

ARTEMISIA

I giardini come palcoscenico
del turismo contemporaneo

A cura di
Stefania Cerutti e Andrea Cottini

Il volume nasce a margine di una giornata di studi svoltasi presso Villa Giulia a Verbania (VB) il 18 ottobre 2025, nella cornice dell'evento *Artemisia. Arte e giardini* organizzato dal Comune di Verbania con numerosi partner. L'incontro ha riunito studiosi e studiose provenienti da diversi ambiti disciplinari per riflettere sul tema dei giardini e del garden tourism. I contributi raccolti in questo libro sviluppano gli interventi presentati e le riflessioni emerse. © 2026 Ente Giardini Botanici di Villa Taranto. Tutti i diritti riservati.



In copertina: fotografia di Susy Mezzanotte, titolo: “I Giardini Terrazzati dei Giardini Botanici di Villa Taranto”, ottobre 2025.

ISBN: 9788840023540

Prima edizione: aprile 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
Roberta Lombardi
- 11 Introduzione
Stefania Cerutti, Andrea Cottini
- 15 PRIMA PARTE
- 17 Il turismo non è una panacea
Judith Wade
- 23 Numeri e trend del turismo
Matteo Montebelli
- 35 Paesaggi in scena
I giardini come luoghi di narrazione e fruizione turistica
Stefania Cerutti
- 45 *Soul Gardens*
Ville e giardini, paesaggi dell'anima
per il turismo sostenibile e consapevole
Vanessa Mineo

- p. 55 **SECONDA PARTE**
- 57 La coscienza del giardino
Da patrimonio contemplativo a modello
per il turismo rigenerativo
Claudio Zella Geddo, Samuel Piana
- 69 Giardini e turismo rurale
Una prospettiva escursionistica
per la decentralizzazione dei flussi
Siria Moroso
- 77 I giardini botanici come paesaggio culturale
Pietro Nova
- 85 Garden tourism e conservazione della biodiversità
Il ruolo dei giardini del Verbano-Cusio-Ossola
nel turismo sostenibile
Roxana Popusoi
- 91 Un fiore in valigia
Il Grand Tour al femminile e gli erbari
come diari di viaggio sul Lago Maggiore
Piera Migliore
- 107 Verbania come giardino vivente
Reti verdi, fiumi e turismo sostenibile
Xenia Abramovich
- 117 Conclusioni
Stefania Cerutti, Andrea Cottini
- 121 Appendice
- 131 Le Autrici e gli Autori

«A beautiful garden does not need to be big, but it should be the realization of one's dream, even though it is only a couple of square metres large and is situated on a balcony».

*Neil Boyd McEacharn**

* Di origine scozzese, Capitano e Cavaliere di Gran Croce, Neil Boyd McEacharn (1884–1964) fu proprietario di Villa Taranto, a Pallanza sul Lago Maggiore, acquistata nel 1931. Appassionato cultore di botanica, nel corso della vita raccolse piante pregiate e rare, trasformando la proprietà in un celebre giardino botanico, oggi conosciuto in tutto il mondo.

PREFAZIONE

*Roberta Lombardi**

Nel tempo che stiamo attraversando, segnato da trasformazioni ambientali, cambiamenti sociali e nuove modalità di fruizione turistica, il rapporto tra società, ambiente e territori appare sempre più centrale. In questo contesto, la dimensione del verde non può essere considerata soltanto un elemento decorativo o paesaggistico, ma diventa una chiave di lettura attraverso cui interpretare pratiche, politiche e visioni del futuro. I giardini rappresentano in modo particolarmente efficace questa relazione: sono luoghi in cui natura e cultura si incontrano e si sovrappongono, restituendo nel tempo sistemi di valori, scelte progettuali e modi diversi di abitare e rappresentare i territori.

A questa rinnovata attenzione ha contribuito anche l'evoluzione dei quadri normativi e delle politiche di tutela, che negli ultimi decenni hanno progressivamente riconosciuto parchi e giardini storici come beni culturali a pieno titolo e, al tempo stesso, come patrimoni collettivi da preservare e trasmettere. Tale riconoscimento ha favorito una lettura dei giardini non solo come testimonianze storiche o artistiche, ma anche come beni comuni, spazi condivisi nei quali si intrecciano diritti di fruizione, responsabilità di cura e interessi pubblici.

Uno sguardo attento consente di cogliere tali dinamiche, mettendo al centro le relazioni tra luoghi, attori e processi, le modalità di valorizzazione e le forme di attribuzione di significato agli spazi. In questa prospettiva, i giardini possono essere interpretati come paesaggi culturali complessi, frutto di stratificazioni storiche ma anche di contesti contemporanei di sperimentazione sociale,

* Direttrice Dipartimento per lo Sviluppo Sostenibile e la Transizione Ecologica dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale.

ambientale ed economica. Non sono più soltanto spazi da osservare, ma realtà capaci di generare esperienze, attivare narrazioni e contribuire alla costruzione di identità collettive, partecipando così alla definizione di nuove geografie del turismo.

Il volume *Artemisia. I giardini come palcoscenico del turismo contemporaneo* si colloca all'interno di questo quadro interpretativo, proponendo una riflessione articolata e interdisciplinare sul ruolo dei giardini nei processi turistici attuali. I contributi riuniti nel libro mettono in relazione prospettive diverse – dalla geografia all'economia del turismo, dalla storia dei giardini all'architettura del paesaggio fino alla progettazione territoriale – evidenziando il potenziale di questi spazi come risorse culturali e ambientali attive. Ne emerge una visione che considera il *garden tourism* non soltanto come un segmento in crescita, ma come un ambito nel quale sperimentare modelli di sviluppo sostenibile, pratiche di cura e nuove forme di fruizione.

Particolarmente rilevante è l'attenzione alla dimensione esperienziale e relazionale. I giardini si configurano, infatti, come luoghi di benessere, apprendimento e incontro tra comunità locali e visitatori, con possibili ricadute nei processi di rigenerazione territoriale e nello sviluppo di economie di prossimità. Allo stesso tempo, rendono visibili questioni cruciali del presente, come la gestione delle risorse naturali, la tutela della biodiversità e l'adattamento ai cambiamenti climatici, rafforzando il loro valore come patrimoni vivi, in continua evoluzione.

Il volume sottolinea inoltre l'importanza delle reti, delle collaborazioni e delle progettualità condivise, mostrando come la valorizzazione dei giardini possa produrre effetti che vanno oltre la dimensione turistica, coinvolgendo aspetti culturali, sociali e territoriali. In questo senso, i giardini emergono come veri e propri palcoscenici del turismo contemporaneo, spazi nei quali si intrecciano pratiche, rappresentazioni ed esperienze, contribuendo a ridefinire le relazioni tra persone, luoghi e paesaggi.

Il libro offre quindi un contributo significativo sia al dibattito scientifico sia alle pratiche operative, proponendo spunti utili per studiosi, professionisti, amministratori e operatori del settore. Più in generale, invita a riconoscere nella cultura del verde non solo un patrimonio da conservare, ma anche una risorsa concreta per immaginare e costruire territori più sostenibili, inclusivi e consapevoli.

INTRODUZIONE

Stefania Cerutti e Andrea Cottini

Oggi il turismo è sempre orientato verso luoghi capaci di offrire esperienze autentiche, emozioni coinvolgenti e un contatto diretto con l'ambiente. In questo scenario, i giardini si affermano – e confermano – come spazi di attrazione culturale e turistica: luoghi vivi dove natura, storia, arte e identità si intrecciano, generando significati e riflessioni condivise. Non si tratta più solo di “visitare” un giardino, ma di sperimentarlo come palcoscenico di narrazioni, riflessioni e nuove forme di accoglienza, oltre che come luogo di benessere, capace di offrire pause rigenerative, quiete e un contatto benefico con la natura.

Il *garden tourism* – turismo dei e nei giardini – si sta consolidando come una proposta sempre più strutturata e attrattiva, capace di produrre valore per i territori e di rispondere alle esigenze di un pubblico eterogeneo: dagli amanti del paesaggio agli appassionati di botanica, dai viaggiatori culturali a chi cerca esperienze rigenerative e di benessere.

I giardini sono anche strumenti di rigenerazione urbana, educazione ambientale e innovazione turistica. In un'epoca in cui la qualità dell'ambiente e del tempo libero diventa prioritaria, i giardini si configurano come *green attraction* di eccellenza, in grado di attivare connessioni, iniziative integrate e strategie di valorizzazione a scala locale e internazionale, rafforzando al contempo la dimensione della salute e del benessere, grazie a pratiche di fruizione lenta e consapevole.

Per approfondire queste tematiche e aprire un dialogo tra esperienze italiane e internazionali, sabato 18 ottobre 2025 si è tenuta a Verbania presso Villa Giulia – nella cornice di *Artemisia. Arte e giardini* e delle iniziative del progetto PNRR NODES – la giornata

di studio e approfondimento “*Green Attraction*. I giardini come palcoscenico del turismo contemporaneo”: organizzata dal Dipartimento di Sviluppo Sostenibile e Transizione Ecologica dell’Università del Piemonte Orientale e dall’Ente Giardini Botanici di Villa Taranto, ha visto la collaborazione di numerosi partner (presenti con i relativi loghi nella locandina in appendice). L’evento si è articolato in due sessioni: una mattutina, con interventi istituzionali e relazioni di esperti del settore, e una sessione dedicata a *short talks* e momenti di confronto.

Questa la genesi del volume, reale e metaforica potremmo dire: un “seme” piantato in autunno e germogliato grazie alla sedimentazione scientifica e all’esperienza dei relatori e delle relatrici che ne hanno coltivato i contenuti, orali e più effimeri, sino a renderli capitoli duraturi, pronti a crescere nella mente dei lettori e delle lettrici. Pur traendo origine da tale evento, la pubblicazione non si presenta come raccolta di atti, in quanto esito di un processo di rielaborazione e sistematizzazione dei contributi, ripensati in una prospettiva più ampia e autonoma.

Al centro, sono stati posti temi come il ruolo dei giardini nella promozione turistica e nelle reti internazionali, unitamente ad alcuni progetti di ricerca e a buone pratiche. Punti di vista e di azione differenti che consentono di mostrare come i giardini siano spazio, ma anche tempo: da scoprire e raccontare, capaci di incontrare o anticipare le crescenti richieste di turismo lento, sostenibile e non massificato. Il turismo dei giardini è, per tali ragioni, un ambito di grande attualità e di forte interdisciplinarietà. In questa prospettiva di convergenza tra saperi, il volume mette quindi, volutamente, in dialogo la geografia con l’architettura del paesaggio, l’economia del turismo con il management, e la storia dei giardini con la progettazione territoriale.

Il contesto del Lago Maggiore, del Lago d’Orta e delle Valli dell’Ossola, in alto Piemonte, è presente nel volume come un vero e proprio laboratorio di osservazione e sperimentazione: richiamato più volte nel corso dei capitoli, esso evidenzia la presenza di sistemi di giardini di rilevanza internazionale e mette in luce la relazione feconda tra paesaggio lacustre, patrimonio botanico e turismo. Qui i giardini assumono in prevalenza le forme e i colori dei parchi floreali: mosaici in cui la natura e la cultura condividono fili e trame, traducendo in paesaggio la fascinazione che, in modo più o meno consapevole, ciascuno porta con sé per la bellezza e la poesia scritta nei fiori e nei silenzi. Basti pensare ai Giardini Botanici di Villa Taranto, i quali rappresentano un’eccellenza botanica e al contempo

un volano di conoscenza, turismo e sviluppo territoriale, che sa coniugare la fruizione paesaggistica con la ricerca culturale e l'attrattiva internazionale, offrendo al visitatore anche un'esperienza di ristoro mentale e sensoriale, in un ambiente progettato per favorire armonia e rigenerazione.

Con la stessa calma di chi varca la soglia di un giardino, in cerca di incanto, lasciandosi ispirare e guidare dai colori e dai suoni della natura, vorremmo invitare il lettore e la lettrice ad avventurarsi tra le pagine di questo libro. Con l'intento di contribuire al dibattito sul *garden tourism*, fornendo strumenti di analisi e rafforzando il dialogo tra teoria e pratica, il volume si rivolge a studiosi e ricercatori, professionisti del paesaggio e del turismo, amministratori e operatori territoriali, studenti e studentesse nonché a tutti coloro che riconoscono nei giardini un patrimonio culturale, ambientale e sociale da conoscere, valorizzare e (far) vivere nei profili di una destinazione turistica, offrendo chiavi di lettura per comprendere le potenzialità e il ruolo nel turismo contemporaneo, anche in relazione alla loro funzione di luoghi di cura quotidiana, benessere e riconnessione con l'ambiente.

PRIMA PARTE

IL TURISMO NON È UNA PANACEA*

Judith Wade

Il turismo in Italia, dal *Grand Tour* di fine Settecento ad oggi, è stato considerato dai più una “manna” per i beni culturali. Solo negli ultimi anni è diventato palese che il turismo può portare anche a delle problematiche che possono addirittura recare danni, sia di ordine economico sia sociale. Partiamo dal concetto che i proventi del turismo sono un’importante fonte di reddito per giardini e parchi visitabili, in quanto essi non possono contare su fondi statali, regionali o comunali come avviene in alcuni altri Paesi europei. L’autofinanziamento, grazie all’offerta di biglietti e servizi, è spesso l’unica fonte di guadagno per far fronte alla manutenzione e valorizzazione di alcuni tra i giardini più belli al mondo.

Il turismo, e quindi anche il settore dell’*horticultural tourism*, è un’industria e, come tale, soffre di mancanza di programmazione, di infrastrutture, di formazione e di promozione a livello nazionale e internazionale. Spesso il proprietario e il curatore di un bene culturale operano a livello artigianale e raramente lavorano in rete. Inoltre, sappiamo che il turismo è in delega alle Regioni; un sistema che rafforza il senso di territorialità e di campanilismo limitando inevitabilmente l’offerta turistica sui mercati internazionali. Il *made in Italy* dei giardini è un vantaggio competitivo in termini di marketing, si rivolge a un target ben definito e poco importa se i giardini sono in diverse regioni, in quanto attratti dal “genere” e non dalla “localizzazione”. Queste mancanze sono

* Il saggio ripropone in forma scritta l’intervento orale presentato da Judith Wade. Nel rispetto del carattere originario dell’esposizione e della provenienza linguistica dell’Autrice, si è scelto di conservare alcune oscillazioni tra inglese e italiano presenti nel testo.

alcune delle ragioni per cui il turismo verso i giardini e i parchi stenta a decollare nonostante il momento favorevole a livello di richiesta del mercato.

Per poter capire l'*horticultural tourism*, una tendenza in netta crescita da ormai venticinque anni, sarebbe importante poter avere dati attendibili sul numero dei visitatori, sulla loro provenienza, unitamente a dati sugli incassi e sui costi del personale. Anche in questo caso il nostro settore soffre dei "mali del turismo" nel suo insieme, in quanto non ci sono dati a disposizione. Ci sono dati parziali che riguardano giardini di proprietà dello Stato, ma visto che più dell'80% dei beni culturali sono di proprietà dei privati, servirebbe un ente preposto in grado di raccogliere informazioni in maniera sistematica. Per l'Istat nel 2025 il turismo conta per il 6% del PIL, la cifra sale al 13% se si include il settore degli alberghi e ristoranti. Si ritiene che il volume del turismo in Italia ci attesti tra i primi dieci Paesi al mondo nel settore, con oltre cinque milioni di addetti. L'*horticultural tourism* è un'offerta di oltre nove mesi all'anno con permanenza media di tre notti. E una forma di post-tourism con poche infrastrutture.

Credo quindi che la *case history* dei Grandi Giardini Italiani possa servire per dare alcune indicazioni sulla crescita del settore dell'*horticultural tourism* in Italia.

La rete dei Grandi Giardini Italiani è stata fondata nel 1997 con capitale privato con lo scopo di fornire servizi di marketing e promozione a beni culturali aventi giardini visitabili. All'epoca, l'offerta consisteva in pochi giardini con aperture stagionali a orari non attendibili. Non esistevano veri e propri servizi turistici, pochi avevano *toilette*, bar o *bookshop*. Quasi nessuno aveva un parcheggio. Il personale consisteva in un bigliettaio, qualche giardiniere e, in alcuni casi, una guida. Se c'erano dei *dépliant*, erano spesso testi inesatti e tradotti male, raramente c'erano dei libri. Costituiva un problema anche avere dal Comune i cartelli stradali indicanti la dimora, spesso la Pro Loco non dava informazioni su beni culturali di proprietà privata. Il settore era in mano alle agenzie di viaggi straniere che portavano gruppi (non più di trenta persone alla volta), specialmente in primavera. Un numero certamente non sufficiente per lo sviluppo turistico di una proprietà. Era un circolo vizioso, non avendo abbastanza visitatori i proprietari non potevano investire nel personale, senza personale, gli orari di apertura erano limitati alle visite su appuntamento, non offrendo quindi disponibilità di visita al turista che era già in zona e che aveva necessità di non prenotare, ovvero il gran

numero di potenziali visitatori. Il modello era quello del proprietario terriero e, raramente, i proprietari avevano una formazione imprenditoriale. Pochi erano disponibili al rischio. Il costo del biglietto era basso ed è ancora molto basso. Ciò è dovuto all'offerta, ovvero al fatto che i beni culturali dello Stato possono offrire un costo del biglietto basso per diversi motivi. Il biglietto non è l'unico mezzo di introito per il bene culturale dello Stato. Lo Stato può operare con un intento sociale, ovvero offrire un servizio per il bene comune in quanto rientra nelle sue competenze a livello politico, cosa che difficilmente un bene culturale di proprietà privata può permettersi. Esistevano quindi dei giardini di straordinaria importanza botanica e artistica poco conosciuti al di fuori del mondo accademico, ancora meno conosciuti in patria. Il primo compito di Grandi Giardini Italiani è stato quello di investire in un piano di comunicazione per colmare questo vuoto, istituendo un ufficio stampa e una casa editrice. Far conoscere ai giornalisti italiani e stranieri il patrimonio di giardini visitabili in Italia ebbe un notevole successo di stampa e di pubblico. Per la prima volta in maniera sistematica avevamo creato un servizio attendibile per la larga gamma di testate a livello cartaceo e non. Era prima dell'era di Internet, un'epoca in cui sono stati pubblicati servizi giornalistici di alto livello in tutto il mondo grazie anche alla creazione dell'Archivio Fotografico dei Grandi Giardini Italiani.

Grandi Giardini Italiani sin dall'origine ha creato un *network*, un sistema dove la singola proprietà godeva di una serie di servizi e di un accesso veloce al *know-how*. Volevamo creare dall'inizio un *network* di eccellenza, non un mero elenco di beni culturali. Il *brand* "Grandi Giardini Italiani" mirava a essere per i turisti un punto di riferimento per il settore dell'*horticultural tourism* in Italia. Per far parte della rete occorreva condividere, con le altre proprietà, gli standard di manutenzione e un buon livello di servizi turistici. Abbiamo inserito nel mondo dei beni culturali degli standard di qualità turistica. Con la nascita del nostro sito e, di seguito, dei social media, in circa trent'anni siamo diventati un caposaldo attendibile per i tour operator, le agenzie di viaggio, i *garden clubs* e il pubblico degli amanti di giardini che con un solo clic trovano informazioni e indicazioni utili. I nostri servizi si sono ampliati negli anni, al fine di rispondere man mano alle necessità dei nostri clienti. Spesso abbiamo creato dei *business plan* che hanno aiutato i proprietari nel loro sviluppo come piccole imprese, raggiungendo risultati importanti a livello economico. Ultimamente siamo anche stati coinvolti in alcuni processi di suc-

cessione, mettendo a disposizione il nostro *know-how* per agevolare il passaggio generazionale. Forse le maggiori soddisfazioni le abbiamo avute sviluppando progetti con Comuni e Regioni sempre più consapevoli che i giardini e i parchi siano luoghi non solo turistici ma anche di inclusione sociale.

Grazie allo sviluppo dell'attenzione da parte delle nuove generazioni per i temi dell'ambiente e dell'ecosostenibilità, è cresciuto, in maniera esponenziale, l'interesse per visitare i giardini. Di pari passo, è apparsa una forma di "antiturismo" che, a parere mio, non può essere ignorata come fenomeno. La rivolta del pubblico locale contro gli aspetti negativi del turismo pone un problema agli amministratori locali. Per esempio, il redditizio mercato dei matrimoni – dove spesso sul finire della festa si sparano fuochi d'artificio fino ad ora tarda – viene boicottato dal residente che ha esigenze diverse e non conciliabili con i partecipanti alla festa. Addirittura, negli *Yorkshire Dales* in Gran Bretagna l'amministrazione locale ha deciso che non si potrà più acquisire case per poi fare affitti brevi, ma solo acquistare per chi vuole viverci stabilmente. Sull'isola di Santorini è stato posto un tetto massimo di ottomila arrivi al giorno, così come è ben nota la *tourist tax* per Venezia. Per fortuna nel nostro mondo dei giardini non registriamo, se non in pochi casi, l'*overtourism*, anzi. I giardini sono spesso fuori dalle rotte abituali del turismo "di massa", ma in alcuni giorni all'anno soffrono di una concentrazione di visitatori, non è possibile poter avere una bella esperienza in un giardino sovraffollato. Si riesce a ovviare a questo problema con una buona programmazione, spalmando gli eventi nell'arco dell'anno, creando un piano di marketing anziché rimanere passivi rispetto ai flussi turistici sul territorio. La politica dei prezzi è importante anche a questo fine, potendo rendere attrattiva la visita in giorni di minor flusso con una scala di sconti. La politica del "gratuito" ha sfortunatamente bloccato i prezzi per troppi anni.

Purtroppo, va registrato un calo nelle gite scolastiche. Si pensa che questo sia dovuto a due fattori: la riluttanza dei genitori nel mandare in gita i propri figli e il senso di responsabilità degli insegnanti che sentono un aumento di rischio che non desiderano affrontare. Qui servirebbe una nuova figura di accompagnamento per far sì che tutti i cittadini italiani, già da giovani, possano conoscere l'immenso patrimonio artistico e storico dei giardini italiani.

Nei numeri legati ai flussi turistici occorre ricordare che indicano un aumento della ricchezza di alcuni Paesi in via di sviluppo, un buon segno in sé, un dato positivo per l'aumento della domanda.

Ma se a questa domanda non siamo in grado di offrire una risposta efficiente, perderemo un'occasione vitale per la valorizzazione dei parchi e dei giardini e aumenteranno i disagi.

Infine, registriamo l'aumento del numero di personale qualificato nelle proprietà che fanno parte della rete Grandi Giardini Italiani: si tratta di un segnale positivo legato alla decisione della proprietà di investire in capitale umano. Questi nuovi posti di lavoro indicano che il turismo culturale crea ricchezza e opportunità di sviluppo e porta di nuovo al centro del territorio i beni culturali che per secoli hanno presidiato l'ambiente e il paesaggio a beneficio di tutta la comunità, sia locale che internazionale.

NUMERI E TREND DEL TURISMO

Matteo Montebelli

Breve storia del Touring Club Italiano

Il Touring Club Italiano (TCI) è oggi una fondazione, ente del terzo settore, che opera da oltre 130 anni con la missione di prendersi cura dell'Italia come bene comune perché sia più conosciuta, attrattiva, competitiva e accogliente. L'obiettivo principale del TCI, fin dalla sua nascita come associazione nel 1894 a Milano, è quello di tutelare e valorizzare il paesaggio, il patrimonio artistico e culturale, le eccellenze economico-produttive dei territori promuovendo conoscenza, volontariato diffuso e una pratica del viaggio etica, responsabile e sostenibile.

Se da sempre il Touring è conosciuto per essere un punto di riferimento nell'editoria, nella cartografia e, più in generale, nell'ambito della divulgazione turistica (attraverso il suo catalogo in libreria, con la rivista "Touring" riservata agli iscritti e con il sito touringclub.it), sono tante le iniziative di cui oggi il TCI si occupa per valorizzare l'Italia: ripercorrerle qui di seguito brevemente permette di cogliere appieno la prospettiva dalla quale la fondazione guarda il turismo e quale idea di sviluppo sia alla base della sua azione attuale.

Uno dei progetti che più qualificano il Touring è "Aperti per voi" che dal 2005 favorisce l'apertura sistematica e continuativa di luoghi di interesse artistico e culturale altrimenti non visitabili, grazie ai circa 1600 volontari TCI. Oggi i siti sono novanta in tutta Italia (tra i quali il Palazzo del Quirinale) e hanno accolto dall'inizio del progetto oltre venticinque milioni di persone.

"Bandiere arancioni" e "Cammini e percorsi" sono invece programmi territoriali che, rispettivamente, certificano dal 1998 i borghi dell'entroterra – finora 300 – che si distinguono per l'eccel-

lenza in termini ambientali, culturali, di accoglienza e innovazione sociale, e, dal 2020, gli itinerari di turismo lento, rappresentando un'opportunità di scoperta del Paese e di sviluppo sostenibile dei territori. Inoltre, attraverso la sua rete volontaria, il Touring organizza centinaia di attività: visite guidate, passeggiate, incontri a tema, letture e concerti.

La promozione della conoscenza dell'Italia passa anche attraverso gli archivi della fondazione che costituiscono una delle raccolte più importanti in Italia, per numero e varietà tipologica dei materiali conservati – quasi 700.000 unità fra documenti e atti ufficiali, stampe fotografiche, cartoline, carte geografiche e atlanti, pubblicazioni e fondi speciali – e in virtù della sua natura complessa. Oggi la fruizione di parti dei materiali conservati negli archivi è possibile anche digitalmente attraverso il sito digitouring.it.

Tra gli obiettivi del Touring Club Italiano infine c'è anche quello di formare giovani e professionisti del turismo: sono stati avviati negli ultimi anni Executive master in Management dello sviluppo turistico territoriale (in collaborazione con Fondazione Campus di Lucca) ed Executive master in management dei parchi e delle aree protette (in collaborazione con Fondazione Campus di Lucca e CAI Club Alpino Italiano), oltre a corsi di aggiornamento dedicati alle guide turistiche attraverso ATT Accademia italiana per il turismo.

Il Centro studi all'interno del Touring Club Italiano

Il Touring Club Italiano è sempre stato un luogo di pensiero e questo ha permesso di far arrivare fino a oggi, rinnovandola, la sua eredità culturale.

È negli anni Ottanta del Novecento che nasce il Centro studi come unità operativa autonoma, inizialmente all'interno della direzione che si occupava di marketing associativo nella chiara consapevolezza che i contenuti proposti dal Touring dovevano costituire non solo servizi utili ai soci ma anche rappresentare valori e idee, soprattutto considerando il contesto di forte trasformazione della società e dell'economia italiane nel quale il TCI operava.

Le prime attività del Centro studi sono rivolte all'interno dell'associazione, a supporto della presidenza e della direzione generale. Solo a partire dagli anni Novanta, comincia a posizionarsi anche all'esterno come produttore di contenuti: dai *Libri bianchi* alle pubblicazioni su dati, statistiche e trend del settore (tra cui spicca *L'annuario del turismo*), dalla realizzazione di un periodico per gli

operatori turistici («La rivista del turismo») alla cura di una collana specificamente pensata per l'università (Touring University Press).

Dalla seconda metà degli anni Novanta il Centro studi sviluppa anche un'attività consulenziale di analisi territoriale e di marketing, rivolta agli enti pubblici e più tardi costituisce un'unità operativa che si occupa di formazione, con un'offerta rivolta in particolare alla pubblica amministrazione impegnata nella costruzione delle prime *Destination Management Organization*.

In anni recenti, l'attività del Centro studi si è maggiormente concentrata sull'analisi dei turismi: un presidio tematico che permette di raccogliere un patrimonio informativo in grado di garantire una conoscenza delle tendenze in atto e di utilizzarle anche per finalizzare le attività del TCI.

L'andamento del turismo nel mondo

Per analizzare l'andamento del turismo a livello globale, la fonte statistica più completa e accreditata è rappresentata dall'UN Tourism. Si tratta dell'agenzia specializzata delle Nazioni Unite per il turismo, fondata nel 1975 come Organizzazione mondiale del turismo (WTO *World Tourism Organization*), diventata poi agenzia ONU nel 2003 (UNWTO) e dal 2024 rinominata UN Tourism. Conta circa 160 Stati membri e funge da punto di riferimento per le politiche turistiche, producendo ricerche e statistiche e promuovendo competitività, innovazione, formazione, investimenti e trasformazione digitale nel settore. Dal punto di vista statistico cura report – come l'UN *Tourism barometer* – a cadenza regolare che permettono di recuperare informazioni molto preziose su scala mondiale, continentale e di singolo Paese per comprendere la dinamica del turismo.

L'indicatore base utilizzato per misurare i flussi è rappresentato dall'arrivo internazionale che registra uno spostamento effettuato da un viaggiatore in un Paese diverso da quello di residenza, con pernottamento in una struttura ricettiva alberghiera o extralberghiera. Da questo punto di vista, quindi, l'arrivo non corrisponde al numero di persone: un turista che visita più volte lo stesso Paese in un anno genera infatti più arrivi internazionali. Tale parametro esclude i transiti aeroportuali in Paesi non di residenza senza pernottamento o i viaggi all'estero che prevedono il rientro nel luogo di residenza in giornata.

