

La Collana di *Diritto costituzionale regionale* intende ospitare, e rinnovare nel tempo, studi dedicati agli ordinamenti delle singole Regioni italiane: in ciò, peraltro, rifuggendo da localismi alla moda o, comunque, asintonici rispetto al disegno costituzionale repubblicano, pur dopo le profonde riforme legislative e costituzionali avutesi a cavallo tra il secolo passato e quello presente, e, tuttavia, con la convinzione che, al di là delle linee generali comuni, i valori attribuiti e riconosciuti all'autonomia territoriale, soprattutto nei termini di una più efficiente organizzazione dell'apparato pubblico e di una miglior tutela dei diritti e delle aspettative individuali e collettive, possano trovare realizzazione solo nel concreto e virtuoso operare degli istituti e delle procedure della democrazia locale e partecipativa.

La Collana è attualmente divisa in due Sezioni: *Istituzioni*, dedicata all'esposizione istituzionale degli ordinamenti di ciascuna Regione; *Argomenti*, riservata, invece, a specifici approfondimenti di taglio monografico.

Alessandro Morelli insegna Diritto costituzionale e Diritto pubblico comparato nell'Università "Magna Græcia" di Catanzaro. Le sue ricerche hanno riguardato soprattutto la giustizia costituzionale, i doveri inderogabili di solidarietà politica e il diritto regionale.

Lara Trucco insegna Diritto costituzionale e Diritti di libertà e diritti sociali nell'Università di Genova. Le sue ricerche hanno riguardato soprattutto la tutela multilivello dei diritti, i sistemi elettorali, le fonti e le tecniche di normazione.

A. MORELLI - L. TRUCCO • DIRITTI E AUTONOMIE TERRITORIALI

(a cura di)



Giappichelli

€ 12.00

DIRITTO COSTITUZIONALE REGIONALE

Collana diretta da Pasquale Costanzo e Antonio Ruggeri

Sezione Argomenti

# DIRITTI E AUTONOMIE TERRITORIALI

a cura di

ALESSANDRO MORELLI - LARA TRUCCO



G. GIAPPICHELLI EDITORE - TORINO

© Copyright 2014 - G. GIAPPICHELLI EDITORE - TORINO  
VIA PO, 21 - TEL. 011-81.53.111 - FAX 011-81.25.100  
<http://www.giappichelli.it>

ISBN/EAN 978-88-348-4936-1

*Questo volume ha fruito del sostegno finanziario del Dipartimento di Scienze Giuridiche Storiche, Economiche e Sociali dell'Università "Magna Græcia" di Catanzaro, del Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università di Genova, del Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università "Kore" di Enna, del Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università di Pisa, dell'Istituto Diritto, Politica e Sviluppo della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa.*

*Della riuscita del lavoro, caratterizzato da particolare complessità, siamo anche grati al sig. Italo Picotti, che vi ha fatto fronte con la consueta maestria.*

Composizione: Compograf - Torino

Stampa: Stampatre s.r.l. - Torino

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 a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano, e-mail [autorizzazioni@clearedi.org](mailto:autorizzazioni@clearedi.org) e sito web [www.clearedi.org](http://www.clearedi.org).

## Indice-Sommario

	<i>pag.</i>
<i>Presentazione</i>	XI
<i>Introduzione</i>	XV
PARTE PRIMA – DIRITTI POLITICI	
LARA TRUCCO, <i>Autonomie e governance</i>	3
FRANCESCA BAILO, <i>Autonomie e elettorato</i>	15
STEFANO CATALANO, <i>Associazioni politiche</i>	26
STEFANO ARU-ANDREA DEFFENU, <i>Partecipazione a livello regionale</i>	40
ROSSANA CARIDÀ, <i>Partecipazione e informazione amministrativa a livello regionale</i>	54
MARIA ANTONELLA GLIATTA, <i>Partecipazione a livello locale</i>	73
TANJA CERRUTI, <i>Partecipazione amministrativa a livello locale</i>	86
STEFANO CATALANO-LORENZO PLATANIA, <i>Autonomie e referendum</i>	100
ERIK LONGO, <i>Sussidiarietà orizzontale</i>	114
UGO ADAMO, <i>Diritti e Statuti di autonomia (Italia e Spagna)</i>	128
PARTE SECONDA – DIRITTI CIVILI	
CRISTINA BERTOLINO, <i>Libertà e sicurezza</i>	141
MARIA QUATTROCCHI, <i>Diritti dei detenuti</i>	156
ROBERTO DI MARIA, <i>Diritti della famiglia</i>	165
GIACOMO D'AMICO, <i>LGBTI e diritti</i>	176
ALESSANDRA ANNONI, <i>Autonomie e obblighi di accoglienza dei richiedenti asilo</i>	194
ENRICO ALBANESI-ALLEGRA CANEPA, <i>Internet e diritti</i>	206
PALMINA TANZARELLA, <i>Libertà di espressione e d'informazione</i>	216
QUIRINO CAMERLENGO, <i>Libertà religiosa</i>	229
PASQUALE ANNICCHINO, <i>Libertà religiosa e autonomie federali e regionali (Stati Uniti e Italia)</i>	244

