di dove ha fatto la fotografia no? Quindi la mappa di visita secondo me è una cosa molto importante insomma da questo punto di vista per cui se vogliamo fare la colonna storica di una visita classica di solito si accoglie il pubblico si fa una introduzione dove uno dice dov'è collocato il giardino in quale periodo storico è

collocato che storie ha avuto il perché è diventata una collezione specifica di camelie poi si fa vedere la mappa di visita dove si spiega com'è fatto il giardino qual è la sua estensione conformazione eccetera e poi si parte per la visita vera e propria del giardino che vuol dire un tour guidato e lì ovviamente è più l'occhio che deve concentrarsi su quello che c'è di interesse in quel momento ovviamente se è il momento di fioritura delle camelie la visita al giardino si farà molto più dedicata alle camelie se in quel momento ci sono le azalee se ci sono gli altri fiori ovviamente si fa su quel fiore lì. In maggio faccio delle visite dedicate proprio anche al bambù che è una cosa che magari pochi hanno visto e quant'altro ma in quel momento si vedono proprio le piante che crescono di bambù per cui ecco diciamo che nei giardini secondo me c'è una certa variabilità e nel nostro giardino in particolare a seconda delle stagioni cioè la visita di marzo è diversa da quella di maggio è diversa da quella di agosto quindi si intende no? Molto spesso ecco hai ritirato il ballo l'Inghilterra però anche Villa Taranto ad esempio ha sponsorizzato molto il fatto che gli abitanti di Verbania andavano a vedere Villa Taranto in ogni stagione quindi ha fatto dei biglietti gratuiti mi sembra per la popolazione o perlomeno scontati in modo che ritornassero però nel giardino ogni mese in maniera tale da vivere il giardino nelle sue componenti diverse a seconda delle stagioni.

RP: Per quanto riguarda la sostenibilità l'interesse verso questo argomento dei visitatori è cambiato nel tempo? C'è stato un aumento delle domande dei turisti e dei visitatori

APC: cosa intende con sostenibilità? Ambientale?

RP: Tutti gli aspetti sociale, ambientale economica

APC: Ma va da sé che entrando in un ambiente così allora naturale, talmente pieno di aspetti naturali, secondo me l'aspetto prettamente ambientale, ma viene un po' meno, nel senso che uno dice, ma qui è inutile che stia a pensare la sostenibilità, qui sono entrato in una foresta pluviale amazzonica per cui l'aspetto diciamo ambientale viene assolutamente un po" dimenticato insomma che ecco no? Come tu entri dentro un parco naturale sì ti viene da pensare che questo sia praticamente sostenibile se un chilometro prima eri nel centro di una città in una zona molto urbanizzata no? Quindi hai cambiato proprio, secondo me, ambiente no? Però tu arrivi sul Lago Maggiore che già ti dà un aspetto di gradiente di naturalità, di naturalezza molto ampio per il fatto che hai il lago dove chiaramente essendoci acqua non c'è costruzioni essendoci le montagne che sono ancora molto selvagge sono senza costruzioni per cui entri poi il giardino che assomiglia un po' a una foresta

pluviale alla fine l'aspetto di sostenibilità ambientale, secondo me, nel visitatore è poco è poco appariscente insomma ecco. La sostenibilità dal punto di vista dell'input se vuoi economico di fatica che metti e il risultato che hai quello invece è palese cioè la gente si stupisce molto del tanto lavoro che c'è del se vuoi poco ritorno perché tutto sommato i giardini non è che hanno un diciamo un ritorno di pubblico di come potrebbe averlo un famoso museo o non so la settimana del mobile di Milano quindi la gente comunque rimane sempre molto favorevolmente impressionata dal fatto che ci sia tanto apporto di fatica di impegno ma anche disinvestimento economico no? A fronte di un ritorno molto modesto. Ad esempio tu vai a vedere delle cose che pensi che abbiano un ritorno economico devi prenotare molto in anticipo piuttosto che insomma hai la sensazione che ci sia insomma la fila ecco invece ai giardini non hai questa sensazione per cui secondo me è più un concetto di sostenibilità economica e sociale insomma il concetto di dire molto strano che non ci sia la coda di visitatori è strano che ci sia comunque l'apporto di così tanta energia e impegno pubblico in qualcosa che tutto sommato ha un ritorno di reddito economico più modesto.