Fatta questa premessa di metodo, a livello globale gli arrivi internazionali sono passati da poche centinaia di milioni a metà degli anni Ottanta a oltre 1,4 miliardi prima della pandemia, evidenziando una crescita continua e costante interrotta da shock esogeni contenuti a seguito dell'attentato dell'11 settembre 2001 a New York o del fallimento di Lehman Brothers nel 2008. I dati in serie storica mostrano infatti una progressione evidente: 320 milioni nel 1985, 682 milioni nel 2000, 1195 milioni nel 2013 e 1468 milioni nel 2019, con un incremento degli arrivi internazionali trainato nel corso degli anni dalla liberalizzazione del trasporto aereo e dalla maggior disponibilità di reddito che ha trasformato il turismo in un comportamento di consumo globale.

In questo contesto la pandemia di Covid-19 ha prodotto nel 2020 un crollo dei flussi senza precedenti: -72% rispetto al 2019, pari a 1,1 miliardi di arrivi internazionali in meno, riportando i volumi dei viaggiatori ai livelli di fine anni Ottanta. Vista l'entità della perdita, la ripresa è stata comunque rapida: nel 2024, infatti, gli arrivi internazionali a livello globale sono tornati sostanzialmente in linea con il 2019 (+0,1%), mentre per il 2025 le previsioni di chiusura dell'UN Tourism stimano una crescita del 4% rispetto all'anno precedente, segnando l'ingresso dunque in una fase espansiva post-crisi.

Per quanto riguarda la geografia dei flussi, nel 2024 l'Europa si conferma la principale macroarea di attrazione, con circa 759 milioni di arrivi, pari al 52% del totale mondiale. Seguono Asia e Pacifico con 318 milioni (22%), le Americhe con 218 milioni (15%), il Medio Oriente con 101 milioni (7%) e l'Africa con 74 milioni (5%).

La classifica dei Paesi più visitati, poi, vede in testa Francia (102 milioni di arrivi nel 2024), Spagna (94 milioni) e Stati Uniti (72 milioni), seguiti da Turchia (61 milioni) e Italia (58 milioni). Completano la *top ten* Messico (45 milioni), Regno Unito (42 milioni), Germania (38 milioni), Giappone (37 milioni) e Cina (32 milioni). Con riferimento a quest'ultimo Paese, i cui dati sono stati ricavati da fonti varie sul web in quanto l'UN Tourism non ha pubblicato aggiornamenti per gli ultimi anni, occorre specificare che prima della pandemia occupava il quarto posto con 66 milioni di arrivi, evidenziando così una ripresa più lenta come destinazione di viaggio.

Nel lungo periodo, l'Italia ha visto crescere significativamente i propri arrivi internazionali, pur in un contesto di progressiva riduzione della sua quota sul totale mondiale (attualmente attorno al 4%) a causa dell'incremento del numero di destinazioni turistiche che si sono affacciate sul mercato. Si pensi a questo proposito che

negli anni Cinquanta i primi cinque Paesi più turistici al mondo (tra cui l'Italia) attraevano da soli oltre il 70% dei flussi totali: oggi questa quota si è ridotta e corrisponde a circa il 25%.

L'andamento del turismo in Italia

Per quanto riguarda l'Italia, la principale fonte di riferimento per cogliere l'andamento dei flussi di turismo interno (ovvero quello domestico degli italiani che viaggiano in Italia e quello *incoming* degli stranieri che arrivano nel nostro Paese) è rappresentata dalle indagini ISTAT sulla Capacità degli esercizi ricettivi e sul Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi.

Tali rilevazioni hanno il vantaggio di essere censuarie, dunque in grado di restituire una fotografia ampiamente rappresentativa del fenomeno turistico alle diverse scale di granularità, ma anche nei confronti temporali. I dati riportati, però, si riferiscono a capacità e movimento nelle strutture ricettive ufficiali – alberghiere ed extralberghiere – che escludono le seconde case utilizzate dai proprietari e gli alloggi in affitto tra privati che oggi rappresentano invece una risorsa importante del nostro turismo anche grazie alla diffusione delle piattaforme digitali. Nell'ultima circolare ISTAT del 15 gennaio 2025 relativa alla rilevazione per l'anno 2025 si fa presente, però, che visto il crescente interesse verso il fenomeno degli alloggi in casa e degli affitti brevi per motivi turistici, per soddisfare le nuove esigenze informative degli utenti, l'ISTAT, a partire dall'anno di rilevazione 2025, intende diffondere anche i dati di movimento relativi agli “altri alloggi privati”.

Ciò contribuirà senz'altro a migliorare la qualità delle informazioni e a comprendere in modo più preciso le caratteristiche del turismo in Italia.

Per quanto riguarda gli indicatori, le statistiche ISTAT fanno riferimento agli arrivi – ovvero il numero di clienti, italiani e stranieri, registrati negli esercizi ricettivi ufficiali alberghieri ed extralberghieri – e alle presenze, cioè il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi in cui si sono registrati. Poiché il termine “arrivo” ha significati non sovrapponibili nelle statistiche dell'UN Tourism e in quelle ISTAT, per non creare fraintendimenti nell'analisi dei dati dell'Italia si utilizzerà esclusivamente l'indicatore delle presenze.

Nel Paese le presenze complessive (ovvero il totale di italiani e stranieri) sono passate da 437 milioni del 2019 ai 208 milioni nel

2020, registrando un crollo del 52% legato alla pandemia di Covid-19. Negli anni seguenti si è verificata una fase di ripresa sostenuta con 289 milioni di presenze totali nel 2021 (+39% sul 2020), 412 milioni nel 2022 (+42% sul 2021), 447 milioni nel 2023 – superando quindi i flussi pre-pandemia – e 466 milioni nel 2024, con un incremento di presenze complessive del 7% rispetto al 2019.

A fronte di questo quadro, una lettura più attenta dei flussi *in-coming* e domestici racconta un andamento più complesso, a due velocità. La componente straniera, infatti, ha subito un impatto iniziale molto forte a causa dello shock pandemico (-70%, da 221 milioni del 2019 a 65 milioni del 2020) ma ha mostrato un recupero graduale e costante con una crescita sostenuta nel 2024 del 15% sul 2019, raggiungendo quota 254 milioni. Andamento diverso, invece, per le presenze italiane che calano nel 2020 rispetto all'anno precedente di una percentuale più contenuta (-34%) ma recuperano più lentamente, tanto che ancora nel 2024 non risultano tornate ai livelli del 2019 (-2%).

Guardando alla distribuzione mensile dei flussi totali nel 2024, si riscontra una massima concentrazione nel trimestre estivo giugno-agosto, con un picco in agosto (84 milioni), seguito da luglio (77 milioni) e giugno (54 milioni). Nei mesi invernali e di spalla si registrano valori inferiori, aspetto che suggerisce la presenza di una stagionalità ancora marcata in Italia (nel trimestre giugno-agosto si concentra il 46% delle presenze dell'anno), anche se meno accentuata rispetto agli anni Novanta e ai primi anni Duemila, quando aveva raggiunto il 52%.

Anche in questo caso, la scomposizione dei flussi per provenienza fornisce indicazioni interessanti: la curva delle presenze straniere risulta infatti storicamente più “piatta” di quella domestica. I turisti esteri si distribuiscono meglio nel corso dell'anno anche per fattori socioculturali dei Paesi di origine, mentre gli italiani concentrano fortemente i viaggi di vacanza nei mesi estivi, complice soprattutto un'organizzazione scolastica che prevede ancora una lunga pausa estiva.

Un altro spunto di analisi arriva dalla composizione dei mercati stranieri pre e post-pandemia. Innanzitutto, va sottolineato che il peso dell'*in-coming* è aumentato: nel 2019 le presenze straniere rappresentavano il 51% del totale mentre sono il 54% nel 2024. Se guardiamo alla provenienza, nel 2019 le presenze straniere in Italia erano composte per il 74% da mercati “vicini” (Europa, esclusa Russia e Turchia) e per il 26% da mercati più lontani, distribuzione confermata anche nel 2024. Tra i mercati di prossimità spiccano

Germania (59 milioni di presenze nel 2019 e 65 milioni nel 2024), Francia (14 milioni nel 2019, 15 milioni nel 2024) e Regno Unito (14 milioni in entrambi gli anni), che consolidano il ruolo di bacino primario dell'*incoming* italiano.

Tra i mercati lontani, nel 2019 il primo posto era occupato dagli Stati Uniti con 16 milioni di presenze, seguiti da Russia (6 milioni) e Cina (5 milioni), mentre nel 2024 il quadro cambia: gli USA salgono a 24 milioni di presenze, una crescita importante, mentre la Cina si attesta a poco più di 4 milioni, dunque a un livello inferiore rispetto al 2019. Il Canada, invece, con 4 milioni di presenze supera la Russia che scende a 1,6 milioni. Tale evoluzione riflette sia le tensioni geopolitiche internazionali sia la ripresa più lenta e graduale dei flussi asiatici verso il Paese.

Venendo alle regioni italiane, la distribuzione delle presenze totali nel 2024 conferma una forte polarizzazione su alcune aree. Il Veneto guida con quasi 74 milioni, seguito da Lazio (52 milioni), Toscana (46 milioni), Lombardia (45 milioni) ed Emilia-Romagna (41 milioni), mentre risultano marginali, anche per una estensione territoriale molto più contenuta, regioni come Molise (500.000 presenze), Basilicata (2,5 milioni) e Valle d'Aosta (meno di 4 milioni). Le prime cinque regioni sopra indicate attirano oltre il 55% delle presenze totali.

Le variazioni 2024/2019, tra il pre e il post-pandemia, mostrano dinamiche molto differenziate: alcune regioni registrano crescite a doppia cifra (ad esempio Lazio +33%, Puglia e Abruzzo +16%, Sicilia e Umbria +15%), mentre altre risultano tuttora al di sotto dei livelli pre-pandemia (Calabria -14%, Basilicata -8%, Toscana -4%, Campania e Piemonte -3%).

I dati ISTAT possono essere letti anche in funzione della tipologia di località. Nel 2024 le località marittime sono le più frequentate, avendo registrato 178 milioni di presenze totali, seguite dalle grandi città con 101 milioni, dalle località culturali con 65 milioni, da quelle montane con 59 milioni, da quelle lacuali con 19 milioni e da quelle termali con quasi 5 milioni. Le variazioni rispetto al 2019 evidenziano però andamenti diversi: il comparto marittimo è quello che cresce di meno (+3%) mentre le destinazioni culturali e montane segnano un +7% (le presenze italiane aumentano solo nei comuni di montagna, in tutte le altre tipologie di località decrescono). Le destinazioni lacuali crescono dell'8% mentre il dato più positivo si registra nelle grandi città (+17%) grazie al traino della clientela straniera (+25%). Solo le località termali segnano una complessiva diminuzione delle presenze (-10%).

Infine, la classifica dei comuni italiani che attraggono più visitatori vede il primato di Roma (quasi 43 milioni di presenze totali), seguita a grande distanza da Milano (14 milioni), Venezia (13 milioni) e Firenze (9 milioni). Dopo Rimini (quasi 7 milioni) ci sono le località balneari più famose della costa veneziana (Cavallino-Treporti, San Michele al Tagliamento, Jesolo e Caorle), mentre Bologna (poco più di 4 milioni) chiude la top ten. Da segnalare, come ultimo dato, il fatto che nel tempo la quota di mercato dei primi dieci comuni italiani per presenze è passata dal 22% del 2014 al 24% del 2024: ciò significa dunque che è cresciuta nel tempo la concentrazione dei flussi nelle principali destinazioni.

Una lettura qualitativa del turismo italiano

Passando da una lettura quantitativa a una più qualitativa, si può dire che il turismo italiano nel medio periodo è stato attraversato da trasformazioni che ne hanno ridefinito geografie, prodotti e modalità di fruizione, in un quadro di forte instabilità economica e geopolitica che influenza le sue traiettorie di sviluppo futuro.

La pandemia ha agito come acceleratore di alcune tendenze già in atto e, al tempo stesso, come fattore di rottura rispetto a modelli maturi, facendo emergere nuove pratiche di viaggio, una diversa sensibilità verso l'ambiente e una rinnovata attenzione alla qualità dell'esperienza.

Sul versante della domanda si osserva il consolidamento del turismo di prossimità, nato come risposta alle restrizioni alla mobilità e al bisogno di sicurezza, ma ormai divenuto una modalità stabile di fruizione del territorio da parte dei turisti italiani: molti hanno riscoperto luoghi vicini, spesso poco conosciuti.

In parallelo si registra una crescita sostenuta dei flussi *incoming* internazionali, che hanno riportato le grandi città d'arte a livelli di affollamento molto elevati, mentre il turismo domestico mostra segnali di maggiore fragilità, anche a causa della perdita di potere d'acquisto delle famiglie e dell'erosione del ceto medio, con effetti selettivi sulla capacità di spesa e sulla scelta delle destinazioni.

Dal punto di vista dei prodotti turistici, la montagna emerge come uno dei segmenti più dinamici, in particolare nella stagione estiva, che ha conosciuto un vero e proprio boom già nel periodo post-pandemico e continua a registrare risultati positivi, tanto da iniziare a sperimentare in alcune aree – come l'Alto Adige e il Veneto – condizioni di sovraffollamento nei periodi di punta. La

montagna si afferma non solo come alternativa al mare, ma come spazio privilegiato per attività outdoor, lentezza, contatto con la natura e ricerca di benessere, intercettando sia il bisogno di rigenerazione sia di trovare condizioni climatiche più favorevoli ed evitare le ondate di calore che caratterizzano il periodo estivo nelle aree costiere e urbane.

Al contrario, il turismo balneare tradizionale mostra segnali di crisi, legati alla perdita di competitività di un prodotto poco innovativo e all'aumento dei costi che rende meno accessibili alcune destinazioni, soprattutto per il turismo domestico.

Le città d'arte, dopo il collo del 2020, sono tornate di nuovo affollate grazie ai flussi internazionali e alla ripresa dei viaggi intercontinentali, ma questa ripartenza riporta con forza al centro del dibattito i problemi di sostenibilità sociale, ambientale e abitativa connessi alla presenza massiccia di visitatori in spazi urbani già congestionati.

In questo quadro, borghi e aree interne confermano una buona tenuta: la riscoperta della cosiddetta "Italia minore" viene ulteriormente rafforzata da una domanda di autenticità, di relazioni più dirette con le comunità locali e di esperienze meno standardizzate, portando nuova attenzione verso territori storicamente marginali.

Una delle tendenze più significative è l'affermazione del turismo lento, a piedi e in bicicletta, che unisce dimensione esperienziale e sostenibilità. Questo segmento, già presente prima della pandemia, ha conosciuto una forte accelerazione negli ultimi anni, con un bacino di praticanti cospicuo che il Touring Club Italiano ha stimato in una recente ricerca condotta per ENIT analizzando non solo il mercato italiano (circa 3,6 milioni di persone) ma anche quello francese (4,8 milioni), inglese (7,1 milioni) e tedesco (5,6 milioni) per i quali l'Italia è la prima destinazione associata a questo tipo di vacanza. Il turismo lento contribuisce inoltre a rompere la rigidità della stagionalità tradizionale, distribuendo presenze in periodi intermedî e in aree spesso escluse dai grandi circuiti.

Questa evoluzione si accompagna a un progressivo calo della stagionalità classica, con una maggiore frammentazione dei periodi di viaggio e una ricerca di micro-vacanze durante l'anno, fenomeno che rende più complessa la programmazione ma apre opportunità di destagionalizzazione per le destinazioni capaci di differenziare l'offerta.

Sul piano delle forme di ospitalità, si assiste al rafforzamento del settore extralberghiero: seconde case e affitti brevi hanno avuto un impulso decisivo durante la pandemia, perché percepite come

opzioni più indipendenti, sicure e adatte a combinare lavoro da remoto, vita quotidiana e tempo libero. Il ritorno alle seconde case ha permesso a molte famiglie italiane di continuare a viaggiare contenendo i costi, mentre le piattaforme digitali di intermediazione hanno reso possibile una rapida espansione dell'offerta di posti letto, con effetti ambivalenti: da un lato hanno contribuito alla nascita di microeconomie locali e allo sviluppo turistico di destinazioni marginali, dall'altro hanno alimentato l'overtourism in contesti già saturi, in particolare nei centri storici e nelle località più note.

Si tratta di un tema centrale nel dibattito attuale sulle politiche turistiche, non solo in riferimento alle grandi città d'arte ma anche a luoghi iconici come alcune aree montane dell'Alto Adige e del Veneto, le Cinque Terre, alcuni borghi del centro Italia o la Costiera Amalfitana, dove l'eccessiva concentrazione dei flussi produce rilevanti impatti ambientali, pressione sugli ecosistemi locali, tensioni sociali e trasformazioni del tessuto commerciale e del mercato immobiliare. Le cause di questo fenomeno sono molteplici: democratizzazione della mobilità, ruolo dei social media nel creare in breve tempo luoghi e destinazioni iconici, crescita degli affitti brevi e del segmento crocieristico che convogliano grandi numeri in spazi limitati e tempi ristretti.

Infine, il quadro attuale del turismo italiano e le prospettive di sviluppo non possono essere compresi appieno senza considerare alcuni fattori di contesto. In primo luogo, la perdita di appeal delle professioni turistiche: la pandemia ha accelerato l'uscita dal settore di molti lavoratori che non sono stati riassorbiti nel successivo periodo di ripartenza, soprattutto perché lavorare su turni, spesso nel fine settimana e con retribuzioni poco competitive, rende difficile attrarre e trattenere personale qualificato. Questa crisi delle vocazioni può incidere direttamente sulla qualità dell'accoglienza e dei servizi, in un momento in cui i turisti sono sempre più esigenti e sensibili a fattori immateriali come l'ospitalità, la relazione, la cura dell'esperienza che richiedono investimenti in formazione e professionalizzazione del lavoro turistico.

In secondo luogo, i cambiamenti climatici modificheranno progressivamente le condizioni di base del sistema turistico nazionale: l'aumento delle temperature, le ondate di calore, la siccità e l'erosione costiera metteranno in discussione la tradizionale stagione balneare penalizzando alcune aree, in particolare del sud, mentre potranno favorire nel medio-lungo periodo mete più fresche come la montagna. Al tempo stesso, la progressiva riduzione delle precipitazioni nevose potrà compromettere il modello del turismo in-

vernale sciistico, soprattutto alle quote più basse, imponendo una riprogettazione dell'offerta con prodotti meno dipendenti dalla neve e più orientati alla fruizione nelle diverse stagioni, verso cui molte destinazioni stanno già puntando.

Un ulteriore elemento di contesto è rappresentato dall'evoluzione demografica: le previsioni indicano una progressiva riduzione della popolazione italiana e un suo invecchiamento, con un rapporto in calo tra individui in età lavorativa e non attivi, con la conseguente espansione della cosiddetta *silver economy*. Ciò comporta però una riorganizzazione della forza lavoro disponibile anche per il turismo e la necessità di ripensare prodotti e servizi per una popolazione di viaggiatori più anziana, con esigenze specifiche, per esempio in termini di accessibilità, sicurezza, ritmi di fruizione e tipologia di esperienze desiderate.

A questi *trend* strutturali si intrecciano fattori congiunturali come le tensioni geopolitiche – la guerra in Ucraina e la situazione ancora sospesa in Medio Oriente – e, più in generale, un'instabilità internazionale che, negli ultimi anni, ha determinato aumenti dei prezzi dell'energia e delle materie prime, che incidono chiaramente sui costi delle imprese, anche quelle turistiche, e sulla capacità di spesa dei viaggiatori.

In conclusione, il turismo italiano sta entrando in una fase in cui la sua tenuta e il suo sviluppo dipenderanno da come il sistema Paese saprà rispondere ai rapidi mutamenti del contesto economico, sociale e ambientale che pongono sfide complesse, ma offrono anche l'opportunità all'Italia di riposizionarsi puntando su un modello di sviluppo più equilibrato, sostenibile e coerente con le nuove sensibilità dei viaggiatori e delle comunità ospitanti.

PAESAGGI IN SCENA

I giardini come luoghi di narrazione e fruizione turistica

Stefania Cerutti

Introduzione

Nel panorama del turismo contemporaneo, e in particolare laddove il turismo dei grandi numeri lascia il passo, o si affianca, a quello di attenzione ai contesti locali, di emersione dei patrimoni radicati e di diffusione di quegli approcci capaci di trasformare il turista in viaggiatore, il paesaggio non costituisce una risorsa passiva, una componente appiattita o una scenografia da contemplare, quanto piuttosto un costruito processuale e relazionale denso di dimensioni, valori, significati. In esso confluiscono elementi naturali e antropici che si intrecciano e fecondano con le pratiche e le percezioni delle persone che lo abitano, lo vivono, lo attraversano. Esso si manifesta come un'entità dinamica, fortemente soggettiva e intrisa di declinazioni geografiche decisamente stimolanti sia in chiave materica, e dunque di forma e struttura, sia soprattutto in chiave metaforica: basti pensare alle geografie della prossimità e dell'abitare temporaneo, alle geografie sensoriali legate ai sapori, ai colori e ai suoni dei paesaggi, o ancora alle geografie dei simboli, degli echi del passato e delle pratiche quotidiane, così come a quelle della mobilità, del racconto, del dialogo e dell'incontro.

Il paesaggio si affranca dall'essere mero sfondo e diventa un dispositivo narrativo, uno spazio esperienziale che consente al visitatore di entrare in relazione, di partecipare, di co-costruire senso. In questa cornice, i giardini occupano indubbiamente una posizione privilegiata: sono, infatti, luoghi ibridi per eccellenza, in cui natura e cultura, progetto umano e dinamiche biologiche, memoria storica e uso contemporaneo si intrecciano dando vita a paesaggi "in scena", in grado di raccontare storie e di produrre esperienze turistiche profonde e memorabili.

L'interesse crescente registrato da fatti e dati verso modalità di turismo lente, sostenibili e orientate al benessere personale e ambientale ha posto i giardini al centro dell'attenzione, non solo come beni da conoscere per poterli tutelare, ma come infrastrutture culturali attive nel configurare risposte ai nuovi desideri dei viaggiatori e di concorrere allo sviluppo territoriale.

Il contributo muove da queste considerazioni di carattere generale con l'obiettivo di esplorare le potenzialità del *garden tourism* come paradigma del turismo contemporaneo, interpretando i giardini come spazi narrativi, fruitivi e ri-generativi. Si inserisce, così, nel dibattito fecondo che vede oggi il paesaggio dei giardini come laboratorio spaziale multiforme in cui la componente attoriale che li gestisce, valorizza, organizza li spingono oltre la loro natura estetica, riconoscendone la valenza di narrazione interpretativa e turistica.

Le tendenze esperienziali del turismo: elementi narrativi e giardini in vis(i)ta

Negli ultimi anni, e con particolare intensità nel periodo post-pandemico, il turismo ha attraversato una profonda trasformazione, sia come settore economico sia come fenomeno socio-culturale, determinando cambiamenti rilevanti nelle dinamiche di domanda e offerta. Alla logica del consumo rapido dei luoghi si sono progressivamente affiancate – e in parte sostituite – pratiche orientate alla ricerca di esperienze capaci di generare coinvolgimento emotivo, apprendimento e benessere. Come evidenziato da diversi studi in ambito geografico (Battino *et al.*, 2022; Matarazzo, 2022; Cerutti, 2023) e confermato da analisi istituzionali e di settore (TCI, ENIT 2023; Mancini, 2025), cresce l'interesse per un contatto diretto con l'ambiente, inteso come ecosistema complesso di paesaggi, pratiche culturali e saperi locali. Ne deriva una domanda turistica sempre più orientata alla lentezza, alla relazione e al riconoscimento identitario, meno focalizzata sulla quantità dei servizi e più attenta alla qualità dell'esperienza, alla cura dei territori e alla costruzione di legami con le comunità ospitanti. L'attenzione si sposta così dalle destinazioni intese come luoghi di consumo alle specificità dei contesti, promuovendo forme di fruizione più responsabili, consapevoli e partecipate del patrimonio territoriale. Patrimonio che comprende e unisce i paesaggi grandiosi ed eccezionali – celebrati dai circuiti più noti del turismo – a quelli della

prossimità e quotidianità in cui ritrovare tracce di autenticità e dispositivi di lettura stratificata dei luoghi, dei loro spazi, tempi, delle loro geografie vissute e delle dimensioni materiali e simboliche.

In questa prospettiva di contesto, è possibile rilevare un cambiamento nella percezione del tempo libero che diviene esso stesso sempre più uno spazio di qualità da vivere in modo consapevole. Rallentare, rigenerarsi, “mettersi in gioco”: sono divenute queste le parole con cui si traducono i desiderata dei viaggiatori e il loro modo di essere turisti oggi, ovvero vivendo esperienze che stimolano i sensi, il corpo e la mente. È per questo che appaiono evidenti i punti di convergenza tra il turismo culturale, il turismo del benessere e il turismo esperienziale: ne emerge un’unica traiettoria – densa e polisemantica – in cui il viaggio si fa occasione di trasformazione anche sul piano personale.

I giardini rispondono in modo particolarmente efficace a queste nuove o rinnovate esigenze. Offrono ambienti accoglienti, coltivati e misurati, stimolando all’ascolto e alla contemplazione. La loro visita è basata sulle coordinate del tempo lento e dell’interazione che consentono una scoperta attiva e stimolante. Se paragonati ai grandi paesaggi naturali e “verdi”, presentano infatti una scala più intima che consente ai visitatori una fruizione diretta e partecipata, rendendoli protagonisti di un’esperienza profonda.

Contrariamente a una visione statica e musealizzata, talvolta diffusa in passato, i giardini possono essere letti come ecosistemi ambientali e culturali vivi in continua evoluzione. Essi racchiudono stratificazioni di contenuti e significati: sono espressione di un progetto culturale, riflesso di un’epoca storica, manifestazione di un rapporto specifico tra comunità umana e natura. Al medesimo tempo, sono spazi dinamici, soggetti a cicli stagionali, alla crescita di alberi e fioriture messi a dimora da breve o lungo tempo, alle trasformazioni d’uso che li hanno caratterizzati.

È su questa vitalità intrinseca – pur in alcuni casi celata e da disvelare attraverso progetti di valorizzazione delle componenti e dei patrimoni – che si innesta la funzione dei giardini come potenti strumenti di narrazione (Cerutti e Moroso, 2023). Ogni loro elemento, dal viale alberato a una fontana ornamentale, dalla scelta delle specie alle cromie botaniche, diventa un frammento narrativo capace di far emergere storie e geografie che portano con sé questioni di gusto, scienza e spirito, ma anche flussi di mobilità e scambio, pratiche progettuali e tecniche, forme di potere e rappresentazione, fino a includere dimensioni ecologiche e identitarie.

Se, in particolare, nei giardini storici la narrazione si intreccia con la memoria, in quelli contemporanei si rileva una maggiore connessione con la sperimentazione e riflessione sui temi ambientali oggi ampiamente dibattuti.

I giardini sono altresì spazi di accoglienza culturale e sensoriale. Un'esperienza di visita è in grado di accendere la vista di colori e forme, l'olfatto dei profumi, il suono dell'acqua o del vento, per esempio, il tatto dei materiali e anche il gusto qualora siano ospitate nel giardino piante commestibili o siano presenti attività legate al cibo. Grazie a questa dimensione multisensoriale si induce, o alimenta, un rapporto empatico con il paesaggio, rafforzando il legame emotivo che si instaura tra visitatore e luogo.

Il garden tourism come piattaforma attrattiva e narrativa

Il *garden tourism* si configura come proposta turistica sempre più strutturata e riconoscibile. Alla visita a singoli giardini, che ne ha costituito la matrice originaria e distintiva per lungo tempo, si affianca oggi un sistema di esperienze possibili in cui si integrano paesaggio, botanica, cultura e benessere (Cerutti e Moroso, 2022).

Sotto il profilo fruitivo e turistico, numerose progettualità e iniziative, quali festival dei giardini, itinerari tematici, reti di giardini storici e contemporanei, contribuiscono all'allestimento di un'offerta più ampia e capace di attrarre pubblici diversi. Il target di riferimento del *garden tourism* è variegato, eterogeneo e trasversale: esperti o appassionati di botanica e paesaggio, turisti di profilo culturale, famiglie, scolaresche, viaggiatori alla ricerca di relax e ispirazione. Questa varietà rappresenta un punto di forza ma apre, al contempo, alla necessità di una progettazione e gestione attente delle modalità di fruizione, al fine di poter rispondere a bisogni diversi senza però snaturare l'"anima" dei luoghi.

In questa prospettiva, la narrazione assume un ruolo centrale e duplice. Da un lato, il giardino possiede una valenza narrativa intrinseca, insita nella sua stessa natura di spazio composito e stratificato: fiori, piante, architetture, sentieri, visuali e tracce agiscono come soggetti "parlanti", in una lingua apparentemente universale ma al tempo stesso modulabile, in relazione ai soggetti riceventi e ai loro specifici filtri culturali. È dunque una narrazione implicita, che si dispiega in modo diretto attraverso l'esperienza spazio-emozionale del visitatore, senza necessità mediale da parte di dispositivi interpretativi espliciti. Dall'altro lato, a questa dimensione,

che potremmo definire “interna” o latente, si aggiunge un secondo piano narrativo intenzionale e progettuale, costruito con strategie comunicative, culturali e turistiche. È una narrazione mediata da pannelli esplicativi, percorsi tematici, strumenti didattico-formativi, visite guidate, *storytelling* digitale, eventi e format esperienziali. La narrazione diventa in questo caso un tramite consapevole di valorizzazione, orientato a rendere leggibili i contenuti dei giardini, a fornire chiavi di accesso differenziate in funzione dei diversi pubblici, rafforzando quindi l'identità del giardino come destinazione turistica di intreccio tra natura e cultura. Risulta cruciale l'equilibrio tra questi due livelli, ovvero la narrazione propria del luogo e quella elaborata dagli attori della progettazione turistica e culturale, siano essi enti di gestione dei giardini o anche operatori pubblici e privati territorialmente coinvolti.