	<i>pag.</i>
PARTE TERZA – DIRITTI SOCIALI	
ANDREA LOLLO, <i>Abitazione degli stranieri e diritti</i>	255
GIUSEPPE ARCONZO, <i>Il diritto alla vita indipendente delle persone con disabilità</i>	266
ELENA VIVALDI, <i>Assistenza sociale</i>	277
ARIANNA PITINO, <i>Autonomie e salute</i>	288
ALBERTO RANDAZZO, <i>Salute degli stranieri</i>	306
LINDA MICHELOTTI, <i>Autonomie e diritto all'istruzione nelle Regioni a statuto ordinario</i>	318
ALESSANDRO MORELLI, <i>Diritto all'istruzione e autonomie speciali</i>	329
PETER LEWIS GETI, <i>Autonomia universitaria e diritto allo studio</i>	341
ALESSANDRO CANDIDO, <i>Autonomie e diritto ai trasporti pubblici locali</i>	351
ALESSANDRO MORELLI-VALENTINA PUPO, <i>Regioni e diritto del lavoro</i>	363
NICOLETTA PERLO, <i>Diritti sociali e autonomie territoriali (Francia)</i>	377
PARTE QUARTA – DIRITTI ECONOMICI	
SIMONE SCAGLIARINI, <i>Diritti dei consumatori</i>	391
ALBERTO MARIA BENEDETTI, <i>Autonomie territoriali e proprietà</i>	402
MAURO GRONDONA, <i>Autonomie e diritti contrattuali</i>	414
CAMILLA BUZZACCHI, <i>Libertà d'impresa</i>	426
ELISABETTA LANZA, <i>Autonomie e tutela della concorrenza in materia di contratti pubblici e servizi pubblici locali</i>	439
PARTE QUINTA – DIRITTI CULTURALI	
LUCILLA CONTE, <i>Autonomie territoriali e cultura</i>	453
GIANLUCA FAMIGLIETTI, <i>Libertà dell'arte</i>	464
STEFANO AGOSTA, <i>Libertà della scienza</i>	474
ILENIA RUGGIU, <i>Identità culturale</i>	486
ANDREA CARDONE-GIUSEPPE MOBILIO, <i>Diritti linguistici e autonomie speciali</i>	493
LINO PANZERI, <i>Diritti linguistici e autonomie ordinarie</i>	509
ANNA MASTROMARINO, <i>Diritti linguistici e autonomie territoriali (Spagna)</i>	520
PARTE SESTA – ORGANISMI DI GARANZIA	
GIORGIO GRASSO, <i>Autorità amministrative indipendenti regionali e locali</i>	543
MORIS FOGLIA, <i>Consulte statutarie</i>	555

	<i>pag.</i>
DANIELA BELVEDERE, <i>Tutela dell'ambiente e dei territori</i>	564
VALENTINA PUPO, <i>Garanti regionali per l'infanzia</i>	574
MARIA ESMERALDA BUCALO, <i>Commissioni regionali per le pari opportunità</i>	587
MARCELLO DOLORES-DARIO MORELLI, <i>Comitati Regionali per le Comunicazioni (CO.RE.COM.)</i>	605
FRANCESCA LEOTTA, <i>Il Comitato Regionale di controllo (CO.RE.CO.) in Sicilia</i>	618
PIETRO MILAZZO, <i>Difensori civici</i>	628
SABRINA RAGONE, <i>I difensori autonomici (Spagna)</i>	640
ALESSIA FUSCO, <i>Autonomia regionale e Corte di giustizia</i>	651
GIOVANNI BOGGERO, <i>Congresso dei Poteri Locali e Regionali (Consiglio d'Europa)</i>	659
<i>Notizie sugli Autori</i>	671

LUCILLA CONTE

## **Autonomie territoriali e cultura**

SOMMARIO: 1. Individuazione del perimetro di indagine. – 2. La “materia” del turismo dopo Corte cost. n. 80 del 2012. – 3. Profili di tutela dell’identità culturale del territorio regionale e locale. – 4. La riscoperta della territorialità locale del prodotto agroalimentare. – 5. Conclusioni: gli itinerari turistico-culturali come momento di sintesi tra tutela del paesaggio e promozione culturale del territorio.

**1. Individuazione del perimetro di indagine.** – La promozione culturale di un determinato territorio, su scala nazionale, regionale o locale, si configura come un obiettivo funzionale alla realizzazione di una pluralità di diritti e, trova all’interno della Costituzione italiana, un significativo appiglio testuale, laddove all’art. 9 quest’ultima prevede che costituisca compito della Repubblica promuovere lo sviluppo della cultura (comma 1) e tutelare il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione (comma 2).

Questo significa che Comuni, Province, Città metropolitane, Regioni e Stato (che rappresentano le articolazioni di cui si compone la Repubblica ai sensi dell’art. 114, comma 1, Cost.), costituiscono gli attori principali cui è demandato, sulla base del riparto di competenze individuato in Costituzione, di perseguire tale obiettivo.

Esso intercetta una pluralità di istanze (sviluppo della cultura, tutela del paesaggio e del patrimonio storico e artistico della nazione ai sensi dell’art. 9, commi 1 e 2, Cost.; tutela dell’ambiente, dell’ecosistema e dei beni culturali ai sensi dell’art. 117, comma 2, lett. s), Cost.; valorizzazione dei beni culturali e ambientali e promozione e organizzazione di attività culturali ai sensi dell’art. 117, comma 3, Cost.), riconducibili alla preservazione di un contesto culturale e territoriale che, lungi dall’essere rivolto ad una pietrificazione della propria identità, si predisponga a garantirne la conservazione nel lungo periodo, anche al fine di fornire argomenti e materiali alla ricerca scientifica e tecnica cui (al pari dello sviluppo della cultura e alla tutela del paesaggio e del patrimonio storico artistico della Nazione) è rivolto l’obiettivo promozionale fissato all’art. 9 Cost.

Sembra, pertanto, possibile affermare che l’obiettivo della promozione culturale risulti funzionale all’esercizio di quel complesso arcipelago di diritti qualificabili come “culturali”, i quali si configurano, anche per il tramite delle fonti internazionali, come una declinazione dei diritti fondamentali<sup>1</sup>.

Su questo punto vale la pena richiamare, in particolare, la Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale del 2003 (ratificata dall’Italia con la l. n. 167 del 2007) e la Convenzione UNESCO sulla protezione e la promozione delle diversità culturali, approvata dalla Conferenza generale a Parigi il 20 ottobre 2005.

All’incrocio degli obiettivi di protezione individuati dalle due convenzioni si collocano,

---

<sup>1</sup> Sul punto, si rinvia a G. FAMIGLIETTI, *Diritti culturali e diritto della cultura. La voce “cultura” dal campo delle tutele a quello della tutela*, Giappichelli, Torino, 2010, in part. 44 ss.; v.lo, inoltre, *infra*, nel presente Volume.

in particolare, le espressioni del *folklore* locale, inteso come l'insieme delle tradizioni popolari e delle loro manifestazioni, in quanto oggetto di studio o anche di semplice interesse.

