

a cura di
Gabriele Manella

Oltre il turismo?

Viaggi e viaggiatori
nella società del (post)Covid

SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO



TURISMO E LOISIR

Sociologia del territorio

Collana diretta da Marco Castrignanò

Comitato scientifico: Giandomenico Amendola, Maurizio Bergamaschi, Paola Bonora, Ada Cavazzani, Pier Luigi Cervellati, Matteo Colleoni, Alberto Gasparini, Nancy Holman, Richard Ingersoll, Jean François Laé, Alessandra Landi, Ezio Marra, Antonietta Mazzette, Alfredo Mela, Fiammetta Mignella Calvosa, Harvey L. Molotch, Giampaolo Nuvolati, Fortunata Piselli, Asterio Savelli, Mario L. Small, Simona Totaforti, Francesca Zajczyk.

Comitato editoriale: Mattia Fiore, Maria Grazia Montesano, Tommaso Rimondi.

La collana *Sociologia del territorio* (già collana *Sociologia urbana e rurale*, fondata da Paolo Guidicini nel 1976), attraverso la pubblicazione di studi e ricerche, si propone come luogo di confronto fra studiosi, operatori ed esperti interessati al rapporto che l'uomo intrattiene con il territorio.



SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO

La collana si articola in tre sezioni:

- 1) Città e territorio
- 2) Ambiente, migrazioni e sviluppo rurale
- 3) Turismo e loisir

Le trasformazioni del mondo urbano e di quello rurale, le nuove forme dello sviluppo, i fenomeni di impoverimento ed esclusione sociale, i problemi del governo urbano, i movimenti migratori su scala locale e globale, le tematiche ambientali, il turismo e il tempo libero sono solo alcuni degli ambiti di ricerca che la collana intende promuovere attraverso la pubblicazione di monografie e volumi collettanei.

La collana *Sociologia del territorio* si propone di contribuire alla riflessione intorno alle forme contemporanee del territorio su scala locale, nazionale e internazionale.

Sulla base della loro rilevanza all'interno del dibattito scientifico ed accademico, tutte le proposte di pubblicazione vengono sottoposte alla procedura del referaggio (*peer review*), fondata su una valutazione che viene espressa sempre e per ogni lavoro da parte di due referee anonimi, selezionati fra docenti universitari e/o esperti dell'argomento.



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

a cura di
Gabriele Manella

Oltre il turismo?

Viaggi e viaggiatori
nella società del (post)Covid

FrancoAngeli



SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO

TURISMO E LOISIR

Gabriele Manella, *Oltre il turismo? Viaggi e viaggiatori nella società del (post)Covid*
Milano: FrancoAngeli, 2025
Isbn ebook: 9788835185079
Isbn cartaceo: 9788835175919

La versione digitale del volume è pubblicata in Open Access sul sito www.francoangeli.it.

Copyright © 2025 Gabriele Manella. Pubblicato da FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italia, con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia dell'Università di Bologna.

L'opera è realizzata con licenza *Creative Commons Attribution 4.0 International license* (CC BY 4.0: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>). Tale licenza consente di condividere ogni parte dell'opera con ogni mezzo di comunicazione, su ogni supporto e in tutti i formati esistenti e sviluppati in futuro.

Consente inoltre di modificare l'opera per qualsiasi scopo, anche commerciale, per tutta la durata della licenza concessa all'autore, purché ogni modifica apportata venga indicata e venga fornito un link alla licenza stessa.

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito*

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Indice

Oltre il Covid e oltre il turismo? Un'introduzione, di <i>Gabriele Manella</i>	pag. 9
--	--------

Sezione 1 – Arcipelago Mediterraneo. Prospettive e sfide del turismo nelle isole

1. «Quanti cieli, quanti mari che m'aspettano». Cineturismo e promozione territoriale, di <i>Luisa Cutzu</i>	» 37
2. Le storytelling digital et le positionnement de l'héritage franco-monténégrin des îles adriatiques du Monténégro, de <i>Ivona Jovanović, Andriela Vitić-Ćetković, Nataša Krivokapić</i>	» 49
3. Promuovere il patrimonio culturale in Sardegna: il Distretto Culturale del Nuorese tra turismo e risorse locali, di <i>Antonella Camarda, Daniele Pulino, Sara Spanu</i>	» 68

Sezione 2 – Mobilità: le tendenze nel Mediterraneo e il loro impatto sul turismo culturale

4. Tra i due lati del Mar Adriatico: Italia e Albania tra colonialismo, migrazioni e turismo, di <i>Matteo Lupoli</i>	» 87
5. Silent Voices, Hapless Travellers, by <i>Saša Simović</i>	» 103
6. Le vie verdi. Per un turismo sostenibile in Abruzzo, di <i>Marilisa Specca</i>	» 117
7. Mitigare l'overtourism con nuove forme di turismo culturale nell'Adriatico: il potenziale ruolo delle antiche rotte marittime del vino, di <i>Greta Spinetti</i>	» 130

- | | |
|---|----------|
| 8. MaaS as a Solution for Sustainable Mobility of Italian Remote Tourist Areas: Opportunities and Challenges, by <i>Matteo Colleoni, Luca Daconto, Simone Caiello</i> | pag. 145 |
|---|----------|

Sezione 3 – Nuovi turisti per nuove richieste di esperienze

- | | |
|--|-------|
| 9. Tra socialità e lentezza: il ruolo dei cammini per i territori appenninici. Il caso della Via degli Dei, di <i>Paola de Salvo, Gabriele Manella</i> | » 161 |
| 10. Limiti e potenzialità degli eventi per attirare nuovi turisti. Uno studio su Ginosa, di <i>Sergio Fadini, Angela Masi</i> | » 178 |
| 11. Turismo e nazionalismo: una panoramica storica dei casi austro-ungarico e jugoslavo, di <i>Antonio Filicaia</i> | » 197 |
| 12. Nuovi itinerari di turismo culturale sulle antiche rotte commerciali: la Strada del vino dell'Etna, di <i>Isabella Frescura</i> | » 214 |
| 13. Quando il turismo arriva in periferia. Criticità e dibattiti da Scampia, di <i>Sara Iandolo</i> | » 231 |
| 14. The Gaze on Tourists. Participation Practices in Three Municipalities of Carnia, by <i>Monica Pascoli</i> | » 250 |
| 15. The Potential of Digital Technology in Redefining Tourism Scenarios. A New Frontier for Senior Tourism, by <i>Letizia Carrera</i> | » 265 |

Sezione 4 – L'innovazione sociale nel turismo: al di là di retoriche e malintesi

- | | |
|---|-------|
| 16. Social Innovation in Tourism for the Inner Areas: Desire, Mirage or Nightmare?, by <i>Olga Tzatzadaki, Maurizio Busacca</i> | » 285 |
| 17. Torri, turisti, tortellini: Bologna fra trasformazione e turistificazione, di <i>Letizia Montalbano</i> | » 304 |
| 18. Nova Gorica-Gorizia: New Identities for the European Capital of Culture 2025, by <i>Moreno Zago</i> | » 323 |

Sezione 5 – Coste e montagne sotto assedio: nuove prospettive e metodologie nella gestione turistica delle aree naturali protette

- | | |
|---|-------|
| 19. Tourism Beyond the City Center: Agriculture-Related Tourism as a Sustainable Development Alternative, by <i>Antòn Freire Varela</i> | » 339 |
|---|-------|

20. Tourisme de masse et surtourisme dans l'après crise Covid-19, de <i>Philippe Clairay</i>	pag. 360
21. The fate of marginalized maritime communities in the development of tourism. Governance Challenges of Natural Protected Areas in the Surin and Lipe Islands, Thailand, by <i>Emilio Cocco, Emanuela Diodati</i>	» 378

Sezione 6 – “Tracce di futuro”: nuove sfide per il rilancio delle Aree Interne

22. Il modello del Community Hub: una potenziale opportunità di sviluppo per le Aree Interne, di <i>Caterina De Benedictis, Silvia Scarafoni, Jacopo Sforzi</i>	» 401
23. Piani e azioni per la rinascita dei borghi italiani, di <i>Giovanni Tocci</i>	» 421
24. Innovazione e partecipazione nelle aree interne pugliesi: un laboratorio per un turismo sostenibile, di <i>Arcangelo Teofilo</i>	» 436
25. The Proximity Economy and the Integrated Relational Tourism into the SNAI Areas, by <i>Gilda Catalano</i>	» 454
26. Piccoli mondi a parte? I borghi tra narrazioni retoriche e nuove prospettive. Il caso di Belmonte in Calabria, di <i>Rossana Galdini, Silvia De Nardis</i>	» 471

Sezione 7 – Nuovi scenari turistici: alla scoperta dei centri minori e delle radici

27. Turismo e musei delle migrazioni: verso la scoperta di un patrimonio di storie, di <i>Giorgia Ciolli</i>	» 489
28. Diaspora Community, Travel and Homeland Development: The Case of Plav and Gusinje, Montenegro, by <i>Nataša Krivokapić, Andriela Vitić Četković, Ivona Jovanović, Mihaela Lazović</i>	» 504
29. Luoghi sacri dell'ospitalità: i centri storici minori italiani, di <i>Tullio Romita</i>	» 519
30. I centri storici minori quali luoghi della memoria, di <i>Antonella Perri</i>	» 533
Gli autori	» 551

*Ai fondatori dell'Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo:
grazie a loro ASTMed è nata.*

Ad Asterio Savelli: grazie a lui ASTMed è cresciuta.

Oltre il Covid e oltre il turismo? Un'introduzione

di *Gabriele Manella*

Il turismo è stato spesso definito la “più grande industria del mondo”, ad indicare la sua rilevanza per l'economia ed il mercato del lavoro in tutti e cinque i continenti. Secondo i dati e le proiezioni del World Travel Tourism Council, infatti, il movimento di affari legato al turismo nel 2024 si aggira sui 10,9 trilioni di dollari, cioè un +8,5% rispetto al 2023 e +6% rispetto al 2019, ultimo anno del pre-pandemia. Questo si riflette in un contributo di circa il 10% al PIL mondiale. Sempre secondo queste stime, la spesa dei viaggiatori internazionali nel 2024 ha segnato +12% rispetto all'anno precedente e quelle nazionali un +5,4%. Infine, si stima che intorno al turismo si siano creati circa 357 milioni di posti di lavoro di lavoro, intorno al 10% di quelli totali (WTTC, 2025).

Queste cifre, per quanto approssimative, ci dicono chiaramente che il settore turistico mostra non solo una diffusione sempre maggiore nel pianeta ma anche una straordinaria capacità di riprendersi da qualsiasi crisi. Sappiamo bene che arrivi e presenze crollarono con il Covid-19 nel 2020 ma, dopo una ripresa relativamente timida nel 2021, abbiamo assistito ad una ben più decisa già dal 2022, per arrivare appunto ai dati del 2024 che uguagliano ed in molte zone superano i flussi turistici pre-pandemici. La tendenza ad una ripresa più o meno rapida dei viaggi, peraltro, era già avvenuta con diverse altre crisi degli ultimi decenni, da quella legata all'attentato terroristico dell'11 settembre 2001 alle Torri Gemelle di New York a quella legata alla crisi economico-finanziaria del 2007-2008.

Se tutto questo è vero, è altrettanto vero che le criticità e le stridenti contraddizioni del turismo sembrano crescere di pari passo all'espansione del fenomeno: l'impatto sui servizi e sugli ecosistemi dei territori, il sovraffollamento almeno in alta stagione, il crearsi di una diffusa bolla immobiliare che fa lievitare i prezzi degli alloggi, l'emarginazione ed i conflitti che si creano con la popolazione locale o con alcune parti più

vulnerabili (gli studenti e le famiglie numerose)... Questi sono solo tra gli effetti collaterali più citati del turismo di oggi e, dopo la pausa della pandemia, sembrano purtroppo tornati a crescere.

Tutto questo rafforza la consapevolezza dell'importanza di una analisi sociologica che affianchi le numerose altre discipline che si occupano di turismo, ma anche quella di favorire il confronto tra realtà territoriali diverse ma spesso toccate da problemi molto simili. Ciò sembra particolarmente sensato per la regione mediterranea, caratterizzata da una storia e da relazioni plurimillenarie e che, nonostante la forte instabilità socio-politica e una concorrenza globale sempre più agguerrita, rimane l'area che attira la quota maggiore di turismo internazionale (Plan Bleu, 2022, pp. 16-17). È proprio intorno alla dimensione mediterranea, quindi, che diventa importante concentrare uno sforzo di riflessione sociologica per analizzare sfide quali le opportunità offerte dai processi di globalizzazione, l'ampliamento del campo d'azione della comunità locale e del sistema delle imprese, le nuove dimensioni regionali in cui il mare, da frontiera tra sistemi socio-culturali diversi, diventa collegamento tra territori e risorse, comprese quelle dell'entroterra.