RP: Benissimo. Ultima domanda: per quanto riguarda la coesione delle forze tra queste realtà di Slow Tourism cosa ne pensa? È previsto qualcosa per Villa Anelli?

APC: Cosa intendi come coesione?

RP: Esempio pratico adesso Villa Taranto dovrebbe iniziare a vendere I biglietti in un biglietto unico per fare un'entrata sia al giardino che al museo di Verbania. In modo tale da avere una sponsorizzazione anche del museo del paesaggio che a volte viene tralasciato specialmente nei periodi un po' più primaverili, estivi non viene preso molto in considerazione sia per dare al visitatore un'opportunità di eventualmente se non riesci a visitare Villa Taranto perché è un giorno di pioggia, un giorno non favorevole al giro del giardino, di visitare un altro, punto di interesse nelle istanze

APC: Sono questi biglietti cumulativi che ora si fanno in molti posti in cui un bene aiuta l'altro e io lo vedrei nel caso del Lago Maggiore come un sogno un miraggio nel senso che purtroppo non so quanto tu abbia frequentato il lago dal punto di vista turistico ma ti sarai accorta che è una realtà molto scollegata. Adesso la sinergia tra Villa Taranto e il comune è perché entrambi hanno come partner l'amministrazione comunale no? Sì ma per il comune cioè volendo fare un'iperbole perché non sarebbe mai all'altezza ma volendo entrare Villa Anelli in una logica chiamiamola di questo tipo

con un biglietto cumulativo secondo me va al di fuori di ogni logica del comune perché il Lago Maggiore viene visto sostanzialmente già diviso in 3 parti da una parte lombarda una parte piemontese una parte svizzera e all'interno solo anche della parte piemontese la dividi già per 2 province e poi la dividi per areali nel senso che ad esempio adesso ci sono molte sinergie nell'ambito della zona nostra che chiamiamo alto lago che va da Ghiffa a Cannobio e qualche cosina ma non ha colloquio né con Verbania né con Stresa né con insomma ognuno va un po' per ordine sparso perché non c'è un ente di promozione turistica globale c'è questo Distretto dei Laghi di cui avrai sentito parlare che però non ha un focus continuo sul territorio no? Lavora su dei progetti no? Per cui ad esempio tu penso che sia andata a questa riunione dei Soul Gardens no? Ecco fra 2 o 3 anni purtroppo la mia esperienza ti dico che di Soul Gardens non si parlerà più perché si parlerà di qualche altra iniziativa che ha ricevuto dei finanziamenti no? Per cui un po' la drammaticità del luogo del Lago Maggiore è quella che non ha un legame tra tutti questi beni no? Ed è un legame cioè nel senso unico perché ogni comune avendo la sua pro loco avendo la sua agenzia del turismo eccetera va da sé che cerca di portare i turisti da loro e se così non facesse ci sarebbe lo scontento da parte degli operatori turistici immagina che uno va a Villa Taranto e gli si dice sì ma vai a Oggebbio perché c'è una bella villa di camelie no? Allora il ristorante di fronte a Villa Taranto piuttosto che l'albergo di Verbania direbbe ma scusa ma io pago le tasse a Verbania e questi qua invece che mandarmeli nel mio ristorante mi mandano a Oggebbio dove automaticamente andranno a mangiare al ristorante di Oggebbio no? Mhmm per cui benché Verbania sia il capoluogo di provincia questo discorso non riesce a farlo perché si ragiona a livello comunale e così tutte le pro loco ovviamente delle realtà molto piccole come quelle dell'Alto lago ma hanno capito che il fatto di fare delle iniziative comuni ti porta vantaggio e quindi non so ad esempio noi facciamo parte della rete museale alto Verbano dove ci sono c'è Villa Anelli che è intesa un po' come museo all'aperto ma nel frattempo chi fa il suo museo del cappello il del cannolo della spazzola a Cannobio c'è il museo dell'arte insomma no? Ognuno ha la sua collocazione no? E il problema principale del turismo del Lago Maggiore è questo qui di essere troppo parcellizzato troppo dispersivo e di non dare la possibilità agli operatori turistici ad esempio io penso a tutti questi pullman di tedeschi che passano continuamente avanti e indietro e si fanno loro i loro tour personalizzati insomma no? Non si affidano a un ente turistico locale che gli dice guarda le tappe sono 1 2