È stato correttamente sottolineato come «benché a prima vista il *folklore* possa apparire essenzialmente come un retaggio del passato, al contrario esso è sovente, in forme variamente evolute rispetto alla tradizione da cui origina, parte integrante della vita attuale di una comunità, della quale rappresenta alcuni aspetti salienti e caratteristici»<sup>2</sup>. Questo significa che la protezione attivabile nei confronti del patrimonio culturale immateriale non riconducibile ai canali «classici» di individuazione e catalogazione del patrimonio storico e artistico, si configura non soltanto come una tutela meramente conservativa, ma principalmente come una tutela nei confronti degli sviluppi attuali di una identità culturale che, pur affondando le proprie radici nel passato, risulta in perenne formazione, tanto a livello individuale quanto a livello collettivo<sup>3</sup>.

Il carattere minoritario o immateriale di questi beni culturali, cui si ricollega il diritto alla loro fruizione e preservazione, rende fondamentale un sicuro ancoraggio ad un determinato territorio.

La possibilità di collegarli ad un determinato contesto territoriale rappresenta, infatti, la garanzia di una loro immediata riconoscibilità, rendendo più agevole l'individuazione dell'ente meglio preposto a fornire una adeguata tutela e promozione.

Accanto a questo assetto di tutele emerge dunque una significativa tendenza: quella relativa ad una «valorizzazione «spirituale» della dimensione territoriale» antitetica rispetto a una «concezione cupa e xenofoba di territorio quale suolo di un'etnia/stirpe escludente commistioni con influenze esterne». È pertanto possibile la costruzione di «una nozione di territorio (e quindi di territori, l'un l'altro differenti) che non disconoscendone i caratteri di elemento culturale, spirituale, identificativo di appartenenze che hanno le loro radici nel tempo e nelle tradizioni peculiari a quei luoghi, non pervenga a farne uno «spazio chiuso», geneticamente collegato con pulsioni di aggressività e di dominio»<sup>4</sup>.

L'insieme (il sistema) degli articoli costituzionali in tema di promozione e tutela della cultura e del paesaggio sopra richiamati rendono evidente come «lo Stato costituzionale liberal democratico comport[i] non solo una valorizzazione del suo territorio *ma una valorizzazione plurale dei territori che lo compongono*»<sup>5</sup>. In tale contesto «occorre non togliere ma mantenere e rafforzare uno specifico senso e significato alle diverse dimensioni spaziali, non ponendole in collisione, ma riconoscendovi non solo stazioni di poteri, ma pure di significato culturale»<sup>6</sup>.

Poste queste premesse, risulta evidente come la promozione culturale del territorio costituisca un ambito di indagine volta all'individuazione di spazi ed ambiti di valorizzazione delle autonomie territoriali, nel contesto di una positiva stratificazione delle identità e delle appartenenze di cui è titolare ciascun individuo in relazione alla pluralità di ambiti territoriali (comunale, provinciale, regionale, statale, sovranazionale) di cui, contemporaneamente, si trova a fare parte.

**2. La «materia» del turismo dopo Corte cost. n. 80 del 2012.** – La presente indagine, relativa all'individuazione degli aspetti contenutistici specifici della promozione culturale del territorio, prescindendo dall'analisi dell'intreccio tra competenza statale esclusiva in tema di tutela dell'ambiente, dell'ecosistema e dei beni culturali e competenza concorrente in tema di valorizzazione dei beni culturali e ambientali e promozione e organizzazione delle attività culturali.

Questo sia in ragione della non sempre agevole distinzione, in concreto, tra il piano della tutela e quello della valorizzazione, sia in relazione al fatto che il tema della promozione e organizzazione delle attività culturali (ripartito tra legislazione statale di principio e legislazione regionale di dettaglio) richiede una più ampia riflessione su una «materia» ad esso parallela: quella del turismo.

Come è noto, quest'ultimo, nella formulazione di «turismo e industria alberghiera» era ricompreso nell'elenco delle materie di potestà legislativa concorrente all'interno dell'art. 117 Cost. pre-riforma.

Attualmente, invece, non risulta nominato in alcuno degli elenchi di tale articolo, ed è stato pertanto dalla Corte costituzionale ricondotto alla potestà legislativa regionale esclusiva<sup>7</sup>, salvo i casi in cui l'intervento statale nell'ambito del turismo risulti giustificato dall'esigenza di fornire una disciplina di carattere unitario<sup>8</sup>.

La legge quadro sul turismo (l. n. 135 del 2001, successivamente abrogata dal d.lgs. n. 79 del 2011) aveva sottolineato il ruolo strategico del turismo non soltanto sotto il profilo economico, ma anche in relazione alla crescita culturale e sociale della persona e della collettività<sup>9</sup>, cui non risultano estranei la tutela e valorizzazione delle risorse ambientali, i beni culturali e le tradizioni locali (anche ai fini di uno sviluppo turistico sostenibile)<sup>10</sup>, l'utilizzo degli spazi rurali e dell'economia marginale e tipica in chiave turistica nel contesto di uno sviluppo rurale integrato e della vocazione territoriale<sup>11</sup>, la valorizzazione del ruolo delle comunità locali nelle loro diverse ed autonome espressioni culturali e associative<sup>12</sup>.

Il Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo (di seguito «Codice del turismo», di cui all'allegato n. 1 del d.lgs. n. 79 del 2011), abrogando la precedente legge quadro, ambiva a provvedere al riordino, al coordinamento e all'integrazione delle disposizioni statali vigenti in tale ambito «nel rispetto dell'ordinamento dell'Unione europea e delle attribuzioni delle Regioni e degli enti locali» (art. 1), senza tuttavia fornire definizioni ulteriori o sostitutive rispetto a quelle contenute nella l. n. 135 del 2001, quanto piuttosto soffermandosi su aspetti ulteriori maggiormente legati al turismo come fenomeno di carattere economico (definizione di impresa turistica e di professione turistica, classificazione delle strutture ricettive e degli standard qualitativi, pubblicità dei prezzi ...).

Con la sent. n. 80 del 2012 la Corte costituzionale è intervenuta in modo significativo sull'impianto contenutistico del Codice del turismo, dichiarando l'illegittimità dell'art. 1, comma 1 del d.lgs. n. 79 del 2011 e di un numero consistente di articoli del relativo allegato n. 1 (il quale appunto reca il Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato

<sup>2</sup> L. MANSANI, *La tutela delle espressioni di folklore*, in *AIDA*, 2005, 335 ss.