Il *garden tourism* si pone come piattaforma di interscambio tra queste due dimensioni, capace di rafforzare la narrazione dell'autenticità e della profondità proprie del primo livello e al contempo di promuovere l'accessibilità e il coinvolgimento che derivano dal secondo, attivando forme di mediazione che accompagnano il turista-visitatore senza sostituirsi alla voce del luogo.

E lo fa anche in modo innovativo, grazie all'adozione di nuove tecnologie e alla sperimentazione di nuovi format culturali. Basti pensare alle installazioni artistiche, agli eventi contemporanei, ai percorsi tematici e stagionali che consentono di entrare in contatto coi giardini in chiave sempre diversa, spingendo a divenire quei *repeat visitor* – sia di prossimità sia di lungo raggio – che possono dare linfa ai pubblici necessari affinché le iniziative producano senso, ricadute, valore (Shapoval *et al.*, 2021).

Le tecnologie digitali, ad esempio le app, la realtà aumentata, le audioguide, mettono a disposizione dell'offerta e della domanda turistica “verde” (e “colorata”) strumenti per arricchire l'esperienza senza sostituirsi a essa. Farne uso in modo ponderato e contestualizzato può facilitare l'accesso ai contenuti, personalizzare gli itinerari di visita, appassionare nuovi pubblici e motivare quelli già intercettati. Resta fondamentale il legame con il luogo reale, con la sua materialità e l'atmosfera unica che ciascun giardino crea. Analisi recenti (Moroso, 2022; Dal Borgo *et al.*, 2022; Catahan e Benfield, 2025) evidenziano come un elemento indispensabile dell'innovazione e della creatività introdotte dal *garden tourism* sia costituito dal coinvolgimento delle comunità locali. Al fine di co-costruire una narrazione plurale e attrattiva, oggi un giardino racconta la propria storia, le sue curiosità e i suoi segreti attraverso

le voci di chi lo vive quotidianamente: giardinieri, residenti, artisti, studiosi divengono protagonisti e testimonial, alimentando la forza coesiva e il coinvolgimento. È un approccio interessante (Brocca, 2022) mediante cui rafforzare la corresponsabilità ed evitare una fruizione superficiale o estranea al contesto.

Giardini e “verde”: valore territoriale, rigenerazione e nuove centralità

Oltre alla dimensione esperienziale con cui i giardini si legano alle pratiche fruitive e narrative del *garden tourism* e alle matrici motivazionali della domanda turistica che muove, essi generano un valore territoriale significativo (Benfield, 2013 e 2020). Sotto il profilo economico, i giardini possono diventare attrattori turistici in grado di produrre entrate dirette, creare indotto, favorire l'occupazione e sostenere le filiere locali di ospitalità, ristorazione, commercio e artigianato.

Sul piano del valore territoriale, i giardini aggiungono altre declinazioni in termini simbolici, educativi e sociali: concorrono al rafforzamento dell'identità locale passando dal racconto della storia e delle specificità di un luogo attraverso il paesaggio; offrono spazi di incontro e di socialità sempre più accessibili e inclusivi, in cui sia i visitatori sia i residenti possono condividere esperienze e attività. Ne discende un'azione mirata ed efficace in termini di contributo alla costruzione del senso di appartenenza e di cura collettiva.

Va altresì rilevato come giardini e spazi nel verde in generale si presentino oggi come occasioni importanti di benessere psicofisico. Fare turismo dei/nei giardini consente di rispondere a quella domanda crescente di rigenerazione e tempi lenti presentata nei precedenti paragrafi: in una società come quella odierna, dai ritmi accelerati e da livelli di stress alti e diffusi, il *garden tourism* sa proporre i giardini come contenitori e contenuti, ovvero come luoghi e attività, in cui ritrovare equilibrio, silenzio, connessione con la natura e con sé stessi.

Paesaggi rigenerati e persone rigenerate: un binomio che i giardini possono condensare o alimentare. I giardini possono, infatti, agire strategicamente nel recupero di spazi verdi abbandonati o sottoutilizzati, trasformandoli in nuove centralità urbane. Parchi storici riqualificati, giardini contemporanei inseriti in aree dismesse, orti urbani e giardini condivisi contribuiscono a migliorare la qualità della vita nelle città. In questi contesti, i giardini si presen-

tano come infrastrutture verdi capaci di offrire servizi ecosistemici, quali ad esempio la mitigazione climatica e la biodiversità, ma anche servizi sociali e culturali. Se ben progettata e gestita, l'apertura alla fruizione turistica può rinvigorire il legame tra città e suoi visitatori, promuovendo una narrazione e un'immagine urbana attenta al benessere e alla sostenibilità.

Certamente si tratta di un processo complesso, che porta con sé alcune possibili criticità, legate in particolare alla necessità di evitare situazioni di banalizzazione e di sovraffollamento, che rischiano di ridurre il paesaggio dei giardini a mero supporto di eventi o a sfondo di esperienze escursionistiche standardizzate. Per tale ragione, un "buon" *garden tourism* si manifesta laddove vi sia una "buona" *governance*, fondata su una gestione partecipata e su una progettazione orientata alla qualità dell'esperienza, grazie alle quali i giardini possono generare valore per il sistema territoriale degli attori coinvolti.

La complessità si amplia quando il discorso tocca il tema accennato della sostenibilità. I giardini, infatti, possono sensibilizzare e formare su biodiversità, cambiamento climatico, risorse naturali. L'apprendimento avviene prevalentemente in modo informale, attraverso l'esperienza diretta e l'osservazione, e i giardini assolvono a una funzione educativa che li rende spazi di responsabilizzazione. La visita dei giardini può rendere i fruitori parte di un percorso di consapevolezza che può influenzare positivamente comportamenti e stili di vita. Il *garden tourism* viene così ad assumere le caratteristiche di un turismo trasformativo e destinato a lasciare tracce durature.

La sostenibilità concerne, chiaramente, anche le pratiche di progettazione, gestione e valorizzazione dei giardini stessi: il ricorso alle specie autoctone, la riduzione di input chimici, la gestione efficiente dell'acqua, l'attenzione all'impatto dei flussi turistici sono strumenti e indicatori fondamentali. La comunicazione di queste scelte diventa oggi parte integrante della narrazione, rafforzando il legame tra messaggio e pratica.

Conclusioni

Alla luce delle analisi e riflessioni condotte, è possibile affermare in conclusione che i giardini emergono oggi come simboli potenti del turismo contemporaneo. Si considerano in essi alcune istanze che attraversano il settore turistico, quali la ricerca di

esperienze attive e significative, l'attenzione alle azioni e ricadute in termini di sviluppo sostenibile, il desiderio di benessere sul piano sia personale sia collettivo. Proprio come dei paesaggi che “vanno in scena” – o che “mettono in scena” contenuti culturali, storici e sensoriali, attraverso differenti format, iniziative e organizzazione spaziale, i giardini sanno raccontare storie, creare relazioni, suscitare emozioni.

È nella capacità dei soggetti responsabili della loro gestione turistica di coniugare esperienza, rigenerazione e sostenibilità che i giardini assumono la loro veste di laboratori in cui poter immaginare, delineare e co-costruire nuove forme di turismo.

La visione della *green attraction* – cuore di questa pubblicazione e intesa non già come semplice etichetta ma come approccio integrato – trova nei giardini un terreno fertile di sperimentazione. Investire nei giardini significa investire in una cultura del paesaggio che riconosce il valore del tempo, della cura e della relazione.

In questa prospettiva, il contributo consente di leggere i giardini non solo come mete da visitare, ma come “spazi preziosi” ovvero luoghi da vivere, raccontare e condividere (Benente, 2021), in grado di orientare il futuro del turismo verso modelli più equilibrati e consapevoli, aperti a profili variegati di visitatori e viaggiatori.

Sempre più spesso, i giardini si inseriscono in reti culturali sovralocali, attivando processi di interpretazione e narrazione che superano i confini del singolo luogo. Anche in questo si può “misurare” la loro forza aggregativa, comunicativa, attrattiva. Le connessioni tra territori unitamente ai progetti condivisi, tra giardini e tra giardini e altre realtà del territorio, e agli scambi di buone pratiche a livello nazionale e internazionale sono esempi sempre più diffusi di strategie generative di valore aggiunto durevole. Nel loro complesso, queste dinamiche conducono a un rafforzamento della visibilità e della qualità dell'offerta, passando attraverso la logica delle reti. Si tratta, infatti, di relazioni che favoriscono una visione sistemica del paesaggio, nel quale ogni giardino diventa nodo di una narrazione più ampia: il turista entra così nel palinsesto del giardino ed è invitato a muoversi, esplorare, confrontare diverse esperienze costruendo un proprio itinerario e facendosi attore primario della narrazione. È anche in questa prospettiva che il *garden tourism* si afferma come piattaforma del turismo contemporaneo e i giardini come attrazioni *green* e inclusive, capaci di intercettare sensibilità diverse e di promuovere forme più consapevoli di attenzione, mobilità, partecipazione.

Bibliografia

- Battino S., Borruso G., Balletto G. (2022). “Sistemi Informativi Geografici a supporto della sostenibilità turistica. Turismo lento in contesti naturali protetti”. *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 176, 87-102.
- Bellato L., Cortese T., Dallari F., Raschi A. (2022). “Regenerative tourism aligns with the regenerative development paradigm: Insights from an Italian community-based initiative”. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 228132300.
- Benente M. (2021). “Problemi di restauro dei giardini storico-artistici: dalla conservazione alla valorizzazione”. *Quaderni dell'Istituto di storia dell'architettura*, 1/2, 297-302.
- Benfield R.W. (2013). *Garden Tourism*. CABI.
- Benfield R.W. (2020). *New directions in Garden Tourism*. CABI.
- Brocca M. (2022). “PNRR e ‘verde storico’”. *Aedon*, (3), 141-146.
- Catahan N., Benfield R.W. (2025). “Garden Tourism”. In *Encyclopedia of Tourism*. Springer Nature Switzerland, 421-422.
- Cerutti S. (2023). *Paesaggio, turismo, sostenibilità. Una parabola geografica*. Franco Angeli.
- Cerutti S., Moroso S. (2022). *Garden tourism. Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*. Aracne Editrice.
- Cerutti S., Moroso, S. (2023). Geografie del verde, geografie del gusto: riflessioni sull’attrattività turistica dei giardini. *Il capitale culturale*, 27, 273-291.
- Dal Borgo A.G., Gambazza G., Garda E. (a cura di) (2022). *Luoghi e comunità: Storie di rigenerazione*. Mimesis Edizioni.
- Mancini V. (a cura di) (2025). “Trend del turismo in Italia e leve di crescita, Research Report, Rome Business School Research Center”, <https://romebusinessschool.com/it/blog/trend-del-turismo-in-italia-e-leve-di-crescita/>
- Matarazzo N. (2022). “Intervista a Jean-Pierre Lozato-Giotart. Fuori Luogo”. *Journal of Sociology of Territory, Tourism, Technology*, 12(2), 91-94.
- Moroso S. (2022). “Garden tourism. Analisi e Proposte per uno Sviluppo Turistico Sostenibile sul Lago d’Orta”. *Annali del turismo*, 11, 93.
- 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), 449-467. <https://doi.org/10.1080/11745398.2020.1744174>
- Touring Club Italiano per ENIT (2023) Studio sul turismo escursionistico. <https://www.enit.it>

SOUL GARDENS

Ville e giardini, paesaggi dell'anima
per il turismo sostenibile e consapevole

Vanessa Mineo

Premessa

Tra le molteplici modalità del viaggiare contemporaneo, sempre più orientato verso ritmi lenti, attenzione all'ambiente e ricerca di autenticità, il *garden tourism* si afferma come una delle espressioni più complete e raffinate del turismo sostenibile. Non si tratta soltanto di visitare luoghi verdi, ma di entrare in relazione con paesaggi che raccontano storie, visioni, culture e sensibilità stratificate nel tempo.

Nel territorio compreso tra il Lago Maggiore, il Lago d'Orta e le Valli dell'Ossola, fino ai primi contrafforti alpini, questa forma di turismo trova un contesto ideale. Qui il giardino non è semplice ornamento, ma linguaggio: un dialogo continuo tra uomo e natura, tra progetto e spontaneità, tra estetica e spiritualità.

Già ai tempi del *Grand Tour* queste terre erano meta privilegiata dei viaggiatori europei, che consideravano l'Italia il "giardino d'Europa" e il Lago Maggiore il primo, sorprendente scorcio di "Mediterraneo" dopo il valico alpino. Oggi, quello stesso stupore si rinnova in chi sceglie una vacanza improntata alla sostenibilità, alla qualità dell'esperienza e al benessere interiore.

La visita a ville storiche e giardini botanici – autentici musei a cielo aperto, celebri o ancora poco noti – spesso strettamente legati alle dimore che li hanno generati, consente un duplice arricchimento: conoscitivo, attraverso la scoperta di patrimoni botanici, architettonici e artistici di straordinario valore, e interiore, grazie a un'esperienza immersiva capace di nutrire l'anima. Camminare lentamente tra alberi secolari, collezioni botaniche rare, giochi "acqua e prospettive studiate con sapienza significa riappropriarsi del

tempo, riscoprire il silenzio e la bellezza come elementi essenziali del viaggio.

Questa esperienza di benessere profondo, parte integrante della moderna “dolce vita” dei laghi, non si esaurisce nel momento della visita, ma si sedimenta nella memoria del viaggiatore, diventando ricordo duraturo e fonte di ispirazione. Natura e cultura, in questo contesto, si fondono in un’idea di *wellbeing* autentico, che coinvolge corpo, mente e spirito.

Dal punto di vista della destinazione, il *garden tourism* rappresenta inoltre uno strumento strategico di valorizzazione del patrimonio paesaggistico e naturalistico, che è al tempo stesso storico, architettonico e artistico. Un patrimonio che si offre al visitatore per gran parte dell’anno: dalla primavera, con le fioriture tipiche dei laghi, all’estate rigogliosa, fino all’autunno, quando i colori caldi delle chiome alberate trasformano il paesaggio in una tavolozza naturale di straordinario fascino.

L’incanto dei Laghi prealpini e delle Valli dell’Ossola

Il mondo delle ville e dei giardini tra il Lago Maggiore, il Lago d’Orta e le Valli dell’Ossola si presenta oggi con uno sguardo contemporaneo, capace di coniugare tradizione e innovazione, tutela e fruizione consapevole. Accanto alle grandi dimore storiche e ai giardini botanici più noti – da sempre simboli dell’eccellenza turistica del territorio – emergono realtà meno conosciute ma non meno significative: piccoli giardini privati, parchi secolari, complessi monumentali e siti UNESCO spesso al di fuori dei circuiti turistici di massa, ma profondamente radicati nel tessuto culturale locale.

Sono luoghi che racchiudono preziosi elementi di paesaggio e natura, intrecciati con architettura, arte e storia, e che raccontano l’evoluzione del rapporto tra “uomo e “ambiente. Attraverso cultivar d’eccellenza, fioriture tipiche, collezioni botaniche rare e opere d’arte, questi spazi si fanno interpreti di un turismo lento, sostenibile e consapevole, in cui l’esperienza conta più della velocità e la qualità più della quantità.

Il *garden tourism* del Distretto Turistico dei Laghi si configura così come un viaggio dell’anima, un percorso intimo tra ville e giardini “del cuore”, ideale per cogliere “essenza più autentica del territorio. Un viaggio che invita all’ascolto, alla contemplazione e

alla comprensione profonda di un patrimonio naturalistico e culturale unico.

Il percorso prende avvio dalle iconiche Isole Borromee: Isola Bella, raffinato scrigno di arte barocca sospeso sulle acque del lago, dove architettura, scultura e giardino terrazzato dialogano in un equilibrio scenografico straordinario; e Isola Madre, autentico eden botanico, celebre per la sua vegetazione esotica e per l'atmosfera romantica e contemplativa che la pervade.

A Stresa si incontrano anche il Parco Pallavicino, diciotto ettari di bellezza in cui l'anima botanica e quella faunistica convivono armoniosamente, offrendo un'esperienza immersiva che unisce educazione ambientale e piacere estetico. Poco distante, a Baveno, il Parco di Villa Fedora con la sua dimora ottocentesca e il giardino all'inglese rappresenta un esempio raffinato di paesaggio progettato, dove il verde diventa cornice ideale per la memoria storica.

A Cannero Riviera, il Parco degli Agrumi sorprende per la sua unicità: un giardino mediterraneo in Piemonte, dove una straordinaria varietà di agrumi prospera grazie al microclima favorevole del lago. Ad Arona, il Parco della Rocca Borromea offre un'ampia distesa verde affacciata sul Lago Maggiore, dominata dalle suggestive rovine della fortezza in cui nacque Carlo Borromeo. Qui il paesaggio naturale si intreccia con la storia, evocata anche dalla vicina statua monumentale del "San Carlone", simbolo identitario del territorio.

Il viaggio prosegue a Meina, dove il Museo Meina e il parco di Villa Faraggiana fondono architetture ottocentesche, serre storiche, antiche specie botaniche ed esperienze multimediali, creando un luogo ideale per un pubblico trasversale, incluse le famiglie. Sulle pendici del Mottarone, il Giardino Botanico Alpina invita a una passeggiata tra aiuole di flora alpina e viste panoramiche mozzafiato, che spaziano dalle Isole Borromee alle Alpi, offrendo una lettura botanica e paesaggistica di grande suggestione.

A Verbania Pallanza, i Giardini di Villa Taranto rappresentano uno dei massimi capolavori del *garden tourism* europeo: un'autentica opera d'arte botanica con migliaia di specie provenienti da ogni continente, terrazze fiorite, giochi d'acqua e prati digradanti verso il lago. Nella stessa città, Villa Maioni e Villa Giulia testimoniano come le dimore storiche possano vivere una nuova funzione culturale, diventando luoghi di incontro, eventi e fruizione pubblica, senza perdere il loro fascino originario.

Tra i tesori più intimi e raccolti spicca Villa Anelli a Oggebbio, giardino privato celebre per la sua collezione di camelie, ricono-

sciuta a livello internazionale come *Camellia Garden of Excellence*. Qui la passione familiare si traduce in cura, continuità e rispetto per la tradizione botanica.

Dal Lago Maggiore lo sguardo si spinge verso l'estremo nord del Piemonte, nelle Valli dell'Ossola, dove il paesaggio si fa più montano e raccolto. Il Castello medievale di Vogogna domina il borgo sottostante come silenzioso custode della storia locale, mentre in Valle Vigezzo, la "Valle dei pittori", la Casa del Profumo Feminis-Farina racconta una storia di migrazione, creatività e imprenditorialità attraverso essenze, memorie e il suggestivo Giardino degli Aromi.

Tra laghi e monti emergono infine i Sacri Monti di Ghiffa, Orta San Giulio e Domodossola: complessi monumentali cinquecenteschi che uniscono arte, fede, paesaggio e teatralità. Veri e propri "paesaggi spirituali", il cui valore universale è stato riconosciuto nel 2003 con l'inserimento nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO.

Sul Lago d'Orta, completano il percorso Villa Bossi con il suo giardino affacciato sull'acqua, il parco di Villa Motta – anch'esso riconosciuto come *International Camellia Garden of Excellence* – il sorprendente Giardino Lorella di Ameno, esperienza sensoriale tra profumi e varietà botaniche, Villa Nigra a Miasino, elegante residenza cinquecentesca tra i migliori esempi piemontesi di villa di campagna storica, e il Giardino dei Semplici con le sue piante officinali, alcune delle quali assai rare.

Slow tourism e giardini dell'anima tra laghi e monti: alcuni esempi

Nel cuore di Santa Maria Maggiore, piccolo gioiello culturale della Valle Vigezzo, la Casa del Profumo Feminis-Farina [Figura 1] si presenta non solo come museo, ma come giardino sensoriale. Qui il paesaggio, la storia e i profumi si intrecciano per offrire un'esperienza che va oltre la visione estetica: un viaggio interiore tra memoria, sensazioni olfattive e connessione profonda con il territorio.

La Casa del Profumo è un museo multisensoriale che celebra l'origine autentica dell'Acqua di Colonia, profumo tra i più famosi al mondo. La sua storia nasce alla fine del XVII secolo con Giovanni Paolo Feminis, originario di Crana (frazione di Santa Maria Maggiore), che emigrò in Germania e creò l'essenza chiamata *Aqua mirabilis* per le sue proprietà lenitive e curative. Con l'aiuto di Giovanni Maria Farina, mercante anch'egli vigezzino, questa formula

si affermò in Europa, trasformandosi in una fragranza celebre in ogni corte nobiliare. La Casa del Profumo non è un museo tradizionale: è un percorso esperienziale che stimola i sensi, collocato all'interno di un edificio storico rinnovato con installazioni multimediali e aree immersive. Al piano terra si incontrano esposizioni delle essenze e delle erbe alla base della ricetta originale, mentre il primo piano è dedicato a un racconto multisensoriale che intreccia storia, eredità locale, emigrazione e profumi attraverso installazioni dinamiche e olfattive. All'esterno della Casa del Profumo si apre il Giardino degli aromi, un piccolo ma ricco spazio verde in cui crescono piante ed essenze che evocano le note olfattive dell'Acqua di Colonia stessa. Qui agrumi, erbe aromatiche, fiori e profumate essenze mediterranee e alpine dialogano con l'ambiente, restituendo al visitatore un'esperienza di contatto diretto con la natura e con la memoria olfattiva del luogo.

Se nel *garden tourism* i luoghi verdi sono spazi di lentezza e contemplazione, al Giardino degli aromi della Casa del Profumo questo concetto si spinge oltre: i profumi, le erbe e le essenze diventano punti di contatto tra emozione e memoria, tra esperienza sensoriale e identità collettiva. Qui il visitatore non si limita a osservare, ma respira la storia stessa del territorio, riconoscendo nelle fragranze un linguaggio che parla direttamente all'anima.

In un mondo dove la percezione visiva domina spesso l'esperienza turistica, il Giardino degli aromi invita a un ritorno ai sensi più profondi, in cui respirare diventa atto di presenza, ascolto e benessere. Questo paesaggio dell'anima, piccolo ma potentemente evocativo, testimonia come la relazione con la natura e con la cultura possa essere al contempo intima e universale, familiare e sorprendente.

Nel cuore raccolto e silenzioso del borgo di Miasino [Figura 2], sulle colline orientali del Lago d'Orta, si trova uno dei luoghi più intimi e suggestivi dell'esperienza di viaggio lento: il Giardino dei Semplici. Piccolo ma straordinariamente ricco di significato, questo spazio verde è molto più di un giardino botanico; è un luogo dove la natura incontra la storia, la cura si trasforma in senso e il paesaggio diventa paesaggio dell'anima.

Il giardino raccoglie circa cento specie di piante aromatiche e officinali, molte delle quali un tempo fondamentali per la medicina popolare e ancora oggi alla base della fitoterapia. Le essenze qui presenti – dal giuggiolo all'echinacea, dalla liquirizia all'abrotano,

fino a piante più esotiche come la *manuka* – non sono semplici collezioni botaniche: ciascuna porta con sé una storia di relazione profonda con l'ambiente e con l'esperienza umana del benessere.

Il Giardino dei Semplici nasce sulle tracce di un antico hortus, una tradizione millenaria che affonda le radici nella cultura benedettina medievale, dove gli spazi verdi dedicati alle piante medicinali – detti *hortus simplicium* – erano progettati non solo per la cura del corpo ma anche per la pace dell'anima. In questo senso, il giardino non è solo un luogo di conoscenza botanica, ma un paesaggio sensoriale: camminare tra le sue aiuole significa lasciarsi avvolgere dai profumi, ascoltare il silenzio delle erbe, riscoprire un rapporto autentico con la natura e con sé stessi.

Nato nel 2016 dalla riqualificazione di uno spazio che aveva attraversato un periodo di abbandono, il progetto è frutto di una collaborazione tra l'Amministrazione comunale di Miasino, l'Istituto Professionale per l'Agricoltura e l'Ambiente di Crodo e il contributo di esperti internazionali. Oggi il giardino è curato da Albert Husband, guida ambientale escursionistica e custode del luogo, che con attenzione e passione ha trasformato il giardino in un piccolo angolo di paradiso aperto al pubblico gratuitamente.

Ogni pianta è accompagnata da tavole in ardesia con il nome botanico e pannelli divulgativi sulle proprietà curative, creando così un dialogo tra natura, sapere e comunità. La presenza di arredi e spazi dove fermarsi a sostare invita il visitatore a rallentare, a contemplare e a lasciarsi parlare dai sensi: profumi, colori e forme diventano qui strumenti di ascolto interno, restituendo un'esperienza che tocca al tempo stesso mente e anima.

Nel contesto del *garden tourism* e dei *soul gardens*, il Giardino dei Semplici si distingue non tanto per dimensioni, quanto per profondità: la sua proposta non è solo botanica, ma esperienziale e riflessiva. È un luogo dove la conoscenza delle piante si intreccia con l'ascolto dei sensi e della memoria. Qui il visitatore è invitato a percepire la natura non come oggetto da ammirare da lontano, ma come ambiente con cui entrare in relazione; un ambiente che può insegnare, calmare, rigenerare.

Nell'armonia semplice delle sue essenze, il Giardino dei Semplici di Miasino esprime pienamente l'idea che un giardino dell'anima non è solo spazio fisico, ma esperienza di cura, lentezza e consapevolezza. È un luogo dove i ritmi del mondo moderno si attenuano, dove i profumi invitano alla contemplazione e dove ogni pianta racconta la sua storia di rapporto tra uomo e natura.

Tra i grandi giardini del Lago Maggiore, i Giardini Botanici di Villa Taranto [Figura 3] rappresentano una sintesi esemplare dei valori che il progetto *Soul Gardens* intende raccontare: la forza di una visione personale, il rispetto profondo per la natura, la capacità di trasformare un sogno individuale in un patrimonio collettivo.

La loro origine è indissolubilmente legata alla figura del Capitano Neil Boyd McEacharn, ufficiale scozzese, viaggiatore colto e appassionato botanico, che giunse sul Lago Maggiore negli anni Trenta del Novecento. In questo lembo di Piemonte, sospeso tra acqua e montagna, McEacharn riconobbe immediatamente il luogo ideale per realizzare il progetto che avrebbe dato forma alla sua anima: creare un giardino capace di accogliere e far convivere specie botaniche provenienti da ogni parte del mondo, in un equilibrio armonico con il paesaggio preesistente.

Il Capitano non concepì mai il giardino come un'imposizione sull'ambiente, bensì come un dialogo continuo con esso. La scelta delle specie, la disposizione delle terrazze, dei viali, delle vasche d'acqua e dei prati digradanti verso il lago rispondeva a una visione precisa: rispettare la morfologia naturale del terreno, valorizzare il microclima del Lago Maggiore e creare sequenze paesaggistiche capaci di sorprendere senza mai sopraffare. In questo senso, Villa Taranto è molto più di una collezione botanica: è un'opera "arte vivente, in costante trasformazione.

La straordinaria ricchezza del giardino – con migliaia di specie botaniche provenienti dai cinque continenti, fioriture che si susseguono dall'inizio della primavera fino all'autunno inoltrato, giochi cromatici e prospettive studiate con rigore quasi musicale – riflette la personalità del suo creatore: curiosa, disciplinata, profondamente rispettosa della natura. McEacharn concepiva il giardino come luogo di educazione e contemplazione, convinto che la bellezza, se condivisa, potesse elevare lo spirito e accrescere la consapevolezza collettiva.

In questa visione risiede il valore più attuale dell'esperienza di Villa Taranto. Il giardino non nasce per essere esclusivo, ma per essere aperto, vissuto, attraversato. La scelta del Capitano di destinare il suo progetto a una fruizione pubblica rappresenta un atto di grande responsabilità culturale e civile, che anticipa di decenni i principi oggi al centro del turismo sostenibile. Villa Taranto diventa così un esempio virtuoso di come un'iniziativa privata, guidata da passione e competenza, possa trasformarsi in bene comune.

Dal punto di vista del *garden tourism*, Villa Taranto incarna perfettamente i valori della sostenibilità: tutela della biodiversità, cura continua del patrimonio botanico, educazione ambientale, fruizione lenta e rispettosa. Il visitatore è invitato a percorrere il giardino con attenzione, seguendo il ritmo delle stagioni, lasciandosi guidare dalla successione delle fioriture, dalla presenza dell'acqua, dal silenzio interrotto solo dai suoni della natura. È un'esperienza che favorisce il benessere psicofisico e stimola una relazione più profonda con l'ambiente.

Ma, soprattutto, Villa Taranto è un paesaggio dell'anima. In esso si riflette l'anima del suo creatore, che ha saputo tradurre un ideale in forma viva, e al tempo stesso offre a chi lo visita uno spazio di riconnessione interiore. Camminare tra i suoi viali significa entrare in un luogo dove il tempo sembra dilatarsi, dove la bellezza non è ostentata ma donata, dove la natura diventa maestra di equilibrio e armonia.