3 4 se hai una disponibilità di 3 giorni 5 6 7 se uno ha un interesse particolare no? Quindi si strutturano da soli.

Se vai sul lago di Garda vedi una realtà completamente diversa, anche lì è diviso addirittura tra Veneto e Lombardia però vedi spesso, cioè, hanno gli stessi dépliant vedi che proprio hanno un discorso molto più unito inclusivo di tutte le cose che hanno no? Il perché non te lo so dire sinceramente, poi tutti quando gli fai questo discorso ti dico " a be' però il lago maggiore vuole un turismo un po' più d'élite un po' meno di massa no? Villa Taranto non il giardino in cui arrivano pullman su pullman. Poi ci sono i Borromeo che fanno un discorso più a parte quando si tratta di mettersi assieme in un'iniziativa sono i primi che si tirano fuori. Dovrebbero essere i leader quelli che spingono, ma non gli interessa niente tanto loro le entrate ce le hanno facendo un discorso più tra virgolette democratico, inclusivo degli altri perderebbero turisti più che guadagnarli per cui loro sono I primi a togliersi la relazione.

Adesso non so se in questo discorso di Soul Garden loro si son legati ma credo che non si leghino perché vedono queste cose come delle cose un po' dispersive che hanno poca valenza no? Per cui bene quella di Villa Taranto e del Museo del Paesaggio però è una goccia mezzo oceano

Ecco noi ti dico che lo facciamo questa cosa qua di Villa Anelli è nata più per una passione di famiglia no? Perché, se uno si mettesse a tavolino a dire vorrei fare un'attività turistica basata sulla visita del giardino tutte queste robe qui in un contesto come quello del Lago Maggiore dove pochi si fanno portavoce di questa cosa e soprattutto di giardini privati visitabili non ce ne sono, quindi sarebbe un deterrente no? e per cui, secondo me, la regione, lasciamo il fatto dell'altra regione della Lombardia, meno interessata al problema turistico, che la regione cerchi almeno di amalgamare un pochino di più tutto il territorio insomma no? Monti e laghi. Creando dei percorsi che rendono un po' contenti o più tutti insomma no? È capitato quest'inverno che mi hanno regalato una guida qua a guardarla su internet fa parte ti devo dire dei 111 luoghi da scoprire sul lago maggiore, guardando sulla copertina ho notato che gli autori non sono italiani ma sono stranieri no? Praticamente ci sono una mamma, una figlia e un amico della madre, mi sembra siano belgi o olandesi. Prima di tutto io pensavo di conoscere il lago maggiore, se mi chiedi quanti ne ho riconosciuti, veramente di questo elenco direi forse 20%. Ecco quindi siamo neanche a un 25 % al massimo insomma no? Perché si sono veramente sforzati di scoprire dei luoghi veramente che la gente di solito non visita,

non conosce, eccetera, no? Però ho, cioè, la cosa sorprendente è che a parte che molti luoghi sono nella sponda lombarda che spesso e volentieri è la sponda meno avvantaggiata dal punto di vista turistico quindi o che comunque io conosco meno ma che è meno è meno frequentata perché io penso che ci siano gente che non so tantissima gente che va dalla Laveno, ad Angera, questi posti qua, no? È molto più comune venire dalla nostra parte, no? Del lago, no? Di parti passo ci sono molte mete dalla parte della svizzera. L'ho trovata una guida molto simpatica e interessante, poi appena posso alla fine di quest'estate quando avrò modo di fare qualche tappa, magari in bicicletta così da fare un turismo molto più slow no? Vedere molte cose