<sup>3</sup> In argomento, cfr., *amplius*, nel presente Volume, *infra*, il contributo di I. RUGGIU.

<sup>4</sup> S. SICARDI, *Essere di quel luogo. Brevi considerazioni sul significato di territorio e di appartenenza territoriale*, in *Pol. dir.*, n. 1/2003, 120.

<sup>5</sup> S. SICARDI, *Essere di quel luogo. Brevi considerazioni sul significato di territorio e di appartenenza territoriale*, cit., 123 (in corsivo nel testo).

<sup>6</sup> S. SICARDI, *Essere di quel luogo*, cit., 124.

<sup>7</sup> Corte cost. n. 197 del 2003 e, da ultimo, Corte cost. n. 80 del 2012.

<sup>8</sup> Corte cost. n. 214 del 2006, p.to 9 *cons. dir.*

<sup>9</sup> L. n. 135 del 2001, art. 1, comma 2, lett. e).

<sup>10</sup> L. n. 135 del 2001, art. 1, comma 2, lett. c).

<sup>11</sup> L. n. 135 del 2001, art. 1, comma 2, lett. h).

<sup>12</sup> L. n. 135 del 2001, art. 1, comma 2, lett. g).

del turismo). La Corte rileva come il d.lgs. n. 79 del 2011 abbia in tali casi ecceduto l'ambito della delega al riassetto normativo di cui alla l. n. 246 del 2005, operando «un riassetto, non autorizzato, dei rapporti tra competenza legislativa statale e regionale»<sup>13</sup>; essa, inoltre, conferma il proprio orientamento giurisprudenziale qualificando il turismo come materia di competenza esclusiva regionale in quanto non menzionata all'interno degli elenchi di cui ai commi 2 e 3 dell'art. 117 Cost.

Al di là dell'«apparente chiarezza» con cui la Corte giunge a tale conclusione, escludendo che l'attuale assenza della materia del turismo da tali elenchi possa configurarsi «non già come una riallocazione di competenza legislativa ma piuttosto come una autentica «smaterializzazione»»<sup>14</sup>, in questa sede appare utile soffermarsi su una serie di articoli del Codice del turismo che risultano soltanto parzialmente lambiti dagli effetti di tale pronuncia.

Si tratta, in particolare, degli artt. 22, 23 e 24 del Codice.

L'art. 22, rubricato «Circuiti nazionali di eccellenza a sostegno dell'offerta turistica e del sistema Italia» prevede la realizzazione «a sostegno dell'offerta e dell'immagine turistica dell'Italia» di circuiti corrispondenti a contesti turistici di carattere omogeneo o che rappresentino realtà analoghe idonee a costituire «veri e propri itinerari tematici lungo tutto il territorio nazionale» (art. 22, comma 1). Al comma 2 è meglio specificata la concreta definizione di tali circuiti (che dovrà avvenire con d.p.c.m. o con decreto del Ministro delegato, di concerto con i Ministri degli affari esteri, dell'ambiente della tutela del territorio e del mare, dello sviluppo economico, per i beni e le attività culturali, delle politiche agricole alimentari e forestali, della gioventù e per le politiche europee), la quale non potrà prescindere da una intesa in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome, al fine di valutare la capacità ricettiva dei luoghi interessati, anche in riferimento alla promozione di forme di turismo accessibile.

Le aree tematiche di sviluppo di tali circuiti sono individuate al comma 2 e rubricate dalla lett. a) alla lett. o): tra di esse si segnalano, in particolare, il turismo della cultura (lett. d), il turismo dell'enogastronomia (lett. g), il turismo del *made in Italy* e della relativa attività industriale e artigianale (lett. n); il turismo delle arti e dello spettacolo (lett. o).

Al Presidente del Consiglio o al Ministro delegato spetta il compito di promuovere tali circuiti nazionali di eccellenza nel contesto nazionale ed internazionale «anche con la partecipazione degli enti locali, delle Regioni, delle associazioni di categoria e dei soggetti pubblici e privati che concorrono alla formazione dell'offerta» (comma 3). La definizione dei circuiti nazionali di eccellenza, dunque, non potrà prescindere da un necessario confronto con gli enti il cui territorio sia potenzialmente ricompreso nell'ambito del circuito. Stante poi il carattere promozionale dell'istituzione dei circuiti nazionali di eccellenza, il legislatore sembra guardare con favore l'apporto delle associazioni di categoria e dei soggetti (anche privati) nel sostegno all'offerta turistica.

L'art. 23 del Codice del turismo, rubricato «Sistemi turistici locali» è stato dichiarato costituzionalmente illegittimo al comma 1 (il quale introduceva una definizione di sistema turistico locale) e al comma 2 (che subordinava la promozione di sistemi turistici locali da parte di enti locali o soggetti privati a «forme di concertazione con gli enti funzionali, con le associazioni di categoria che concorrono alla formazione dell'offerta turistica, nonché con i soggetti pubblici e privati interessati»). Il restante comma 3 non individua uno specifico ambito di disciplina, ma si limita a sottolineare il riconoscimento, da parte delle Regioni,

<sup>13</sup> Cfr., sul punto, M. CAVINO, *Corte costituzionale*, 5 aprile 2012, n. 80: *Ma perché mai il turismo è una materia?*, in *Bollettino Iuris*, n. 2/2012, [www.celva.it](http://www.celva.it), 4.

<sup>14</sup> M. CAVINO, *Corte costituzionale* 5 aprile 2012, n. 80: *Ma perché mai il turismo è una materia?*, cit., 5-6.

dei sistemi turistici locali (di cui, tuttavia, a seguito della sent. cost. n. 80 del 2012, non si rinviene più una definizione di carattere generale) «nell'ambito delle proprie funzioni di programmazione e per favorire l'integrazione tra politiche del turismo e politiche di governo del territorio e di sviluppo economico».