Nel contesto del progetto *Soul Gardens*, Villa Taranto si propone quindi come modello e ispirazione: dimostra come la cura del paesaggio possa generare valore culturale, benessere diffuso e sviluppo sostenibile; come un giardino possa diventare racconto identitario di un territorio; e come, infine, l'anima di un singolo individuo possa lasciare un'impronta duratura, capace di parlare ancora oggi a migliaia di visitatori provenienti da tutto il mondo.

Conclusioni

In un tempo storico segnato dalla velocità, dalla frammentazione dell'esperienza e da una crescente distanza tra l'essere umano e l'ambiente naturale, i giardini tornano ad assumere un ruolo essenziale: quello di luoghi di mediazione tra il mondo esterno e il paesaggio interiore. Essi non sono soltanto spazi fisici, ma vere e proprie soglie simboliche, capaci di accogliere, rallentare e trasformare chi li attraversa.

Il concetto di *Soul Gardens* nasce proprio da questa consapevolezza: riconoscere nei giardini e nelle ville storiche non solo un patrimonio da visitare, ma un patrimonio da sentire. Ogni giardino custodisce un'anima, frutto dell'intreccio tra visione umana e forza della natura, tra progetto e crescita spontanea, tra memoria e presente. Camminare tra questi spazi significa entrare in relazione con una dimensione più profonda del viaggio, in cui l'esperienza estetica si trasforma in esperienza esistenziale.

Nei paesaggi dei Laghi piemontesi e delle Valli dell'Ossola, questa dimensione emerge con particolare intensità. Qui l'acqua, la montagna, la vegetazione e l'architettura dialogano in un equilibrio delicato, generando luoghi che invitano alla contemplazione e all'ascolto.

I giardini diventano così spazi di silenzio fertile, in cui il visitatore può sospendere il ritmo quotidiano, ritrovare un contatto autentico con la natura e, al tempo stesso, con sé stesso.

In questa prospettiva, il turismo non è più semplice consumo di luoghi, ma esperienza di relazione. Un turismo dell'anima, appunto, che non cerca l'accumulo di immagini o tappe, ma la qualità del tempo vissuto. Il *garden tourism* si configura allora come pratica profondamente sostenibile, perché fondata sul rispetto: rispetto per i luoghi, per i loro ritmi naturali, per le comunità che li abitano e per il bisogno umano di equilibrio e senso.

La sostenibilità, in questo contesto, non è solo ambientale o economica, ma anche culturale e spirituale. Preservare un giardino storico, curarne le specie botaniche, raccontarne la storia e renderlo accessibile in modo consapevole significa prendersi cura di un'eredità collettiva, ma anche offrire uno spazio di rigenerazione emotiva e mentale. È qui che il concetto di anima diventa centrale: perché un territorio che sa prendersi cura della propria anima è un territorio capace di accogliere, ispirare e durare nel tempo.

Soul Gardens propone, dunque, una visione in cui il paesaggio non è sfondo, ma protagonista; in cui il visitatore non colleziona tappe, ma vive esperienze; in cui il giardino non è decorazione, ma racconto vivo di una relazione armonica tra uomo e natura. Una visione che invita a ripensare il viaggio come atto di cura e di responsabilità, come occasione di crescita individuale e collettiva, in cui la sostenibilità non è solo obiettivo, ma pratica quotidiana.

Bibliografia e sitografia

- I Giardini di Villa Taranto Neil McEacharn. Fabri Editori, 1980
Il Giardino del Capitano McEacharn. Umberto Allemandi & C., 2016
Giardini e ville del lago d'Orta. Daniela Piazza Editore, 2023
<http://www.distrettolaghi.it>
<https://www.giardinosemplici.it>
<https://santamariamaggiore.info>
<https://www.visitossola.it>
<https://www.villataranto.it>

SECONDA PARTE

LA COSCIENZA DEL GIARDINO

Da patrimonio contemplativo
a modello per il turismo rigenerativo

*Claudio Zella Geddo, Samuel Piana**

Il giardino tra estetica e valore economico

Il giardino non è semplicemente un perimetro delimitato di natura ordinata, ma rappresenta una “chiamata alla bellezza” e un “legame con l’eterno” che attraversa le stagioni e le culture. La “coscienza del giardino” si rivela come un patrimonio contemplativo, un alfabeto di significati che richiede passi lenti e occhi attenti per essere decifrato. Tuttavia, nel panorama del turismo contemporaneo, questa dimensione poetico-letteraria deve necessariamente confrontarsi con le dinamiche di un mercato globale in cui il settore travel contribuisce per ben 10,9 trilioni di dollari al PIL mondiale.¹

Il passaggio dal *garden tourism* tradizionale, inteso come fruizione estetica di parchi e ville storiche, all’*horti-tourism* (o orti-turismo) segna un’evoluzione fondamentale, ovvero l’integrazione profonda tra sviluppo orticolo e impresa commerciale. Se il giardino contemplativo è il luogo dell’ammirazione e dell’autenticità, l’*horti-tourism* si configura come una pratica di «Entertainment Farming» (agricoltura dell’intrattenimento). Qui, il visitatore non

* Il testo di Zella Geddo costituisce la traduzione scritta di un intervento originariamente concepito come *pièce* e va quindi letto tenendo conto della sua natura di performance. A partire dal paragrafo dedicato all’*horti-tourism*, il testo introduce la sezione di Piana.

¹ Nel 2024 il settore del turismo e dei viaggi ha contribuito per ben 10,9 trilioni di dollari al PIL globale, rappresentando circa il 10% dell’economia mondiale. Tuttavia, secondo le stime dell’United Nation Environment Programme (UNEP), senza interventi strutturali, entro il 2050 il settore potrebbe causare un aumento del 154% nei consumi energetici, del 131% nelle emissioni di gas serra e del 152% nell’uso di risorse idriche.

è più solo un osservatore, ma un soggetto attivo coinvolto nella semina, nella raccolta e nella comprensione dei cicli biologici, rispondendo così al crescente bisogno delle popolazioni urbane di fuggire dallo stress cittadino per rigenerarsi in ambienti naturali.

In un'epoca segnata dalle conseguenze della pandemia di covid-19, che ha visto crolli drastici negli arrivi internazionali e nelle entrate agricole, *l'horti-tourism* emerge come un modello di turismo rigenerativo.² Non si tratta più soltanto di sostenibilità, ovvero di non deteriorare l'ambiente, ma di una pratica capace di lasciare i luoghi visitati in condizioni migliori di come sono stati trovati. Attraverso l'analisi delle potenzialità economiche e dei rischi ambientali, come l'aumento dei consumi energetici e dei rifiuti, previsto per il 2050, il presente saggio intende dimostrare come la valorizzazione dei frutteti e dei giardini fioriti possa trasformare un asset puramente estetico in un pilastro della resilienza economica rurale.

La coscienza del giardino: un patrimonio contemplativo

Desiderata

Una chiamata alla bellezza, al benessere, al rimanere soli con sé stessi.

Un'orma diversa sul nostro procedere tra le ore e i giorni.

Un mutismo contemplativo.

Un esserci per essere, diventare, tornare a vivere autentici.

Sarà la parola ad animare qualsiasi giardino.

Parola che diventa esplorazione, suggerimento, percorso e infine approdo.



Lohengrin e il cigno, iconografia tratta dal catalogo Alamy

² Il termine “turismo rigenerativo” è stato formalizzato nel 2020 dalla giornalista Elaine Glusac in un celebre articolo del *New York Times*.

Il segreto

In minute righe viene svelata, colta la coscienza del giardino tra divagazioni botaniche, approdi storici, itinerari geografici e arene filosofiche.

Una sorta di *divertissement* che suggerisce percorsi mentali da Walser, Rilke, De Rougemont, Baudelaire e Proust accompagnati e condotti da armonie di Debussy e Wagner.

Un contributo poetico-letterario in cui suggestioni e rimandi concedono un panorama diverso rivolto al giardino.



I Misteri del giardino di Compton House, 1982 regia Peter Greenway.

Percorsi letterari e armonie botaniche

Ogni essere vivente partecipa al senso della chiamata che ogni giardino offre a chi lo abita, percorre o contempla.

Ci viene apparecchiato, in ogni stagione, un legame con l'eterno.

Un *recueillement à travers les bruyères*.

Una verde preghiera in una camera d'erba.

Ogni fiore è una porta, un muscolo teso verso il firmamento e altresì un richiamo del *Chi*, dell'energia vitale, che si dipana come un nastro colorato in sentieri sinuosi.

Ogni bosco è paragonabile a un canto come ben scriveva Robert Walser.

Rosa Mystica di illibata fanciulla.

A noi il felice arco dell'ascolto nel gotico fiorito di immutata suggestione.

Ci suggeriva Voltaire "Il faut cultiver le jardin!".

Un incitamento o per taluni un'interrogazione?

Passogliamo allora accanto all'acqua che cade e scorre da est verso ovest seguendo il sorgere e il calare del sole.



I Misteri del giardino di Compton House, 1982 regia Peter Greenway.

Incantati, forse, alla ricerca della Quercia del Giudizio come Lohengrin o esitanti nel variegato giardino galleggiante di Xochimilco da Cortés inutilmente abbracciato con lo sguardo.

E se ogni eden è cura, primo libro aperto, intuizione possibile di una vita altra, imitazione del benessere ultimo che l'anima dovrà conquistare, diamo al passo il ritmo lieve del transitare e all'occhio lo slancio trasparente del vivere!

Nelle trascorse stagioni le *Filles en fleur* e l'inaccessibile *Dame de la Rose* avrebbero indicato, con accennato gesto, il *Bel Accueil* che ogni velo di verde regala anche al più distratto visitatore.

È un rimbalzo di fiori viventi, acque limpide e svettanti chiome l'alfabeto che la coscienza del giardino ci consegna, a ramo nudo, nel nostro personale epicureo Giardino delle idee.



Giardino d'Amore,
olio su tela di Peter Paul Rubens (1632-1633) Museo del Prado Madrid.

Breve cronologia del rapporto tra civiltà e giardino

Il concetto, la forma, la proprietà di un giardino nascono intorno al 5.000 a.C. in Cina a partire dalla regione dell'eterna primavera, ovvero lo Yunnan.

Tale pratica andrà poi a interessare l'arcipelago giapponese assumendo connotazioni particolari come il giardino zen e la pratica del bonsai.

Nel 3.000 a.C. sarà la Mezzaluna fertile a dare un felice contributo alla coltivazione, per diletto, di fiori grazie ai giardini pensili di Babilonia.

Nella Grecia classica e a Roma le aree verdi divengono quindi spazi eletti per riflessioni filosofiche e soprattutto corredo di ville, palazzi e mansio. Anche se, si ricordi a tal proposito, l'invettiva di Orazio che nei *Carmina* bandisce i fiori.

La Civiltà del giardino si concretizza, però, nel Medioevo, dai *Minnesänger* svevi ai trovatori provenzali, assumendo la fisionomia di un vero e proprio culto. A tal proposito il *Decamerone* ne diventa espressione ove si intrecciano poesia, *disputatio* e incanto del giardino. In opere pittoriche quali *Les très riches heures du Duc de Berry* (xv secolo), una ricercata sontuosità floreale fa da sfondo e protagonista a un'idea alta di aristocrazia.

Da non tralasciare, inoltre, la rappresentazione della lietezza agreste consegnataci dagli affreschi che adornano il Palazzo Schifanoia a Ferrara (xiv secolo).

Sarà poi l'orto botanico di Padova, a partire dal 1545, a dare dignità scientifica alle aree verdi arrivando a essere nel 2014 giardino della biodiversità con biomi provenienti dal mondo intero.

Con l'avanzare del Turco sarà quindi la volta della civiltà del tulipano che troverà nei Paesi Bassi la sua culla d'elezione estetica, sociale e soprattutto economica (xvii secolo).

Nei secoli successivi vedrà la luce il cosiddetto "giardino all'italiana" o alla "francese" in cui il senso della proporzione, la prospettiva, l'artificio e il decoro divennero elementi essenziali del disegno architettonico; un *esprit de géométrie*. Immagine che si consoliderà nel secolo xviii grazie alle opere di innovatori, quali Le Notre e De la Quintinie, secondo i criteri di ridondanza e rappresentazione del potere regale come a Versailles e al Trianon.

Il Regno Unito contribuirà, con la fondazione nel 1804 della Royal Horticultural Society e la creazione dei Kensington Gardens, in larga misura a innovare l'arte verde grazie all'introduzione dell'immagine del "giardino all'inglese". Luogo ove l'apparente li-

bertà vegetale risulta ben inserita in un quadro ove la suggestione e l'attivarsi dei sensi sono il risultato che il progettista intende ottenere dagli ospiti. Il giardino a Strawberry Hill sul Tamigi, di proprietà del poeta Pope, o quello di Addison, ne sono esempi perfetti grazie ai loro *pleasure ground* ben separati.

A tutt'oggi il verde ha assunto forme, dimensioni e posizioni (giardino verticale) tali da consentirgli di diventare arredo, complemento e non solo fulcro di quello che per millenni è stato il teatro per eccellenza della meditazione, della conoscenza e del riposo.

Dal garden tourism all'horti-tourism: evoluzione di un modello. Il benessere nella natura come risposta allo stress urbano: basi scientifiche

La transizione verso l'*horti-tourism* è alimentata da una spinta sociologica e psicologica profonda: la fuga dal cosiddetto "stress da urbanizzazione". La letteratura accademica internazionale ha ampiamente dimostrato che la permanenza in spazi agricoli e botanici non produce solo un piacere estetico, ma una vera e propria rigenerazione cognitiva.

Due teorie sono fondamentali per sostenere questa tesi in un saggio economico-turistico. Rachel e Stephen Kaplan³ sostengono, attraverso la loro *Attention Restoration Theory* (ATR), che gli ambienti urbani producono una "attenzione diretta" faticosa, il nostro cervello attirato da continui stimoli visivi e uditivi⁴ ha un sovraccarico di informazioni. Al contrario, giardini e frutteti offrono stimoli che attivano la "frazione involontaria" dell'attenzione, permettendo al cervello di riposare e di recuperare le capacità esecutive.

Gli studi di Roger Ulrich⁵ relativi alla *Stress Recovery Theory* (STR) dimostrano che l'esposizione a paesaggi naturali ricchi di biodiversità, come vivai o frutteti fioriti, riducono i livelli di cortisolo e la pressione sanguigna in meno di dieci minuti.

³ Kaplan, S. (1995). "The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework". *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169-182.

⁴ Lo studio delle neuroscienze ha dimostrato che il nostro cervello riesce a elaborare fino a trentacinquemila stimoli cognitivi ogni giorno. Su questo aspetto e sulle conseguenze a livello di neuromarketing si rimanda ai lavori del professor Mariano Diotto presenti in bibliografia.

⁵ Ulrich, R.S., et al. (1991). "Stress recovery during exposure to natural and urban environments". *Journal of Environmental Psychology*, 11(3), 201-230.

L'origine orientale e il modello dell'Entertainment Farming

L'integrazione tra benessere e produzione agricola trova le sue radici più fertili in Oriente. Se il Giappone ha istituzionalizzato il benessere forestale (*Shinrin-yoku*), nazioni come il Nepal e l'India hanno declinato questo bisogno in chiave economica attraverso l'*Horti-tourism*.

In Nepal, la pratica nasce come risposta alla crisi dei mercati agricoli tradizionali e all'urbanizzazione selvaggia della valle di Kathmandu. In questo contesto l'*Horti-tourism* non è inteso come semplice visita, ma come *Entertainment Farming*:⁶ le aziende agricole sono progettate per accogliere il turista urbano, offrendogli la possibilità di partecipare alla vita rurale. Questo modello ha un grande impatto economico: permette di valorizzare terreni marginali (fino al 30% del territorio montuoso nepalese è costituito da terreni incolti o scoscesi)⁷ trasformandoli in asset turistici rigenerativi.

Esempi di integrazione: tra Alpi e Appennini

Per traslare questo modello nel contesto europeo e italiano, si possono citare due esempi che coniugano la "coscienza del giardino" con la pragmatica economica dell'*horti-tourism*.

Un primo caso è sicuramente l'Alto Adige, dove da diversi anni si sta lavorando su una transizione in cui l'economia si basa principalmente su agricoltura e turismo. La provincia di Bolzano ha realizzato un piano strategico su tre settori: *green, alpine e food*. Le piantagioni di mele diventano un'attrazione paesaggistica e industriale, creando come beneficio di lungo termine un territorio curato e produttivo, ideale sia per un turismo meditativo sia un luogo perfetto per film e serie tv con scenari idilliaci.

Un altro piccolo esempio, che sta riscuotendo successo, si trova ad Anzola d'Ossola, nella provincia del Verbano Cusio Ossola in Piemonte, è il "Giardino Zen", nato dalla profonda conoscenza e passione del proprietario, il quale ha voluto ricreare le tradizioni

⁶ Gyawali, P., Bhandari, S., & Shrestha, J. (2022). "Horti-tourism (Orti-turismo); un approccio per rafforzare l'economia degli agricoltori nella situazione post-covid". *Journal of Agriculture and Food Research*, 7, 100278.

⁷ Khanal, N., & Watanabe, T. (2006). Abandonment of agricultural land and its consequences. *Mountain Research and Development*, 26(1), 32-40.

di questa pratica millenaria capace di rigenerare anima e corpo, praticando anche attività come lo Yoga o le visite guidate.

L'horti-tourism come motore della rigenerazione territoriale. Sintesi sistemica: swoc e il “doppio vantaggio”

L'horti-tourism non si configura come una semplice estensione dell'agriturismo, ma come un'impresa commerciale integrata, che fonde lo sviluppo orticolo con l'industria dei viaggi. Il cuore economico di questo modello risiede nel «doppio vantaggio» (*double advantage*): la capacità di generare flussi di reddito simultanei dalla produzione agricola e dall'accoglienza turistica nel medesimo spazio di lavoro.

Attraverso l'analisi swoc⁸ è possibile identificare come questo approccio agisca da ammortizzatore finanziario. In particolare, ci sono tre importanti vantaggi competitivi che tale processo di integrazione mette in evidenza. Il primo è la capacità di mitigare il rischio d'impresa, la diversificazione turistica riduce il fallimento dovuto a condizioni climatiche o attacchi di parassiti che possono compromettere il raccolto o situazioni di instabilità del mercato. Il secondo vantaggio è la capacità di lavorare attraverso visite guidate, superando la stagionalità delle coltivazioni e la fase di avvio dei frutteti. Infine, si attua un vantaggio competitivo, dovuto alla riduzione dei costi logistici, dei danni legati al trasporto e alla minimizzazione delle perdite di stoccaggio, vendendo direttamente al turista-consumatore i prodotti appena raccolti.

Il passaggio dalla sostenibilità alla rigenerazione segna l'evoluzione del turismo oltre gli obiettivi dell'Agenda 2030. Se il turismo sostenibile mira a “non danneggiare”, il turismo rigenerativo mira a riqualificare i territori, lasciando la destinazione in condizioni migliori di come è stata trovata.

⁸ L'analisi swoc (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Challenges*) è un'evoluzione della più nota analisi swot, in cui il termine *threats* (minacce) viene sostituito con *challenges* (sfide) per adottare una prospettiva strategica più propositiva. cfr: Aithal, P. S. (2016). Study on swoc Analysis of a Commercial Bank. International Journal of Management, IT and Engineering.

Periferie competitive: l'integrazione delle filiere montane

Nelle «periferie competitive» descritte da Giulio Buciuini: territori geograficamente distanti dai centri urbani ma dotati di un alto potenziale di innovazione, l'*horti-tourism* agisce come integratore delle filiere tradizionali. In contesti montani, dove si ha un'alta percentuale di territorio ripido e inadatto alle colture agronomiche intensive, questo modello valorizza la bellezza paesaggistica e previene il degrado ambientale.

In tal senso, l'*Horti-tourism* non è solo una strategia di profitto, ma un modello di *lifelong learning* e cittadinanza globale, capace di trasformare aree marginali creando sostentamento economico e preservando la biodiversità.

Oltre l'homo Turisticus: per una nuova economia della bellezza

Il percorso tracciato in questo saggio dimostra come il giardino si sia evoluto da semplice perimetro di contemplazione solitaria a pilastro strategico per uno sviluppo rurale resiliente. Tuttavia, affinché questa trasformazione sia efficace, è necessaria una “rivoluzione” di pensiero che superi definitivamente il modello dell'*homo turisticus*. Come evidenziato dall'antropologo Duccio Canestrini, il paradosso del turismo contemporaneo risiede nella mercificazione dell'autenticità: il turista di massa ricerca un'esperienza “vera” ma finisce per consumare simulacri standardizzati, distruggendo proprio ciò che intendeva scoprire (Canestrini, 2025).

L'*horti-tourism* rappresenta una possibile via d'uscita da questo paradosso. Se l'*homo turisticus* è un predatore di luoghi, il soggetto attivo del turismo rigenerativo ne diventa il custode consapevole. Attraverso il «doppio vantaggio» economico, il giardino e il frutteto smettono di essere scenografie passive per diventare spazi di produzione e partecipazione. Questo approccio è particolarmente vitale nelle “periferie competitive” e nelle aree montane, dove il recupero di terreni incolti potrebbe permettere l'integrazione di filiere economiche tradizionali con nuove forme di reddito.

In un periodo segnato dall'instabilità climatica e sociale, l'adozione di pratiche orti-turistiche offre stabilità occupazionale che il solo settore alberghiero, spesso “parassitario” rispetto al territorio e caratterizzato da stagionalità, non può garantire. La rigenerazione dei luoghi, la tutela della biodiversità e la valorizzazione della «bellezza resiliente» non sono più costi da sostenere, ma investi-

menti per un futuro in cui il turismo torni a essere un momento di autentico incontro socioculturale. Come ricordava il presidente Kennedy nel 1961, la responsabilità del cambiamento ricade sui singoli cittadini e sui decisori politici: la sfida del XXI secolo sarà quella di coltivare non solo i giardini, ma una nuova coscienza globale capace di salvare la bellezza del nostro mondo.

Bibliografia

- Aithal, P. S. (2016). “Study on SWOC Analysis of a Commercial Bank”. *International Journal of Management, IT and Engineering*.
- Alieva, D., & Usmonova, G. (2021). “Sustainability perceptions of Community Based tourism by stakeholders in Central Asia”. *Local Development & Society*, 2(2), 244-254.
- Baudelaire, C. (1952). *Les fleurs du mal*. Garnier.
- Benfield, R.W. (2013). *Garden Tourism*. CABI Publishing.
- Benfield, R.W. (2020). *New Directions in Garden Tourism*. CABI Publishing.
- Borchardt, R. (2003). *Il giardiniere appassionato*. Adelphi.
- Bratman, G.N., Hamilton, J.P., Hahn, K. S., Daily, G. C., & Gross, J.J. (2015). “Nature experience reduces rumination and subgenual prefrontal cortex activation”. *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)*, 112(28), 8567-8572
- Brown, D. (1995). *Enciclopedia delle erbe*. Vol. 1. Royal Horticultural Society.
- Buciuni, G., & Pisano, G. P. (2021). *Periferie competitive. Perché il futuro dell'industria è nelle mani delle comunità locali*. Egea.
- Buciuni, G., Corò, G. (2023). *Periferie competitive. Lo Sviluppo dei territori nell'economia della conoscenza*. Il Mulino
- Canestrini, D. (2001). *Trofei di viaggio. Per un'antropologia dei souvenir*. Bollati Boringhieri.
- Canestrini, D. (2025). “Homo Turisticus – il paradosso del turismo e come uscirne”. *MicroMega*, 5.
- Cattabiani, A. (2002). *Lunario*. Mondadori.
- Cerutti, S. (a cura di). (2024). *Green Attraction. I giardini come palcoscenico del turismo contemporaneo*. Unicopli.
- Cerutti, S., Moroso, S. (2022). *Garden Tourism. Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*. Aracne.
- Connell, J. (2004). “The purest of human pleasures: the characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain”. *Tourism Management*, 25(2), 229-247.

- De Lorris, G., & De Meun, J. (1984). *Le roman de la Rose*. Gallimard.
- De Rougemont, D. (1982). *L'amore e l'occidente*. Rizzoli (BUR).
- Della Lucia, M., & Giudici, E. (2021). *Humanistic Management and Sustainable Tourism: Human, Social and Environmental Challenges*. Routledge.
- Diotto, M. (2021), *Neuromarketing: gli strumenti e le tecniche di una strategia marketing efficace per creativi e marketer*. Hoepli.
- Diotto, M. (2023), *Neuromarketing for dummies*. Hoepli.
- Farrar, L. (2016). *Gardens and Gardening in Early Modern Italy and France*. Routledge.
- Franch M., Peretta R., (2020), *Turismo, fragilità, emergenze*. McGraw Hill.
- Glusac, E. (27 agosto 2020). "Move Over, Sustainable Travel. Regenerative Travel Has Arrived". *The New York Times*.
- Gyawali, P., Bhandari, S., & Shrestha, J. (2022). "Horti-tourism (Orti-turismo); un approccio per rafforzare l'economia degli agricoltori nella situazione post-covid". *Journal of Agriculture and Food Research*, 7, Articolo 100278.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge University Press.
- Khanal, N., & Watanabe, T. (2006). "Abandonment of agricultural land and its consequences". *Mountain Research and Development*, 26(1), 32-40.
- Ki, A. (2020). *I segreti del Feng Shui con le piante*. Demetra.
- Li, Q. (2018). *Shinrin-yoku. La teoria giapponese del bagno di foresta per ritrovare il benessere*. Gribaudo.
- Matteucci, X., Nawijn, J., & Zumbusch, J.S.H. v. (2021). "A new materialist governance paradigm for tourism destinations". *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 169-184.
- Nugraheni, A. I. P., Priyambodo, T.K., Sutikno, B., & Kusworo, H.A. (2019). "Defining social sustainability and socially conscious tourists in sustainable tourism development". *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(2), 264.
- Principe, Q. (2012). *Wagner – Lohengrin*. Jaca Musica.
- Proust, M. (1987). *Alla ricerca del tempo perduto*. Einaudi.
- Reed, B. (2007). "Shifting from 'sustainability' to regeneration". *Building Research and Information*, 35(6), 674-680.
- Richaud, F. (1999). *Il signor giardiniere*. Ponte delle Grazie.
- Rilke, R. M. (2002). *Lettere intorno a un giardino*. Archinto.
- Ruffino, S. (2023), *Neuromarketing etico, ascoltare le persone per costruire brand efficaci*, Hoepli.

- Sharma, B., & Tham, A. (2023). “Regenerative Tourism: Opportunities and Challenges”. *Journal of Responsible Tourism Management*, 3(1), 15-23.
- Štreimikienė, D., Švagždienė, B., Jasinskas, E., & Simanavičius, A. (2020). “Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review”. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.
- Ulrich, R. S. (1984). “View through a window may influence recovery from surgery”. *Science*, 224(4647), 420-421.
- Walser, R. (1992). *La passeggiata*. Adelphi.

Sitografia

- APGI – Associazione Parchi e Giardini d’Italia. <https://www.apgi.it> (consultato il 25 gennaio 2026).
- L’Espresso*, <https://lespresso.it/c/economia/2015/6/24/alto-adige-il-modello-che-funziona-agricoltura-e-turismo-diventano-hi-tech/42197> (consultato il 5 febbraio).
- Ossola News*, <https://www.ossolanews.it/2024/02/23/leggi-notizia/argomenti/ossola/articolo/alla-scoperta-del-giardino-zen-di-anzola-dossola.html> (consultato il 30 gennaio 2026).
- United Nation Environment Programme (UNEP). <https://www.unep.org> (consultato il 30 gennaio 2026).

GIARDINI E TURISMO RURALE

Una prospettiva escursionistica
per la decentralizzazione dei flussi

Siria Moroso

L'Alto Piemonte, inteso come territorio delle province di Biella, Vercelli, Novara e del Verbano-Cusio-Ossola, presenta al suo interno un'ampia diversificazione paesaggistica, passando dalle pianure risicole, ai laghi prealpini, fino alle valli montane nel giro di qualche decina di chilometri.

Qui l'uso delle risorse territoriali da parte dell'uomo è stato molto diversificato nel tempo e nello spazio: in pianura campi coltivati si alternano a fiorenti distretti industriali, mentre spostandosi verso la catena alpina si incontrano storiche ville sui laghi, che lasciano man mano il posto agli insediamenti rurali.

Conseguentemente a tale situazione, la fruizione turistica che è stata fatta di questi luoghi e le attività turistiche che si sono sviluppate nel corso del tempo rispecchiano questa importante varietà: aree caratterizzate da forti flussi turistici si alternano a zone meno frequentate. In particolare, i buoni collegamenti viari e la facilità con cui si possono raggiungere i laghi d'Orta, Mergozzo e Maggiore, unitamente all'indiscutibile piacevolezza del paesaggio, arricchita dal clima mite e dalla presenza di splendide ville, ha fatto del Distretto Turistico dei Laghi (www.distrettolaghi.it) una delle aree in Piemonte più frequentate dai turisti con i suoi 4 milioni di presenze all'anno.

Qui i visitatori possono godere, tra le altre cose, di una ricca rete di ville e giardini che permettono di scoprire la natura, la cultura e gli aspetti artistici di questi luoghi. Non solo le Terre Borromeo, con le Isole Bella e Madre e Villa Pallavicino, attirano ogni anno centinaia di migliaia di turisti da tutto il mondo, ma anche altri giardini del territorio offrono proposte di visita di grande valore e piacevolezza. È il caso, ad esempio, dei Giardini Botanici di Villa

Taranto a Verbania o dei numerosi parchi e giardini pubblici, come il parco di Villa Giulia o quello di Villa Maioni entrambi a Verbania, il Parco degli Agrumi a Cannero o il giardino di Villa Bossi a Orta San Giulio, oltre a vari parchi e giardini privati.