Appendice B

QUESTIONARIO

Il valore culturale e ambientale dei giardini nel Verbano Cusio Ossola

Gentile partecipante, sono Roxana Popusoi, studentessa del corso di laurea in Gestione Ambientale e Sviluppo Sostenibile presso l'Università del Piemonte Orientale, Dipartimento di Scienze per lo Sviluppo Sostenibile e la Transizione Ecologica (DISSTE). Questa ricerca esplora il *garden tourism*, un settore in crescita che valorizza i giardini botanici e storici, promuovendo la sostenibilità e la conservazione della biodiversità. Il questionario intende indagare come eventi e iniziative in questi spazi possano sensibilizzare il pubblico sui temi ambientali e contribuire alla tutela delle specie vegetali. In particolare, il questionario approfondirà il valore culturale e ambientale dei giardini nel Verbano Cusio Ossola, con un focus su Mosaico della Natura, un'idea che sto sviluppando per unire arte e natura e promuovere la biodiversità.

La compilazione del questionario richiede meno di 5 minuti ed è completamente anonima

* Indica una domanda obbligatoria

1. A quale fascia d'età appartieni? *

18–25
26–35
36–50
51–65
65+

2. Da dove provieni? *

Locale (Verbano Cusio Ossola)
Altra provincia del Piemonte
Abruzzo
Basilicata
Calabria
Campania

Emilia–Romagna
Friuli–Venezia Giulia
Lazio
Liguria
Lombardia
Marche
Molise
Puglia
Sardegna
Sicilia
Toscana
Trentino–Alto Adige
Umbria
Valle d'Aosta
Veneto
Austria
Francia
Germania
Slovenia
Svizzera
Spagna
Portogallo
Altro paese in Europa
Altro paese non Europeo

Passa alla domanda 3.

🌿 I Giardini del Verbano Cusio Ossola 🌿

Questa sezione è dedicata ai meravigliosi giardini della provincia del Verbano Cusio Ossola. Le prossime domande serviranno a comprendere il tuo livello di conoscenza del territorio e il valore che attribuisci a questi luoghi. Le risposte raccolte saranno utili per valorizzare e promuovere al meglio queste realtà naturali, contribuendo alla loro tutela e fruizione sostenibile

3. Seleziona per ogni giardino sottoindicato l'opzione che più rispecchia la tua esperienza. *

Giardino	L'ho visitato	Lo vorrei visitare	Non lo conosco
Giardini botanici Villa Taranto, Verbania (VB)	☐	☐	☐
Giardino botanico Alpinia, Stresa (VB)	☐	☐	☐
Giardino botanico dell'Isola Madre, Isole Borromee (VB)	☐	☐	☐
Parco di Villa Pallavicino, Stresa (VB)	☐	☐	☐

Giardino	L'ho visitato	Lo vorrei visitare	Non lo conosco
Villa San Remigio, Verbania (VB)	☐	☐	☐
Villa Giuseppina, Monterosso Verbania Pallanza (VB)	☐	☐	☐
Villa Anelli, Oggebbio (VB)	☐	☐	☐
Villa Maioni, sede Biblioteca di Verbania (VB)	☐	☐	☐
Villa Giulia, Verbania (VB)	☐	☐	☐
Villa Rusconi Clerici, Verbania (VB)	☐	☐	☐
Giardino Zen di Anzola d'Ossola (VB)	☐	☐	☐