L'art. 24 consta di un unico comma e sottolinea l'impegno, assunto dal Presidente del Consiglio dei Ministri o dal Ministro delegato, di concerto con il Ministro per i beni e le attività culturali, rivolto alla promozione di iniziative turistiche finalizzate ad incentivare la valorizzazione del patrimonio storico – artistico, archeologico, architettonico e paesaggistico presente sul territorio italiano «nel rispetto dell'art. 9 Cost. e del Codice dei beni culturali e del paesaggio di cui al d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42».

Tale articolo, al di là della suo carattere promozionale e programmatico, ha tuttavia il pregio di attestare in modo molto chiaro la volontà di costituire un *trait d'union* tra la disciplina del turismo e l'obiettivo della valorizzazione del patrimonio culturale (quest'ultimo, da intendersi nella sua accezione più ampia, comprensiva anche del patrimonio culturale immateriale).

È significativo notare come tale articolo sia stato oggetto di questioni sollevate dalle Regioni, oltre che in relazione all'eccesso di delega, anche per violazione degli artt. 117, commi 3 e 4, 118 e 120, Cost. La Corte costituzionale, tuttavia, nella sent. n. 80 del 2012, ha sottolineato come l'incentivazione di iniziative di promozione turistica collegate e finalizzate alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico, archeologico, architettonico e paesaggistico non sia tale da comprimere la sfera d'azione regionale nei propri ambiti di competenza.

Non è dunque privo di rilievo il fatto che in seguito all'intervento operato dalla sent. n. 80 del 2012 della Corte costituzionale sul Codice del turismo, siano passati (quasi) indenni proprio quegli articoli che ricollegano l'attività di promozione turistica (di cui il legislatore nazionale può farsi centro propulsore, pur nel rispetto della sfera di competenza regionale esclusiva) alla valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale, riconoscendone dunque gli effetti positivi non soltanto in termini di sviluppo economico, ma anche di sviluppo culturale. L'attività di promozione turistica risulta dunque collegata, più che a «sistemi turistici locali» di incerta definizione, alla positiva integrazione tra politiche del turismo e politiche di governo del territorio.

**3. Profili di tutela dell'identità culturale del territorio regionale e locale.** – La tutela dell'identità culturale del territorio regionale e locale è stata avvertita come prioritaria dalle Regioni speciali. In particolare, la legge reg. n. 26 del 1997 in tema di promozione e valorizzazione della cultura e della lingua della Sardegna ricomprende nell'oggetto della sua tutela (affidata all'elaborazione di programmi coordinati da parte dell'Istituto Superiore Regionale Etnografico) anche le espressioni di *folklore* locale raccolte in biblioteche, musei, archivi o centri di documentazione regionali, ovvero costituiti da monumenti nazionali o tradizioni popolari. Questa prospettiva ampia di «patrimonio culturale», si è rivelata promettente ed è stata valorizzata, a livello internazionale dalla Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale conclusa a Parigi il 17 ottobre 2003. Quest'ultima ha definito il patrimonio culturale immateriale come «fattore principale della diversità culturale e garanzia di uno sviluppo duraturo», legato da un rapporto di «profonda interdipendenza» col patrimonio culturale materiale e con i beni naturali. Ha, inoltre, sottolineato il «ruolo importante» delle comunità, dei gruppi e anche dei singoli individui «per la salvaguardia, la manutenzione e il ripristino del patrimonio culturale immateriale contribuendo in tal modo ad arricchire la diversità culturale e la creatività umana».

In seguito alla riforma del Titolo V, Parte II della Costituzione, e alla nuova configurazione

del riparto delle competenze tra Stato e Regioni, anche le Regioni ordinarie hanno inserito nei propri nuovi statuti alcune disposizioni volte a valorizzare la propria specifica identità culturale e territoriale, ancorandola al concetto di "tradizione" locale e popolare<sup>15</sup>. In particolare, all'interno dello Statuto della Regione Puglia questo intento è chiaramente esplicitato, laddove viene affermato il riconoscimento della propria identità «nel territorio e nelle tradizioni regionali che costituiscono risorsa da tramandare alle future generazioni»<sup>16</sup>.

Come è noto tali affermazioni "di principio" sono state ritenute dalla Corte costituzionale inefficaci dal punto di vista giuridico, rappresentando tutt'al più una mera rivendicazione di carattere politico-culturale<sup>17</sup>. Questo tuttavia non significa che, anche alla luce della riconducibilità della materia "turismo" ad ambito di competenza regionale esclusiva, queste istanze non possano essere concretamente perseguite attraverso politiche regionali e locali mirate ad una valorizzazione in chiave di promozione di un'offerta turistica funzionale oltre che allo sviluppo economico, anche allo protezione delle varie identità territoriali di cui si compone – per usare il lessico del Codice del turismo – "il sistema Italia".

È stato correttamente affermato che «l'identità, oltre ad essere una rappresentazione (...) consta di più proprietà e della loro combinazione. Essa dunque costituisce una rappresentazione complessa la quale implica che diversi attori possano puntare su diverse proprietà e sul loro peso relativo»<sup>18</sup>.

Il fondamentale ruolo delle Regioni e degli enti locali nella promozione e valorizzazione delle identità culturali-territoriali su cui insistono, è ribadito con forza all'interno di uno studio promosso dalla Fondazione Rosselli sugli Istituti italiani di cultura<sup>19</sup>, in uno specifico paragrafo intitolato *Gli Enti locali: attori primari del sistema di promozione dei territori*. Il ruolo dei Comuni, in particolare, è riconosciuto come «fondamentale per la promozione dei territori e per la costituzione di reti di cooperazione pubblico-privata, ma soprattutto per la realizzazione di interventi volti alla qualificazione dei servizi turistici di base, relativi sia all'informazione e all'accoglienza turistica, sia a eventi e a iniziative promozionali locali. A tal proposito, molto interessante è il ruolo svolto dalle Pro Loco, associazioni di diritto privato che, in ambito locale, promuovono segmenti di offerta turistica e forniscono assistenza ai turisti»<sup>20</sup>. Viene sottolineato, inoltre, come le amministrazioni locali siano «molto interessate a creare un'immagine forte del loro territorio per sostenere le piccole e medie imprese nelle attività di internazionalizzazione, laddove il marchio di provenienza tende ad essere sempre più garante di determinati standard di qualità»<sup>21</sup>.