1. Una breve storia di ASTMed attraverso i suoi convegni

La riflessione promossa dall'Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo (ASTMed) affonda le sue radici negli anni Settanta, quando diversi eventi nazionali e internazionali mettono in forte discussione le speranze di una continuità dello sviluppo a ritmi sostenuti della produzione e dei consumi. Negli anni Ottanta, poi, a questo si sovrappone la percezione di un mutamento di significato del turismo e delle relazioni sociali che determina. Si manifestano segnali di crisi in particolare nella vacanza balneare, il cuore del turismo di massa, dopo il rapido sviluppo conosciuto nei Trenta Gloriosi (dagli anni Cinquanta agli anni Settanta). I mutamenti in atto si manifestano prima sotto il profilo quantitativo, con un rallentamento della crescita ed un crescente carattere nazionale del mercato. Oltre ai fattori economici e congiunturali, però, sembrano emergere nuove motivazioni del turismo, socialmente stimulate o condizionate. È anche da qui che emerge consapevolezza del possibile ruolo dei sociologi e l'impressione che le dinamiche vissute in Italia trovassero analogie in tutta l'area mediterranea. Nasce così l'idea di fondare l'ASTMed (Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo), costituitasi a Bologna nel 1987 in seguito al Primo Convegno, dedicato al tema *Turismo e comunicazione culturale, per un ruolo attivo delle comunità locali: i nuovi servizi e le nuove professioni*.

In quell'occasione il dibattito si concentra sul riemergere delle comunità locali, con le loro vitalità e potenzialità comunicative, dopo un dominio pluridecennale del turismo di massa che sembrava averle cancellate o quantomeno relegate a "minoranze di servizio". I lavori del convegno delineano poi alcuni scenari sul futuro di comparti turistici strategici per la regione mediterranea: le prospettive aperte dal Plan Bleu per l'evoluzione degli stili di vacanza balneare, la sfida rappresentata dall'entroterra, l'emergere dell'agriturismo, il turismo come opportunità di interazione culturale in un contesto caratterizzato da numerosissimi confini di ordine geografico, etnico, storico, politico ed economico (Savelli, 1988).

Il Secondo Convegno, sul tema *Gruppi e strutture intermedie locali, per una reimmaginazione del sistema turistico*, si svolge a Cervia nel 1991 e riprende l'ipotesi che l'avvento della società postindustriale stia trasformando il modo di vivere il tempo libero e creando nuove esigenze nel mercato, nonché favorendo nuove relazioni sociali nelle destinazioni turistiche. In particolare, i lavori approfondiscono le nuove forme di organizzazione territoriale e di impresa turistica in grado di fare da tramite tra gruppi locali e operatori di base da un lato, utenti e grandi organizzazioni del mercato turistico dall'altro (Savelli, 1992).

Il Terzo Convegno Mediterraneo, a Estoril nel 1995, affronta il tema *Turismo e Ambiente*, allargando quindi il campo di analisi all'impatto del settore sull'ambiente stesso, senza peraltro dimenticare che esso non si nutre solo di risorse naturali (il territorio, il clima, la flora, la fauna), ma anche di quel patrimonio culturale (i valori, le norme, le prassi di vita quotidiana, così come l'arte, i monumenti e le architetture) che contiene i simboli espressivi della memoria e dell'identità collettiva locale (Savelli, 1997; Guidicini, Savelli, 1999).

Nel 2001 a Ravenna si svolge il Quarto sul tema *Locale e Globale nel Turismo: le forme di aggregazione e le reti di comunicazione*. Le differenze tra i luoghi – che siano geografiche, etniche o culturali – vengono prese in considerazione come una componente fondamentale che orienta la motivazione turistica, alla luce della formazione di un mercato globale che espone tali differenze al rischio di venire ridotte, mascherate o del tutto cancellate. La difesa del patrimonio naturale e culturale di ogni regione e la sua valorizzazione quale segno dell'identità locale sono da un lato più difficili ma dall'altro sempre più importanti. In questo quadro, i lavori del convegno dedicano particolare attenzione ai processi di aggregazione imprenditoriale e territoriale per penetrare più efficacemente nel mercato globale (Savelli, 2004a, 2004b).

Nel 2005, il Quinto Convegno si tiene a Salonicco sul tema *Oltre la linea di costa. Nuove tendenze nel turismo e nell'organizzazione sociale del*

territorio. In tale occasione sono poste al centro del dibattito le possibili forme di turismo alternativo a quello balneare, sottolineando l'emergere di percorsi trasversali rispetto alla linea di costa, in grado di collegare tra loro, in una nuova concezione della vacanza, risorse propriamente marittime e risorse dell'entroterra (Iakovidou, 2007; Savelli, 2008).

Il Sesto Convegno si tiene a Granada nel 2008, sul tema *Il turismo come fattore di sviluppo e di coesione nella regione mediterranea*. I lavori riprendono, oltre ai mutamenti in corso nel turismo in anni di crisi economica, anche nuove forme emergenti di organizzazione dell'offerta. L'attenzione ai possibili strumenti di sviluppo e di coesione trova spazio proprio in questo quadro, anche se buona parte dei lavori si concentra anche sui crescenti rischi legati all'attività turistica. Tra le forme emergenti di vacanza, poi, riceve particolare attenzione il segmento sportivo (Latiesa Rodriguez, Puertas Cañaverl, Paniza Prados, 2009).

Il Settimo Convegno si svolge a Sassari e Alghero nel 2011 e tocca il tema *Mobilità turistica tra crisi e mutamento. Città e contesti mediterranei*. In questa edizione viene data particolare importanza al rapporto tra turismo e trasformazioni urbane, prendendo anche atto delle sempre più numerose città che vedono nel settore una rampa di lancio o di rilancio della propria economia, magari legata ad un passato industriale o ad altri settori che hanno perso la loro capacità produttiva e attrattiva. Accanto ed essa i lavori del convegno dedicano grande attenzione alle varie forme di mobilità turistica, sia intraregionale sia interregionale, con particolare attenzione alle prospettive che in quegli anni si stavano aprendo (o sembravano aprirsi) nel turismo intercostiero (De Riu, 2013; Tidore, 2014).

L'Ottavo Convegno si tiene ad Arcavacata di Rende nel 2014, sul tema *Turismo e qualità della vita. Cibo, territorio, identità, buone e cattive pratiche*. Oltre a temi molto attuali ma già toccati in edizioni precedenti, come le vecchie e nuove strategie di sviluppo locale ed il turismo come crescente fattore di identità, l'attenzione si focalizza su due aspetti relativamente nuovi per la sociologia del turismo: enogastronomia e qualità della vita. Riguardo la prima, cresce infatti la consapevolezza del cibo come forte catalizzatore di attività e attrattività per un territorio, nonché di espressione emblematica delle peculiarità e del *genius loci*. Riguardo la qualità della vita, l'attenzione si concentra sia sul "diritto alla vacanza" rivendicato da molti viaggiatori sia sulle necessità e diritti delle popolazioni dei territori turistici (Romita, Catalano, Perri, 2015; Romita, Tocci, Perri, 2016).

Il Nono Convegno si svolge a Kotor nel 2019 sul tema *Slow and Fast Tourism: travellers, local communities, territories, experiences*. Anche se la mobilità turistica fa da filo conduttore ai lavori, questa edizione si caratterizza in realtà per una grande ricchezza di argomenti: il turismo let-

terario e le sue potenzialità, il rapporto tra turismo e obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) decretati dalle Nazioni Unite, il ruolo delle istituzioni educative nel settore, la vacanza come opportunità di esperienze e di socializzazione, le differenze generazionali nel comportamento turistico e le nuove forme di collaborazione mediterranea per lo sviluppo di sistemi turistici locali (Krivocapić, Jovanović, 2022).

2. Oltre il turismo? Il convegno di Bertinoro

Il Decimo Convegno Mediterraneo si svolge a Bertinoro (Forlì-Cesena) nel giugno 2024 sul tema *Beyond the Tourism? Travels and Travellers in the (post)Covid Society*.

È il primo convegno ASTMed dopo la pandemia: quello precedente, infatti, risaliva a Kotor nel 2019 e proprio l'emergenza sanitaria aveva di fatto reso impossibile lo svolgimento di altre iniziative, ad eccezione di qualche momento seminariale online. Il congresso non poteva che partire, quindi, dai cambiamenti nel settore turistico e nel profilo dei viaggiatori, nonché da come i territori hanno reagito a questa inedita sfida.

Significativo, in ogni caso, il fatto di avere svolto la conferenza proprio in un centro come Bertinoro. Da un lato ci troviamo in Romagna, storica regione di attrattività turistica nota a livello nazionale e internazionale. Dall'altro non si tratta di una destinazione rinomata ma semmai emergente, con dei numeri in crescita negli ultimi anni ma con forti margini di miglioramento, in una posizione peraltro strategica che guarda anche verso le aree interne appenniniche.

Il convegno, a quasi quarant'anni dalla fondazione di ASTMed, è diventato una occasione per discutere sulla propria storia e, più in generale, del ruolo della sociologia nella comprensione ed analisi del fenomeno turistico. La associazione ha sempre avuto un punto di forza nell'essere l'unica che proponga uno sguardo sociologico a livello mediterraneo, in un contesto in cui il settore riceve crescente attenzione dalla ricerca ma vede spesso un "predominio" di altri settori, in particolare quello economico-aziendale. La presenza di ASTMed, peraltro, sembra "colmare" una assenza anche a livello europeo: se consideriamo infatti la principale rete sociologica del continente, l'ESA (European Sociological Association), ha ben 38 Research Network al suo interno ma nessuna ha come focus il turismo. In questo senso, "strategicamente" parlando, è anche interessante il rapporto instaurato tra ASMTed ed il Research Council 50 – International Tourism dell'I-SA (International Sociological Association), che ha prodotto una sessione congiunta al V Forum ISA svoltosi a Rabat nel luglio 2025.

La conferenza di Bertinoro, d'altra parte, ha riportato l'attenzione su alcune criticità che caratterizzano il lavoro dell'associazione. Anzitutto una visibilità ancora scarsa, nel senso che le attività e le proposte raggiungono relativamente poco i colleghi che si occupano di turismo. La creazione di un sito web nel 2023 e il rafforzamento della pagina Facebook potrebbero essere un aiuto in questo senso ma, come è noto, un grande ruolo spetta al "passaparola" tra colleghi e, ovviamente, alla creazione di opportunità di confronto e di divulgazione apprezzabili soprattutto dai più giovani.

Accanto al problema della visibilità, ma strettamente correlato, resta la natura ancora molto "italocentrica" di questa rete: più della metà dei suoi soci attivi (intendendo con questa espressione coloro che abbiano partecipato ad almeno una delle ultime tre conferenze) sono infatti italiani e peraltro, come visto nel paragrafo precedente, cinque conferenze su dieci si sono svolte in Italia. Se fin dalla sua fondazione la associazione ambiva a toccare tutte le sponde del Mediterraneo, quindi, il risultato è ancora modesto, soprattutto se consideriamo lo scarso coinvolgimento di studiosi da paesi della costa sud e della costa est.

Se poi si va a guardare la composizione dei partecipanti, ASTMed si è finora configurata soprattutto come una rete accademica mentre il rapporto con operatori che lavorano nel turismo, per quanto importante, trova una presenza ancora molto marginale.

Venendo infine ai lavori del convegno, hanno partecipato 58 relatori provenienti da sei Paesi. I lavori sono stati suddivisi in nove sessioni: *Beyond the Rhetoric and the Veil of Mist of Social Innovation in Tourism, Mediterranean Archipelago. Challenges and Prospects of Island Tourism, New Tourists for New Forms of Request for Experiences, Mobility Trends in Mediterranean and their Impact on Languages and Intercultural Communication, New Forms of Cultural Tourism in Adriatic: The Potential Role of Ancient Maritime Wine Routes, Traces of future: New Challenges for the Regeneration of Internal Areas, Tourist Scenarios and Post-Covid Trends: Minor Sites and Roots Travel, Coasts and Mountains Under Siege: New Perspectives and Methodologies in the Management of Tourism in Protected Natural Areas, Sustainable Mobility for the Accessibility, Fruition and Attractiveness of Fragile and Remote Tourist Areas*. Tali sessioni hanno quindi ispirato anche il lavoro e la struttura di questo volume, che presenterò nel prossimo paragrafo.

3. La struttura del volume: le sezioni ed i contributi

Pur basandosi su quanto emerso e presentato durante la conferenza ASTMed di Bertinoro, questa non si può configurare come una pubblica-

zione di “atti di convegno”. Tutte le proposte pervenute, infatti, sono state selezionate e sottoposte a referaggio da parte del Comitato Scientifico della conferenza.

Anche per quanto riguarda le sezioni in cui si suddivide il volume, riprendono chiaramente titoli e argomenti di quelle di Bertinoro ma sono state in parte rimontate e accorpate, da un lato per la sequenza logico-concettuale che si è voluto dare e dall'altro perché si è resa opportuna una distribuzione più equilibrata dei contributi, che sono peraltro risultato di una call volutamente orientata ad accogliere più tematiche possibile per nell'ambito del tema generale della conferenza.