4. Di quelli che hai visitato o di cui hai sentito parlare quali consiglieresti?
Contrassegna solo un ovale per riga.

Giardino	Lo consiglierei	Non lo consiglierei
Giardini botanici Villa Taranto, Verbania (VB)	☐	☐
Giardino botanico Alpinia, Stresa (VB)	☐	☐
Giardino botanico dell'Isola Madre, Isole Borromee (VB)	☐	☐
Parco di Villa Pallavicino, Stresa (VB)	☐	☐
Villa San Remigio, Verbania (VB)	☐	☐
Villa Giuseppina, Monterosso Verbania Pallanza (VB)	☐	☐

Giardino	Lo consiglierei	Non lo consiglierei
Villa Anelli, Oggebbio (VB)	☐	☐
Villa Maioni, sede della Biblioteca di Verbania (VB)	☐	☐
Villa Giulia, Verbania (VB)	☐	☐
Villa Rusconi Clerici, Verbania (VB)	☐	☐
Giardino Zen di Anzola d'Ossola (VB)	☐	☐

5. Se conosci altri giardini nella provincia che non sono presenti nell'elenco faccelo sapere qui sotto
(Risposta aperta)

6. Come hai conosciuto i giardini visitati?
Seleziona tutte le voci applicabili.

Stampa
Social e web
Passaparola membri della famiglia e/o amici
Gita scolastica
Durante una vacanza nella zona
Associazione culturale (Garden Clubs, Fai, Italia Nostra ecc.)
Escursione
Altro:

7. Con quali mezzi hai raggiunto i giardini?
Seleziona tutte le voci applicabili.

Treno
Autobus
Automobile personale
Motociclo
Bicicletta

A piedi
Car sharing

8. Con chi hai visitato i giardini?
Seleziona tutte le voci applicabili.

Da solo
In coppia
Con amici
In gruppo
Con i genitori
Assieme ai figli e marito/moglie
Assieme alla scuola

9. Qual è stato il motivo principale della visita?
Evento speciale (es. festival di giardinaggio, workshop, mostre, ecc. ...)

Relax e svago
Curiosità o turismo culturale
Interesse per la botanica, i giardini e la natura
Passione per il giardinaggio
Altro:

10. Se hai partecipato ad eventi in quale periodo dell'anno?

Primavera
Estate
Autunno
Inverno

11. La visita era a pagamento?

Sì
Non tutte le visite erano a pagamento
No

12. La visita era guidata?

Sì
No

13. Quanto ritieni utile la presenza di una guida per arricchire l'esperienza durante una visita? *
(1 per nulla utile – 5 indispensabile)

1 2 3 4 5

14. Quanto saresti disposto a pagare per visitare un giardino botanico nel VCO? *
(Risposta aperta)

15. Hai visitato altri giardini botanici in Italia? Se sì, quali hai visitato e in quale città si trovano? *
(Risposta aperta)

16. Hai mai visitato giardini botanici all'estero? Se sì, quali e in quali Paesi si trovano? *
(Risposta aperta)

Passa alla domanda 17.

🌅🌱 Mosaico della natura 🧩🌅:

Un'Oasi di Arte e Biodiversità Mosaico della Natura è un'idea che sto proponendo come studentessa universitaria per coinvolgere i visitatori in un'esperienza che unisce arte e ambiente. Con una piccola donazione, sarà possibile scegliere e "piantare" un tassello di un grande mosaico floreale ispirato ai quadri delle ville storiche e ai paesaggi caratteristici del Verbano Cusio Ossola.
I partecipanti riceveranno un opuscolo informativo sulle specie floreali scelte, potranno tornare a visitare il mosaico una volta completato e ricevere aggiornamenti sul suo sviluppo.