<sup>15</sup> Per una panoramica su tali affermazioni di carattere "identitario" contenute negli Statuti regionali, sia consentito rinviare a L. CONTE, *Il regionalismo italiano dopo la riforma del Titolo V "considerato nelle vicende della lingua"*, in S. MANGIAMELI (a cura di), *Il regionalismo italiano dall'Unità alla Costituzione e alla sua riforma*, Vol. II, Giuffrè, Milano, 2012, 524-525.

<sup>16</sup> Statuto della Regione Puglia (l. reg. n. 7 del 2004 e successive modifiche), art. 2, comma 1.

<sup>17</sup> Corte cost., sentt. nn. 372, 378 e 379 del 2004, in *Giur. cost.*, 2004, con note di A. ANZON, *La Corte condanna alla "inefficacia giuridica" le norme "programmatiche" degli Statuti regionali ordinari*, *ivi*, 4057-4068 e M. BENVENUTI, *Brevi note in tema di (in)efficacia normativa dei c.d. contenuti eventuali degli Statuti regionali*, *ivi*, 4145-4161.

<sup>18</sup> A. PICHIERRI, *Stato e identità economiche locali*, in P. PERULLI (a cura di), *Neoregionalismo*, Bollati Boringhieri, Torino, 1998, 54.

<sup>19</sup> *Gli Istituti Italiani di Cultura per la promozione del brand Italia*. Un nuovo modello di relazioni per promuovere il sistema-Paese, in [www.fondazionerosselli.it](http://www.fondazionerosselli.it).

<sup>20</sup> *Gli Istituti Italiani di Cultura per la promozione del brand Italia*, cit., 12.

<sup>21</sup> *Gli Istituti Italiani di Cultura per la promozione del brand Italia*, cit., 13.

Allo stesso modo, nello studio promosso da *Cittalia Fondazione ANCI Ricerche* e da *Res Tipica* in tema di Comuni e identità, viene sottolineato il fatto che: «ogni Comune, ogni territorio ha le sue specificità, le sue tipicità: cultura, paesaggio, saperi, linguaggi, cibi. Dall'agroalimentare al turismo, i più recenti percorsi di sviluppo economico testimoniano come, negli ultimi anni, si siano risvegliate le identità locali (...) che hanno bisogno di essere riscoperte, valorizzate e tutelate, «dagli amministratori locali con opportune modalità di intervento», dal momento che «la ricerca della qualità della vita ha portato alla riscoperta della ricchezza rurale italiana e ha determinato un rinnovato interesse verso il prodotto alimentare e l'habitat in cui lo stesso viene prodotto»<sup>22</sup>.

Il contesto attuale costituisce il risultato di dinamiche economiche, sociali e geografiche già rilevate dall'IRES Piemonte nella presentazione degli esiti di uno studio ormai risalente nel tempo, ma che contiene alcune affermazioni di portata generale particolarmente interessanti. In esso veniva rilevato come il passaggio dall'economia industriale avanzata al terziario avesse attivato «una dinamica "entropica" di recupero demografico dei Comuni di piccole dimensioni»<sup>23</sup>. Questi ultimi potevano, inoltre, trarre vantaggio dalla «specificità di fattori economici e socioculturali, sedimentati nel corso della storia» i quali rappresentano «una risorsa per uno sviluppo endogeno, pur dando a questo termine il senso che può avere in una società immersa nel vivo di processi di internazionalizzazione che escludono chiusure e ripiegamenti localistici»<sup>24</sup>.

In sintesi, «l'altro nei cui confronti si definisce l'identità regionale non è più (soltanto) lo Stato-nazione (...) ma assume altre due fondamentali configurazioni: a) quella sovranazionale, europea e b) quella transnazionale costituita da Regioni/città di altri Stati»<sup>25</sup>.

Poste queste premesse, gli ambiti in cui può svilupparsi una promozione del territorio regionale e locale che verranno di seguito esaminati sono essenzialmente due: le rievocazioni storiche e l'enogastronomia.

Entrambi possono avere un rilievo nella configurazione di circuiti nazionali di eccellenza, potendo fare capo agli ambiti individuati al comma 2 dell'art. 22 del Codice del turismo: nel primo caso il turismo della cultura o delle arti e dello spettacolo (di cui alle lett. d) ed o); nel secondo caso il turismo dell'enogastronomia di cui alla lett. g) del medesimo articolo.

Le rievocazioni storiche e l'enogastronomia, infatti, partecipano del concetto di patrimonio culturale immateriale di cui all'art. 2 della Convenzione UNESCO («per "patrimonio culturale immateriale" s'intendono le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale») che deve essere oggetto di valorizzazione ai sensi dell'art. 117, comma 3, Cost. attraverso il concorso di Stato e Regioni, ma possono altresì costituire, come si è visto poco sopra, ambiti di rilevanza turistico – culturale di sicura competenza esclusiva regionale.

Pur essendo due ambiti eterogenei, rievocazioni storiche ed enogastronomia condividono l'appartenenza ad un concetto di patrimonio culturale (quale è appunto il patrimonio culturale

<sup>22</sup> W. TORTORELLA-F. TRACLÒ (a cura di), *ComunIdentità. Governo del territorio e identità alimentari. Un patrimonio della tradizione e un valore del futuro*, 12, in [www.anci.it](http://www.anci.it)

<sup>23</sup> IRES PIEMONTE, *Relazione sulla situazione economica, sociale e territoriale del Piemonte*, Rosenberg & Sellier, Torino, 1991, 149.

<sup>24</sup> IRES PIEMONTE, *Relazione sulla situazione economica, sociale e territoriale del Piemonte*, cit., 154.

<sup>25</sup> A. PICHIERRI, *Stato e identità economiche locali*, cit., 56.

immateriale nella sua accezione sopra descritta) strettamente legato ad eventi e tradizioni popolari locali che non hanno avuto adeguato spazio all'interno della storiografia ufficiale e il cui valore culturale necessita di essere continuamente riaffermato per garantire la loro stessa sopravvivenza.