La prima sezione si intitola *Arcipelago Mediterraneo. Prospettive e sfide del turismo nelle isole*. I contributi che la caratterizzano partono dalla constatazione che, negli ultimi decenni, le isole hanno suscitato un interesse sociologico specifico per le loro peculiarità sociali, culturali, economiche, politiche e ambientali. Lo “status” di isola ha peraltro delle conseguenze non solo per chi ci vive ma anche per la capacità attrattiva di questi territori. Sebbene abbiano spesso una tradizione di turismo balneare, il loro patrimonio materiale e immateriale e le forme specifiche di identificazione territoriale entrano sempre più in gioco. Attorno al turismo si concentrano quindi gli interessi del capitale privato e gli sforzi pubblici di promozione della destinazione, ma sembrano crescere anche i rischi connessi, dal sovraffollamento alla turistificazione delle località, nonché situazioni di in relazione alle specifiche condizioni ambientali o geopolitiche.

In «*Quanti cieli, quanti mari che m'aspettano*». *Cineturismo e promozione territoriale*, Luisa Cutzu (Università di Sassari) esamina alcune pratiche turistiche influenzate da un film e una serie tv girati e ambientati in Sardegna (*L'isola di Pietro* e *La vita che volevamo*), esplorando i meccanismi attraverso cui la rappresentazione audiovisiva di un luogo può stimolare l'interesse turistico. Lo fa ricorrendo ai concetti di *film-induced tourism* (più noto in Italia come “cineturismo”) e di *set-jetting* (o “cinema sightseeing”, cioè la ricerca da parte del turista, della location cinematografica o televisiva nel quale un film, o una serie tv, viene effettivamente girato o in cui è semplicemente ambientato). Dalle ricerche analizzate, emerge come queste due serie si siano effettivamente tradotte in una maggiore “considerabilità” della Sardegna come meta turistica, come si evince dai dati relativi al movimento dei clienti negli esercizi ricettivi del Sulcis e di Carloforte. Mostrano anche, però, che questo successo dipende da una complessa combinazione di fattori: non basta quindi l'attrattività del luogo ma serve un investimento importante e continuo in infrastrutture, marketing e gestione del flusso turistico.

In *Le storytelling digital et le positionnement de l'héritage franco-monténégrin des îles adriatiques du Monténégro*, Ivona Jovanović, Andriela Vitić-Četković e Nataša Krivokapić (Università del Montenegro) partono proprio dallo storytelling digitale declinandone potenzialità e limiti nel caso del Montenegro, piccolo Paese mediterraneo dove il turismo riveste però un grane peso (oltre il 20% del Pil). Tale impatto ha significato anche una diffusione del turismo di massa nei suoi aspetti più negativi, con una cementificazione di diversi tratti della costa e un sovraffollamento che non risparmia neanche la città medievale di Kotor. Il loro contributo considera quindi la possibilità di posizionamento turistico di alcune isole montenegrine con un patrimonio strettamente legato alla passata presenza francese, un potenziale ancora in gran parte inesplorato e comunque ben lontano e ben diverso dal turismo di massa diffuso altrove nel paese. In questo processo di valorizzazione, un ruolo fondamentale lo giocherebbe proprio lo storytelling digitale, cioè quell'insieme di narrazioni del patrimonio e identità locale attraverso le nuove tecnologie. Attraverso di esse sembra possibile, almeno in parte, approfondire la relazione emotiva che si crea tra questi luoghi ed i viaggiatori prima, durante e dopo l'esperienza.

In *Promuovere il patrimonio culturale in Sardegna: il Distretto Culturale del Nuorese tra turismo e risorse locali*, Antonella Camarda, Daniele Pulino e Sara Spanu (Università di Sassari) ripercorrono il modello di turismo che dagli anni Sessanta ha portato ad una vasta lottizzazione lungo la costa sarda ed ad un processo di museificazione del territorio. Considerano quindi in il Distretto Culturale del Nuorese, impegnato nella promozione del patrimonio in una provincia caratterizzata da una capacità ricettiva inferiore alla media regionale ma anche da un settore museale di spicco, che ha rappresentato uno degli elementi del mutamento turistico dalla fine degli anni Novanta. Attraverso una osservazione partecipante e delle interviste a operatori museali e dei beni culturali, emerge una certa difficoltà a proporre azioni comuni, date le esigenze diverse e a volte contrastanti dei vari attori nonché alle distanze tra di essi, sia reali sia percepite. Il distretto emerge comunque come l'unica iniziativa di governance in Sardegna a riunire un insieme diversificato ed esteso di realtà della promozione culturale, puntando molto sulle attività didattiche ed educative come il Dcn Passport.

Nella sezione 2, *Mobilità: le tendenze nel Mediterraneo e il loro impatto sul turismo culturale*, si ricorda come in questa regione la cultura romana, slava, islamica ed ebraica abbiano convissuto fin dalla antichità e per secoli, mentre oggi sulle sue coste si utilizzano quattro alfabeti: arabo, cirillico, ebraico e latino. Il Mediterraneo, inoltre, è attraversato dai movimenti migratori più consistenti al mondo. Al flusso proveniente dalla costa sud ed est, poi, va aggiunta la moltitudine di nomadi digitali, pensionati,

proprietari di seconde case provenienti principalmente dal nord Europa. In alcune isole spagnole si sente parlare più facilmente inglese e tedesco, in Francia (con tantissimi migranti dal Maghreb), i turisti nelle grandi città sentono parlare più spesso l'arabo. Inoltre, eventi come la guerra in Ucraina hanno influenzato notevolmente paesi come il Montenegro, dove il 15% della popolazione è oggi rappresentata da migranti russi e ucraini, per lo più insediati nelle città turistiche della costa. Tutto questo porta a farsi domande sulle conseguenze dei movimenti turistici e migratori nel Mediterraneo, dal punto di vista della comunicazione e dell'impatto che avranno sui servizi e sul mercato del lavoro turistico.

In *Tra i due lati del Mar Adriatico: Italia e Albania tra colonialismo, migrazioni e turismo*, Matteo Lupoli (Università di Bologna) propone uno studio dello nella città costiera di Durazzo. L'Albania risulta infatti una destinazione mediterranea emergente e di crescente attrattività anche tra gli italiani (circa 1 milione di turisti dal nostro Paese nel 2023). Con un'osservazione diretta di sei mesi, vengono approfondite le dinamiche quotidiane del settore sia in contesti formali (hotel, ristoranti, tour guidati) sia informali (spiagge, mercati, vita notturna). L'autore fa anche una ricostruzione storico-sociologica che parte dal regime comunista di Enver Hoxha, con la sua narrazione mitica di una eroica resistenza eroica contro l'invasore fascista, per arrivare al crollo del regime ed al crescente appeal esercitato dall'Italia negli ultimi decenni, geograficamente vicina all'Albania ma anche simbolo di un mondo dei sogni alimentato dall'esposizione ai media. La mancanza di pianificazione, però, ha portato all'affermarsi di un modello di sviluppo urbanistico decisamente sregolato, con abusivismo edilizio e corruzione diffusi, creando una spirale in cui nemmeno il turismo ha portato alla diffusione di un maggiore benessere economico né a quella di condizioni lavorative di qualità. Queste effettive opportunità di sviluppo, quindi, non sembrano aver ridotto il desiderio di molti albanesi di emigrare, anche se le rotte sono in parte cambiate. In ogni caso, il caso di studio si configura come emblematico della combinazione tra fenomeni coloniali, migratori e turistici.

In *Silent Voices, Hapless Travellers*, Saša Simović (Università del Montenegro) riflette su una dimensione molto peculiare e drammatica del viaggio: quella dei migranti che tentano la fortuna via mare per raggiungere le coste dei paesi del nord del Mediterraneo. Propone quindi una analisi a partire dal libro di Helen Benedict *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece* (2022), che ricostruisce la storia di cinque rifugiati (Hasan dalla Syria, Asmahan dalla Syria, Evans dalla Nigeria, Mursal dall'Afghanistan e Calvin dal Cameroon). L'autrice approfondisce le narrazioni di queste persone e le loro traiettorie familiari e culturali,

nel quadro di una distinzione tra un approccio umanitario al problema che presuppone la stessa attitudine verso migranti e popolazione locale ed uno più propenso ad un discorso discriminatorio. Dietro queste peculiari figure di viaggiatori, spesso “invisibili” anche quando approdano in località a vocazione turistica (basti pensare a ciò che succede a Lampedusa), emerge un mondo tanto variegato quanto drammatico, caratterizzato da diffusa emarginazione familiare e sociale anche nel paese d’origine. Nonostante ciò, l’autrice sottolinea come il libro dia anche un messaggio di speranza, alimentata dalla perseveranza delle persone che si mettono in viaggio per un futuro migliore.

In *Le vie verdi. Per un turismo sostenibile in Abruzzo*, Marilisa Specca (Università di Teramo), si muove nel quadro delle molteplici dimensioni che caratterizzano il “patrimonio culturale immateriale” (tradizioni ed espressioni orali; arti dello spettacolo; consuetudini sociali, eventi rituali e festivi; cognizioni e prassi relative a natura e universo; artigianato tradizionale) e approfondisce il significato storico della pastorizia migrante per l’Abruzzo. Ricostruisce quindi le recenti volontà dei legislatori regionali, nazionali e internazionali di riconoscere il valore materiale e immateriale della transumanza, promuovendo politiche di rivalorizzazione e di sviluppo turistico attorno a queste “vie verdi”. La Regione Abruzzo ha peraltro provveduto nel 2022 a redigere un piano di *Strategie per la definizione e realizzazione del Progetto della Transumanza e dei Tratturi*, e si sottolinea l’importanza di questo passaggio ed il coraggio di farlo in un territorio in cui il turismo si attesta perlopiù come segmento balneare, le zone montane diventano sempre più isolate e abbandonate e tra province e stakeholder fatica a nascere una vera rete in grado di realizzare progettualità condivise.

In *Mitigare l’overtourism con nuove forme di turismo culturale nell’Adriatico: il potenziale ruolo delle antiche rotte marittime del vino*, Greta Spinetti (Università di Teramo) considera il problema del sovraffollamento turistico nella regione adriatica a partire dai fattori che concorrono a questo problema sempre più diffuso: l’aumento della popolazione mondiale, la diminuzione dei costi di viaggio, lo sviluppo tecnologico che ha permesso sia di migliorare trasporti e le comunicazioni, l’emergere di piattaforme di gestione della ricettività come AirBnB. Nel soffermarsi su potenziali misure di mitigazione di questo impatto negativo, l’autrice approfondisce la creazione di nuovi itinerari basati su antiche rotte marittime del vino, che si concentrano generalmente su destinazioni meno battute rispetto alle grandi città d’arte, promuovendo una crescita più equilibrata del settore. Il vino è infatti una delle motivazioni capaci di orientare la scelta turistica dei visitatori, sia perché le regioni di produzione sono generalmente caratterizzate da paesaggi bellissimi che i vigneti contribuiscono a modellare sia perché

attraverso l'enogastronomia si può entrare in contatto con il produttore di una particolare specialità, visitare la sua zona di produzione e gustarla direttamente in loco, con un deciso valore aggiunto dal punto di vista esperienziale. Attraverso un minuzioso lavoro su due principali fonti d'archivio (fondo dei Cinque Savi alla Mercanzia, Archivio di Stato di Venezia, e fondo dei Provveditori Generali in Dalmazia e Albania, Archivio di Stato di Zara) e l'impostazione di una indagine campionaria non probabilistica per quote in base alla provenienza geografica per i turisti ed all'impiego per i residenti, emerge già chiaramente la necessità e la sfida di una strategia comunicativa per attrarre questa nicchia di pubblico in crescita.

In *MaaS as a Solution for Sustainable Mobility of Italian Remote Tourist Areas: Opportunities and Challenges*, Matteo Colleoni, Luca Daconto e Simone Caiello (Università di Milano Bicocca) analizzano le politiche ed i servizi MaaS (Mobility as a Service) attraverso i primi risultati di uno studio nell'ambito del MOST – Sustainable Mobility Centre, dedicato in particolare alle aree turistiche più periferiche in Italia. Gli autori propongono uno studio basato sul ricorso ad un indice di cinque dimensioni qualitative (transport operators' openness and data sharing, citizen familiarity and willingness, policy regulation and legislation, transport services and infrastructure, Ict infrastructure), e cercano di misurare la "readiness" delle aree turistiche italiane allo sviluppo di servizi MaaS combinandoli in altri quattro indici: Synthetic Index of Tourist Density, Index of Centrality/Periphery, Transport Infrastructures Availability Index e Ict Infrastructures Availability Index. Da qui individuano alcune zone più fragili, soprattutto nelle aree montane del sud, nelle isole, in alcune parti dell'Appennino tosco-emiliano e delle Alpi lombarde. Evidenziamo però come questo "paradigma" cominci ad avere un certo seguito anche in alcune politiche territoriali: delle sperimentazioni, infatti, sono già state testate (vedi il progetto Interreg Alpine Space ASTUS), contribuendo a progettare servizi di mobilità locale più economici e socialmente sostenibili.

Nella sezione *Nuovi turisti per nuove richieste di esperienze*, si parte dalla constatazione di un turismo sempre più caratterizzato dalla ricerca di emozioni legate all'autenticità dei luoghi e alla loro peculiarità. Al tempo stesso, continua ad ampliarsi e diversificarsi il desiderio di viaggiare: sempre più anziani, persone con disabilità, viaggiatori solitari, turisti delle radici e altri gruppi avanzano infatti richieste più estese ed articolate, rivendicando spesso un "diritto alla vacanza" al pari di altri gruppi. In questa combinazione di tendenze si creano quindi le condizioni per la proliferazione di nuove forme turistiche ma anche tante criticità nella creazione e promozione dell'offerta.