Restando più in generale, nell'ambito dell'Alto Piemonte, la situazione attuale mostra due volti distinti ma complementari. Da un lato, il Distretto Turistico dei Laghi rappresenta un caso emblematico di come gli spazi verdi curati dalla mano umana possano diventare un asset strategico per lo sviluppo turistico, generando un indotto che impiega centinaia di lavoratori e attrae milioni di visitatori ogni anno. Dall'altro lato troviamo il Lago d'Orta (Cusio) che mantiene l'anima di un *hortus conclusus*. Qui il *garden tourism* è ancora in una fase di potenziale non del tutto espresso: sebbene esistano diversi giardini di pregio sia pubblici che privati, essi rimangono spesso chiusi al pubblico o fruibili solo in particolari occasioni, salvo alcune eccezioni, conservando ancora una dimensione intima e rurale.

Al lato diametralmente opposto troviamo le aree montane dell'Ossola, del Biellese e della Valsesia che completano il quadro del *garden tourism* dell'Alto Piemonte con giardini botanici d'alta quota, la cui *mission* consiste nella conservazione della biodiversità e nella ricerca scientifica. Questi ultimi, proprio per la posizione geografica in cui sono collocati, incastonati tra le montagne, non attirano grandi masse di turisti, bensì un pubblico selezionato e prevalentemente interessato ad approfondire gli aspetti naturalistici.

Questa diversità di situazioni, se da una parte costituisce una grande ricchezza a livello paesaggistico e culturale, dall'altra rivela alcune criticità strutturali della destinazione Alto Piemonte. I dati relativi ai movimenti turistici del 2024 (anno precedente a quello in cui si scrive) mostrano una netta polarizzazione dei flussi turistici su alcune aree circoscritte a scapito di altre zone. Nel Cusio, ad esempio, il Comune di Orta San Giulio registra presenze sproporzionate rispetto ai centri limitrofi, causando fenomeni di *overload* che compromettono la qualità della vita dei residenti e l'integrità ambientale (Cerutti S., Moroso S., 2023). Mentre Orta San Giulio registra oltre centocinquantamila presenze all'anno, comuni vicini come Miasino o Ameno presentano numeri assai inferiori, nonostante il pregio delle loro bellezze architettoniche, artistiche e naturalistiche (Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, 2025). A questa polarizzazione spaziale si aggiunge una marcata stagionalità. I flussi sono ancora massicciamente concentrati nei mesi tardo primaverili ed estivi, con un drastico calo nel periodo invernale,

come evidenziano i dati riportati nell'*Annual Report 2024* del Distretto Turistico dei Laghi.

Un nuovo scenario si presenta, invece, guardando alle ricerche e ai dati statistici riportati dall'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, che evidenziano come siano in crescita i turisti alla ricerca di attività all'aria aperta, proposte outdoor e in natura, tendenze che potrebbero essere colte per portare ad una progressiva destagionalizzazione dell'offerta turistica tramite il *garden tourism*.

Parchi e giardini, infatti, possono offrire fioriture e atmosfere suggestive anche in autunno e inverno (si pensi alle fioriture invernali delle camelie o alle amamelidi), se adeguatamente organizzati e promossi. Inoltre, la presenza di aree verdi di diverso tipo, distribuite sul territorio alto piemontese, permette di indirizzare i flussi turistici interessati a questo tipo di esperienze anche fuori dalle mete tradizionali, già sovraffollate, verso le aree meno conosciute, sfruttando le potenzialità comunicative dei moderni canali digitali per la promozione.

In questa prospettiva ci viene in aiuto il concetto di turismo rurale, un modello di fruizione turistica delle aree interne ed extraurbane basato sull'integrazione del turista con la comunità e il territorio che lo ospita. Secondo l'*Impact Report 2021-2024* del *Tourism for Rural Development Programme* dell'UN Tourism, il turismo, se adeguatamente indirizzato, rappresenta uno strumento capace di diversificare le economie locali, creare occupazione, rafforzare la coesione territoriale e preservare il patrimonio naturale e culturale nelle aree rurali. Questa tendenza si manifesta anche nel moderno fenomeno dello *slow tourism* che porta alla scoperta del territorio in maniera lenta, attraverso esperienze escursionistiche o cicloturistiche.

Integrando questa prospettiva nell'ambito del *garden tourism*, esperienze di turismo rurale legate a parchi e giardini hanno la potenzialità di trasformare il territorio in un "giardino aperto", dove la villa storica, l'orto-giardino e il sentiero boschivo diventano elementi di un'unica narrazione.

Le potenzialità del *garden tourism* di spostare i flussi dalle mete sature verso le aree rurali sono tutte da esplorare. Una chiave di lettura risiede nella capacità motivazionale di questi luoghi: le giuste strategie di promozione possono intercettare i target di pubblico interessati a questo tipo di esperienze outdoor.

Il *garden tourism* può agire come fattore di dispersione in tre direzioni:

- decentralizzazione spaziale: invitando il turista, dopo aver visitato i centri più affollati, a raggiungere piccoli borghi rurali alla scoperta di parchi, giardini e proposte outdoor meno note, approfittando di metodi di spostamento sostenibili, come la bicicletta o i sentieri escursionistici;
- destagionalizzazione: promuovendo giardini progettati per le basse stagioni (i winter gardens), si possono attirare visitatori nei mesi di gennaio o febbraio, contribuendo al prolungamento della stagione turistica;
- profilazione della domanda: intercettando nicchie di mercato (appassionati di botanica, famiglie in cerca di esperienze educative all'aperto, persone con disabilità interessate ai giardini sensoriali) si può distribuire il carico turistico in modo più omogeneo.

Queste possibilità si concretizzano e si stanno cercando di sviluppare in alcune situazioni in Alto Piemonte. Tra di esse troviamo i cinque casi studio che vengono presi in esame di seguito.

Giardino di Villa Lorella Tozzi Spadoni (Ameno, NO)

Situato a Vacciago, frazione di Ameno, sulle colline del Lago d'Orta questo giardino è un perfetto esempio di come la proprietà privata possa aprirsi al pubblico per valorizzare le ricchezze paesaggistiche e culturali di cui è ricca. Il parco è di proprietà della famiglia Lorella Tozzi Spadoni e afferisce a una villa secentesca. Al suo interno si trova una serie di alberi di pregio, tra cui un castagno di seicento anni, una quercia inglese, cedri deodara, antichi rododendri e varie altre specie. Queste piante offrono ai visitatori un fogliame sempre diverso in ogni stagione. L'esperienza è completata da una vista mozzafiato sul lago e verso il massiccio del Monte Rosa che si scorge in lontananza. Il parco, curato dal rinomato giardiniere Gianfranco Giustina, è stato progettato per esaltare proprio questi scorci, senza che la vegetazione comprometta la visuale nel corso del tempo. La volontà della famiglia Lorella Tozzi Spadoni è di promuovere le visite guidate rivolte a piccoli gruppi, permettendo così di coltivare forme di turismo non di massa. L'interesse e il grande potenziale di questo giardino spostano il focus dalla rinomata Orta San Giulio, alla meno conosciuta Ameno, contribuendo a una migliore distribuzione dei

flussi turistici a livello locale, favorendo un turismo di alta qualità e basso impatto (www.giardinolorella.com).

Giardino Botanico Alpina (Stresa, VB)

Ubicato a un'altitudine di 800 metri sulle pendici del Mottarone, affacciato sul Lago Maggiore, il Giardino Botanico Alpina ospita oltre centinaia di specie alpine ed esotiche provenienti da diversi ambienti montani del mondo. Nelle aiuole del parco sono collocate specie comuni in ambiti montani, ma meno frequenti a livello regionale, numerose felci, entità delle brughiere, dei pascoli magri acidofili o di prati aridi, radure o di rocce affioranti. Le rocce ospitano inoltre specie dalle vistose fioriture. Oltre alla notissima Stella alpina, le aiuole accolgono specie endemiche di alcune aree alpine e specie di interesse conservazionistico. La collezione accoglie inoltre piante provenienti da altri sistemi montuosi, come Caucaso, Pirenei, Himalaya, Nord America. Ospita anche un'interessante collezione di rododendri (www.consorzioalpina.it).

Sebbene geograficamente vicino a Stresa sul Lago Maggiore, la sua posizione defilata lo rende una meta di turismo naturalistico e botanico, distinto dal turismo generalista del lungolago. Puntando sulle attività didattiche e sull'interesse botanico, il Giardino Alpina si presta ad attrarre scuole e ricercatori, contribuendo a diversificare l'offerta del Distretto Turistico dei Laghi in tema di *garden tourism*. Nonostante questo alto potenziale, l'Alpina deve far fronte alla crisi innescata dall'incidente avvenuto alla funivia del Mottarone nel 2021 (Sky TG24, 18/09/2025), che ha causato la chiusura dell'impianto in maniera permanente, portando a una drastica riduzione degli ingressi. Tuttavia, proprio l'uso di sentieri per raggiungere il parco in maniera alternativa e l'impiego di mezzi di trasporto meno impattanti, diversi dai pullman che fino a qui hanno difficoltà ad arrivare, possono contribuire al rilancio di questa montagna in chiave sostenibile.

Giardino Botanico di Oropa (Biella, BI)

Situato nei pressi del Santuario di Oropa, questo giardino botanico gestito dal wwf è un centro rinomato per l'osservazione della flora alpina biellese e non solo. Nel Giardino si trovano tra le 350 e le 500 specie diverse di piante che sono presenti negli ambienti

tipici delle montagne biellesi, come le torbiere d'alta quota; una vasta porzione è occupata da una faggeta naturale, mentre in alcune roccere sono coltivate piante provenienti dalle catene montuose di tutto il mondo, in modo da permettere ai visitatori di osservare la diversificazione dei vegetali sulle catene montuose del pianeta (www.gboropa.it).

Il giardino convive con i flussi di turismo religioso in arrivo al Santuario di Oropa, situato poco distante, offrendo ai pellegrini una sosta naturalistica e un'esperienza per scoprire non solo gli elementi naturalistici, ma anche la rete sentieristica del territorio. Il giardino è inoltre sede di attività didattiche rivolte a scuole e famiglie.

Giardino delle Grotte di Ara (Grignasco, NO)

Inserito nella rete dei centri visita dell'Ente di Gestione delle Aree Protette della Valsesia, il Giardino delle Grotte di Ara integra gli aspetti geologici a quelli botanici e alla piacevolezza dell'ambiente nel contesto rurale della bassa Valsesia, all'interno del Parco Naturale del Monte Fenera. Si caratterizza per la presenza di grotte legate al sistema carsico del massiccio del Monte Fenera. L'area è situata in bassa Valsesia nella piccola frazione Ara, sotto il Comune di Grignasco. Può essere raggiunto facilmente deviando dalla strada principale che conduce i turisti in alta Valsesia. In quest'area la cura e gli interventi dell'uomo sono ridotti all'indispensabile per tenere la zona in ordine e adatta ad accogliere i visitatori, lasciando ampio spazio alla rigogliosità della natura che ha creato lo spettacolo delle grotte e del rio Magiaiga che le attraversa. Il piccolo, ma suggestivo Giardino delle Grotte di Ara è delimitato da una staccionata e circondato dal bosco; all'interno del perimetro trova sede un centro visite dedicato alla geologia del territorio, che attira ogni anno centinaia di visitatori interessati.

Il luogo si addice a essere fruito da parte di famiglie con bambini, turisti alla ricerca di una semplice passeggiata nel bosco e persone interessate a contenuti educativi e informativi sugli aspetti naturalistici della bassa Valsesia (www.areeprotettevallesesia.it).

Giardino Botanico dell'Alpe Fum Bitz (Alagna Valsesia, VC)

Il sito del Giardino Botanico dell'Alpe Fum Bitz è curato dall'Ente di Gestione delle Aree Protette della Valsesia e si trova in alta valle nel Comune di Alagna Valsesia. È raggiungibile solo a piedi attraverso un'escursione lungo una semplice mulattiera. Il giardino ospita le principali essenze vegetali caratteristiche dell'area protetta. Una sezione importante è dedicata alle felci, una tipologia di vegetali che non sono solitamente note al grande pubblico ed è pertanto un proposito dell'Ente divulgare anche questi aspetti meno conosciuti. Accanto all'area è collocata la Casa del Parco dove trova spazio un'esposizione naturalistica e divulgativa sulle specie viventi, animali e vegetali, dell'alta Valsesia.

La Casa del Parco e il giardino botanico sono spesso sedi di attività di divulgazione ed educazione ambientale. Questo tipo di proposta incentiva gli escursionisti a recarsi a piedi sin qui da Alagna, il centro turistico più rinomato della valle, imparando ad apprezzare la flora locale in un contesto paesaggistico selvaggio e ben lontano dai curati scenari che si trovano in altre mete più accessibili. Questo luogo offre un laboratorio a cielo aperto dedicato alla flora d'alta quota e alle essenze montane, promuovendo una fruizione consapevole dell'ambiente naturale (www.areeprotettevallesesia.it).

Da questa breve panoramica e grazie all'analisi dei casi studio, emerge una visione di più ampio respiro del *garden tourism* in Alto Piemonte, che guarda sia alle mete già sviluppate e note, come quelle sul Lago Maggiore, che ai luoghi meno frequentati dal grande pubblico, ma che proprio per questo hanno grandi potenzialità ancora da sviluppare. In un'ottica di decentralizzazione e destagionalizzazione dei flussi turistici attraverso il turismo nei giardini, la collaborazione tra diversi attori del turismo gioca un ruolo cruciale, unitamente a una corretta promozione delle diverse esperienze di visita.

Il giardino può diventare uno spunto interessante per spingere il turista a percorrere qualche chilometro in più, a salire lungo un sentiero più in alto, a scoprire un borgo meno noto. Il *garden tourism* si può così configurare come un laboratorio attivo di sostenibilità ambientale, economica e sociale.

Bibliografia

- Benfield R.W. (2013, 2020), *Garden Tourism*. CABI Publishing.
- Cerutti S., Moroso S. (2022), *Garden tourism. Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*. Aracne Editrice.
- Cerutti S., Moroso S. (2023), “Geografie del verde, geografie del gusto”. *Il capitale culturale*.
- Cirio V. (2023), *Giardini e Ville del Lago d’Orta*. Daniela Piazza Editore.
- Consorzio Giardino Alpinia, www.consorzioalpinia.it, ultimo accesso: 16/02/2026.
- Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell’Ossola (2024), *Soul Gardens*.
- Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell’Ossola (2025), *Annual Report 2024*.
- Lodari R. (2017), *Atlante dei giardini del Piemonte*. Libreria Geografica.
- Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell’Ossola, www.distrettolaghi.it, ultimo accesso: 16/02/2026.
- Ente di Gestione delle Aree Protette della Valsesia, www.areeprotettevallesesia.it, ultimo accesso: 16/02/2026.
- Giardino Botanico di Oropa, www.gboropa.it, ultimo accesso: 16/02/2026.
- Giardino Lorella, www.giardinolorella.com, ultimo accesso: 16/02/2026.
- Moroso S., relatrice: Cerutti S. (A.S. 2020/2021), *Garden tourism, possibilità di sviluppo e prospettive future nell’area piemontese del Cusio*. Tesi di Laurea, Università del Piemonte Orientale.
- Osservatorio Turistico della Regione Piemonte (2025), *Rapporto Statistico del Turismo. Anno 2024*.
- Osservatorio Turistico della Regione Piemonte (2025), *Sondaggio sulla popolazione italiana relativamente all’acquisto di un viaggio in Piemonte per l’autunno 2025*.
- Sky TG24, 18/09/2025, *Incidente del Mottarone, 3 patteggiamenti e per 2 proscioglimento*, <https://tg24.sky.it/cronaca/2025/09/18/incidente-funivia-mottarone-processo-news>.
- Terre Borromeo, 09/11/2023, *Terre Borromeo: più di un milione di visitatori nel 2023*, Terre Borromeo, <https://terreborrowe.it/post/terre-borrowe-piu-di-un-milione-di-visitatori-nel-2023>
- World Tourism Organization (2024), *Tourism for Rural Development Programme. Impact Report 2021-2024*.

I GIARDINI BOTANICI COME PAESAGGIO CULTURALE

Pietro Nova

Fin dall'antichità il giardino divenne un elemento fondamentale dell'architettura delle case più illustri, in cui la selvaggia natura veniva modellata e impreziosita dalla creatività umana. Ai nostri giorni, in Europa, i più antichi giardini sopravvissuti alle distruzioni sono quelli annessi a strutture religiose e civili del Medioevo. Qualche secolo dopo, nel Rinascimento, il giardino monumentale conobbe il punto apicale del suo sviluppo come requisito necessario delle lussuose e nobiliari residenze, portando a un'importante evoluzione artistica e culturale dei giardini.

Agli inizi del Novecento, con lo sviluppo delle scienze naturali e botaniche, insieme ai giardini monumentali si svilupparono anche i giardini botanici, parenti alla lontana degli Orti dei semplici, in cui alla cultura di piante si associava la creazione di microambienti, spesso esotici, per la crescita di piante di norma non adatte a quel territorio. Il Giardino botanico viene oggi definito come un luogo che racchiude un insieme di piante vive, indigene ed esotiche, disposte sistematicamente o secondo criteri ecologici o geografici, con la finalità di conservarle a scopo didattico o di ricerca scientifica. Solo, però, introducendo una valenza artistico-paesaggistica è stato possibile passare dai Giardini dei semplici agli attuali giardini botanici, da una finalità meramente scientifica a una che ne includesse anche aspetti artistici e ricreativi.

Ad ottobre del 2000 a Firenze venne firmata la *Convenzione del Consiglio d'Europa sul Paesaggio*. Ad oggi è stata ratificata da quaranta Stati membri che hanno preso parte alla promozione della protezione, della gestione e della pianificazione dei paesaggi che plasmano il territorio europeo. Il "paesaggio" designa una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle

loro interrelazioni: così viene definito nelle disposizioni generali della *Convenzione*.

Nella definizione appena riportata viene incluso come paesaggio tutto ciò che percepiamo, non solo ciò che è bellezza naturale e, sotto questo punto di vista, il paesaggio assume un'enorme importanza perché rappresenta lo sfondo di complesse attività quali l'abitare un luogo, il sostarvi o l'attraversarlo. L'individualità del valore di un paesaggio ("così come è percepita dalle popolazioni") pone un'infinita variabilità di interpretazioni legate a uno stesso luogo fisico: un ecologista, un fotografo, un artista, un compositore musicale, uno scrittore, un fisico, un geologo possono descrivere uno "stesso" paesaggio in maniera completamente difforme non perché esso appare opaco e limitato ai loro occhi, bensì perché quello stesso luogo viene visto da diversi interpreti che con mezzi e storie diverse lo descrivono, lo raccontano e lo vivono. Il paesaggio, in quest'ottica, non è etichettato come un semplice sfondo visivo, bensì come un vero e proprio "testo" culturale, scritto e riscritto dall'esperienza degli individui che lo modellano. Questa dimensione culturale, legata alla sfera umana, deve essere il pretesto e il fine per riconoscere e valorizzare quei luoghi specifici in cui natura e cultura si intrecciano, promuovendone la loro valorizzazione e la loro tutela. Attraverso la definizione dei giardini botanici come beni culturali, è possibile riconoscere numerosi valori generati come eternalità, tra cui il valore scientifico, il valore culturale e il valore ricreativo.

Dal 1992, gli orti e giardini botanici insieme agli arboreti sono stati riconosciuti dall'UNESCO come paesaggi culturali Patrimonio dell'Umanità, in quanto soddisfano e rientrano nelle principali categorie di paesaggi culturali. I paesaggi culturali UNESCO sono definiti come: «paesaggi che rappresentano creazioni congiunte dell'uomo e della natura [...] e che illustrano l'evoluzione di una società e del suo insediamento nel tempo sotto l'influenza di costrizioni e/o opportunità presentate, all'interno e all'esterno, dall'ambiente naturale e da spinte culturali, economiche e sociali [...]».

Quest'ultimi si possono suddividere in tre diverse tipologie, in base alla loro interazione tra l'uomo e la sfera naturale paesaggistica: paesaggi intenzionalmente progettati e creati dall'uomo, paesaggi che si sono evoluti organicamente e infine i paesaggi associativi. Della prima categoria fanno parte anche i giardini, i quali derivano dal risultato di un'azione di pianificazione e progettazione umana. I paesaggi organicamente evoluti si differenziano dai primi poiché si sono sviluppati nel tempo attraverso un processo con-

Categorie di paesaggio culturale secondo l'UNESCO				
1. Paesaggi intenzionalmente progettati dall'uomo				
2. Paesaggi che si sono formati organicamente (Paesaggi relitti o fossili; Paesaggi in via di sviluppo)				
3. Paesaggi culturali composti				
Culturale – Sociale			Culturale – Naturale	
Criteri di selezione UNESCO per paesaggi culturali.	I.	Riflette il lavoro di un artista di talento.	VII.	Contiene fenomeni e siti naturali eccezionali o che hanno una bellezza naturale e unica.
	II.	Ha lasciato un segno in una regione culturale del mondo durante un periodo di tempo e ha notevolmente influenzato gli sviluppi nei campi delle arti monumentali, dell'architettura o della pianificazione urbana e della progettazione paesaggistica.	VIII.	Rappresenta una delle fasi importanti dello sviluppo della Terra e della storia del mondo, come le formazioni geologiche, geomorfologiche e fisiografiche.
	III.	Porta una prova unica di una civiltà o di una tradizione culturale vissuta in tempi antichi.	IX.	Rappresenta importanti processi ecologici e biologici che influenzano la formazione degli ecosistemi terrestri, di acqua dolce, costieri e marini e delle comunità vegetali e animali.
	IV.	È un esempio unico di una forma di edilizia o di un paesaggio che indica una o più fasi importanti nella storia umana.	X.	Contiene habitat importanti per la conservazione in situ della biodiversità, come specie in via di estinzione.
	V.	È un importante esempio di insediamento umano tradizionale o di uso del territorio rappresentativo di una cultura: in particolare se minacciato da un degrado irreversibile.		
	VI.	È caratterizzato dalla presenza di opere artistiche o scritte di valore universale che siano direttamente o indirettamente collegate ad eventi o tradizioni viventi.		

tinuo di lavoro e vita di una comunità in risposta alle condizioni naturali, economiche e sociali tipiche di un territorio; esempi che fanno parte di questa tipologia sono i terrazzamenti a risaia tipici delle Filippine e del Sud-est asiatico. L'ultima tipologia di paesaggio culturale comprende i sopra citati paesaggi associativi, i quali risultano avere un forte valore simbolico, religioso o legato a credenze, arti e tradizioni di una comunità; esempi sono il Cammino di Santiago o il complesso archeologico di Stonehenge.

In riferimento ai criteri proposti dall'UNESCO possiamo affermare che i giardini e gli orti botanici soddisfano alcuni dei suddetti parametri. Una dimostrazione può essere individuata nello studio condotto da Sümeýra Elma, Betül Tülek e Meryem Atik che ha analizzato tre giardini botanici turchi in riferimento alle linee guida dell'UNESCO per i paesaggi culturali. In particolare, in questa analisi i criteri UNESCO che rendono i giardini botanici definibili come paesaggio culturale sono i seguenti:

(x): «Contiene habitat importanti per la conservazione in situ della biodiversità, come specie in via di estinzione»; infatti molto spesso i giardini botanici hanno un'elevata importanza scientifica proprio per la tutela e la conservazione di specie botaniche rare o in via di estinzione [Figura 4].

(vii): «Contiene fenomeni e siti naturali eccezionali o che hanno una bellezza naturale e unica»; ciò è dovuto alla coesistenza in un unico terreno di specie vegetali autoctone o esotiche la cui bellezza naturale nel singolo e nel loro insieme è un valore condiviso [Figura 5].

(ix): «Rappresenta importanti processi ecologici e biologici che influenzano la formazione degli ecosistemi terrestri, di acqua dolce, costieri e marini e delle comunità vegetali e animali»; non è raro trovare all'interno dei giardini botanici aree che simulino dei micro-ecosistemi (spesso acquatici o paludosi) che influenzano la presenza di animali come anuri, odonati, lepidotteri, testudinati, imenotteri apoidei e ofidi oppure di alcune comunità vegetali specifiche come ninfee, alghe, ecc. [Figura 6].

(ii): «Ha lasciato un segno in una regione culturale del mondo durante un periodo di tempo e ha notevolmente influenzato gli sviluppi nei campi delle arti monumentali, dell'architettura o della pianificazione urbana e della progettazione paesaggistica»; elementi architettonici (come ville), monumenti (come fontane) all'interno del giardino botanico possono indicare un forte valore culturale lasciato nel tempo che ha influenzato la progettazione del paesaggio [Figura 7].

(v): «È caratterizzato dalla presenza di opere artistiche o scritte di valore universale che siano direttamente o indirettamente collegate a eventi o tradizioni viventi. È un importante esempio di insediamento umano tradizionale o di uso del territorio rappresentativo di una cultura: in particolare, se minacciato da un degrado irreversibile»; spesso i giardini botanici possono rappresentare un importante esempio di insediamento umano tradizionale o di uso del territorio rappresentativo di una cultura, esempi sono i classici giardini all'italiana o i giardini all'inglese che riflettono alla perfezione una tradizione di uso del suolo caratteristica di un determinato popolo [Figura 8].

Tali principi rappresentano alcuni dei più tipici e comuni criteri che soddisfano i giardini e gli orti botanici per poter essere classificati come paesaggio culturale. Risulta necessario, però, specificare che ogni giardino botanico è a sé stante e che quindi potrebbe assecondare criteri aggiuntivi o diversi da quelli citati.

In un mondo in repentino cambiamento è fondamentale riuscire a (ri)stabilire quel contatto con la natura che negli anni si sta perdendo, nelle aree urbane risulta necessario ricostruire quel legame tra antropico e naturale che con l'ammodernamento e le pratiche invasive di urbanizzazione risulta sempre più carente. Per questo motivo tutte le infrastrutture e aree verdi che si prefiggono di ricreare questo legame sono delle risorse per la sostenibilità e la qualità della vita in città. Esse risultano preziose per il loro apporto al miglioramento dei servizi ecosistemici che la superficie terrestre è in grado di erogare nei confronti dell'umanità. I giardini botanici, inseriti in un contesto urbano, sono un'ottima infrastruttura, capace di rendere un luogo una risorsa per la comunità, generando un ampio valore culturale, influenzando e modificando il paesaggio cittadino. Attraverso la partecipazione delle varie individualità di una società è possibile valorizzare e tutelare i giardini botanici, importanti paesaggi culturali capaci di intrecciare l'ingegno e la creatività umana con la bellezza e perfezione della natura.

[N.d.A.: I giardini botanici sono] opere d'arte a cielo aperto, dove storia, gusto botanico e biodiversità si intrecciano con la bellezza del paesaggio, rappresentano una grande sfida contemporanea da affrontare in maniera multidisciplinare, dove conoscenza, cura, conservazione e valorizzazione sono azioni fondamentali per coinvolgere e sensibilizzare a valori ecologicamente significativi e dove la contemporaneità deve essere di supporto alla valorizzazione del sistema paesaggio.

Così M. Olivadese, ricercatrice presso l'Università di Bologna, definisce le sfide attuali che caratterizzano i giardini botanici, collocandoli in una dimensione che va oltre la semplice funzione scientifica o ornamentale, dal momento che svolgono un ruolo attivo e da protagonisti nella creazione di svariati aspetti culturali, tramite la mediazione tra uomo e natura e nella trasmissione del patrimonio ambientale alle future generazioni.

Riconoscere il giardino botanico come paesaggio culturale significa assumere una prospettiva integrata, che valorizza sia la dimensione ecologica e naturale che quella simbolica e societaria di un determinato luogo. In tale ottica, la sua gestione e progettazione richiede un approccio interdisciplinare e consapevole, capace di coniugare tutela, ricerca e fruizione pubblica in un equilibrio sostenibile.

Bibliografia

- Società Botanica Italiana. (2006). "Atti 'Giardino storico e orto botanico: un bene culturale al servizio della comunità'". *Informatore Botanico Italiano*, 38(1), 215-317.
- Ruocco, D. (1979). "Beni culturali e geografia". *Studi e Ricerche di Geografia*, 2(1), 1-16.
- Elma, S., Durak, A., Tülek, B. & Atik, M. (2024), "Botanical gardens and arboretums as regards to cultural landscapes: Three cases from Istanbul". *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 9(2), 928-949.
- Mitchell, N., Rössler, M., & Tricaud, P.M. (Eds.). (2009). *World Heritage cultural landscapes: A handbook for conservation and management* (World Heritage Papers No. 26). UNESCO World Heritage Centre.
- Poli, D. (2020). *I servizi ecosistemici nella pianificazione bioregionale* (p. 152). Firenze University Press.
- Olivadese, M. (2024). Intervento durante l'evento *Il patrimonio culturale: riflessioni e prospettive*. In P. Tassinari, UNESCO. *Paesaggi, patrimoni di cultura e di natura*, Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

GARDEN TOURISM
E CONSERVAZIONE DELLA BIODIVERSITÀ

Il ruolo dei giardini del Verbano-Cusio-Ossola
nel turismo sostenibile

Roxana Popusoi

La crescente attenzione verso modelli di turismo sostenibile ha favorito, negli ultimi anni, una rivalutazione dei giardini botanici e storici come spazi capaci di coniugare sviluppo locale, educazione e conservazione della biodiversità. In questo quadro si inserisce il *garden tourism*, forma di turismo culturale e naturalistico che pone al centro l'esperienza del paesaggio progettato e la valorizzazione del patrimonio vegetale, storico e simbolico dei giardini (Cerutti & Moroso, 2022).