In questa sede il tema delle rievocazioni storiche (da intendersi in senso comprensivo di rappresentazioni, processioni, danze e canti popolari, giochi storici) resterà sullo sfondo: la pluralità delle forme e delle modalità con cui un numero rilevantissimo di Comuni italiani ogni anno e anche più volte all'interno dello stesso anno propone questo genere di manifestazioni ha imposto una riflessione (testimoniata dalla presentazione alla Camera dei deputati, in occasione della XVI legislatura, di due proposte di legge volte alla valorizzazione artistica, sociale, culturale ed economica dei giochi storici, dei cortei in costume e delle rievocazioni storiche<sup>26</sup>) sull'opportunità di disciplinare questi fenomeni in una cornice unitaria, ferma restando la salvaguardia della specificità delle varie realtà socio-culturali regionali e locali, attraverso atti di intesa e coordinamento con le varie componenti istituzionali. Eventi di questo tipo, inoltre, (salvo l'intervento di associazioni private e pro-loco che possano sostenerne i costi) richiedono un sostegno finanziario che andrebbe adeguato alla qualità, continuità e radicamento sul territorio della proposta di rievocazione storica (di qui, l'individuazione, all'interno di entrambe le proposte di legge, rispettivamente, di un albo regionale delle manifestazioni dei giochi storici e di un albo nazionale delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici).

Il tema dell'enogastronomia, che testualmente può costituire uno dei circuiti di eccellenza di cui all'art. 22 del Codice del turismo, meglio si presta a definire il complesso intreccio che lega identità culturale e territorio e che attualmente costituisce, per la sua vivacità, uno tra gli argomenti maggiormente spendibili all'interno di politiche di promozione culturale del territorio.

Si registra, da alcuni anni, un *trend* pressoché costante di favore nei confronti di politiche identitarie "glocal" (intendendosi con questo neologismo una sorta di localismo con apertura al mercato, di cui sono principali promotori movimenti quali *Slow-food* e *Terra Madre*). In questa prospettiva, l'ente locale, in quanto ente "di prossimità" anche in relazione a questo profilo, si configura potenzialmente come il primo conoscitore e dunque depositario di una tradizione (legata alla produzione o alla trasformazione di un determinato prodotto agro-alimentare sul proprio territorio), potendo fungere da motore di azionamento di specifiche e mirate politiche promozionali.

Lo storico Jean Chesneaux, in un suo scritto risalente, citava un allora recente titolo del quotidiano *Le Monde*, il quale riportava la seguente frase: «Si ha sempre bisogno di antenati quando il presente fa male», ricollegandola all'esigenza di recuperare nella prospettiva storica il ruolo dell'uomo quale agente trasformatore della natura e affermando il potere e dunque la responsabilità dell'uomo verso tutto il mondo naturale<sup>27</sup>.

Tornando al tempo attuale, è possibile riconoscere come questa consapevolezza si sia radicata in seguito ad un'analisi critica del fenomeno della globalizzazione. In questo contesto,

<sup>26</sup> XVI Legislatura, A.C. n. 3461 (proposta di legge in tema di *Disposizioni per la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici*, presentata alla Camera dei deputati il 6 maggio 2010) e A.C. n. 3605 (proposta di legge in tema di *Disposizioni per il sostegno e la valorizzazione artistica, culturale, sociale ed economica delle manifestazioni dei giochi storici nonché delega al Governo per l'adozione di agevolazioni fiscali*, presentata alla Camera dei deputati il 6 luglio 2010).

<sup>27</sup> J. CHESNEAUX, *Che cos'è la storia. Cancelliamo il passato?*, Milano, 1977, 124.

è stato sottolineato come «le specificità territoriali delle produzioni, nonché la pluralità dei modelli produttivi, sostanzialmente sacrificati e rimossi nel sistema globalizzato, vengono recuperate» e con esse il «controllo sociale dei territori come luogo di produzione e di consumo alimentare»<sup>28</sup>.

È dunque possibile individuare un duplice profilo di quello che viene definito *right to food*: da un lato, esso indica la libertà dalla fame (*nutrition right*); dall'altro esso indica, in un'accezione più ampia, il diritto allo sviluppo di sistemi alimentari locali. Quest'ultimo profilo è quello volto ad orientare l'azione delle istituzioni territoriali in termini di politiche promozionali. Il *right to food*, pertanto, si configura ad un tempo come diritto universale e territoriale<sup>29</sup>.

**4. La riscoperta della territorialità locale del prodotto agroalimentare.** – La vicenda delle «Denominazioni comunali di origine» o «De.C.O.» (ora, semplicemente, «Denominazioni comunali» o «De.Co.»), nella sua emblematicità, è in grado di fornire alcuni spunti di riflessione in tema di promozione delle tradizioni locali nella loro particolare forma di una riscoperta della territorialità locale dei prodotti agroalimentari.

L'idea di una certificazione relativa alla denominazione comunale d'origine, la cui qualificazione giuridica appare ancora oggi non sgombra da incertezze<sup>30</sup>, era contenuta nel libro di Gino Veronelli del 1959, intitolato *I vini d'Italia*. Lo stesso Veronelli si fece promotore, alla fine degli anni '80 del secolo scorso, dell'istituzione di tali denominazioni al fine di salvaguardare le produzioni territoriali tipiche. Venne aperto uno spazio di confronto con l'ANCI, che in seguito elaborò un modello standard di *Regolamento comunale per la valorizzazione delle attività agro-alimentari tradizionali locali. Istituzione della De.C.O. Denominazione comunale d'origine* (15 febbraio 2002)<sup>31</sup>.