In Tra socialità e lentezza: il ruolo dei cammini per i territori appenninici. Il caso della Via degli Dei, Paola de Salvo (Università di Perugia) e Gabriele Manella (Università di Bologna) analizzano la pratica del camminare in ambito turistico, ipotizzando che le possa essere riconosciuto un potenziale di innovazione sociale e culturale: essa può infatti contribuire a riportare a ritmi di vita più lenti e riflessivi, permettendo di relazionarsi in maniera più profonda con l'ambiente e le comunità locali. Lentezza e socialità, quindi, sarebbero le chiavi di lettura di quanto sta avvenendo in questo settore. Il contributo si concentra sulla Via degli Dei, un cammino che unisce Bologna a Firenze e che ha visto una importante crescita di flussi turistici ed un parallelo aumento di strutture ricettive e infrastrutture di servizio per i camminatori dal 2018 in poi. Nel caso specifico di Madonna dei Fornelli, una delle tappe toccate dal percorso, una decina di interviste permettono di evidenziare che la vocazione turistica del paese c'era già prima ma l'offerta ricettiva si è decisamente ampliata, spinta inizialmente dalla popolazione locale e dal passaparola tra camminatori e poi anche da importanti scelte delle istituzioni locali. Non mancano però le criticità: il passaggio del cammino ha attirato anche persone inesperte, creando qualche problema di ricettività a cui si combina la fragilità idrogeologica del territorio appenninico. Se quindi la crescita del settore è evidente, i "principi di overtourism", le difficoltà di reperimento di alloggi per gli autoctoni, la mancanza di relazioni più regolari tra residenti e camminatori sono segnali da attenzionare.

In Limiti e potenzialità degli eventi per attirare nuovi turisti. Uno studio su Ginosa, Sergio Fadini e Angela Masi (associazione Il Vagabondo, Matera) considerano una località marittima del tarantino dove gli operatori si interrogano su come rilanciare il turismo dopo il Covid-19, approfondendo il settore degli eventi. L'approfondimento prende le mosse anche dalla constatazione dello sviluppo di una forma di turismo *event-driven*, che ha consentito a molte città e piccoli centri del nostro Paese di proporsi come destinazioni turistiche o, talvolta, di riposizionare la propria offerta nel mercato. Vengono quindi considerati i dati turistici e gli eventi realizzati a Ginosa nel 2023 tramite ricerca online, combinandoli con le interviste ad alcuni operatori. Emerge come questa località non si sia ancora ripresa dalla pandemia ma raggiunga comunque numeri importanti in termini di arrivi e presenze nonché di servizi e infrastrutture. Riguardo poi agli eventi locali organizzati o patrocinati dal Comune, emerge una certa vitalità (52 nel 2023) ed una prevalenza di "giovani" rispetto a quelli "storici", ma anche un livello medio ancora relativamente basso di incisività e sostenibilità degli eventi stessi. Il contributo si rivela quindi interessante non solo per le strategie turistiche locali intraprese, ma anche per lo sforzo teorico di

riflettere sui diversi fruitori di un evento e sui modi di misurarne l'impatto sul territorio.

In *Turismo e nazionalismo: una panoramica storica dei casi austro-ungarico e jugoslavo*, Antonio Filicaia (Università di Bari) ricorda come il turismo di massa, che aveva riguardato principalmente le aree costiere di Francia e Gran Bretagna (così come le aree alpine), a partire dalla seconda metà del XIX secolo i turisti iniziò a toccare anche le coste italiane, spagnole, cipriote, maltesi, greche e jugoslave. Riguardo a queste ultime, l'autore ricorda come anche le terme, luogo molto importante nel concetto di villeggiatura tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, comincino a diffondersi anche in quell'area. Il nuovo Regno di Jugoslavia, quindi, si proponeva di portare avanti un progetto di convivenza tra più nazionalità di discendenza slava, un progetto che incrocia più volte lo sviluppo turistico sia durante la fase monarchica che durante quella repubblicana. L'autore ricorda il ruolo chiave di Tito in questo processo che, dagli anni Sessanta, vede una rapida crescita di arrivi e presenze, la nascita di nuove località turistiche ed il recupero di altre già esistevano. Un caso di particolare interesse storico-sociologico è quello del "turismo di guerra": si tratta del segmento di mercato che ruotava attorno a musei e memoriali dedicati alla resistenza jugoslava durante la seconda guerra mondiale e che viene illustrato come fondamentale nel processo di "jugoslavizzazione" delle varie repubbliche. Si delineano così due tendenze in contrasto tra loro: da un lato la volontà di creare una linea comune di turismo che educi i cittadini ad un sentire comune del senso di nazione, dall'altro le politiche interne alle repubbliche federali non equamente gestite dal governo di Belgrado e che non facevano altro che alimentare rivalità e nazionalismi.

In *Nuovi itinerari di turismo culturale sulle antiche rotte commerciali: la Strada del vino dell'Etna*, Isabella Frescura (Università di Catania) si sofferma sull'enoturismo, cioè quella tipologia di vacanza incentrata sul godimento del vino, del vigneto e della sua terra. Si tratta di un settore che in Italia ammonta in rapido aumento, tanto nei numeri di viaggiatori quanto nella produzione ed esportazione. L'autrice si concentra poi sullo strumento della Strada del Vino, che consiste in un itinerario che collega tra loro le risorse presenti in luoghi e territori ad alta vocazione vinicola, facilitando quindi non solo l'incontro tra domanda e offerta ma anche la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio e degli attori locali. Approfondisce il caso siciliano, dove l'arte del vino ha origini antichissime e una estesa superficie agricola dedicata, nonché l'emanazione di una legge regionale dedicata nel 2022. Di particolare interesse il caso della Strada del Vino dell'Etna, con circa 1.100 ettari di vigneti e 140 cantine consorziate. Il contributo si conclude con una riflessione sulla crescita e gli ulte-

riori margini del settore che, ad esempio, diventa appetibile per il segmento della nautica da diporto vista la vicinanza della costa ed il clima mite tutto l'anno.

In Quando il Turismo Arriva in Periferia. Criticità e Dibattiti da Scampia, Sara Iandolo riflette sugli slum che riprendendo un rapporto delle Nazioni Unite, che li definisce come aree urbane caratterizzate da abitazioni di bassa qualità, servizi inadeguati, sovraffollamento, insicurezza abitativa, povertà ed esclusione sociale. In questi contesti, apparentemente agli antipodi del turismo, si stanno in realtà sviluppando una serie di offerte. Da un lato, molti turisti sembrano spinti dalla ricerca di sensazioni forti e dal desiderio di alimentare il proprio ego, cercando di sperimentare un senso di privilegio e di autenticare la propria umanità. D'altro lato, vi è un sincero intento di visitare gli slum come parte di un'azione politica più ampia. L'autrice tocca poi il caso di Scampia a Napoli. Analizza quindi il ruolo degli attori coinvolti nell'organizzazione di visite turistiche al quartiere, le impressioni dei turisti stessi prima e dopo le visite, i dibattiti degli abitanti riguardo al fenomeno, frutto di osservazione diretta e partecipante. Nonostante una storia notoriamente difficile, emerge come Scampia abbia visto una serie di tentativi di riqualificazione in termini di infrastrutture e di politiche locali dedicate, nonché la nascita di numerose organizzazioni del terzo settore (circa 120 attive). Mentre il quartiere nel suo complesso viene percepito dal turista come più dignitoso e tranquillo di quanto atteso, la visione degli edifici delle Vele rimane generalmente negativa per tutti. D'altra parte, se residenti e attori locali si oppongono fermamente alla mercificazione dell'immagine negativa del quartiere, emerge anche una diffusa mancanza di informazione riguardo chi siano gli organizzatori di questi tour, alimentando un clima di incertezza e sospetto. Lamentano quindi la doppia difficoltà di vivere in strutture inabitabili e di gestire lo sguardo intrusivo del turista, con una ambivalenza che li porta a volte a compiacerlo e a volte a criticarlo duramente.

In The gaze on tourists. Participation practices in three municipalities of Carnia, Monica Pascoli (Università di Udine) presenta alcuni risultati di un progetto Interreg Italia Croazia, basato fin dall'inizio su un approccio dal basso ed un coinvolgimento della popolazione locale. Pur proponendosi di approfondire la percezione del patrimonio locale e la sua valorizzazione, è sulla presenza turistica nell'area che focalizzano criticità e perplessità dei residenti coinvolti. Al tempo stesso, emerge subito come i turisti beneficino di un loro coinvolgimento nella comunità locale, senza dover essere per forza "nelle mani" dei tour operator. La parte empirica viene sviluppata a Ovaro, Prato Carnico e Paularo, tre località della Carnia caratterizzate da uno storico modello di accoglienza diffusa dei turisti. Attraverso una serie

di incontri e 93 interviste emergono alcune possibili problematiche legate al turismo in questo territorio: la ambigua relazione con il patrimonio locale (opportunità di valorizzazione ma anche rischio di mercificazione), la mancanza di supporto delle autorità locali, la difficoltà dei residenti e fare rete e anche qualche pregiudizio verso i turisti stessi e le loro aspettative e atteggiamenti. Di particolare importanza è il concetto di riconoscimento (*recognition*) della propria unicità, che suscita tanti interrogativi ma anche una chiara impressione finale tra i partecipanti al progetto: viene espressa a livello individuale ma si rivolge a tutta la comunità ed al suo territorio.

In *The Potential of Digital Technology in Redefining Tourism Scenarios. A New Frontier for Senior Tourism*, Letizia Carrera (Università di Bari) parte dalle proiezioni secondo cui la popolazione mondiale over 65 raddoppierà entro il 2050, arrivando al 26% di quella totale. Il ruolo delle tecnologie digitali nelle aspettative e comportamenti di viaggio di questa fascia di età diventa quindi il cuore del contributo, che propone una analisi dei cambiamenti delle rappresentazioni sociali degli anziani e dell'invecchiamento evidenziando gli effetti potenziali e reali sul turismo. L'autrice ricorda che stiamo entrando in una nuova fase di senior tourism 2.0, caratterizzata dalla rivendicazione del diritto a viaggiare anche per questa fascia di età. Al tempo stesso, emergono una serie di peculiarità che costituiscono altrettante sfide per soddisfare la domanda di questo segmento turistico: la estrema attenzione alla sicurezza, la tendenza ad estendere la permanenza presso le destinazioni di vacanza, quella a viaggiare tutto l'anno, l'importanza attribuita ad una comunicazione efficace, l'influenza del passaparola e l'attenzione alla accessibilità di servizi e trasporti.

Nella sezione 4, *L'innovazione sociale nel turismo. Al di là di retoriche e malintesi*, si prende atto della recente crescita di attenzione al tema che, dagli ambiti più "tradizionali" (economico, gestionale, ecc.) si diffonde anche in quello turistico, come dimostrano anche alcune iniziative del programma Next Generation dell'Unione Europea. Se anche nel turismo l'innovazione sociale sembra fare da stimolo all'azione imprenditoriale e favorire pratiche di inclusione di persone svantaggiate nel mercato del lavoro, resta il "solito" rischio di sottovalutare i problemi causati dalla presenza del turismo stesso su un territorio, senza quindi sviluppare quindi strumenti e strategie adeguati a contrastarli. Una ulteriore impressione provocatoria che alimenta il dibattito, poi, è quella di una certa "retorica della comunità locale", la tendenza cioè a chiamarla in causa come possibile soluzione di tutti i problemi dello sviluppo trascurandone le complesse dinamiche e differenziazioni interne.

In *Social innovation in tourism for the inner areas: Desire, mirage or nightmare?* Olga Tzatzadaki (Università "Ca' Foscari" di Venezia) e Mau-

rizio Busacca (Università “Ca’ Foscari” di Venezia) presentano una rassegna di 65 articoli sul tema, con particolare attenzione proprio alle aree interne della regione mediterranea. Al tempo stesso considerano l’interazione tra innovazione sociale, gentrificazione rurale e rischi di turistificazione, evidenziando il bisogno di approcci più bilanciati e attenti alla comunità locale per lo sviluppo di queste aree vulnerabili. Gli autori analizzano quindi i tre livelli della innovazione sociale: micro (collegandolo alla gerarchia dei bisogni di Maslow, come quello di sicurezza), meso (reti di attori) e macro (governance). Ribadiscono poi che la “necessità” di attrarre visitatori e turisti può avere effetti collaterali molto gravi sulla popolazione locale, mettendo in secondo piano le loro esigenze e costringendoli anche allo “sfollamento” a seguito dei costi della gentrificazione turistica. Senza i servizi essenziali per la vita quotidiana – farmacie, scuole, parchi, spazi pubblici di incontro e socializzazione – queste aree rimangono peraltro inabitabili e diventano pure “merci” ad uso e consumo di facoltosi turisti. Costruire strategie generative e non estrattive di sviluppo diventa ovviamente necessario e non può che passare dalla capacità di tessere relazioni tra attori, attanti e istituzioni. In questo quadro, concludono gli autori, sarebbe la “vitalità” di un territorio a svolgere un ruolo cruciale, intesa come la capacità individuale o collettiva di coinvolgere attivamente e creativamente nel dare forma alle esperienze turistiche.