Nel Verbano-Cusio-Ossola (vco) la compresenza di ambienti lacustri, collinari e alpini in uno spazio territoriale relativamente ristretto contribuisce a una notevole varietà ecologica e paesaggistica, che si riflette nella presenza di giardini e parchi di interesse turistico e culturale (Cerutti & Moroso, 2022; Distretto Turistico dei Laghi, 2023). Oltre alla funzione estetica, questi luoghi possono assumere un ruolo attivo nella conservazione *ex situ*, nella sperimentazione botanica e nella divulgazione ambientale. In questa prospettiva, integrano ricerca, educazione e partecipazione (Ballantyne et al., 2008; Ballantyne & Packer, 2011; Falk & Dierking, 2018).

Una ricerca “in giardino”: metodologia, fonti e risultati principali

L'indagine presentata si fonda su un approccio qualitativo integrato. La ricerca ha previsto un'analisi *desk*, basata su letteratura scientifica, documenti, materiali divulgativi e contenuti web. A questa fase si è affiancata un'analisi sul campo che ha incluso interviste semi-strutturate a figure con esperienza diretta nella ge-

stione e valorizzazione di giardini e patrimoni culturali locali. Gli intervistati sono stati: Andrea Cottini, direttore dell'Ente Giardini Botanici di Villa Taranto; Andrea Corneo, presidente della Società Italiana della Camelia, e Orsola Poggi Corneo, proprietari di Villa Anelli; Siria Moroso e Andrea Del Duca, rappresentanti dell'Ecomuseo dei Laghi. L'attività sul campo ha inoltre previsto osservazioni dirette nei contesti di fruizione e la somministrazione di un questionario semi-strutturato, che ha raccolto trecentodiciassette risposte tra residenti, turisti e guide turistiche durante un periodo di bassa stagione.

In linea con l'impostazione della ricerca, la lettura dei dati è stata orientata a ricostruire non solo le preferenze di visita, ma anche i passaggi attraverso cui il giardino può diventare spazio di consapevolezza ambientale.

L'indagine si è sviluppata intorno a cinque domande chiave, che hanno consentito di recepire informazioni, orientamenti e scenari. Il primo quesito ha riguardato il livello di consapevolezza del valore dei giardini da parte del pubblico che ha portato a rilevare come la percezione pubblica sia ancora centrata su estetica e relax, seguita dalla curiosità culturale (34,7%) e, in misura minore, dall'interesse per biodiversità e botanica (17%). Questo dato indica che il valore scientifico ed ecologico del giardino è riconosciuto solo in parte, mentre la visita continua a essere associata soprattutto alla dimensione paesaggistica. La sostenibilità, invece, non è estranea al pubblico: circa il 62% attribuisce alto valore alla sostenibilità nei giardini botanici, segnalando un potenziale educativo che può essere attivato attraverso strumenti di accompagnamento e interpretazione. La notorietà dei giardini risulta variabile. Alcuni siti sono conosciuti e frequentati con continuità, mentre altre realtà rimangono meno riconosciute dal pubblico. Ne derivano effetti sulla distribuzione dei flussi e sulla visibilità delle attività scientifiche e conservativo-educative. In questo quadro, un elemento critico è la scarsa conoscenza dei progetti scientifici e di conservazione, che indebolisce il legame tra visita e comprensione del ruolo ecologico dei giardini. Tale passaggio è decisivo perché, come suggeriscono gli studi sull'esperienza di apprendimento nei contesti turistici, la disponibilità a comportamenti più responsabili dipende anche dalla qualità delle risorse interpretative accessibili al visitatore dopo e durante la visita (Ballantyne & Packer, 2011).

Il grado di apprezzamento della proposta "Mosaico della Natura" è stato oggetto della seconda domanda. L'idea progettuale "Mosaico della Natura" si configura come strumento di partecipazio-

ne attiva e sensibilizzazione ambientale: basato sulla creazione di un'opera collettiva viva, mira alla realizzazione di un mosaico floreale capace di riprodurre un paesaggio o un soggetto artistico legato alla città ospitante. Il pubblico può contribuire tramite una donazione associata a un "tassello" del disegno. La messa a dimora può essere gestita dai giardinieri oppure, in alcune giornate, può svolgersi anche in forma guidata e assistita, come laboratorio, in modo da favorire un apprendimento pratico sulle tecniche di impianto e sostenere una gestione coerente delle specie. L'apprezzamento per la proposta progettuale risulta elevato, più della metà dei rispondenti ha assegnato il punteggio massimo e 23,9% che ha espresso una valutazione molto positiva. Le motivazioni principali richiamano natura (24,7%), sostenibilità (22,5%) e relazione con l'arte (20%). Emergono tuttavia criticità percepite, circa un quarto dei partecipanti (22,6%) si è mostrato favorevole a contribuire attivamente alla realizzazione dell'opera, mentre più della metà (53,8%) ha espresso incertezza, collegando la decisione soprattutto ai costi dell'attività. Nel complesso emerge una barriera economica, con una disponibilità di spesa più frequente compresa tra cinque e dieci euro. L'interesse dichiarato è alto, ma quando la partecipazione prende la forma di un costo aggiuntivo emerge una cautela evidente. Il progetto sembra quindi funzionare meglio quando entra nel percorso di visita con naturalezza, come un gesto semplice che non appesantisce l'esperienza e rende immediata la relazione tra cura, paesaggio e coinvolgimento.

Un terzo punto importante è correlato alla quarta domanda, incentrata sull'influenza dei giardini botanici rispetto alle scelte turistiche. I visitatori raggiunti attraverso il questionario provengono prevalentemente dal Piemonte e dalla Lombardia, e la visita si inserisce più spesso in spostamenti a breve raggio che in soggiorni prolungati. In questo senso, i giardini influenzano l'attrattività turistica soprattutto su scala regionale, ma difficilmente generano permanenze più lunghe in assenza di percorsi strutturati e di una narrazione territoriale integrata. La provenienza dei rispondenti è concentrata soprattutto sul Piemonte, che rappresenta poco più della metà del campione, seguito dalla Lombardia con poco più di un decimo.

La stagionalità risulta marcata, le visite si concentrano soprattutto in primavera (79,9%) e, in misura minore, in estate (48,3%). Autunno e inverno presentano valori più bassi, in parte per la riduzione della domanda e per l'attenuarsi delle fioriture che tradizionalmente motivano la visita, e in parte per la minore continuità

di apertura e di programmazione. Questo andamento non coincide però con un'assenza di interesse potenziale. Anche nella stagione fredda esistono occasioni utili alla destagionalizzazione, come la Mostra della Camelia Invernale a Villa Giulia, che propone esposizioni di numerose varietà, soprattutto della *Camellia sasanqua*, valorizzate per il profumo e la fioritura autunno-invernale, insieme a un programma che affianca divulgazione, laboratori e itinerari guidati (Ronchi, 2025). Nel 2024, in assenza della mostra tradizionale, l'iniziativa ha assunto una forma più itinerante con visite a vivai e collezioni, confermando l'interesse locale per storia del paesaggio e pratiche vivaistiche (Archesso, 2024). La conseguenza è duplice. Da un lato si concentrano i benefici economici in finestre temporali ristrette. Dall'altro cresce la complessità gestionale, legata al personale, manutenzione e alla programmazione culturale, nel resto dell'anno. È proprio in questa fase che la destagionalizzazione potrebbe rafforzare la resilienza dell'offerta, anche attraverso eventi culturali e attività educative in grado di dare significato alla visita oltre la fioritura, come evidenziato negli studi sulla domanda di *garden tourism* e sui suoi picchi stagionali (Connell, 2004). Una proposta destagionalizzante efficace richiede continuità e riconoscibilità, non soltanto appuntamenti isolati.

Altro quesito di ricerca, il ruolo e contributo degli attori locali. Dalle interviste emerge una visione condivisa dei giardini come spazi di educazione ambientale, identità territoriale e memoria viva. A questa prospettiva si accompagna un forte desiderio di coinvolgere le comunità locali. Vengono però segnalate criticità strutturali: la gestione è frammentata, le risorse sono limitate e la comunicazione risulta non sempre integrata, con ulteriori difficoltà di coordinamento con altri attori territoriali. Questi elementi limitano la costruzione di reti collaborative stabili e riducono la capacità dei giardini di agire come infrastrutture culturali e ambientali inserite in strategie di sviluppo sostenibile.

In questa cornice, la comunicazione diventa un nodo centrale. Se i giardini sono presentati principalmente come luoghi di visita, senza mettere in evidenza pratiche di gestione, conservazione e divulgazione, si riduce la possibilità di trasformare l'esperienza in consapevolezza. La costruzione di reti tra soggetti diversi può sostenere messaggi più coerenti, calendari coordinati e percorsi condivisi, aumentando la leggibilità dell'offerta e il suo impatto sul territorio, favorendo anche soggiorni più lunghi e una maggiore visibilità per attività, ville e giardini meno conosciuti.

Infine, ultima domanda dedicata all'impatto sui visitatori post visita e partecipazione ad attività. Sul piano della fruizione prevale la visita autonoma (84%), mentre una quota rilevante valuta positivamente le visite guidate (59%). Le visite guidate emergono come modalità efficace per aumentare la consapevolezza, ma risultano ancora poco diffuse. Solo il 16% delle visite è guidato. Dopo l'esperienza, una parte dei visitatori dichiara un incremento di conoscenze. Circa un terzo segnala un approfondimento, mentre una quota più contenuta (15,5%) riferisce l'acquisizione di nuove informazioni su sostenibilità e botanica. Questo risultato è particolarmente significativo perché indica che la visita può produrre apprendimento anche quando non nasce da un'intenzione esplicitamente educativa. La letteratura conferma che l'esperienza nei luoghi culturali e naturalistici può diventare occasione di costruzione di significato, se sono presenti elementi interpretativi capaci di accompagnare lo sguardo del visitatore (Falk & Dierking, 2018). Rimane però una distanza tra interesse e pratica. La partecipazione ad attività educative è limitata, mentre risulta più marcato l'interesse verso esperienze pratiche, sensoriali e legate al benessere. Questo orientamento suggerisce che la mediazione non deve necessariamente assumere forme "scolastiche", ma può agganciarsi a ciò che il pubblico cerca già, trasformando la visita in un percorso accessibile di lettura ambientale.

Esiti e direzioni operative

Le evidenze emerse indicano che il valore dei giardini viene colto soprattutto attraverso l'esperienza immediata. Il pubblico entra per la bellezza, il benessere e la curiosità culturale, mentre la dimensione conservativa resta meno riconoscibile perché raramente viene resa visibile durante la fruizione. Ne deriva un punto cruciale. La sostenibilità non manca come sensibilità, ma come "traduzione" in esperienza, cioè come presenza di strumenti e occasioni che aiutino a leggere ciò che si osserva.

Allo stesso tempo, i dati mostrano un interesse significativo verso iniziative partecipative, purché siano percepite come accessibili. Quando costi, impegno richiesto e calendario stagionale diventano vincoli, l'adesione tende a ridursi. Questa dinamica non indebolisce la proposta, ma chiarisce come progettartela. La partecipazione funziona quando è semplice, concreta e integrata nel percorso di visita.

Da qui discendono tre linee di lavoro. La prima riguarda la mediazione. Servono dispositivi leggeri e continui che accompagnino lo sguardo senza trasformare il giardino in uno spazio didattico in senso rigido. La seconda riguarda l'esperienza. L'interesse per attività pratiche e sensoriali può diventare il canale più efficace per introdurre contenuti ambientali, perché unisce ciò che le persone cercano già con ciò che i giardini possono trasmettere. La terza riguarda la dimensione territoriale. Una strategia condivisa tra giardini e istituzioni culturali, fondata su comunicazione coordinata e calendario integrato, rende più solida la capacità di distribuire flussi e significati oltre i picchi stagionali.

In questo quadro, "Mosaico della Natura" non è solo un'idea aggiuntiva, ma un dispositivo di attivazione. Chiede un gesto semplice, rende visibile la cura e permette di collegare partecipazione e conoscenza attraverso l'evoluzione del vivente nel tempo.

Bibliografia

- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2008). "Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: Implications for interpretive practice". *Tourism Management*, 29(3), 439-444. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.006>
- Ballantyne, R., & Packer, J. (2011). "Using tourism free-choice learning experiences to promote environmentally sustainable behaviour: The role of post-visit 'action resources'". *Environmental Education Research*, 17(2), 201-215. <https://doi.org/10.1080/13504622.2010.530645>
- Cerutti, S., & Moroso, S. (2022). *Garden tourism: Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*. 26, 33, 73, 98-100, 104-105, 116, 119-121, Aracne Editrice. <https://hdl.handle.net/11579/148726>
- Connell, J. (2004). "The purest of human pleasures": The characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management*, 25(2), 229-247. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.021>
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2018). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Moskwa, E., Kruse, J., & Wieczorek, J. (2015). "Enhancing biodiversity education in botanical gardens: A case study from Padova". *The Journal of Environmental Education*, 46(3), 285-298. <https://doi.org/10.1080/00958964.2015.1050345>

Sitografia

- Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola. (2023). “Alla scoperta delle novità turistiche 2023”. https://www.distrettolaghi.it/sites/default/files/news/allegati/comunicato_stampato_stagione_turistica_2023_dtl_ita_compressed.pdf
- Archesso, B. (2024). “Verbania, niente mostra della camelia invernale: ci saranno solo visite a vivai e giardini”. *La Stampa*. https://www.la-stampa.it/verbania-cusio-ossola/2024/10/31/video/verbania_niente_mostra_della_camelia_invernale_ci_saranno_solo_visite_a_vivai_e_giardini-14766573/
- Ronchi, S. (2025). “Il fascino della camelia invernale tra ammirazione e sorprese”. *Verbania Milleventi*. <https://www.verbaniamilleventi.org/il-fascino-della-camelia-invernale-tra-ammirazione-e-sorpresa/>

UN FIORE IN VALIGIA

Il Grand Tour al femminile e gli erbari
come diari di viaggio sul Lago Maggiore

Piera Migliore

Introduzione

L'espressione *Grand Tour* definisce, nella storiografia europea, l'insieme di viaggi intrapresi da giovani aristocratici e membri dell'élite colta, soprattutto britannica e francese, a partire dal xvii secolo, con l'obiettivo di completare la propria formazione attraverso l'esperienza diretta dei centri della cultura classica, dell'arte rinascimentale e dei paesaggi celebrati dalla letteratura. La storiografia ha messo in evidenza come il Grand Tour non fosse soltanto un itinerario geografico, ma un vero e proprio rito di passaggio sociale e culturale, nel quale il viaggio assumeva una funzione formativa complessa, contribuendo alla costruzione dell'identità individuale e del capitale simbolico del viaggiatore.

Se fino a gran parte del xviii secolo tale pratica rimase appannaggio quasi esclusivo degli uomini, nel corso dell'Ottocento si assiste a un progressivo ampliamento della partecipazione femminile. Il viaggio delle donne presentava tuttavia differenze sostanziali rispetto a quello maschile: esso si svolgeva entro vincoli sociali e morali più stringenti, prevedeva spesso la presenza di accompagnatori e implicava una selezione attenta delle mete, valutate non solo per il loro valore artistico, ma anche per la reputazione di rispettabilità e sicurezza del contesto. Questi elementi condizionavano anche le modalità di narrazione dell'esperienza: mentre i diari maschili tendevano a esprimere giudizi politici o osservazioni scientifiche in forma diretta, quelli femminili filtravano il viaggio attraverso registri più impressionistici, emotivi e legati alla vita quotidiana, senza tuttavia rinunciare a contenuti di carattere erudito o naturalistico.

In questo quadro, il Lago Maggiore si configurò nell'immaginario romantico come uno spazio di particolare attrazione, capace di fondere la dimensione lacustre con quella alpina e di evocare, al tempo stesso, le categorie estetiche del sublime e del pittoresco. La letteratura di viaggio ottocentesca restituisce il lago come luogo privilegiato di contemplazione e ispirazione, in cui le Isole Borromee, i giardini terrazzati e le vedute sulle cime innevate costituivano un repertorio visivo fortemente codificato. Le testimonianze di viaggiatrici come Mary Shelley e Margaret Fuller contribuiscono a delineare il Lago Maggiore come uno spazio in cui la natura appare già mediata dall'intervento umano e dall'estetica del giardino, offrendo un paesaggio percepito come armonico e simbolicamente carico.

All'interno di questo paesaggio romantico, le viaggiatrici integrarono alla pratica del viaggio quella della raccolta botanica, spesso già coltivata in ambito domestico. L'erbario assunse così una funzione che andava oltre la semplice documentazione scientifica della flora locale. Esso divenne un supporto narrativo originale, capace di registrare l'esperienza del viaggio attraverso la selezione delle specie, la disposizione dei campioni e l'aggiunta di annotazioni contestuali. Da un lato, l'erbario documentava la flora osservata secondo criteri mutuati dalle scienze naturalistiche dell'epoca; dall'altro, si configurava come un atto di autorappresentazione, nel quale l'esperienza del paesaggio veniva tradotta in una forma materiale e duratura.

Questa duplice valenza rispondeva a una logica di legittimazione culturale: la pratica botanica consentiva alle donne di partecipare, seppur ai margini, al discorso scientifico, mantenendo una conformità alle norme sociali che regolavano l'accesso femminile al sapere. Al contempo, l'erbario permetteva di inscrivere nel paesaggio una traccia della propria identità di viaggiatrici colte, trasformando il fiore raccolto in un frammento di memoria personale. In tal senso, l'erbario di viaggio femminile può essere letto come un dispositivo intermedio tra scienza e sentimento, capace di coniugare osservazione naturalistica e narrazione soggettiva, e di restituire il Lago Maggiore non solo come luogo visitato, ma come spazio vissuto e interiorizzato.

Contesto storico e culturale del Grand Tour femminile nell'Italia settentrionale e prealpina

L'espansione del Grand Tour femminile nel corso dell'Ottocento fu il risultato di una trasformazione più ampia della mobilità europea, determinata dall'evoluzione dei mezzi di trasporto, dall'apertura di nuove infrastrutture e da un mutamento progressivo dei codici di comportamento (Black, 2003; Roche, 2011). Sebbene il diritto delle donne all'esperienza diretta del viaggio rimanesse fortemente limitato e regolato, si affermò gradualmente una maggiore accettazione della presenza femminile negli itinerari del turismo colto, soprattutto quando questi erano associati a finalità educative, salutistiche o di villeggiatura (Sweet, 2012).

Le viaggiatrici non si limitarono a ripercorrere gli itinerari maschili tradizionali, ma li adattarono a esigenze e sensibilità specifiche, privilegiando luoghi che combinassero attrattiva estetica, reputazione di salubrità e accessibilità logistica. In questo senso, il viaggio femminile si caratterizzò per una selezione delle mete attenta non solo al valore artistico e culturale, ma anche alle condizioni materiali e sociali del soggiorno, contribuendo a ridefinire le geografie del Grand Tour ottocentesco (Chard, 1999; Sweet, 2012).

Nell'Italia settentrionale e prealpina, il Lago Maggiore acquisì una rilevanza strategica proprio grazie alla sua posizione lungo le direttrici transalpine che collegavano Milano, Torino e la Svizzera. Sebbene l'apertura del traforo del Sempione avvenisse solo nel 1906, già nella prima metà del secolo le linee di battelli a vapore attive dal 1826 e il miglioramento della viabilità carrozzabile favorirono l'arrivo di visitatori stranieri, come attestano le fonti amministrative e turistiche dell'epoca (Archivio di Stato di Milano; Murray, 1847). Il lago divenne così una tappa facilmente raggiungibile, inserita in un sistema di mobilità che combinava trasporto ferroviario, navigazione lacustre e soggiorni prolungati.

In questo contesto, il viaggio ottocentesco incorporò progressivamente nuovi luoghi d'interesse legati alla natura e al paesaggio, in linea con la diffusione della sensibilità romantica e pittoresca (Boutier, 2004; Roche, 2011). Il Lago Maggiore non fu soltanto una tappa panoramica, ma si configurò come luogo di villeggiatura stabile, capace di offrire un'esperienza prolungata di immersione nel paesaggio. I giardini dell'Isola Bella e dell'Isola Madre divennero mete imprescindibili, celebrati dalle guide di viaggio come esempi emblematici di fusione tra arte e natura e inseriti stabilmente negli itinerari del turismo colto internazionale (Murray, 1847).

Per le viaggiatrici, tali luoghi non rappresentavano esclusivamente scenari contemplativi. I giardini e gli spazi delle ville lacustri fungevano da ambienti semipubblici, nei quali era possibile partecipare a conversazioni colte, intrecciare relazioni sociali e scambiare conoscenze, mantenendo al contempo un quadro di rispettabilità conforme alle norme dell'epoca (Blunt, 1994). In questo contesto, la pratica della raccolta botanica trovava un terreno particolarmente favorevole, poiché consentiva di esercitare un'attività considerata appropriata e culturalmente legittimata.

Le specie esotiche acclimatate nei giardini della famiglia Borromeo – come camelie e azalee, introdotte nel corso della prima metà dell'Ottocento – costituivano oggetti privilegiati di osservazione e collezione, segnando una differenza significativa rispetto agli itinerari urbani e archeologici del Grand Tour classico (Archivio Storico Borromeo). La presenza di piante ornamentali provenienti da contesti geografici lontani orientava l'esperienza del viaggio verso una dimensione più sensoriale e paesaggistica, in cui il giardino diventava uno spazio di mediazione tra natura e cultura, intrecciando osservazione botanica, estetica del pittoresco e mondanità del turismo lacustre.

Le testimonianze di viaggio dell'epoca restituiscono il Lago Maggiore come un ambiente percepito quasi come un grande giardino sospeso tra acqua e montagna, in cui l'esperienza estetica del paesaggio si accompagnava a una forte componente sensoriale (Shelley, 1844; Fuller, 1856). Questa percezione favorì l'appropriazione materiale della natura attraverso il prelievo di campioni vegetali, destinati a costituire un archivio personale della memoria del viaggio. La combinazione di un paesaggio lacustre-romantico, di un contesto sociale aperto a forme controllate di partecipazione femminile e della possibilità di sperimentare pratiche naturalistiche fece del Lago Maggiore una tappa privilegiata del Grand Tour al femminile.

In tale quadro, l'erbario si impose come medium ideale tra osservazione empirica e narrazione soggettiva. Esso consentiva di tradurre l'esperienza del viaggio in una forma materiale e ordinata, capace di condensare luoghi, tempi e incontri in una sequenza di campioni vegetali. Il Lago Maggiore si configurò così non solo come destinazione turistica, ma come spazio di elaborazione culturale, nel quale il viaggio femminile trovò una delle sue espressioni più articolate e significative.

Antropologia del viaggio femminile nell'Ottocento

Se il viaggio maschile del Grand Tour era iscritto in un orizzonte pedagogico codificato, articolato in una sequenza di tappe canoniche destinate a rafforzare la formazione estetica, letteraria e politica del viaggiatore, il viaggio femminile nell'Ottocento si collocava in una zona più ambigua. Esso si configurava come un'esperienza sospesa tra trasgressione controllata e conferma dei ruoli sociali, nella quale la possibilità di spostarsi nello spazio si accompagnava a una costante negoziazione delle norme morali e delle aspettative di genere. La donna viaggiatrice, soprattutto se appartenente all'élite europea, si muoveva entro un perimetro di possibilità definito da consuetudini sociali stringenti, ma al tempo stesso aperto a momenti di sperimentazione dell'identità e di ampliamento del proprio orizzonte cognitivo.

Dal punto di vista antropologico, il viaggio femminile ottocentesco può essere interpretato come un'esperienza liminale, nel senso proposto da Victor Turner, caratterizzata da una temporanea sospensione delle routine domestiche e da un accesso parziale a spazi, pratiche e relazioni normalmente preclusi. Pur non producendo un cambiamento radicale di status, come avveniva per molti viaggiatori maschi, il viaggio consentiva una forma di distanziamento simbolico dalla quotidianità, generando una condizione di transizione in cui il soggetto poteva sperimentare nuove modalità di percezione di sé e del mondo. Questa liminalità rimaneva tuttavia fortemente regolata: la libertà del viaggio femminile era reale, ma sempre inscritta entro confini socialmente accettabili e sottoposta a un controllo esplicito o implicito.

In questa prospettiva, il Lago Maggiore non si presentava soltanto come un luogo geografico, ma come uno spazio-tempo di soglia, in cui le coordinate spaziali e temporali dell'esperienza di viaggio tendevano a sovrapporsi. Il ritmo della villeggiatura, la ripetizione quotidiana delle escursioni in battello, le passeggiate nei giardini e le pratiche di osservazione della natura contribuivano a costruire un tempo "altro", distinto da quello della vita ordinaria. La dimensione lacustre e alpina, con i suoi mutamenti di luce e di atmosfera, favoriva una percezione dilatata del tempo e una maggiore attenzione al dettaglio sensoriale, creando le condizioni per un'esperienza del paesaggio intensamente vissuta e interiorizzata.

All'interno di questo contesto liminale, la pratica dell'erbario assumeva un ruolo centrale. Sul piano simbolico, l'erbario può essere interpretato come una *tecnologia del sé*, nel senso delineato da

Michel Foucault, ossia come un dispositivo materiale attraverso il quale la viaggiatrice esercitava pratiche di osservazione, selezione e classificazione ispirate alla botanica dell'epoca, piegandole tuttavia a un uso personale e narrativo. Il gesto di raccogliere un fiore e fissarlo sulla pagina non era neutro: esso implicava una forma di appropriazione affettiva dello spazio, una traduzione dell'esperienza del viaggio in linguaggio vegetale e un atto di incorporazione simbolica della natura visitata.

Questa pratica si iscriveva anche in una più ampia economia simbolica dello scambio e del dono. Molti erbari e album floreali realizzati durante il viaggio erano destinati a essere conservati, mostrati o donati a familiari e conoscenti, assumendo la funzione di oggetti-relazione. L'erbario diventava così un mediatore tra l'esperienza individuale del viaggio e la sua restituzione sociale, un supporto attraverso il quale la viaggiatrice poteva narrare il proprio percorso, attestare il capitale culturale acquisito e rafforzare legami affettivi e simbolici.

L'atto di collezionare rispondeva a un duplice registro. Da un lato, esso aveva una valenza epistemica: appropriarsi della flora locale significava inserirsi, seppur ai margini, in una rete di saperi naturalistici riconosciuti e legittimati, tradizionalmente dominati da modelli maschili. Dall'altro, la raccolta botanica assumeva una funzione autopformativa: il diario floreale diventava un testo del sé, in cui l'identità della viaggiatrice si sedimentava attraverso scelte visive e materiali, facendo emergere una voce autoriale che trovava nella concretezza del fiore essiccato un corrispettivo fisico dell'esperienza vissuta.

In termini di antropologia storica, l'erbario di viaggio può essere letto come un ibrido tra narrazione e tassonomia, in cui la classificazione scientifica non è fine a se stessa, ma si intreccia con la memoria sensoriale e con una geografia affettiva del viaggio. Questa caratteristica lo distingue nettamente dal collezionismo maschile coevo, spesso orientato all'accumulazione sistematica e alla dimostrazione di competenza scientifica più che alla narrazione individuale. Nel caso femminile, la raccolta botanica diventa invece uno strumento di costruzione del senso dell'esperienza, capace di tenere insieme osservazione empirica e interiorizzazione del paesaggio.

Il viaggio femminile al Lago Maggiore può dunque essere interpretato come un'esperienza "al quadrato": viaggio nello spazio e viaggio nella costruzione del sé. In questa dinamica, l'erbario funge da interfaccia tra percezione estetica e classificazione naturalistica, tra mondo esterno e interiorità. Analizzare questi manufatti signi-

fica interrogare non soltanto la relazione delle donne con la natura e con il sapere scientifico, ma anche le modalità attraverso cui esse negoziarono la propria visibilità e legittimità culturale all'interno di un sistema di ruoli e aspettative ancora fortemente segnato dalla divisione di genere.

Gli erbari come diari di viaggio

L'erbario ottocentesco femminile costituisce una soglia materiale tra il mondo esterno e l'interiorità della viaggiatrice. Nel contesto del Lago Maggiore, luogo in cui la natura appare già mediata dall'arte dei giardini e dall'estetica romantica, il fiore raccolto non è soltanto un frammento del paesaggio, ma un'impronta dell'incontro tra soggetto e ambiente. In questo senso, l'erbario può essere letto come una concrezione del ricordo, un nucleo sensibile in cui la memoria individuale si traduce in materia conservata, secondo una dinamica che trasforma l'esperienza vissuta in traccia durevole.

L'erbario diventa così un diario privo di testo discorsivo, in cui la lingua è vegetale e la sintassi si struttura nella sequenza dei campioni. Il gesto della raccolta e della pressione della pianta agisce come un atto di scrittura materiale, capace di registrare non solo un dato botanico, ma anche la relazione tra la viaggiatrice e il luogo, con i suoi odori, le sue luci e la sua atmosfera. In questa prospettiva, il fiore pressato funziona come un segno che incorpora insieme osservazione naturalistica ed esperienza sensoriale.