Sulla base di tale regolamento, da adottarsi con delibera del Consiglio comunale, al Comune spetta il compito di promuovere ed assumere «adeguate iniziative dirette a sostenere ogni forma di intervento culturale a sostegno del patrimonio di tradizioni, cognizioni ed esperienze relative alle attività agro-alimentari riferite a quei prodotti, loro confezioni, sagre e manifestazioni che, per la loro tipicità locale, sono motivo di particolare interesse pubblico e, come tali, meritevoli di valorizzazione» (art. 1 del modello standard di regolamento elaborato dall'ANCI). Particolarmente interessante risulta essere il successivo art. 7, laddove prevede che «il Comune, nei modi e nelle forme consentiti dalla legge, valorizza i diritti e gli interessi pubblici derivanti dalla presenza di espressioni popolari *riguardanti le attività agro-alimentari, in quanto rappresentanti di un rilevante patrimonio culturale pubblico, strettamente connesso agli interessi che il Comune è tenuto a tutelare e garantire* ai sensi degli artt. 3 e 13 del T.U. delle leggi sull'ordinamento degli enti locali di cui al d.lgs. 18 agosto 2000, n. 267». Era inoltre previsto che il Comune rilasciasse, in seguito ad apposita e documentata istanza, «un marchio De.C.O. (Denominazione comunale di origine) al fine di attestare l'origine del prodotto oltre alla sua composizione» (art. 1, comma 3, lett. e) del modello standard di

<sup>28</sup> A. JANNARELLI, *Cibo e democrazia: un nuovo orizzonte dei diritti sociali*, in M. GOLDONI-E. SIRSI (a cura di), *Il ruolo del diritto nella valorizzazione e nella promozione dei prodotti agro-alimentari*. Atti del convegno di Pisa 1-2 luglio 2011, Milano, 2011, 44 ss.

<sup>29</sup> A. JANNARELLI, *Cibo e democrazia: un nuovo orizzonte dei diritti sociali*, cit., 51.

<sup>30</sup> Cfr., sul punto, S. MATTEOLI, *Le denominazioni comunali d'origine (De.C.O.): profili giuridici e opportunità di marketing territoriale*, in M. GOLDONI-E. SIRSI (a cura di), *Il ruolo del diritto nella valorizzazione e nella promozione dei prodotti agro-alimentari*, cit., 282.

<sup>31</sup> Testo reperibile al sito [www.anci.it](http://www.anci.it).



regolamento). Gli artt. 2 e 3 di tale modello, inoltre, prevedevano, rispettivamente, l'istituzione di un albo comunale delle iniziative e delle manifestazioni e di un apposito registro De.C.O. presso la competente struttura comunale per tutti i prodotti tipici agro-alimentari segnalati e denominati. All'art. 11 era inoltre presente il necessario riferimento alle normative statali e regionali vigenti e al rispetto dei principi in esse contenuti.

La possibile interferenza tra la Denominazione comunale di origine e le norme comunitarie sulla denominazione d'origine (DOC e IGP), si è risolta, anche alla luce della giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea, in una valutazione di legittimità della De.C.O. (ora, più semplicemente, Denominazione comunale o De.Co.) quando quest'ultima non intenda stabilire una connessione tra luogo di origine e qualità, ma «si limiti ad attestare in modo neutro la presenza nel tempo sul territorio di un Comune di un determinato prodotto che costituisce parte del patrimonio culturale della comunità locale»<sup>32</sup>.

È stato sottolineato come la Denominazione comunale, in questa sua accezione "neutra" di indicazione geografica semplice potrebbe configurarsi come un utile strumento di *marketing* territoriale, attraendo consumatori-turisti nelle zone di produzione indicate nella denominazione del prodotto<sup>33</sup>.

Questa prospettiva ha il pregio di valorizzare non la dimensione economica del prodotto in sé, ma la dimensione del prodotto "situato" in un determinato contesto territoriale di cui condivide la storia e le dinamiche evolutive, in una positiva interazione che, da ultimo, si risolve in un'occasione di promozione turistica.

Testimonianza di questo modo di intendere la promozione culturale del territorio è offerta dall'associazione *Res Tipica*, creata dall'ANCI nel 2003 con lo scopo di promuovere in Italia e nel mondo le identità territoriali, e che raggruppa le cosiddette "associazioni di identità" quali le Città del vino, le Città dell'olio, le Città del miele, le Città del pane, le Città del riso, soltanto per citarne alcune).

**5. Conclusioni: gli itinerari turistico-culturali come momento di sintesi tra tutela del paesaggio e promozione culturale del territorio.** – La realizzazione di una sinergia tra l'aspetto produttivo e quello culturale è stata rilevata dalla dottrina come un'opzione possibile a partire dalla l. n. 268 del 1999, in tema di Disciplina delle strade del vino<sup>34</sup>. Queste ultime sono da intendersi quali specifici «percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico» i quali «costituiscono strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica e che possono costituire mezzo di divulgazione e fruizione – in forma di offerta turistica – dei territori vinicoli e delle relative produzioni»<sup>35</sup>.

La disciplina statale in tema di strade del vino ha costituito un modello anche per la normativa regionale: in particolare, la l. reg. Emilia-Romagna n. 23 del 2000 (*Disciplina degli itinerari turistici enogastronomici dell'Emilia-Romagna*) contiene una definizione di itinerari enogastronomici, da intendersi come «percorsi ad elevata potenzialità turistica

<sup>32</sup> S. MATTEOLI, *Le denominazioni comunali di origine: profili giuridici e opportunità di marketing territoriale*, cit., 286.

<sup>33</sup> S. MATTEOLI, *Le denominazioni comunali d'origine (De.C.O.): profili giuridici e opportunità di marketing territoriale*, cit., 287.

<sup>34</sup> Cfr., sul punto, S. AMOROSINO, *Gli itinerari turistico-culturali nell'esperienza amministrativa italiana*, in *Aedon Rivista di arti e diritto online*, n. 3/2000.

<sup>35</sup> Art. 1, comma 2, l. n. 268 del 1999.

contraddistinti da produzioni agricole ed enogastronomiche tipiche e tradizionali (...) inserite in una cornice di attrattive paesaggistiche, storiche ed artistiche che si fondono in una originale unità estetica e culturale» (art. 2, comma 1).

La promozione culturale del territorio costituisce per le autonomie regionali e locali una preziosa opportunità. Esse possono, infatti, costituire il centro propulsore dell'offerta turistica in grado di fondere "in una originale unità estetica e culturale" la pluralità dei patrimoni culturali (materiali e immateriali) presenti sul territorio nazionale, spesso individuabili e valorizzabili, in prima istanza, a livello locale, ma non per questo estranei a quella «interpenetrazione tra locale e globale»<sup>36</sup> che costituisce ancora oggi la cifra distintiva degli attuali sistemi economico-territoriali.

<sup>36</sup> P. VELTZ, *Economia e territori: dal mondiale al locale*, in P. PERULLI (a cura di), *Neoregionalismo*, cit., 133.