In *Torri, turisti, tortellini: Bologna fra trasformazione e turistificazione*, Letizia Montalbano (associazione Il Giardino del Guasto, Bologna) riflette sul rapporto tra spazio pubblico e privato nelle città, evidenziando lo stridente contrasto che si sta creando in molti casi tra il diritto di viverla liberamente e le crescenti dinamiche di estrattivismo, monofunzionalità, e consumismo. La riflessione si concentra su Bologna, dove i processi di “foodification” e “alcoholification”, intrapresi approfittando delle specificità socio-culturali della zona universitaria, ha forse dato una valvola di sfogo per la frustrazione accumulata dai più giovani durante l’emergenza sanitaria ma ha sicuramente creato anche un circolo vizioso di abbandono e mercificazione dello spazio pubblico. In questo quadro si colloca la crescita esponenziale di Airbnb, avvenuta in un contesto di recessione economica e di precarizzazione del lavoro, che ha dato sì una possibilità di un guadagno rapido offerta a utenti “ordinari” ma ha favorito il proliferare di un modello di speculazione che prima era prerogativa di alcuni attori professionali. Dallo studio emergono però anche alcune direttrici di azione per ricomporre questo rapporto che si è incrinato: il rispetto delle differenze (promuovendo il mix di abitanti ad esempio), il rafforzamento delle connessioni tra le comunità dei quartieri e la città, l’aumento degli spazi fruibili a disposizione di ciascun cittadino compresi quelli interstiziali, il considerare la città come un delicato ecosistema da proteggere e mantenere.

In *Nova Gorica-Gorizia: New Identities for the European Capital of Culture 2025*, Moreno Zago (Università di Trieste) presenta un progetto di collaborazione transfrontaliera focalizzandosi sui punti di forza e di debolezza dell'offerta turistica locale, alla luce della assegnazione del titolo di Capitale Europea della Cultura per quest'anno. L'autore considera inoltre la percezione dei turisti attuali e le potenziali opportunità dell'evento di rafforzare l'immagine turistica della città e del territorio stesso. Il progetto si propone infatti proporre di migliorare la qualità della vita dei residenti creando una nuova "entità" culturale, turistica, economica ed educativa, che favorisce gli investimenti e l'attrattività ma anche l'intensità e profondità delle esperienze culturali. In particolare l'autore sviluppa una analisi SWOT di Gorizia e Nova Gorica, caso emblematico di città di frontiera. All'insegna del motto "GO! Borderless", è stato sviluppato un progetto congiunto di storytelling e rielaborazione della memoria storica, mettendo al centro lo spazio di Piazza Europa. In un contesto dove i flussi turistici sono ancora relativamente bassi e molto stagionalizzati, il progetto ha avuto il pregio di creare reti tra attori locali e cittadini. Dalla analisi emergono poi una serie di vantaggi percepiti dalla popolazione di frontiera, dalle opportunità economiche al valore aggiunto di essere European Capital of Culture nel 2025. Non mancano però le criticità: la crescente pressione sulle infrastrutture, la prevalenza di investimenti sul breve periodo a scapito di quelli più strategici, l'aumento della gentrificazione in diverse parti delle due città.

Nella sezione 5, *Coste e montagne sotto assedio: nuove prospettive e metodologie nella gestione turistica delle aree naturali protette*, si parte dal drammatico cambiamento portato dalla pandemia nel turismo, cambiamento che ha però portato anche a un aumento dei viaggiatori che hanno visitato le destinazioni vicine, in particolare le aree naturali protette (ANP) sia marine che terrestri. Tuttavia, questa tendenza è stata parzialmente invertita dopo la fine della pandemia, con una "recrudescenza" del sovrappollamento turistico, in particolare nelle aree urbane. In questa situazione critica, i fondi del Recovery Plan in Europa e i fondi del PNRR in Italia, così come le metodologie e le pratiche di ricerca basate sulle nuove tecnologie come i big data e l'intelligenza artificiale, possono fornire nuovi modi di interpretare il rapporto tra ANP e turismo. Inoltre, questioni come la governance turistica di questi territori assumono un'importanza centrale; diventa quindi necessario approfondire quelle variabili e quelle condizioni che permettono di promuovere e rafforzare la partecipazione, di creare reti tra i vari soggetti interessati e di coinvolgere tutte le dimensioni territoriali.

In *Tourism Beyond the City Center: Agriculture-Related Tourism as a Sustainable Development Alternative*, Antòn Freire Varela (Università di

Napoli “Federico II”) si focalizza sul rapporto tra aree agricole periurbane a Napoli. L'autore sottolinea l'importanza delle Alternative Food Networks, organizzazioni di sistemi agroalimentari che forniscono una alternativa al mercato convenzionale facilitando un contatto più diretto, fiduciario ed equo tra produttori e consumatori. Il turismo costituisce un aspetto cruciale per questa rete, che si manifesta principalmente come enogastronomia. Tra le possibili conseguenze del reindirizzamento dei flussi verso queste aree, però, c'è anche la replica di pratiche estrattive già assai diffuse nei centri, con un coinvolgimento scarso o nullo della popolazione locale. Napoli, pur essendo una delle città italiane più grandi e densamente popolate, è riuscita a mantenere una significativa presenza agricola nei suoi confini comunali. L'autore mappa 19 aziende agricole, di cui solo 7 hanno scelto di concentrarsi sulle attività tradizionali mentre le altre hanno adottato forme di agriturismo, agricoltura sociale, enoturismo o fattoria didattica. Un quadro dinamico quindi, ma anche pieno di difficoltà come il disinteresse delle amministrazioni locali e la fragilità socioeconomica e ambientale.

In *Tourisme de masse et surtourisme dans l'après crise Covid-19*, Philippe Clairay (Università di Rennes 2) sostiene “provocatoriamente” che il turismo non è nato predatore ma lo è diventato. Nella sua fase di massa, rispondeva alle crescenti esigenze di svago manifestate nella società industriale, diventando però un Leviatano dei cui danni ci si lamentava già negli anni Sessanta e Settanta, quando le spiagge affollate e le cementificazioni della costa cominciavano a deturpare i paesaggi. D'altra parte, permettevano anche di creare notevoli profitti (vedi il caso della Costa Azzurra). L'autore introduce poi il dibattito sul sovraffollamento turistico (*surtourisme*), che per le città ha conseguenze tendenzialmente più gravi quanto più sono piccole e la loro frequentazione diventa sproporzionata rispetto al numero di residenti abituali. L'autore ricorda poi il devastante impatto ambientale legato a questo tipo di turismo, ricordando che una nave da crociera emette la stessa quantità di zolfo di un milione di automobili al giorno, senza contare gli scarichi delle acque reflue riversate in mare. Ricorda infine un'altra categoria che non può scegliere: il pubblico dei non partenti, che rappresenta ancora oggi circa il 30-40% della popolazione. Questo implica che “alcuni” avrebbero più diritto o possibilità di viaggiare rispetto ad altri. Sovraffollamento, stagionalizzazione, condizioni della manodopera turistica: sono tutte problematiche esistevano ben prima del Covid ma che oggi sembrano sempre più porci davanti ad un bivio ambientale ed etico, che richiede scelte urgenti e probabilmente drastiche.

In *The fate of marginalized maritime communities in the development of tourism. Governance Challenges of Natural Protected Areas in the Surin and Lipe Islands, Thailand*, Emilio Cocco e Emanuela Diodati (Uni-

versità di Roma Tre) si concentrano sulla dimensione oceanica vedendola come un'estensione del Mediterraneo, nel senso di essere “un mare tra terre”. Partono da due modelli di rappresentazione: quello indiano (l'oceano esiste interamente al di fuori della società) e quello micronesiano (pienamente integrato nella vita sociale). Le aree marine protette, create per mitigare l'impatto ecologico dello sfruttamento economico, sono circa 9.000 in 150 nazioni ma il 94% consente ancora attività estrattive, compresa la pesca. La Thailandia è ormai una delle destinazioni turistiche più popolari in Asia, grazie a una combinazione tra bellezze naturali, patrimonio storico, la rinomata ospitalità della sua gente e il valore aggiunto della “Thainess”, l'essenza dell'identità culturale nazionale. Attraverso osservazioni dirette nei villaggi, interviste con foto-stimolo, elaborazione di mappe cognitive, una documentazione fotografica quotidiana e l'analisi di disegni fatti dai bambini, gli autori studiano due comunità indigene, i Moken e gli Urak Lawoi. Per i primi emerge come l'impatto del turismo di massa, sebbene limitato ai visitatori giornalieri che fanno una pausa dallo snorkeling, abbia innescato un processo di “indigenizzazione” che non ha creato risentimento ma disagio per una certa mercificazione che li fa sentire più “reperiti da museo” che cittadini. Riguardo gli Urak Lawoi, soffrono la assenza di controllo del parco nazionale dentro cui vivono, assenza che ha dato via libera ai resort per acquistare terreni e costringere le popolazioni indigene a spostarsi più all'interno. Gli autori concludono che, nonostante la lontananza del caso considerato, discutere di queste popolazioni sia di grande anche per il Mediterraneo e le sue comunità marittime tradizionali, minacciate non solo da un certo tipo di turismo ma anche dalle preoccupazioni relative all'immigrazione clandestina e alla tratta di esseri umani che affligge l'area.

Nella sessione 6, *Tracce di futuro. Nuove sfide per il rilancio delle aree interne*, si sottolinea come l'attenzione a tali aree abbia assunto un ruolo importante nel dibattito pubblico e accademico. In Italia, come in Europa, il loro spopolamento ha influito negativamente sulle condizioni di vita ed i processi di sviluppo locali. Lontane e scarsamente collegate ai principali centri per i servizi essenziali, sono state a lungo emarginate e sottovalutate. Nell'ultimo decennio, tuttavia, stanno emergendo diverse strategie di rigenerazione, non solo dal punto di vista economico ma anche del cambiamento di prospettiva attraverso cui fruirne e viverle. Come sottolineato anche dalla SNAI (Strategia Nazionale per le Aree Interne, lanciata dal governo italiano nel 2013), il patrimonio naturale e culturale è una risorsa unica per promuovere percorsi locali di sviluppo. In queste zone si possono poi trovare alcune condizioni favorevoli alla creazione di nuovi servizi e alla promozione di nuovi stili di vita, favorendo l'attrattività turistica, ma

anche (e forse ancora di più) il benessere dei residenti. Queste condizioni sembrano essersi accentuate durante la pandemia, favorendo un processo di transizione lontano dai “cliché monoculturali” del turismo di massa e a favore di nuovi strumenti partecipativi nello sviluppo locale. Questa sezione raccoglie quindi contributi sulla valorizzazione turistica (e non solo) di queste aree, con particolare attenzione alle forme di viaggio, esperienze di vacanza e pratiche di governance territoriale che stanno emergendo.

In *Il modello del Community Hub: una potenziale opportunità di sviluppo per le aree interne*, Caterina De Benedictis (Euricse), Silvia Scarafoni (Università di Perugia) e Jacopo Sforzi (Euricse) ricordano che esistono numerosi tipi di attività locali “intraprendenti”: imprese di comunità, community hub, portinerie di quartiere, empori solidali, food coop, patti di collaborazione, comunità energetiche, ecc. Tutte però condividono tre elementi fondamentali: sono risultato di un processo di auto-organizzazione della comunità o parte di essa (*auto-organizzazione*), migliorano la sostenibilità sociale ed economica a livello generale e non solo per i soci (*beneficio comunitario*), si basano sulla partecipazione attiva di potenzialmente tutti i membri della comunità anche per l'organizzazione, il finanziamento e la realizzazione delle attività (*partecipazione comunitaria*). Partendo da queste premesse, vengono indagate le potenzialità dei Community Hub come strumento per contribuire all'avvio di nuovi percorsi di sviluppo locale. Attraverso delle interviste semi-strutturate, gli autori si focalizzano su Dolomiti Hub, l'unico caso italiano presente in aree rurali. Tra le sfide di questa esperienza emerge il coinvolgimento dei giovani e lo stimolare la partecipazione agli eventi per garantirne la sostenibilità e il rischio della “gentrificazione rurale”. Diventa quindi particolarmente interessante porre l'accento sui processi che consentono di identificare le comunità intraprendenti come vere e proprie pratiche di commoning.

In *Piani e azioni per la rinascita dei borghi italiani*, Giovanni Tocci (Università della Calabria) riflette sul tema a partire dalla constatazione della “doppia natura” di gran parte di questi piccoli centri. Emergono oggettive condizioni di fragilità, collegabili ad un circolo vizioso tra assenza di un'efficiente rete di infrastrutture, assenza di molti servizi essenziali ad assenza di un sistema economico solido. Tuttavia, queste realtà presentano anche grandi potenzialità di sviluppo, soprattutto in chiave di sostenibilità. L'autore nota d'altra parte come questa consapevolezza traspaia nel PNRR, dove il Governo italiano ha destinato oltre 1.600 miliardi di euro per la rigenerazione del paesaggio rurale e l'attrattività dei borghi a rischio spopolamento. In particolare la Componente 3 (Turismo e Cultura) della Missione 1 mira a rilanciare i settori economici della cultura e del turismo. Il rischio implicito, però, è che gli interventi tendano a produrre delle mere

trasformazioni materiali, “trasfigurando” borghi e centri minori in un recupero omologante del turismo, mentre sarebbe necessario un uso delle risorse per fornire risposte concrete alle esigenze delle comunità locali.