Mary Cecilia Blencowe (1873-1875)

Il diario di Mary Cecilia Blencowe, oggi conservato presso la British Library (Add MS 89226), è esemplare di questa doppia funzione. Blencowe visita il Lago Maggiore nell'estate del 1874, raccogliendo campioni di camelie e fiori spontanei sulle Isole Borromee. La disposizione dei materiali segue un criterio prevalentemente cronologico, piuttosto che tassonomico, riflettendo un tempo vissuto e narrato più che un ordine scientifico astratto.

Le annotazioni a margine – «from the terrace garden, morning light over the water» – non descrivono la specie, ma circoscrivono l'evento della raccolta. Il dato botanico risulta secondario rispetto alla restituzione di un istante esperienziale: il fiore non è soltanto

ciò che è, ma ciò che era nel momento in cui fu colto. La pagina dell'erbario si configura così come una sorta di capsula temporale, in grado di fissare l'incontro tra il corpo della viaggiatrice e il corpo del paesaggio.

Album of Pressed Flowers "Flower Remembrance" (c. 1850s)

Questo album, conservato presso gli Smithsonian Gardens, raccoglie campioni provenienti da diverse località italiane, con una sezione dedicata al Lago Maggiore. A differenza del caso Blencowe, l'autrice – rimasta anonima – adotta una messa in scena fortemente visiva: i fiori sono disposti su cartoncini bordati e accompagnati da titoli calligrafici che indicano luogo e anno («Isola Bella, April 1852»).

Qui la logica è apertamente ostensiva. L'erbario appare concepito per essere mostrato, probabilmente in un contesto domestico o salottiero, come prova tangibile del viaggio e della raffinatezza estetica della proprietaria. Il fiore è trattato come souvenir aristocratico, frammento di paesaggio trasportato e fissato in forma stabile. La scelta di includere specie coltivate e acclimatate, come camelie e rododendri, rivela una predilezione per il paesaggio antropizzata piuttosto che per la flora spontanea, segno di una percezione filtrata dalla cultura del pittoresco e dalla mondanità del turismo lacustre.

Archivi Borromeo e il rituale del dono vegetale

La corrispondenza del giardiniere Antonio Rovelli (1837-1846), conservata presso l'Archivio Storico Borromeo, documenta numerosi episodi in cui viaggiatrici, spesso britanniche e francesi, chiedevano il permesso di raccogliere "fiori caduti" o rami recisi dai giardini delle Isole. Questo gesto, apparentemente marginale, si colloca all'interno di una precisa economia simbolica dello scambio: il campione vegetale, autorizzato e concesso, assume il valore di un dono rituale, carico di significato relazionale.

L'erbario che ne deriva non è soltanto un archivio botanico, ma un testimone materiale di una relazione sociale. La viaggiatrice porta con sé un frammento di luogo legittimato dall'autorità del custode, e quel frammento diventa una reliquia laica, una porzione dell'aura del giardino trasferita in forma portatile.

Funzione narrativa e simbolica

In tutti questi casi, l'erbario di viaggio funziona secondo una logica stratificata:

- come testo mnemonico, organizza il ricordo in sequenze spaziali e temporali;
- come oggetto estetico, propone una composizione visiva che richiama le tavole botaniche e la decorazione domestica;
- come dispositivo identitario, iscrive la viaggiatrice in una rete di significati culturali che coniuga sapere scientifico, esperienza sensibile e autorappresentazione.

La coesistenza di registri diversi – scientifico, estetico e memoriale – fa dell'erbario un oggetto liminale, nel senso proposto da Victor Turner, collocato tra due ordini di esperienza: quello oggettivante della scienza e quello soggettivante della memoria. Ogni campione pressato si presenta così come un segno bifronte, al tempo stesso testimonianza empirica di una specie vegetale e figura simbolica dell'incontro tra un soggetto e un luogo.

Prospettiva di genere e autorappresentazione

L'erbario femminile ottocentesco, soprattutto quando prodotto nel contesto del viaggio, non è ridicibile a una semplice raccolta di campioni botanici, ma si configura come una pratica di scrittura del sé attraverso la materia vivente. In questa prospettiva, esso può essere interpretato come una tecnologia del sé, nel senso delineato da Michel Foucault, ovvero come una pratica mediante la quale l'individuo agisce su se stesso, organizzando e dando forma alla propria esperienza all'interno di cornici socialmente riconosciute. Per la viaggiatrice dell'Ottocento, operare con la natura in un contesto lontano dall'ambiente domestico significava accedere a un processo complesso di costruzione identitaria, in cui osservazione, selezione e conservazione diventavano strumenti di autorappresentazione.

Questo processo assumeva una duplice valenza. Da un lato, esso aveva una dimensione epistemica: la raccolta botanica consentiva alle donne di partecipare, seppur in posizione marginale, a un sapere scientifico tradizionalmente dominato da figure maschili. Dall'altro, l'erbario funzionava come spazio estetico-narrativo, nel quale l'esperienza del viaggio veniva tradotta in un linguaggio materiale capace di veicolare una voce personale senza infrangere

apertamente le norme di genere. L'erbario si collocava così in una zona intermedia tra pubblico e privato, tra sapere legittimato e memoria individuale.

Le donne dell'Ottocento ricorrevano frequentemente a forme indirette di autorappresentazione, inserendo il racconto di sé all'interno di generi considerati decorosi o neutrali, come diari di viaggio, album e collezioni naturalistiche. In questo senso, l'erbario consente all'io narrante di manifestarsi attraverso scelte formali e materiali piuttosto che tramite una dichiarazione autobiografica esplicita. Dietro l'apparente oggettività dell'osservazione botanica, l'erbario costruisce così un discorso sul sé, organizzando spazio, tempo e memoria secondo un ordine soggettivo.

Dal punto di vista della storia di genere, l'erbario può essere letto come un testo liminale, collocato in un'interzona che sfugge alle categorie rigide di arte e scienza. Proprio questa posizione ambigua ne ha favorito la diffusione come pratica femminile accettabile: la botanica amatoriale, il giardinaggio e la collezione di piante erano attività compatibili con l'ideologia dei ruoli di genere, poiché legate alla sfera domestica e alla sensibilità estetica. Tuttavia, all'interno di questi confini apparentemente innocui, le donne potevano esercitare competenze metodiche, capacità di osservazione e forme di selezione critica che eccedevano il semplice passatempo.

Il fiore pressato, con la sua duplice natura di elemento effimero e al tempo stesso conservato, diventa così una metafora della condizione della viaggiatrice: presenza temporanea nello spazio pubblico del paesaggio, fissata e resa durevole all'interno di un supporto privato. L'atto di disporre un campione, scegliere un supporto cartaceo, annotare un luogo o una data costituisce un gesto ripetuto e ritualizzato, attraverso il quale l'identità della viaggiatrice si costruisce e si rende riconoscibile.

La scelta delle specie, inoltre, non è mai neutra. Filtrata attraverso il codice simbolico della floriografia ottocentesca, essa consente di articolare un discorso cifrato sul viaggio e su loro stesse. I significati associati ai fiori, ampiamente condivisi nella cultura vittoriana, offrivano un vocabolario socialmente legittimato per esprimere emozioni, desideri e stati d'animo difficilmente comunicabili in forma diretta. L'erbario poteva così funzionare come un palinsesto emotivo, leggibile come inventario botanico e interpretabile, a un livello più profondo, come racconto sentimentale e identitario.

Nel quadro più ampio della storiografia di genere, l'erbario di viaggio si rivela una fonte privilegiata per indagare le forme di agency femminile all'interno di sistemi socioculturali patriarcali. Lungi dall'essere un manufatto minore o puramente decorativo, esso testimonia la capacità delle donne di appropriarsi di pratiche legittimate dal discorso maschile – la botanica, la tassonomia, la documentazione del paesaggio – e di riformularle come spazi di espressione autobiografica. Attraverso l'erbario, il sapere scientifico viene riorientato verso una dimensione soggettiva, senza perdere la propria credibilità formale.

In questa prospettiva, l'erbario si colloca in quello che Joan Scott ha definito «lo spazio della differenza», un ambito in cui il genere opera come categoria primaria di organizzazione del sapere e dell'esperienza storica. L'erbario di viaggio, situandosi tra osservazione scientifica e pratica estetica, consente così alle viaggiatrici di negoziare una visibilità intellettuale e una forma di legittimazione culturale senza entrare in conflitto diretto con le norme sociali.

Letto attraverso questa lente, l'erbario femminile prodotto sul Lago Maggiore emerge come una fonte stratificata: materiale, perché conserva l'impronta fisica della specie raccolta; topografica, perché mappa il territorio attraverso una sequenza di luoghi-segno; identitaria, perché ogni scelta botanica e compositiva è anche una scelta narrativa. Il fiore pressato non è soltanto natura trasportata, ma identità trasportata: un segno che iscrive la presenza della viaggiatrice nel paesaggio e, allo stesso tempo, iscrive il paesaggio nella sua autobiografia.

Erbari maschili e femminili a confronto: verso una prospettiva comparativa

Se la letteratura ha spesso isolato gli erbari femminili come fenomeno a sé, una prospettiva più ampia richiede di confrontarli con le pratiche maschili coeve, per evidenziarne tanto le affinità quanto le differenze strutturali e simboliche.

Struttura e finalità

Gli erbari maschili ottocenteschi, spesso prodotti da dilettanti colti, naturalisti locali o membri di società scientifiche, si caratterizzavano per una spiccata aderenza alla tassonomia linneana. La raccolta era organizzata secondo criteri sistematici, con l'obiettivo

di fornire un corpus classificatorio utile a corrispondere con istituzioni accademiche o orti botanici. Esempio, in questo senso, è l'*Erbario* di Carlo Allioni (1728-1804), conservato presso l'Università di Torino, in cui la descrizione morfologica e il rigore nomenclatorio dominano la pagina.

Gli erbari femminili di viaggio, al contrario, pur includendo talvolta elementi di nomenclatura, si orientavano prevalentemente verso una logica diaristica e memoriale. La sequenza dei campioni non sempre segue un impianto tassonomico, ma piuttosto l'ordine cronologico del viaggio o il valore esperienziale del fiore raccolto. Ne sono prova l'album *Flower Remembrance* (Smithsonian Gardens, anni 1850 circa) e il diario con fiori pressati di Mary Cecilia Blencowe (1873-1875, British Library), nei quali il fiore è segno tanto di una specie quanto di un'esperienza situata.

Dimensione simbolica

Laddove l'erbario maschile tendeva a inscrivere il soggetto in una comunità epistemica (società botaniche, accademie, reti di corrispondenza), quello femminile operava più spesso come atto di autonarrazione mediata. Come nota Ann Shteir, la "polite botany" costituiva uno dei pochi spazi in cui le donne potevano esercitare competenze scientifiche senza oltrepassare apertamente i confini di genere (Shteir, 1996). In questa prospettiva, la raccolta non è soltanto un gesto conoscitivo, ma anche un gesto identitario: l'erbario consente di rendere visibile una presenza femminile nel paesaggio e nel discorso del sapere, entro forme socialmente legittimate.

La categoria di genere, intesa come dispositivo storico che struttura l'accesso alle pratiche culturali e le modalità della loro rappresentazione, aiuta a leggere questa tensione: nel caso femminile, la scienza non è principalmente mezzo di inclusione accademica, quanto strumento di elaborazione autobiografica e di costruzione del sé (Scott, 1988). Ne deriva una differenza importante: gli erbari maschili mirano più spesso alla validazione pubblica del sapere, mentre quelli femminili, specialmente nel contesto del viaggio, tendono a integrare osservazione e memoria, classificazione e racconto.

Dati comparativi

In termini comparativi, è possibile sintetizzare le differenze principali secondo alcuni parametri descrittivi:

Parametro	Erbari maschili (Italia, XIX sec.)	Erbari femminili di viaggio (Lago Maggiore XIX sec.)
Criterio organizzativo Prevalente	Tassonomico (secondo Linneo)	Cronologico/Esperienziale
Finalità dichiarata	Documentazione scientifica	Memoria di viaggio/ testimonianza personale
% campioni con annotazioni	<10%	>40% (stima su Blencowe e <i>Flower Remembrance</i>)
Specie ricorrenti	Piante spontanee autoctone	Piante spontanee + ornamentali da giardino
Pubblico di riferimento	Comunità scientifica/ accademica	Circoli privati, album di famiglia, reti epistolari

Statistiche storiche sul Grand Tour Circoli privati, album di famiglia, reti epistolari Riguardo al Grand Tour del XVIII secolo, le statistiche non sono molto dettagliate, ma il Grand Tour Project di Stanford ha stimato – attraverso un database interattivo con circa 6 007 viaggiatori registrati – che almeno 955 di questi erano donne, cioè il 16% <https://cesta-io.stanford.edu/anthology/2024-research-anthology/women-and-mobility>

Conclusione

L'analisi dell'erbario femminile ottocentesco sul Lago Maggiore, collocata nella cornice del Grand Tour al femminile, mostra come un oggetto apparentemente modesto si configuri, a uno sguardo ravvicinato, come un artefatto denso di significati, nel quale si intrecciano scienza, estetica, memoria e identità. Lungi dall'essere un semplice passatempo, l'erbario emerge come un dispositivo culturale capace di condensare esperienze e paesaggi in una forma materiale e portatile: un archivio in miniatura, in grado di restituire la varietà botanica e climatica del lago attraverso sequenze ordinate di fiori e foglie. In tal senso, esso opera al contempo come microcosmo paesaggistico e come narrazione autobiografica implicita.

Dal punto di vista antropologico, la raccolta e la conservazione dei fiori possono essere interpretate come pratiche di appropriazione simbolica dello spazio. Il fiore essiccato e fissato sulla pagina non è soltanto un frammento di natura, ma un segno tangibile dell'attraversamento e della permanenza della viaggiatrice in un territorio specifico. Il gesto della raccolta si trasforma così in un atto di iscrizione: l'erbario diviene il luogo in cui il viaggio si fa testo e la natura si traduce in memoria durevole.

La prospettiva della storia di genere consente di cogliere la portata sociale e culturale di tali pratiche. Come hanno messo in evidenza Joan Scott e Londa Schiebinger, le donne hanno spesso costruito saperi e forme di autorità intellettuale attraverso mediazioni formali e materiali compatibili con i codici di decoro e rispettabilità. L'erbario femminile si iscrive pienamente in questa dinamica: dispositivo apparentemente neutro, ma in realtà spazio di autonomia intellettuale e creativa, capace di legittimare una voce femminile in un contesto che ne limitava l'accesso diretto alle reti scientifiche istituzionali.

Il Lago Maggiore, con la sua duplice natura lacustre e alpina, antropizzata e selvaggia, costituisce un paesaggio liminale che favorisce tale ibridazione. Le camelie acclimatate delle Isole Borromee convivono con i rododendri spontanei delle alture, offrendo alla viaggiatrice una tavolozza botanica traducibile in forme simboliche e narrative. La selezione dei fiori, la disposizione estetica e le annotazioni marginali configurano così una scrittura ibrida che, pur radicata nella *polite botany*, eccede i confini della botanica amatoriale per situarsi anche nel dominio dell'autobiografia e della costruzione del sé.

In termini foucaultiani, l'erbario può essere letto come una tecnologia del sé (Foucault, 1984): uno strumento attraverso il quale le viaggiatrici plasmavano e narravano la propria identità, negoziando la propria posizione tra sfera pubblica e privata, tra sapere condiviso e memoria personale. In questa prospettiva, l'erbario non documenta soltanto la flora dell'epoca, ma si configura come un documento della soggettività femminile, in cui sapere scientifico, emozione estetica e costruzione identitaria si fondono in modo inscindibile.

Infine, l'integrazione di una prospettiva comparativa con le pratiche maschili del Grand Tour consente di evitare che l'erbario femminile venga relegato a curiosità marginale. Gli erbari prodotti dagli uomini, spesso orientati alla tassonomia e alla comunicazione con le istituzioni scientifiche, possono essere interpretati come

tecnologie del sé fondate su una dimensione pubblica e collettiva del sapere; quelli femminili, invece, tendono a inscrivere il viaggio entro un orizzonte di memoria individuale e di genere. Due strategie differenti ma complementari, che illuminano la complessità del rapporto tra scienza, cultura e identità nel XIX secolo.

Bibliografia

- Album of Pressed Flowers *Flower Remembrance* (ca. 1850s). "Smithsonian Gardens Collections". Retrieved from <https://gardens.si.edu/collections/flower-remembrance/> (consultato il 30 agosto 2025).
- Archivio Storico Borromeo (1837-1846). *Corrispondenza del giardiniere Antonio Rovelli*.
- Bachelard, G. (1964). *The poetics of space* (M. Jolas, Trans.). Beacon Press. (Original work published 1957)
- Bachtin, M. (1981). *The dialogic imagination: Four essays* (M. Holquist, Ed.; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). University of Texas Press.
- Black, J. (2003). *Italy and the Grand Tour*. Yale University Press.
- Blencowe, M. C. (1873-1875). *Journals and pressed flowers collection* (Add MS 89226). British Library.
- Burke, E. (1990). *A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*. Oxford University Press. (Original work published 1757)
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Chard, C. (1999). *Pleasure and guilt on the Grand Tour: Travel writing and imaginative geography, 1600-1830*. Manchester University Press.
- Foucault, M. (1988). *Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault* (L. H. Martin, H. Gutman & P.H. Hutton, Eds.). University of Massachusetts Press.
- Fuller, M. (1856). *At home and abroad, or things and thoughts in America and Europe*. Crosby, Nichols & Company.
- Goody, J. (1993). *The culture of flowers*. Cambridge University Press.
- Lightman, B. (2007). *Victorian popularizers of science: Designing nature for new audiences*. University of Chicago Press.
- Loudon, J.W. (1840). *The ladies' flower-garden of ornamental annuals*. William Smith.
- Mauss, M. (1990). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies* (W.D. Halls, Trans.). W.W. Norton. (Original work published 1925)

- Murray, J. (1847). *Handbook for travellers in northern Italy: Including the Italian lakes, Milan, Turin, Genoa, &c.* John Murray.
- Schiebinger, L. (1989). *The mind has no sex? Women in the origins of modern science.* Harvard University Press.
- Scott, J.W. (1988). *Gender and the politics of history.* Columbia University Press.
- Seaton, B. (1995). *The language of flowers: A history.* University Press of Virginia.
- Shelley, M. (1844). *Rambles in Germany and Italy in 1840, 1842, and 1843.* Edward Moxon.
- Shteir, A.B. (1996). *Cultivating women, cultivating science: Flora's daughters and botany in England, 1760–1860.* Johns Hopkins University Press.
- Smith, S. (1993). *Subjectivity, identity, and the body: Women's autobiographical practices in the twentieth century.* Indiana University Press.
- Smith, S., Watson, J. (2001). *Reading autobiography: A guide for interpreting life narratives.* University of Minnesota Press.
- Towner, J. (1985). The Grand Tour: A key phase in the history of tourism in the eighteenth century? *Annals of Tourism Research*, 12(3), 297-333. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90002-7)
- Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure.* Aldine Publishing.
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage* (M. B. Vizedom & G. L. Caffee, Trans.). University of Chicago Press. (Original work published 1909).

VERBANIA COME GIARDINO VIVENTE

Reti verdi, fiumi e turismo sostenibile

Xenia Abramovich

Introduzione

Verbania, situata sulla sponda piemontese del Lago Maggiore, rappresenta un territorio di eccezionale rilevanza culturale e paesaggistica. Riconosciuta a livello internazionale per i Giardini botanici di Villa Taranto, la città è da tempo associata al patrimonio orticolturale e al turismo lacustre. Oltre questi giardini iconici, il tessuto urbano presenta fluviali, pendii boschivi, passeggiate al lago e spazi pubblici quotidiani, capace di ridefinire Verbania come «giardino vivente» coerente e accessibile.

Questa condizione riflette un fenomeno europeo più ampio. Molte città storiche di piccola e media dimensione combinano nuclei consolidati con margini frammentati, barriere infrastrutturali e spazi di transizione sottoutilizzati. Se i centri storici beneficiano di visibilità culturale e investimenti, i margini periurbani e le discontinuità interne interrompono spesso la continuità pedonale e indeboliscono la coerenza ecologica (Bandarin & van Oers, 2012; Sieverts, 2003).

Negli ultimi decenni, l'infrastruttura verde è stata riconosciuta come strumento strategico per la resilienza, la continuità ecologica e la rigenerazione urbana (European Commission, 2013; Ahern, 2011; Benedict & McMahon, 2006). Il *landscape urbanism* ha inoltre sostenuto la necessità che il paesaggio operi come struttura infrastrutturale piuttosto che come semplice elemento decorativo (Corner, 2006). Nella pratica, tuttavia, l'infrastruttura verde è spesso trattata come sistema ambientale di supporto o come insieme di interventi isolati, anziché come ossatura spaziale capace di strutturare la vita urbana.

Parallelamente, la ricerca contemporanea sul turismo sottolinea l'importanza della redistribuzione spaziale, dell'integrazione ambientale e della qualità dell'esperienza rispetto alla concentrazione su poli iconici (Gössling, 2018). Nei contesti europei ad alta qualità paesaggistica, la sfida non riguarda soltanto la resilienza ecologica, ma anche la riorganizzazione della mobilità e dell'esperienza attraverso la continuità spaziale (European Commission, 2013; Gössling *et al.*, 2018).

La pianificazione urbana contemporanea opera con strumenti analitici sofisticati, modellazione di scenari e quadri di resilienza. Tuttavia, il perfezionamento metodologico non garantisce di per sé coerenza spaziale. La capacità di misurare, simulare e ottimizzare i sistemi urbani non si traduce automaticamente in strutture territoriali capaci di costruire un'identità urbana condivisa.

Le prime fasi della pianificazione furono guidate da visioni spaziali che miravano a definire ordini urbani chiari. Molti di questi modelli stabilirono una forte coerenza formale, ma la loro rigidità ne limitò la capacità di rispondere alle trasformazioni ecologiche e reticolari successive. La pianificazione contemporanea procede invece per interventi calibrati e adattamenti progressivi. Ciò che spesso manca è un quadro spaziale condiviso capace di organizzare tali interventi in una struttura territoriale coerente.

È in questa tensione tra sofisticazione analitica e chiarezza strutturale che si colloca il concetto di città giardino vivente.

All'interno di questo quadro, il presente studio propone uno spostamento di prospettiva: dall'infrastruttura verde intesa come sistema ambientale di supporto all'infrastruttura verde come quadro spaziale capace di strutturare camminabilità, continuità relazionale ed esperienza urbana sostenibile. Il concetto di città giardino vivente non ripropone modelli storici rigidi né impone un progetto precostituito. Propone invece un approccio fondato sul paesaggio, in cui relazioni ecologiche e spaziali esistenti costituiscono la base dell'organizzazione urbana. In questo senso, la «visione» non è una forma imposta, ma il progressivo chiarimento e rafforzamento di connessioni già presenti nel territorio.

Con circa trentamila abitanti e una significativa presenza turistica, Verbania si è sviluppata come sistema policentrico articolato attorno ai nuclei di Pallanza, Suna e Intra. Pallanza e Suna sono strettamente legate al paesaggio lacustre e ai giardini storici, mentre Intra svolge il ruolo di principale centro commerciale, civico e storico, concentrando attività e flussi di visitatori.

Tra e intorno a questi nuclei si estendono corridoi fluviali, fasce infrastrutturali, pendii residuali e spazi aperti sottoutilizzati che operano più come separatori che come connettori. Tali condizioni possono essere descritte come “vuoti” periurbani interni: ambiti frammentati inseriti nel tessuto urbano che mancano di identità e continuità. Non si tratta di periferie esterne, ma di paesaggi di transizione interni alla città – sponde fluviali, ex margini industriali, aree di parcheggio, fasce verdi disconnesse – che interrompono la leggibilità spaziale pur custodendo un potenziale latente.

Da un punto di vista metodologico, questi ambiti sono interpretati non come carenze ma come componenti di un sistema di infrastruttura verde incorporato nel tessuto urbano. In questa ricerca, l'infrastruttura verde comprende non solo parchi, corridoi fluviali e fronti lago, ma anche tracce spaziali poco riconosciute e collegamenti mancanti dotati di potenziale connettivo. Il compito è triplice: identificare l'infrastruttura verde nella struttura urbana; immaginarne e articolare le connessioni incomplete attribuendo loro una chiara funzione spaziale; rafforzarle attraverso interventi incrementali e realizzabili. In questo processo, l'infrastruttura verde diviene ossatura strutturale della rigenerazione urbana.

Questo capitolo sviluppa il caso di Verbania nell'ambito di una ricerca dottorale presso Aalto University dedicata al ruolo dell'infrastruttura verde come quadro strategico urbano. L'indagine analizza come sistemi verdi frammentati possano essere letti come strutture relazionali e tradotti in azioni spaziali incrementali capaci di migliorare camminabilità, uso quotidiano e potenziale turistico sostenibile.

Verbania nel sistema alpino-lacustre

Verbania occupa una posizione strategica nella geografia alpino-lacustre che collega l'Italia settentrionale e la Svizzera. Situata tra gli ecosistemi montani della Val Grande e i flussi turistici transnazionali che attraversano il Lago Maggiore, la città funziona come paesaggio di transizione tra ecologia alpina e urbanità lacustre.

Nelle regioni alpine, le montagne non sono semplici sfondi scenografici, ma sistemi territoriali attivi che plasmano identità, governance e sviluppo economico (Debarbieux & Price, 2008). Allo stesso modo, i territori alpini contemporanei sono sempre più caratterizzati da processi di ristrutturazione spaziale guidati da turismo, mobilità e influenza metropolitana (Perlik, 2011). In tali

contesti, il paesaggio opera come risorsa strutturante piuttosto che come scenario passivo (Corner, 2006).

I corridoi fluviali e il fronte lago di Verbania devono dunque essere interpretati come componenti di un gradiente ambientale ed economico più ampio che connette wilderness montana, pendii periurbani e spazio pubblico lacustre.

Leggere la frammentazione periurbana come potenziale spaziale

Piuttosto che considerare gli spazi verdi frammentati come carenze, il quadro metodologico di questo capitolo li interpreta come componenti di un'infrastruttura verde latente incorporata nel tessuto urbano. Le condizioni periurbane nelle città storiche emergono spesso internamente – lungo sponde fluviali, margini infrastrutturali, pendii residuali ed ex aree industriali – dove il potenziale connettivo rimane sottoutilizzato.

Il processo analitico si fonda su una lettura multilivello che integra dimensioni ecologiche, morfologiche ed esperienziali. Invece di imporre nuove forme, la strategia individua dove gli elementi verdi esistenti suggeriscono già continuità spaziale. La rigenerazione urbana diviene così un processo di rafforzamento relazionale, che amplifica ciò che è presente ma sottoperformante.

Verbania offre una chiara dimostrazione di tale condizione. I suoi fiumi, il fronte lago e le zone di transizione tra Pallanza e Intra non sono territori vuoti in attesa di invenzione, ma elementi strutturalmente significativi la cui infrastruttura verde latente può essere chiarita e rafforzata progressivamente.

Rafforzamento strategico progressivo dell'infrastruttura verde

La trasformazione di Verbania in una città paesaggio connessa è concepita come processo graduale e realizzabile che si fonda su linee spaziali già presenti nel tessuto urbano. Piuttosto che proporre un masterplan rigido, l'approccio traduce l'analisi paesaggistica relazionale in interventi incrementali e spazialmente mirati, capaci di rafforzare continuità, accessibilità e leggibilità urbana.

La sezione seguente articola questo processo attraverso quattro strategie interrelate: continuità del lungolago; parchi fluviali come connettori verticali; *Green Loop* della vita quotidiana; assi vitali urbani [Figura 9].

Ogni strategia opera autonomamente ma acquisisce significato strutturale nella relazione con le altre. Insieme, esse riorganizzano l'infrastruttura verde esistente in un sistema stratificato che sostiene simultaneamente continuità ecologica, mobilità quotidiana e redistribuzione sostenibile dei flussi turistici.

1. CONTINUITÀ DEL LUNGOLAGO

La prima azione riconosce l'intero fronte lago – da Suna a ovest fino al lato occidentale del Torrente San Giovanni – come paesaggio civico unitario.

Oggi Suna, Pallanza e Intra possiedono tratti di lungolago attrattivi ma parzialmente disconnessi. Completando i collegamenti mancanti con marciapiedi pedonali generosi, alberature ombreggianti, aree di sosta e una pista ciclabile continua, il bordo lacustre può divenire una passeggiata di sei chilometri e mezzo che costituisce la principale spina orizzontale della città.

Questo *waterfront* continuo collega Villa Taranto, Villa Giulia, spiagge, parchi e passeggiate esistenti in una sequenza esperienziale coerente. Rafforza la vita pubblica quotidiana e redistribuisce i flussi lungo l'intera estensione del lago, riducendo la pressione sui singoli poli e migliorando l'accessibilità.

Oltre al valore ricreativo, la continuità del lungolago stabilisce un chiaro orientamento spaziale per l'intero comune. Non è solo una *promenade*, ma un asse civico che struttura movimento, incontro e identità urbana.

2. PARCHI FLUVIALI: DAI MARGINI AI CONNETTORI

Se il lungolago costituisce la spina dorsale orizzontale, i fiumi strutturano la dimensione verticale di Verbania. Il torrente San Bernardino e il torrente San Giovanni funzionano già come corridoi ecologici tra lago e paesaggi montani, ma nel tessuto urbano sono spesso percepiti come margini più che come connessioni pubbliche.