Questa iniziativa vuole non solo valorizzare la bellezza del territorio, ma anche contribuire concretamente alla biodiversità locale, offrendo un habitat favorevole agli impollinatori 🐝
Le tue opinioni saranno fondamentali per capire se questa proposta può suscitare interesse e partecipazione

17. Quanto trovi interessante un evento che unisce arte e natura attraverso la creazione di un mosaico di fiori? *
(1 Poco interessante – 5 Molto interessante)

1 2 3 4 5

18. Ti piacerebbe partecipare attivamente per contribuire all'opera collettiva? *

Sì
Forse, dipende dal costo
No

19. Durante quale periodo dell'anno preferiresti partecipare all'evento? *

Primavera
Estate
Autunno

20. Quale prezzo saresti disposto/a pagare? *

Meno di 5€
5–10€
10–20€
Più di 20€

21. Quali motivazioni ti spingerebbero a partecipare a questa iniziativa? *
Seleziona tutte le voci applicabili.

Passione per la natura e i fiori
Interesse per l'arte
Supporto alla sostenibilità ambientale
Partecipazione a un progetto collettivo
Ammirare rappresentazioni di ville storiche e contesti locali
Altro:

Passa alla domanda 22.

Consapevolezza e Sensibilizzazione ambientale

In questa sezione raccoglieremo le tue opinioni sull'importanza della sostenibilità e della conservazione ambientale nei giardini botanici e su come esperienze immersive nella natura possano stimolare maggiore consapevolezza su questi temi. Le risposte saranno preziose per sviluppare iniziative efficaci e coinvolgenti a favore dell'ambiente

22. Quanto è importante per te la sostenibilità e la conservazione ambientale nel contesto di un giardino botanico? *
(1 Per nulla importante – 5 Molto importante)

1 2 3 4 5

23. Sei a conoscenza di progetti di conservazione della biodiversità in questi giardini? *

Sì
No

24. Quali di questi eventi conosci? *

Evento	Lo conosco	Lo conosco e vi ho partecipato	Non lo conosco
Settimana del tulipano a Villa Taranto (Verbania)	☐	☐	☐
Fioritura delle Azalee e Rododendri a Villa Pallavicino (Stresa)	☐	☐	☐
Camelie Primaverili a Villa Anelli (Oggebbio)	☐	☐	☐
Giornate delle Ortensie all'Isola Madre (Isole Borromee)	☐	☐	☐
Passeggiate tra le Ninfee a Villa Taranto (Verbania)	☐	☐	☐
Festival delle Piante Grasse e Succulente a Villa Giulia (Verbania)	☐	☐	☐
Autunno al Parco della Val Grande	☐	☐	☐
Passeggiate tra le camelie natalizie al Vivaio F.lli Savioli	☐	☐	☐
Visite alle camelie sasanqua a Verbania	☐	☐	☐

25. Hai partecipato ad altri eventi in giardini botanici del VCO non inclusi in questa lista? Se sì, specifica quali*
(Risposta aperta)

26. Hai partecipato a qualche attività educativa o evento di sensibilizzazione sulla biodiversità durante la tua visita? *

Sì
No
Non ne ero a conoscenza

27. Quanto ritieni che la visita al giardino botanico abbia aumentato la tua consapevolezza riguardo alla biodiversità e alla sostenibilità? *

Per niente: non ho percepito un aumento della mia consapevolezza su questi argomenti.

Poco: ho notato solo alcuni spunti interessanti, ma senza un impatto significativo.

Abbastanza: ho approfondito alcuni aspetti che già conoscevo.

Molto: ho acquisito nuove conoscenze e una maggiore sensibilità verso questi temi.

Non vi ho partecipato.

28. Come renderesti un giardino botanico più sostenibile per l'ambiente? *
(Risposta aperta)

29. In futuro, saresti interessato a partecipare a eventi dedicati alla biodiversità e alla conservazione organizzati in un giardino botanico? *

Sì
No

30. Quale tipo di esperienza ti piacerebbe svolgere durante la tua futura visita? *
(Risposta aperta)

✨ Grazie per il tuo tempo e la tua partecipazione! ✨