In *Innovazione e partecipazione nelle aree interne pugliesi: un laboratorio per un turismo sostenibile*, Arcangelo Teofilo (Università di Bari “Aldo Moro”) analizza il ruolo della partecipazione nei processi di sviluppo territoriale, con un focus sul turismo sostenibile e la governance in Puglia. Nel territorio studiato si evidenziano dei primi dualismi di natura fisico-geografica: tra costa e zone interne, tra altopiani e pianure. In questa configurazione territoriale, la partecipazione si ristrutturava consolidando il legame tra conoscenza del territorio e processi decisionali. Il portale online Puglia Partecipa ha permesso all'autore di condurre un'analisi di processi partecipativi regionali, rilevando 137 e due aree di alta concentrazione (Terra di Bari e Salento). I percorsi, poi, si sviluppano prevalentemente nei piccoli comuni, spesso senza elevata vocazione turistica, dove la partecipazione è intesa come strumento per stimolare processi di sviluppo locale e rafforzare il legame tra comunità e territorio. A partire da queste premesse, l'autore propone un progetto di ricerca finalizzato alla costruzione di un Public Participation GIS, ovvero una mappatura partecipata, sviluppando una conoscenza territoriale utile a individuare potenzialità, criticità e resistenze locali nei confronti del turismo stesso.

In *The Proximity Economy and the Integrated Relational Tourism into the SNAI Areas*, Gilda Catalano (Università della Calabria) torna sulle aree interne italiane e le tante strategie proposte per rigenerarle, più o meno fortunate: investire le dinamiche di spopolamento e aumentare il benessere della popolazione con una quantità e una qualità adeguata di servizi essenziali, ridurre il divario digitale, fermare l'abbandono dei terreni fertili valorizzando le risorse agricole, proteggere il patrimonio ambientale e paesaggistico riducendo e prevenendo gli effetti dei cambiamenti climatici, investire nei giovani promuovendo azioni sociali, culturali e imprenditoriali innovative, riutilizzare e reinventare gli spazi e, “naturalmente”, investire nel turismo. L'autrice si sofferma su due possibili prassi proattive in tal senso: il Turismo Relazionale Integrato e l'Economia di Prossimità. Ribadisce come il turismo svolga indubbiamente un ruolo chiave, per le aree interne in generale e per quelle oggetto dello studio: due centri semiperiferici (Riccìa e Fontecchio), tre periferici (Assergi nel Gran Sasso, Pienza e Grottole) e due ultraperiferici (Santo Stefano di Cadore e Danta di Cadore). Sebbene diversi per posizione e caratteristiche generali, questi luoghi esprimono una interessante combinazione di competenze individuali, azioni innovative e strumenti di partnership. I risultati positivi emersi sono classificabili in tre ambiti: buone performance, una nuova visione territoriale e

nuove forme di innovazione sociale, che portano tutte verso una nuova più avanzata capacità di place-making da parte degli attori locali.

In *Piccoli mondi a parte? I borghi tra narrazioni retoriche e nuove prospettive. Il caso di Belmonte in Calabria*, Rossana Galdini e Silvia De Nardis (Università di Roma “La Sapienza”) tornano sulla duplice retorica dei borghi stessi: spazi di declino, marginalità e arretratezza, o al contrario luoghi ricchi di fascino e straordinario potere attrattivo. Nella maggior parte delle iniziative in atto, il rilancio del borgo passa soprattutto attraverso formule di turismo lento e di prossimità, con il rischio però di creare poche cattedrali nel deserto trascurando la “bruttitalia”, cioè quella moltitudine di borghi poco attraenti dove il turista non vorrebbe mai recarsi. Il riuso temporaneo del patrimonio dismesso, comunque, è riconosciuto come uno strumento adatto a verificare la bontà delle soluzioni più complesse, stimolando la partecipazione. Contesti creativi come i festival e le rassegne culturali possono poi innescare dinamiche virtuose per la loro capacità di costruire comunità di conoscenza e comunità di pratiche utili allo sviluppo locale. Le autrici propongono il caso di Belmonte Calabro, che vive un intenso spopolamento da decenni ma che dal 2016 è diventato luogo di sperimentazione. Attraverso un laboratorio con studenti e docenti, la promozione di un festival, la riattivazione di uno spazio vuoto in luogo di co-working, la creazione di un progetto residenziale in un ex convento in cui abitanti temporanei possono trascorrere brevi periodi nel paese, emerge un processo partecipativo e collaborativo con l’uso di un approccio architettonico leggero, flessibile e tattico. Resta però la difficoltà di sedimentare questi valori e l’inefficacia nell’affrontare problemi strutturali come l’occupazione, il welfare o l’integrità ecosistemica, a cui si aggiunge la difficoltà di creare un processo efficace nel tempo per mancanza di fondi o mutate condizioni di contesto.

Nella sezione 7, *Nuovi scenari turistici. Alla scoperta dei centri minori e delle radici*, si ricorda come una delle misure più note per contenere la pandemia di Covid-19 sia stata il lungo blocco della mobilità delle persone. Di conseguenza, gli “arrivi turistici” internazionali sono crollati da 1,5 miliardi nel 2019 a poche centinaia di migliaia nel 2020. Oltre al danno al settore e alle industrie correlate, un impatto significativo è stato a livello sociale e culturale, con l’accelerazione dei cambiamenti nello stile di vita. Ne deriva quindi anche una riflessione sulla riscoperta del turismo “slow” e sostenibile, associati spesso ai centri storici più piccoli e alle zone interne, lontani dagli itinerari più battuti e che nonostante il forte spopolamento conservano tratti culturali e ambientali forti. È su questi aspetti che si basa il cosiddetto viaggio alle radici, cioè il ritorno ai luoghi d’origine della propria famiglia emigrata poi altrove. Questo segmento è diventato sempre più

oggetto di interventi del Governo italiano (Piano Strategico del Turismo 2017-2022 e 2023-2027, PNRR) fino a decretare l'anno del turismo delle radici nel 2024.

In *Turismo e musei delle migrazioni: verso la scoperta di un patrimonio di storie*, Giorgia Ciolli (Università Telematica “Niccolò Cusano” di Roma) riflette su come l'istituzione museale possa diventare uno spazio di incontro e di avvicinamento all'altro, affinando la nostra capacità di immedesimazione e immaginazione. Musei come quello regionale dell'Emigrazione Pietro Conti a Gualdo Tadino e il museo calabrese Nave della Sila, infatti, forniscono delle esperienze significative nella co-costruzione di conoscenza, offrendo la possibilità di consultare documenti ed entrare in contatto con storie più o meno vicine ai propri vissuti personali. Per chi compie il viaggio delle radici, quindi, è un'occasione importante per ricostruire la propria storia e creare una connessione con il territorio di provenienza. Nell'ottica di un processo di lifelong learning, però, esperienze didattiche e laboratori non dovrebbero essere riservati ad un pubblico di bambini. Considerando poi che la scarsità di risorse finanziarie rende queste istituzioni molto vulnerabili alla chiusura o all'incapacità di aggiornare le loro esposizioni in modo coerente, sarebbe auspicabile la creazione di una rete nazionale dei musei delle migrazioni.

In *Diaspora Community, Travel and Homeland Development: the Case of Plav and Gusinje, Montenegro*, Nataša Krivokapić (Università del Montenegro, Nikšić), Andriela Vitić Ćetković (Università del Montenegro, Kotor), Ivona Jovanović (Università del Montenegro, Kotor) e Mihaela Lazović (Accademia delle Scienze Applicate di Belgrado) si concentrano sul collegamento della diaspora con la propria patria di origine attraverso eventi tradizionali che rivelano iniziative economico-turistiche all'insegna della conservazione dell'identità culturale. Le autrici si concentrano poi sulle città di Plav e Gusinje, nel nord del Paese (la parte meno sviluppata economicamente), svolgendo un'indagine campionaria durante le vacanze estive, quando molti emigranti tornano nella terra d'origine. Uno dei motivi più significativi è il mantenimento dei loro rapporti familiari e legami affettivi con i luoghi della propria infanzia o giovinezza. I risultati mostrano come i “migranti della diaspora” da queste città siano ben consapevoli e ben disposti verso gli eventi organizzati per loro durante l'estate, ma emergono comunque motivazioni diverse: se le generazioni più anziane visitano il loro luogo di origine per alleviare la nostalgia della patria, quelle più giovani ambiscono a entrare in contatto con i coetanei della terra dei loro antenati, costruendo relazioni migliori con loro e familiarizzando con la vita rurale. Non percepiscono la terra dei loro antenati come la loro patria

dunque, ma non si sento nemmeno estranei. Tutti, comunque, sono disposti ad aiutare in qualche modo il luogo da cui sono emigrati.

In *Luoghi sacri dell'ospitalità: i centri storici minori italiani*, Tullio Romita (Università della Calabria) propone una riflessione che prende in considerazione alcuni di questi modelli di intervento dichiarati “di recupero e valorizzazione dei centri storici minori”. Molti borghi sono stati coinvolti da un processo di progressiva pauperizzazione, determinato oltre che dalla preferenza per il “nuovo”, anche dalla non convenienza economica alla ristrutturazione che il vecchio patrimonio edilizio richiedeva. L'autore avanza quindi la proposta del centro storico come “luogo sacro dell'ospitalità”, ispirandosi alle linee guida per la gestione dei “siti naturali sacri” della IUCN (International Union for Conservation of Nature) dell'UNESCO. L'autore propone quindi l'analisi di due esperienze. La prima è l'associazione *I Borghi più Belli d'Italia*, che nasce nel 2002 per raccogliere e censire il meglio dell'immenso patrimonio storico, artistico nazionale, mettendo in contatto le piccole comunità con esperienze di viaggio più aggiornate, nonché valorizzando con il proprio marchio i 360 borghi che ne fanno attualmente parte. L'impressione che emerge dallo studio, però, è che questa intenzione pur lodevole rischi di fatto di standardizzare le qualità dei territori e di presentarli meramente come prodotti turistici, con effetti marginali sulla loro rigenerazione socio-economica e urbana. Riguardo invece *Borghi Autentici d'Italia*, pur condividendo l'obiettivo di valorizzare i centri storici minori italiani, si insiste maggiormente sulla riscoperta quali luoghi da vivere, sostenere e preservare, promuovendo il protagonismo di cittadini e comunità locali. Si configura quindi un processo di recupero e valorizzazione incentrato sul patrimonio urbanistico storico-culturale esistente più che l'adesione ad un marchio e a standard di ospitalità.

In *I centri storici minori quali luoghi della memoria*, Antonella Perri (Università della Calabria) sottolinea come tali centri appartengano a città di dimensioni più ridotte che, pur non avendo la stessa risonanza dei grandi centri, custodiscono un'identità culturale e storica di grande valore. In questi casi c'è spesso il problema dello spopolamento e dell'abbandono abitativo. I tanti percorsi di recupero di questi territori propongono azioni molto diverse tra loro e spesso non integrate, privilegiando talvolta la sola preservazione del patrimonio storico o la sola rivitalizzazione economica del nucleo urbano storico. San Marco Argentano (Cosenza), un centro con poco più 7.000 abitanti, ha un passato di punto di riferimento per decine di comuni dell'hinterland in quanto sede vescovile, di diverse scuole pubbliche e numerosi altri servizi. Si caratterizza però oggi per un patrimonio urbano ed abitativo che contrasta con la scarsa presenza di attività socio-

economiche, con pochi residenti e pochissimi giovani. In questa realtà sono comunque state osservate alcune iniziative di soggetti pubblici e privati che mirano a valorizzare il turismo delle radici. Un sito web locale consente ormai da anni a molte persone originarie del paese e oggi residenti in tutto il mondo, di trovare informazioni sulla propria famiglia, i luoghi e le attività lavorative del passato. L'autrice riporta poi i risultati di una indagine svolta nel periodo estivo sul territorio comunale, con interviste semi-strutturate ad amministratori locali, stakeholder ed ai turisti stessi. I primi sottolineano l'importanza della governance partecipata ma anche la necessità di meglio valorizzare il lavoro realizzato, i secondi esprimono opinioni positive sulle iniziative ma chiedono un supporto finanziario più continuativo, i terzi sono particolarmente colpiti dal suddetto portale ma meno consapevoli delle azioni poste in essere dall'amministrazione comunale. Lo studio sembra confermare l'ipotesi secondo cui un modello di governance partecipata, che coinvolga attivamente e contemporaneamente istituzioni pubbliche e popolazione locale, sia imprescindibile per il successo delle iniziative di valorizzazione dei centri storici minori.