Il torrente San Bernardino può diventare connettore lineare tra Pallanza e Intra. Data la sua rilevanza ecologica, la trasformazione deve mantenere carattere equilibrato: accessibile e percorribile ma non eccessivamente programmato. Percorsi, aree di sosta selettive e attraversamenti progettati con attenzione possono favorire l'integrazione, mentre attività commerciali e caffè si sviluppano lungo le vie adiacenti. Il carattere può variare lungo il corso – più urbano

nei tratti densi, più naturale verso monte – consentendo coesistenza tra continuità ecologica e uso pubblico.

Il torrente San Giovanni presenta condizione diversa. Pur vicino al centro storico, è percepito come marginale. Il tratto inferiore attraversa Intra prima di sfociare nel lago e include già percorsi naturali continui. Rafforzando continuità pedonale e identità naturale, il corridoio può connettere Intra al fronte lago ed estendere la rete verde verso comuni limitrofi. Più che parco urbano intensivo, diviene paesaggio fluviale integrato nella mobilità quotidiana [Figura 10].

Insieme, i due sistemi fluviali trasformano la frammentazione verticale in continuità ecologica e pedonale, cucendo paesaggi montani, quartieri urbani e spazi lacustri in un gradiente ambientale coerente

3. GREEN LOOP

Oltre al lago e ai fiumi, Verbania comprende numerose attrezzature pubbliche, piccoli parchi, aree gioco, scuole, spazi culturali e strade commerciali. Questi elementi esistono, ma rimangono spazialmente frammentati.

Il *Green Loop* opera alla scala della circolazione urbana. Concepito come una spina dorsale continua del movimento, connette la passeggiata lungolago e i principali assi infrastrutturali in un sistema coerente pedonale e ciclabile. Più che concentrarsi su singole strade, esso garantisce un accesso ininterrotto attraverso l'intera città, collegando quartieri residenziali, servizi quotidiani, destinazioni culturali e nodi del trasporto.

Riconnettendo questi elementi dispersi in una rete leggibile, il Loop rafforza l'accessibilità universale, privilegia la continuità pedonale e integra strategicamente le fermate del trasporto pubblico come punti di interscambio. Non funziona soltanto come connettore paesaggistico, ma come struttura di mobilità multimodale capace di sostenere la circolazione nell'intero tessuto urbano.

In questo modo, la pedonalità diventa un principio organizzativo e non un miglioramento localizzato. Le transizioni accessibili tra lungolago, parco fluviale, quartieri e centri civici trasformano spazi pubblici frammentati in un quadro integrato di circolazione. Il *Green Loop* si configura così come la principale struttura connettiva dell'infrastruttura verde di Verbania, sostenendo la vita quotidiana e redistribuendo i flussi oltre le destinazioni iconiche.

4. ASSI VITALI

Se il *Green Loop* opera alla scala della circolazione continua, gli *assi vitali* intervengono su riconessioni localizzate ma strategiche all'interno del tessuto urbano.

Questi assi affrontano brevi ma cruciali discontinuità spaziali – spesso percorribili in pochi minuti a piedi – che oggi sono percepite come strade marginali o dominate dal traffico. Ad esempio, la connessione tra piazza San Vittore e il nuovo parco fluviale del San Giovanni, pur essendo spazialmente prossima, manca di leggibilità e qualità pedonale. Attraverso l'ampliamento dei marciapiedi, l'inserimento di alberature, sedute, la moderazione del traffico e l'attivazione di piccole attività commerciali, tali strade possono trasformarsi in percorsi urbani attrattivi anziché in passaggi residuali [Figura 11].

Gli assi vitali operano dunque a una scala più fine. Intensificano corridoi specifici che sbloccano l'accesso tra nodi rilevanti – piazze storiche, parchi, sponde fluviali e istituzioni culturali. La mobilità viene così riformulata come interazione sociale e la circolazione diventa esperienza spaziale (Löw & Knoblauch, 2020).

In modo cruciale, gli assi vitali traducono la struttura complessiva dell'infrastruttura verde in esperienza urbana concreta. Se il *Green Loop* garantisce continuità alla scala dell'intera città, gli assi vitali assicurano la trasformazione qualitativa alla scala locale.

Conclusioni: verso una città giardino vivente

La convergenza di lungolago continuo, corridoi fluviali, anello verde e assi vitali articola una rinnovata identità urbana. Verbania può riposizionarsi non solo come città di giardini rinomati, ma come sistema paesaggistico diffuso in cui l'infrastruttura verde struttura l'esperienza urbana.

La città giardino vivente non ripropone modelli rigidi, ma configura un paradigma contemporaneo in cui il paesaggio costituisce il quadro primario di mobilità, interazione sociale e vitalità economica. L'infrastruttura verde non è strato ambientale aggiuntivo, bensì logica spaziale che rende la città leggibile e coerente.

Redistribuendo i flussi su una rete connessa, la pressione sui poli iconici si riduce e i benefici si diffondono nel tessuto urbano. La camminabilità diviene valore civico e infrastruttura turistica

insieme. L'identità urbana si trasforma da collezione di luoghi a sequenza territoriale integrata.

La trasformazione è incrementale e realizzabile. Ogni intervento contribuisce alla coerenza complessiva. La città giardino vivente emerge come modello processuale fondato sulle risorse spaziali esistenti.

Oltre il caso di Verbania, l'approccio è trasferibile a città storiche di media scala con alto valore paesaggistico e organizzazione frammentata. Riattivando sistemi verdi come quadri connettivi, la rigenerazione può procedere per rafforzamento anziché per espansione.

Verbania diventa così un esempio dimostrativo di come continuità ecologica, vivibilità quotidiana e turismo sostenibile possano convergere in una strategia spaziale unitaria.

Bibliografia

- Ahern, J. (2011). "From fail-safe to safe-to-fail: Sustainability and resilience in the new urban world". *Landscape and Urban Planning*, 100(4), 341-343. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2011.02.021>
- Bandarin, F., & van Oers, R. (2012). *The historic urban landscape: Managing heritage in an urban century*. Wiley-Blackwell.
- Benedict, M. A., & McMahon, E.T. (2006). *Green infrastructure: Linking landscapes and communities*. Island Press.
- Corner, J. (2006). "Terra fluxus". In C. Waldheim (a cura di), *The landscape urbanism reader* (pp. 21-33). Princeton Architectural Press.
- Debarbieux, B., & Price, M. F. (2008). "Representing mountains: From local and national to global common good". *Geopolitics*, 13(1), 148-168. <https://doi.org/10.1080/14650040701809725>
- Commissione europea. (2013). *Green infrastructure (GI) – Enhancing Europe's natural capital* (COM(2013) 249 final). Commissione europea.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). "Overtourism: A growing global problem and implications for sustainability". *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1-18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1350817>
- Hansen, R., & Pauleit, S. (2014). "From multifunctionality to multiple ecosystem services? A conceptual framework for multifunctionality in green infrastructure planning for urban areas". *Ambio*, 43(4), 516-529. <https://doi.org/10.1007/s13280-014-0502-2>

- Löw, M., & Knoblauch, H. (2020). “The re-figuration of spaces and refigured modernity: Concept and diagnosis”. *Historical Social Research*, 45(2), 263-292. <https://doi.org/10.12759/hsr.45.2020.2.263-292>
- Perlik, M. (2011). “Alpine gentrification: The mountain village as a metropolitan neighbourhood”. *Revue de géographie alpine*, 99(1). <https://doi.org/10.4000/rga.1371>
- Sieverts, T. (2003). *Cities without cities: An interpretation of the Zwischenstadt*. Routledge.

CONCLUSIONI

Stefania Cerutti e Andrea Cottini

Riprendendo il filo conduttore di questo volume, la riflessione si concentra sulla questione centrale che lo ha guidato sin dall'inizio: cosa rende oggi un giardino una destinazione culturale, paesaggistica e turistica, capace di intrecciare dinamiche evolutive, caratteristiche ambientali ed esperienze contemporanee? Le evidenze raccolte consentono di affermare che la risposta non sia univoca. Il giardino si configura oggi come una piattaforma polifunzionale, delineandosi come spazio culturale, laboratorio di sostenibilità, infrastruttura turistica e luogo di relazioni. Non si presenta in modo distaccato dal territorio che lo ospita e da cui trae senso, non è più un semplice luogo da visitare, ma assume le dimensioni di un ecosistema in cui storia, natura, arte e comunità dialogano fra di loro, generando significati condivisi e nuove modalità di fruizione. I giardini non vanno quindi considerati come episodi isolati in quanto elementi di sistemi territoriali interconnessi: in questo si può leggere il loro ruolo nel contesto più ampio del turismo sostenibile, fondato su reti di offerta turistica, legami con le comunità locali e iniziative di rafforzamento dell'identità culturale. Quanto rilevato dai contributi raccolti consente di affermare che i giardini non rappresentano un "mondo chiuso" ma una porta aperta alla conoscenza, all'interesse e alla "contaminazione creativa". Ne discende che la loro valorizzazione in chiave turistica richieda una prospettiva integrata, in cui progettualità e *governance* territoriale conversino costantemente con ricerca e innovazione, includendo anche una lettura del giardino come spazio di benessere: un ambiente capace di favorire rigenerazione psicofisica, quiete, contatto con la natura e pratiche di fruizione lenta, con ricadute positive sulla qualità della vita di residenti e visitatori.

Il *garden tourism* – contenitore “macro” che custodisce, alimenta, aziona il motore attrattivo dei giardini – si è certamente consolidato come fenomeno strutturato, anche in Italia. Pone però alcune sfide legate alla sostenibilità: l’equilibrio tra conservazione e fruizione, la gestione economica di strutture spesso vincolate da risorse limitate e l’adozione di modelli gestionali innovativi richiedono, infatti, strategie attente, volte a concretizzare la necessità di coniugare valore culturale, accessibilità e impatto ambientale.

La giornata di studio di Verbania ha costituito, in questo senso, un momento fondamentale: un’occasione di confronto scientifico, scambio di esperienze e creazione di relazioni durature tra accademia e operatori, da cui è nato questo volume, frutto di rielaborazione e sistematizzazione dei contenuti condivisi.

Ciascuno degli autori e delle autrici ha apportato una propria tessera, contribuendo a comporre un mosaico coerente e plurale al fine di restituire la complessità e la ricchezza del *garden tourism* contemporaneo. Judith Wade invita a considerare criticamente le dinamiche del settore, offrendo spunti concreti a partire dall’esperienza feconda della rete dei Grandi Giardini Italiani, mentre Matteo Montebelli fornisce un quadro aggiornato sui flussi turistici e sulla crescente domanda di esperienze autentiche e sostenibili osservando tali dinamiche dalla posizione privilegiata del Touring Club Italiano. Stefania Cerutti incardina il *garden tourism* negli studi di matrice geografica legati al paesaggio e al turismo, sottolineando come i giardini diventino spazi di narrazione e fruizione nel contesto delle progettualità contemporanee. Un progetto concreto e di successo è quello presentato da Vanessa Mineo: *Soul Gardens*, un viaggio dei sentimenti tra ville e giardini tra il Lago Maggiore, il Lago d’Orta e le Valli dell’Ossola in alto Piemonte, interpreta i giardini come paesaggi dell’anima, in grado di generare esperienze rigenerative, consapevoli e sinergiche. Claudio Zella e Samuel Piana mostrano il passaggio del giardino da patrimonio contemplativo a modello di turismo rigenerativo, ponendo particolare enfasi alla dimensione artistico-rappresentativa e alle dimensioni dell’*horticultural tourism*. Siria Moroso mette in evidenza l’importanza dei giardini nello scenario, metodologico e pratico, del turismo rurale e nella decentralizzazione dei flussi turistici, portando esempi concreti di depolarizzazione geografica connessa a questo tipo di *garden tourism*. Pietro Nova mette in luce il valore educativo e culturale dei giardini, mentre Roxana Popusoi si sofferma sul caso dei giardini della provincia del Verbano-Cusio-Ossola per valutarne peso e ruolo come strumenti di turismo sostenibile. Piera Miglio-

re, adottando una prospettiva antropologica, ricorda l'importanza storica dei viaggi e degli erbari nel costruire una memoria viva dei paesaggi e dei giardini lacustri, che oggi divengono tramite di valorizzazione culturale del *garden tourism*. Xenia Abramovich, infine, propone di leggere e rendere la città di Verbania un giardino vivente, evidenziando le fattezze di un progetto originale fondato su reti, fiumi e iniziative di sostenibilità come ambiti di connessione tra natura, cultura e comunità locali.

Il volume dimostra come i giardini siano spazi multidimensionali, stratificati e interagenti. La scelta di mantenere nel titolo il riferimento al palcoscenico ci consente di declinare i giardini, e il turismo ad essi correlato, in molteplici modi. Il giardino si palesa, anzitutto, come palcoscenico di biodiversità, in cui le componenti vegetali e paesaggistiche costituiscono risorse strutturali fondamentali dell'esperienza complessiva. In termini di fruizione turistica, esso funziona come un contesto di interazione, che consente a visitatori e fruitori di partecipare alla percezione e costruzione di significati. I giardini storici, in particolare, rappresentano un palcoscenico della memoria culturale, in cui architettura, arte e paesaggio si fanno attori di un sistema articolato. I casi e le buone pratiche indagati consentono, inoltre, di vedere nel *garden tourism* un palcoscenico per le progettualità a diverse scale, fondate sulla cooperazione tra istituzioni, operatori e comunità locali nel definire orientamenti strategici e collaborativi. Turismo che mette a valore le potenzialità, espresse o latenti, di un giardino di agire anche come palcoscenico operativo, che integra elementi naturali con pratiche di gestione, sperimentazione culturale e innovazione turistica. Si innestano, così, combinazioni simultanee di componenti oggettive (flora, paesaggio, architettura) e soggettive (esperienze, pratiche, co-creazione, narrazione) di una destinazione. Nell'ottica dello sviluppo territoriale, i giardini funzionano come piattaforme integrate – aperte e polifoniche – che scaturiscono dall'interrelazione di turismo, conservazione ambientale, e partecipazione socioculturale al fine di generare valore condiviso.

Guardando al futuro, il ruolo dei giardini nel turismo contemporaneo appare strategico: essi possono contribuire al benessere delle società urbane e rurali, diventare catalizzatori di innovazione culturale e turistica, rappresentare dispositivi di *policy* integrate. Se volessimo rinvenire la sfida che intercettano, la potremmo identificare nel consolidamento di modelli gestionali sostenibili e nelle reti collaborative, indispensabili per trasformare i giardini in destinazioni resilienti e antifragili e rispondere in modo fruttuoso alle

crescenti esigenze di un turismo consapevole e di qualità. Il volume non muove, certamente, dalla pretesa di sistematizzare un tema così complesso; intende umilmente piantare un seme di riflessione e dialogo, pensando di poter offrire spunti di analisi che possano contribuire a sviluppi futuri nel campo – affascinante e coloratissimo – del *garden tourism*.

APPENDICE



Finanziato dall'Unione europea
NextGenerationEU



Ministero dell'Università e della Ricerca



Italiadomani
INNOVATIONE E SOSTENIBILITÀ



NODES
Next Generation Digital & Sustainable



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELL'INSUBRIA



NODES
Next Generation Digital & Sustainable



Spoke 3
Industria del turismo e della cultura



UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE



UPONtourism



ARTEMISA



ENTE GIARDINI BOTANICI VILLA TARANTO



MAXmedia



ARS.UNI.VCO

con il patrocinio di:



Città di Verbania



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Maggiore
Monte e Valli d'Ossola



GIARDINI BOTANICI VILLA TARANTO



SOCIETÀ ITALIANA TOURING CLUB

GREEN ATTRACTION

I giardini come palcoscenico del turismo contemporaneo

Giornata di Studio e di Approfondimento

Ingresso libero e gratuito

Informazioni e Registrazione Obbligatoria [cliccando QUI](https://www.touringclub.it/verbania)

sabato 18 ottobre 2025

9:45 – 16:00

Verbania – Lago Maggiore
Villa Giulia - Corso Zanitello, 8



Scopri di più su ecs-nodes.eu

SESSIONE Mattutina

Coordinata e moderata da:
Andrea Cottini, Ente Giardini Villa Taranto

9:45

Saluti istituzionali e introduzione ai lavori

10:15

Paesaggi in scena: i giardini come luoghi di narrazione e fruizione turistica

Stefania Cerutti, Università Piemonte Orientale

10:50

Numeri e trend del turismo

Matteo Montebelli, responsabile area ricerche e analisi del Centro Studi del Touring Club Italiano

11:25

Il turismo non è una panacea

Judith Wade, Fondatrice di Grandi Giardini Italiani

12:00

Soul Gardens: Ville e Giardini, Paesaggi dell'anima per il turismo sostenibile e consapevole

Vanessa Mineo, Vice-Presidente ATL Distretto Turistico dei Laghi

12:30

Conclusioni e chiusura sessione

Pausa pranzo libera

SESSIONE Pomeridiana

Coordinata e moderata da:
Stefania Cerutti, Università Piemonte Orientale

14:00

Short talks

Slot di 15/20 minuti – per candidarsi ad intervenire è sufficiente inviare a mezzo email entro il 29.09.2025 a turismo@villataranto.it titolo e abstract di massimo 600 caratteri con la sintesi delle tematiche, delle problematiche o delle ricerche che si intendono discutere.

15:45

Conclusioni e chiusura giornata

PER INFO: turismo@villataranto.it

Questa conferenza è realizzata nell'ambito del progetto NODES, finanziato dal MUR sui fondi M4C2 - Investimento 15 Avviso "Ecosistemi dell'Innovazione", nell'ambito del PNDR finanziato dall'Unione europea - NextGenerationEU (Grant agreement Cod. n.ECS0000036)

Locandina della giornata di studi presso Villa Giulia a Verbania (VB).



Fig. 1. Casa del Profumo Feminis-Farina: aromi, memoria ed esperienze olfattive.
Archivio Fotografico Casa del Profumo Feminis-Farina.



Fig. 2. Il Giardino dei Semplici di Miasino: l'armonia delle piante essenze ufficiali.
Archivio Fotografico Giardino dei Semplici di Miasino.



Fig. 3. Villa Taranto: il giardino come visione dell'anima. L'eredità del Capitano Neil Boyd McEacharn. Archivio Fotografico Distretto Turistico dei Laghi, Marco Benedetto Cerini.



Fig. 4. Criterio (v)
Giardino all'Italiana
Villa Taranto

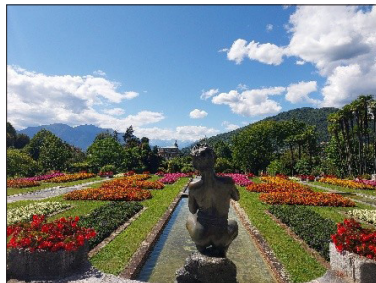


Fig. 5. Criterio (ii)
Villa e Pescatorello
Villa Taranto

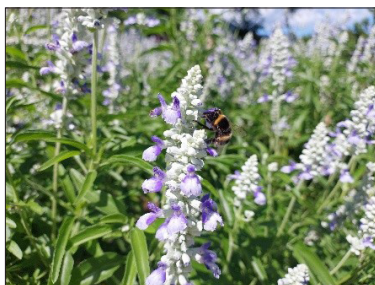


Fig. 6. Criterio (ix)
Dahlia con bombo
Villa Taranto

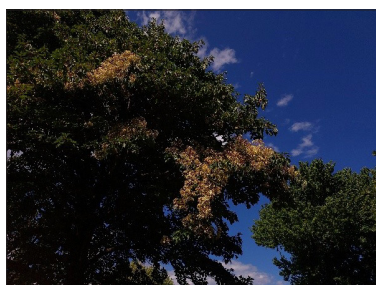
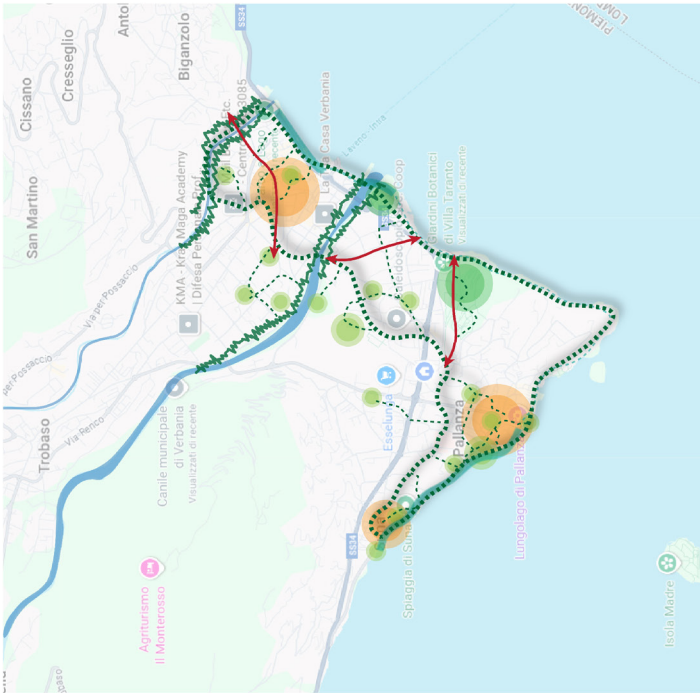


Fig. 7. Criterio (x)
Emmenopterys Henryi fiorito
Villa Taranto



Fig. 8. Criterio (vii)
Victoria Cruziana e giardino verticale
Villa Taranto

**INFRASTRUTTURA VERDE STRATEGICA
CASO STUDIO: VERBANIA**



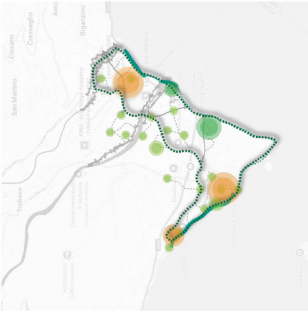
**CONTINUITÀ DEL LUNGOLAGO
NUOVA IMMAGINE DELLA CITTÀ**



**PARCHI FLUVIALI
DAI MARGINI AI CONNETTORI**



**GREEN LOOP
LA SPINA DORSALE DELL'ACCESSIBILITÀ**



**ASSI VITALI
LE CONTINUITÀ INTERNE STRUTTURANTI**

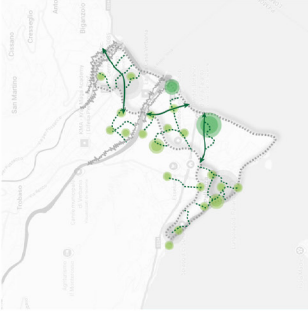
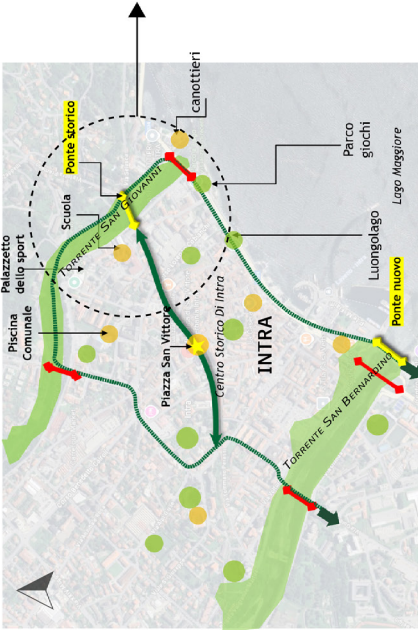


Fig. 9. Quattro strategie verdi per la città giardino vivente.

**RAFFORZARE L'INFRASTRUTTURA VERDE
STRATEGIA DEI PARCHI FLUVIALI**



TORRENTE SAN GIOVANNI - STATO ATTUALE



TORRENTE SAN GIOVANNI - IPOTESI DI INTERVENTO

**Fig. 10. Proposta di parco lineare
sul Torrente San Giovanni.**

**RAFFORZARE L'INFRASTRUTTURA VERDE
STRATEGIA DEGLI ASSI VITALI URBANI**

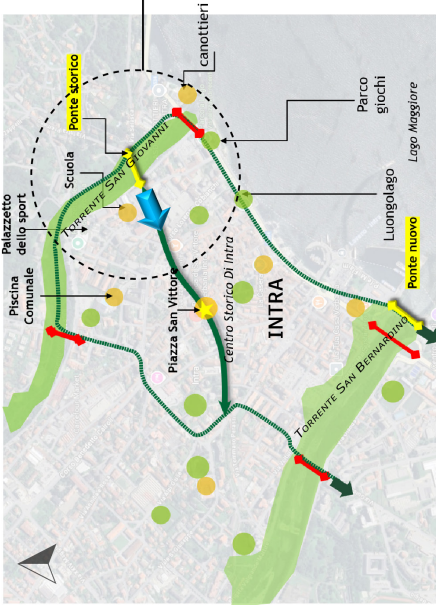


Fig. 11. Asse vitale tra Piazza San Vittore e il Torrente San Giovanni.

LE AUTRICI E GLI AUTORI

Judith Wade

Nata a Sidney da genitori scozzesi con una lunga esperienza in India. Cresciuta tra Londra e l'Australia, ha viaggiato in Sud America prima di fermarsi a Firenze dove ha completato gli studi artistici. Nel 1997 ha fondato il circuito "Grandi Giardini Italiani" che promuove con ampio successo internazionale il patrimonio culturale dei giardini della penisola.

Matteo Montebelli

Laureato in Scienze della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Siena, ha conseguito un Dottorato di Ricerca in Sociologia della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Urbino. Al Touring Club Italiano dal 2001, è attualmente Responsabile dell'Area Ricerche e Pubblicazioni del Centro Studi dove coordina gli Osservatori turistici ed è referente di alcuni tavoli di lavoro con le altre organizzazioni di protezione ambientale. Si occupa inoltre di progetti territoriali di sviluppo turistico, di formazione e di editoria tecnica.

Vanessa Mineo

È guida turistica abilitata con consolidata esperienza nell'accompagnamento di gruppi e individuali. Opera principalmente in Alto Piemonte, proponendo visite storico-artistiche e itinerari tematici. Laureata in Belle Arti, svolge la professione con passione e attenzione alla qualità dell'esperienza. È attualmente Vicepresidente del Distretto Turistico dei Laghi, ente preposto alla promozione e accoglienza del Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola.

Claudio Zella Geddo

Laureato in Giurisprudenza presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore in Milano, è amministratore pubblico di lungo corso. Giornalista, docente, operatore turistico, critico artistico, conta numerose collaborazioni con testate prestigiose e organizza corsi e serate presso associazioni, università della terza età e gallerie d'arte. Da lungo tempo è pellegrino e *hospitalero* sui Cammini di Santiago di Compostela.

Samuel Piana

Manager dei Sistemi Territoriali, è fondatore di *Landexplorer*, società che affianca enti pubblici, aziende e associazioni a sviluppare o rigenerare il territorio. È esperto di marketing territoriale e mobilità dolce. Specializzato nella valorizzazione del paesaggio e in progetti di turismo sostenibile, opera come *highlands community manager* facilitando processi di co-progettazione e sviluppo per le comunità delle terre alte.

Siria Moroso

Ha conseguito la laurea magistrale in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici presso l'Università del Piemonte Orientale. È guida escursionistica e accompagnatrice turistica. Si occupa di progettazione, sviluppo e comunicazione di iniziative legate alla sostenibilità e alla valorizzazione delle risorse territoriali, in collaborazione con enti locali e associazioni culturali piemontesi. È autrice, insieme a Stefania Cerutti, del volume *Garden tourism. Il patrimonio dei giardini nei processi di fruizione e narrazione turistica*, pubblicato da Aracne Editrice (2022).

Pietro Nova

È studente magistrale in BioGeoscienze: Comunicazione, divulgazione e metodologie didattiche delle scienze presso l'Università degli Studi di Milano. Ha conseguito la laurea triennale in Gestione Ambientale e Sviluppo Sostenibile presso l'Università del Piemonte Orientale. Ha svolto uno stage presso l'Ente Giardini Botanici di Villa Taranto. I suoi interessi riguardano l'analisi degli ecosistemi e dei paesaggi, la sostenibilità e la divulgazione scientifica volta all'insegnamento.

Roxana Popusoi

Ha conseguito la laurea triennale in Gestione Ambientale e Sviluppo Sostenibile presso l'Università del Piemonte Orientale dove, attualmente, è borsista di ricerca nell'ambito del progetto Interreg Italia-Svizzera 2025-2027 *BlitzArt*. È autrice, insieme a Stefania Cerutti, del volume *Giardini in Viaggio*, pubblicato da Unicopli (2026), dedicato all'evoluzione del ruolo del *garden tourism* nelle dinamiche turistiche.

Piera Migliore

È laureata in Filosofia e Comunicazione presso l'Università del Piemonte Orientale, con formazione avanzata in progettazione culturale e sviluppo territoriale. La sua ricerca si colloca tra storia culturale e storia di genere, con particolare attenzione alle pratiche del viaggio, alla costruzione della soggettività e ai dispositivi materiali della memoria. Adotta un approccio interdisciplinare che integra filosofia, antropologia storica e analisi delle fonti. Collabora con università e istituzioni culturali su progetti di ricerca e valorizzazione del patrimonio storico.

Xenia Abramovich

Architetta del paesaggio e dottoranda presso la Aalto University (Finlandia), ha conseguito un Master in Urban Planning and Policy Design presso il Politecnico di Milano. La sua ricerca si concentra sulle infrastrutture verdi strategiche e sulla trasformazione dei paesaggi periurbani contemporanei. Il suo lavoro integra continuità ecologica, sviluppo urbano ed esperienza quotidiana dello spazio. Svolge attività professionale nell'ambito della progettazione del paesaggio e della pianificazione urbana.