In conclusione, desidero esprimere un breve ma sentito ringraziamento a tutti coloro che, in modi diversi ed in tempi diversi, hanno reso possibile questo volume. Ognuna e ognuno meriterebbe una menzione e qualche parola di dedica ma questo renderebbe tutto molto lungo e correrei peraltro il rischio di dimenticare qualcuno o qualcosa di importante. Il mio pensiero va però a chi ha organizzato tutti i convegni ASTMed, a tutte e tutti coloro che hanno fatto parte del Direttivo e anche ai componenti del Comitato Scientifico della Conferenza di Bertinoro, che con il lavoro di organizzazione delle sessioni e poi di referaggio dei contributi hanno dato un contributo forse poco visibile ma sicuramente fondamentale.

Bibliografia

- De Riu R. (a cura di) (2013), *Contesti mediterranei in transizione. Mobilità turistica tra crisi e mutamento*, FrancoAngeli, Milano.
- Guidicini P., Savelli A. (a cura di) (1999), *Strategie di comunità nel turismo mediterraneo*, FrancoAngeli, Milano.
- Iakovidou O. (ed.) (2005), *Mediterranean Tourism Beyond the Coastline: New Trends in Tourism and the Social Organisation of Space*, Ziti Publications, Thessaloniki.
- Krivocapić N., Jovanović I. (2022), *Slow and Fast Tourism. Travellers, Local Communities, Territories, Experiences*, University of Montenegro - Faculty of Philosophy, Niksic.

- Latiesa M., Puerta Cañaveral I., Paniza Prados J.L. (2009), *El Turismo en el Mediterráneo. Posibilidades de Desarrollo y Cohesion*, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.
- Plan Bleu (2022), *State of Play of Tourism in the Mediterranean, Interreg Med Sustainable Tourism Community project*, testo disponibile al sito: https://planbleu.org/wp-content/uploads/2022/11/EN_VF_stateoftourism_PLANBLEU.pdf, data di consultazione: 01/09/2025.
- Romita T., Catalano G., Perri A. (a cura di) (2015), *Scenari e tendenze della mobilità turistica*, Aracne, Roma.
- Romita T., Tocci G., Perri A. (a cura di) (2016), *Turismo e qualità della vita. Buone e cattive pratiche*, Aracne, Roma.
- Savelli A. (a cura di) (1988), *Il Mediterraneo come sistema turistico complesso*, «Sociologia Urbana e Rurale», 26.
- Savelli A. (a cura di) (1988a), *Il turismo in una società che cambia*, FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A. (a cura di) (1992), *Gruppi e strutture intermedie locali per una reimmaginazione del sistema turistico*, «Sociologia Urbana e Rurale», 38.
- Savelli A. (a cura di) (2004), *Città, turismo e comunicazione globale*, FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A. (a cura di) (2004), *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A. (a cura di) (2008), *Spazio turistico e società globale*, FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A. (a cura di), *Turismo e Ambiente*, «Sociologia Urbana e Rurale», 52/53.
- Tidore C. (a cura di) (2013), *Città mediterranee nello spazio globale. Mobilità turistica tra crisi e mutamento*, FrancoAngeli, Milano.
- WTTC (2025), *Travel & Tourism Economic Impact 2025*, World Travel & Tourism Council, London.

Sezione 1

*Arcipelago Mediterraneo.
Prospettive e sfide del turismo nelle isole*

1. «Quanti cieli, quanti mari che m'aspettano». *Cineturismo e promozione territoriale*

di *Luisa Cutzu*

Introduzione¹

L'indagine sugli effetti dell'audiovisivo sulle scelte turistiche è una pratica oramai ampiamente diffusa e, soprattutto, ben consolidata non solo in ambito accademico ma anche nell'industria turistica che ha individuato nel cinema e nella televisione un efficace strumento di marketing territoriale (Paulillo, 2006; Zucchetti, 2008; Filippi, 2011; Scarlata, 2016).

Nella grande varietà di studi internazionali che hanno investito il fenomeno, questo saggio intende inserirsi attraverso la disamina di alcuni casi specifici di pratiche turistiche influenzate da film e serie tv girati e ambientati in Sardegna. La riuscita di questa analisi è stata possibile anche grazie ai risultati ottenuti da due ricerche portate avanti dalla Fondazione Sardegna Film Commission (la prima svolta nel 2018 e la seconda nel 2021) che tendevano a mostrare la relazione tra la visione di un prodotto audiovisivo e le scelte turistiche ad essa legate e, in modo particolare, si ponevano come obiettivo ultimo quello di rilanciare l'idea che il viaggio emotivo svolto durante la visione possa trovare un riscontro concreto nel mondo reale attraverso la ricerca di quei luoghi che lo hanno ospitato.

L'obiettivo è quello di esplorare i meccanismi attraverso cui la rappresentazione audiovisiva di un luogo può stimolare l'interesse turistico, analizzando il legame tra narrazione, emozioni e scelte di viaggio. A par-

¹ Il saggio si inserisce nell'ambito del progetto InnTerr (Innovazione, inclusione e studi interdisciplinari per lo sviluppo del territorio) che si pone l'obiettivo di rilanciare una specifica porzione di territorio delle aree interne della Sardegna. L'analisi proposta, come si vedrà, esamina prodotti audiovisivi che sono stati girati e/o ambientati in zone di mare; l'intento generale è però studiare pratiche di intervento turistico che possono trovare riscontri positivi anche in altre aree, non necessariamente costiere.

tire dall'analisi di due prodotti audiovisivi girati e ambientati in Sardegna, *L'isola di Pietro* e *La vita che volevamo*, oltre che dalla discussione dei risultati delle suddette ricerche promosse dalla Fondazione Sardegna Film Commission, lo studio si propone di valutare il ruolo delle emozioni nella transizione da spettatore a turista e di indagare le condizioni necessarie affinché una location diventi una destinazione turistica. Inoltre, il lavoro si pone come un contributo teorico e pratico alla comprensione del fenomeno del *set-jetting*, una declinazione specifica del cineturismo che mette in relazione l'immaginario filmico con l'esperienza concreta del viaggio.

Il saggio si struttura in tre sezioni: una panoramica teorica in cui si introduce il concetto di *film-induced tourism* e il fenomeno del *set-jetting*, delineando il legame tra rappresentazione audiovisiva, emozioni e scelte turistiche. L'analisi di due casi di studio sulla Sardegna con lo scopo di mostrare come i prodotti audiovisivi abbiano influenzato il turismo locale e, infine, si conclude con una discussione sulle implicazioni pratiche e teoriche, sottolineando i fattori chiave che trasformano una location in una destinazione turistica e il ruolo strategico del cinema nella promozione territoriale.

Cinema e turismo è un binomio che funziona, che è stato analizzato da diversi punti di vista, è stato promosso ma anche, giustamente, problematizzato. Quel che è certo, è che sono due termini difficili da scindere giacché, per dirla con le parole di Giuliana Bruno, «lo “spettatore” cinematografico è un professionista dell'osservazione di spazi: un turista» (Bruno, 2015, p. 84).

1. *Film-induced tourism e set-jetting*

Oggetto di studio da parte di numerose discipline da almeno due decenni (Macionis, 2004; Beeton, 2005; Di Cesare, Rech, 2007; Nicosia, 2012; Lavarone, 2016; Lolli, 2022), il fenomeno del *film-induced tourism* – noto in Italia con il termine “cineturismo” – può essere analizzato da molteplici punti di vista scorporando dal generale (ovvero il turismo indotto dalle produzioni audiovisive che si declina ad esempio nella ricerca delle location, nella visita di parchi a tema o nel pellegrinaggio verso le abitazioni dei divi) alcuni aspetti più specifici. Nel contesto di questa ricerca, l'attenzione è rivolta a questa ricerca della location prende il nome di *set-jetting*. Nello specifico, il *set-jetting*, noto anche con il termine *cinema sightseeing* (Lolli, 2022), è spesso un'esperienza che viene offerta all'interno di pacchetti di viaggio più ampi. Vien da sé che, a differenza di altre esperienze cineturistiche (ad esempio, visita a musei del cinema o a parchi a tema), il

set-jetter non necessariamente identifica nella ricerca della location la meta principale del suo viaggio. Dal momento che si tratta di un fenomeno così ampiamente esaminato, appare necessario sottolineare due aspetti relativi al *set-jetting*: in primo luogo, si tratta di un termine che non nasce in ambito accademico (Bentham, 2006; cfr. Lavarone, 2016, p. 28) sebbene sia stato poi utilizzato anche in alcuni studi scientifici (Oliveau, 2009); in secondo luogo è opportuno precisare che si tratta di una delle tante sfumature che definiscono il *film-induced tourism* e che possiamo riscontrare nella letteratura specializzata.

L'immagine di un luogo, e il modo in cui essa viene rappresentata, incide in maniera significativa sulle scelte dei turisti. Come affermano Hahm e Wang (2011, p. 67), «the creation of a destination image stimulates information search behavior concerning that destination and this heightened interest level leads to potential travel behavior to visit the location».

Il desiderio, per lo spettatore, di far coincidere esperienza cinematografica e mondo reale ha dato vita a esperienze cineturistiche che, a distanza di anni, continuano a suscitare un grande interesse in chi si avvicina allo studio della materia. Casi emblematici come il successo della spiaggia di Maya Bay dopo l'uscita del film *The Beach* (Danny Boyle, 2006) o i luoghi sparsi per il Regno Unito che hanno trovato spazio durante la saga di *Harry Potter*² (2001-2011) continuano ad essere citati a distanza di anni. O ancora, a titolo di esempio, pensiamo al successo della serie *Il commissario Montalbano* (Rai, 1999-in produzione) e all'impatto che questa ha avuto sul territorio siciliano.

In maniera meno estesa rispetto ai casi appena citati, ma comunque significativa, anche in Sardegna si è avuta un'esperienza analoga di ricerca dei luoghi da parte dei turisti in seguito alla visione di alcuni prodotti audiovisivi. Il caso più recente, nonché il più noto a causa della sua risonanza mediatica, è senz'altro *La Sirenetta* (*The Little Mermaid*, Rob Marshall, 2023), il live action prodotto dalla Disney³.

² La saga è composta da sei titoli che, come noto, sono trasposizioni dei romanzi di fama mondiale scritti da J.K. Rowling. *Harry Potter e la pietra filosofale*, *Harry Potter e la camera dei segreti* (Chris Columbus, 2001-2002), *Harry Potter e il prigioniero di Azkaban* (Alfonso Cuarón, 2004), *Harry Potter e il calice di fuoco* (Mike Newell, 2005), *Harry Potter e l'Ordine della Fenice*, *Harry Potter e il principe mezzosangue*, *Harry Potter e i doni della morte: parte 1*, *Harry Potter e i doni della morte: parte 2* (David Yates, 2007-2011).

³ Uno dei primi articoli a parlare dell'impatto del film sul turismo è stato pubblicato dalla rivista online *Daily Mail* il 2 giugno 2023, a pochi giorni dall'uscita del film in sala. www.dailymail.co.uk/travel/article-12151923/Set-jetting-Little-Mermaid-fuels-216-//increase-searches-Sardinia.html (data di consultazione: 07/12/2024).

In questa sede ci soffermeremo su due casi studio: *La vita che volevamo* (*Was wir wollten*, Ulrike Kofler, 2020) e la serie televisiva *L'isola di Pietro* (Mediaset, 2017-19), ma, prima di procedere, è opportuno definire gli strumenti analitici.

2. Strumenti analitici: una panoramica

In un saggio su jet-setting e pellegrinaggio cinematografico, lo studioso e regista Frederick Baker scrive: «Epiphany's are usually reserved for scientists, philosophers or mystics, but not for tourists. Yet this is what film tourists are looking for; a moment of union between film time and location time, a merging of the film space inside the frame and location space outside, the geographic space in which the film was literally shot [...]. The cine tourist's imagination becomes a projector, casting film sequences onto the physical walls of real-life locations. It is a way of willing time to rewind and for the present, to miraculously return to being a film set» (Baker, 2017, p. 113).

Il presente, ovvero il tempo del viaggio, ricomincia ad essere la location del film grazie all'esperienza del cine-turista. Di cosa parliamo quando parliamo di location? Sia essa cinematografica o televisiva, si riferisce al luogo nel quale un film, o una serie tv, viene effettivamente girato o in cui è semplicemente ambientato. La principale differenza tra queste due accezioni risiede nel fatto che, sebbene un prodotto possa essere girato in un determinato luogo, la storia potrebbe essere ambientata in un differente contesto geografico o spaziale.

La relazione positiva tra rappresentazione dei luoghi e scelte turistiche è ampiamente dimostrata dalla letteratura scientifica (Ham, Yang, 2022, *op. cit.*) e la location è stata definita come un *pull factor* già da molti anni (Riley, Van Doren, 1992), ovvero come uno di quei fattori di spinta, che caratterizzano l'oggetto del viaggio e di fatto attraggono il turista. I fattori *pull* sono stati esaminati nel corso degli anni sulla base delle loro caratteristiche e schematizzati come segue (Lolli, 2022, p. 29): *Place*, inquadra le proprietà intrinseche del luogo; *Performance*, identifica gli aspetti relativi alla sceneggiatura del film o al genere del prodotto audiovisivo; *Personality*, in questo caso, indica che ad attrarre il turista è la possibilità di intraprendere un "pellegrinaggio" verso una specifica location che ha ospitato personaggi celebri, ovvero l'intero cast o solo una parte dei protagonisti di un prodotto audiovisivo.

I modi attraverso cui i luoghi vengono rappresentati sono diversi e anche in questo caso possono essere schematizzati in base alla relazione che

intercorre con la realtà geografica e alla loro natura da un punto di vista narrativo. Possiamo quindi distinguere tre tipi di luoghi cinematografici: *reali*, quando l'ambientazione e il luogo rappresentato coincidono; *fittizi*, quando l'ambientazione è differente e non corrisponde al luogo rappresentato; *fantastici*, quando l'ambientazione è totalmente artefatta e la realtà del luogo non è riconoscibile (Lolli, 2022, pp. 39-40).

Infine, una ulteriore suddivisione riguarda il modo in cui una rappresentazione restituisce l'idea di un certo luogo allo spettatore. Per meglio comprendere questa distinzione, è utile citare uno studio di Mestre, del Rey e Stanishevski che esamina il modo in cui l'immagine della Spagna è stata costruita attraverso l'audiovisivo. Nel loro articolo propongono le seguenti categorie: *Icon Film*, ovvero quei prodotti audiovisivi che contribuiscono a costruire un'immagine quanto più possibile coincidente con la realtà; viceversa, i *Pastiche Film* tendono ad assecondare un'immagine stereotipata del luogo attraverso una rappresentazione distorta della realtà che passa dall'utilizzo falsato e non autentico di elementi della cultura di quel luogo; infine, i *Tourism Poster Film* intrecciano la narrazione con le caratteristiche del luogo come bellezze naturali o monumenti mescolate con situazioni del quotidiano che i turisti vivono durante i loro viaggi (Mestre, Rey, Stanishevski, 2009, p. 186).

Questa serie di classificazioni non ha pretesa di esaustività sul legame tra luogo, rappresentazione di esso e fenomeni turistici. Lo scopo è piuttosto quello di comprendere quali caratteristiche possono avere i prodotti audiovisivi analizzati dal punto di vista delle location e dal modo in cui queste vengono "sfruttate" per suscitare più o meno interesse turistico sugli spettatori.

Infatti, l'appartenenza di un film (o di una serie tv) a una o più delle tipologie appena espresse, non garantisce a un dato luogo di passare dallo status di location a quello di destination ovvero destinazione turistica. Per far sì che possa avvenire questo passaggio, è necessario che entrino in gioco numerosi altri fattori. A giocare un ruolo di spinta verso l'interesse turistico interviene lo slancio emozionale che crea un legame tra lo spettatore e il luogo rappresentato; chi guarda un prodotto audiovisivo instaura una relazione, un legame con l'oggetto filmato che viene caricato di valore sentimentale ed emotivo. Si mette in pratica «il passaggio dallo spazio, quantitativo, astratto e vuoto, al luogo, qualitativo, concreto e relazionale» attraverso «uno sguardo [quello dello spettatore] portatore di emotività» (Tognolotti, 2017, p. 31). È in questo momento, durante la costruzione dello sguardo, che l'oggetto filmato – il paesaggio – viene addomesticato e reso familiare a tal punto da suscitare il desiderio di ritrovare quello stesso oggetto nel mondo reale, rinunciando quindi alla mediazione dello schermo

per vivere in maniera concreta e tangibile l'esperienza stessa del luogo. Tale esperienza è, di fatto, il passaggio «dall'ottico all'aptico» (Bruno, 2015, p. 17), la transizione da una dimensione visuale, che coinvolge la vista, a una legata all'esperienza tattile che permette allo spettatore di entrare in contatto con un luogo precedentemente conosciuto attraverso lo sguardo.

Il trasporto fisico, quindi, è legato in maniera evidente a quello emotivo provato dallo spettatore durante la fruizione di un'opera filmica o televisiva (Grespi, 2009; Bruno, 2015). Dal momento che in questo contesto si gioca una doppia partita, da una parte l'esperienza spettatoriale e dall'altra l'esperienza turistica, è necessario chiamare in causa un'ulteriore dimensione emozionale provata da un individuo che si reca nel luogo prescelto. L'emozione turistica è analizzata sin dai primi anni Novanta (Cohen, Areni, 1991), ma più recentemente l'interesse per la relazione tra turismo e sfera emozionale ha conosciuto una significativa crescita (Hosany, Prayag, 2013; Scuttari, Pechlaner, 2017; Hosany, Hunter-Jones, Cabe, 2020).

Scuttari e Pechlaner sottolineano che «emotions are part of consumer experiences and are also relevant in tourist experiences [...]». The relationship between emotions and tourism experiences relies on the fact that emotional responses occur all along the tourist experience, in relation to different interactions and interfaces» (Scuttari, Pechlaner, 2017, pp. 42-43). Se caliamo questa ultima affermazione nel contesto della nostra ricerca, appare chiaro come anche la preparazione del viaggio cine-turistico cominci a incidere sulla sfera emotiva dello spettatore.

Fino a questo momento si è preferito parlare del legame tra visione e scelte di viaggio specificando che avviene in contesti cinematografici o televisivi e non attraverso un più generico universo audio-visuale. Questa scelta tende a mettere in evidenza come spesso, a suscitare emozione e desiderio, sia non solo la visione di un luogo esteticamente appagante ma anche, e soprattutto, la narrazione che abita quel luogo. Si tratta di una differenza sostanziale che esclude dalla nostra indagine tutti quei prodotti che sfruttano sì il linguaggio cinematografico ma che vengono realizzati a puro scopo pubblicitario. «The motivation to visit somewhere seen in a movie (whether real or imagined) is likely to have an effect in ways which traditional advertising cannot. With the medium of film, the person is not being cajoled into choosing the destination, rather they are making their own decision on the basis of the influence various aspects of the movie has had upon them» (Bolan, Boy, Bell, 2011, p. 102).

Sulla base di questo quadro⁴, quindi, la mera rappresentazione di un

⁴ In questa sede si è scelto di non considerare gli effetti negativi provocati dal turismo cinematografico pur nella consapevolezza della loro esistenza. Rispetto ai casi presi in

luogo non è sufficiente a suscitare interesse, ma si rende necessario altro: è la capacità di intrecciare quel luogo con una storia a fare la differenza. Per tale ragione, il turismo cinematografico, e nello specifico il *set-jetting*, si distingue dalla promozione turistica tradizionale in quando si basa su una connessione personale e affettiva che supera la visione fino a giungere nella dimensione del vissuto. La location può finalmente diventare destinazione e trasformare lo spettatore (sia esso cinefilo o meno) in un turista o *set-jetter*.

3. Cinema e turismo: i due casi sardi

Alla luce del quadro delineato più sopra, in questa sezione si analizzano due casi di studio legati al territorio sardo, concentrandosi sull'impatto che due prodotti audiovisivi hanno avuto sul territorio dalla storia e dalle riprese: la serie televisiva *L'isola di Pietro* e il lungometraggio *La vita che volevamo*.

In linea con Hahm, «films have the potential to create both positive and negative impacts on tourism of a destination. [...] may generate enormous benefits to the local economy, preservation of sites, destination image, multiplier effect, property values, visitor influx, and infrastructure» (Hahm, Wang, 2011, p. 165) oppure, al contrario, quel luogo e tutte le sue caratteristiche possono venire compromesse a causa della sua esposizione mediatica. Nei casi in questione, ci soffermeremo sugli aspetti positivi che sono stati registrati e che hanno mosso l'interesse, come vedremo, di numerosi spettatori.

Il primo caso, *L'isola di Pietro*, è una serie televisiva prodotta da Rti Mediaset e Lux Vide e andata in onda su Canale 5 dal 2017 al 2019. È composta da tre stagioni, tutte ambientate e girate a Carloforte, unico comune presente sull'isola di San Pietro, nel Sud Sardegna. La serie segue le vicende di Pietro Sereni (Gianni Morandi), medico pediatra presso l'ospedale del paese, che per merito della sua empatia e simpatia diviene un punto di riferimento per tutta l'isola. A scuotere la quiete della sua quotidianità, arriva la figlia Elena Sereni (Chiara Baschetti) e con lei diverse dinamiche familiari che sembravano oramai far parte del passato. Si tratta di una serie dai toni drammatici, che intreccia la storia dei protagonisti

esame, l'unico che potrebbe manifestarsi, ad oggi, nei luoghi coinvolti, è il *displacement* ovvero la sensazione di smarrimento che prova uno spettatore/turista quando, una volta giunto nella *location*, non riscontra nella realtà quell'immagine che aveva precedentemente assimilato durante la visione (Bolan, Boy, Bell, 2011).

con la vita del luogo e si amalgama in maniera naturale con il paesaggio nella quale è ambientata e girata. «Dietro il grande successo della serie trasmessa da Canale 5, non c'è soltanto l'inossidabile popolarità di Gianni Morandi ma anche il fascino delle ambientazioni che fanno da sfondo alla storia» (s.a., 2019), si legge in un articolo scritto in occasione dell'inizio delle riprese della terza stagione. La grande forza sinergica tra la Regione Sardegna e la produzione sembrava poter dare vita a una serie televisiva longeva, terminata, tuttavia, pochi anni dopo. Una maggiore durata della serie televisiva garantisce infatti la possibilità di ampliare il pubblico interessato e di consolidare l'affetto verso i personaggi e le storie narrate⁵.

Il secondo caso, *La vita che volevamo*, è invece un lungometraggio prodotto e distribuito da Netflix nel 2020. Il film, tratto da un racconto breve di Peter Stamm e diretto dalla regista austriaca Ulrike Kofler, ha avuto un grande successo di pubblico e critica ed è stato proposto per candidare l'Austria ai Premi Oscar. La pellicola si apre su una coppia (Alice e Niklas) che dorme in una tenda da campeggio; dopo il primo stacco la macchina da presa si sposta su una spiaggia cosicché, fin dalle prime battute, capiamo che il mare è un elemento rilevante della narrazione.

La storia racconta un momento della vita di una giovane coppia che cerca in tutti i modi di avere un figlio; dopo aver interrotto una gravidanza nel passato, Alice ora non riesce più a rimanere incinta. All'ennesimo tentativo fallito, Alice e Niklas decidono di tornare in Sardegna, dove era stato concepito il primo figlio, con la speranza di ricostruire il loro rapporto che si sta piano piano sgretolando. Anche in questo caso, la location ricopre un ruolo primario non solo per le spiagge e per quel mare foriero di buone e cattive notizie, ma soprattutto perché il contesto naturalistico evidenzia i limiti geografici di un'isola che fanno da cassa di risonanza ai limiti comunicativi tra i personaggi. In casi come questi «le location diventano un elemento strutturale dell'impianto narrativo in grado di differenziare il prodotto [...] nonché di caricare la storia di nuovi significati e di suggestioni visive ed emotive» (Cucco, Richeri, 2013, p. 14).

L'intreccio tra i personaggi, le storie e i luoghi che le hanno accolte, ha ricoperto un ruolo significativo nella scelta della Sardegna come meta turistica. Entrambe le ricerche promosse dalla Sardegna Film Commission puntavano infatti a dimostrare, in maniera specifica, in quale percentuale la rappresentazione di quei luoghi avesse sedimentato nella memoria degli spettatori (regolari e non).

⁵ In tal senso, si prenda, a titolo di esempio, il successo di serie tv come *Il commissario Montalbano* o *Don Matteo* che, grazie alla numerosa quantità di episodi realizzati, ha dato il via a un grande fenomeno cineturistico.

La prima ricerca, del 2018, prende in esame esclusivamente la serie tv *L'isola di Pietro* e, di conseguenza, un pubblico ristretto e specifico. Il dossier è così sviluppato: nelle prime due sezioni viene esplicitata la metodologia, il campione di riferimento e la presenza di un approfondimento sull'isola di San Pietro e in generale sul sud-ovest della Sardegna; il target era composto da «utilizzatori di Internet di età compresa fra i 18 ed i 64 anni e residenti nel territorio nazionale (con esclusione della Sardegna), che nei 12 mesi precedenti hanno trascorso vacanze con più di 5 pernottamenti fuori casa e/o hanno seguito almeno una serie TV italiana»⁶; le interviste sono state somministrate tramite piattaforma web.

I risultati dell'indagine hanno messo anzitutto in evidenza un generale apprezzamento della serie televisiva ma, dato più interessante, il giudizio sulle location è fortemente positivo. «È come se le location fossero un gradito elemento del cast che, se avesse ulteriore spazio, accrescerebbe il gradimento della fiction» si legge tra i commenti ai dati riportati nel dossier. Ulteriormente significativa è la relazione tra la visione della serie televisiva e l'incremento dell'interesse verso i luoghi rappresentati come possibili mete turistiche. I dati infatti dimostrano che, in virtù del fatto che esiste un generale apprezzamento del prodotto, «la propensione a considerare la Sardegna come destinazione per vacanze estive/autunnali del 2018 è sensibilmente più alta fra quanti hanno seguito regolarmente la fiction *L'isola di Pietro* (molti dei quali senza pregresso turistico recente legato alla regione)». Come si evince quindi da questi commenti, e dalla lettura dei dati, l'indagine, per come è stata sviluppata, dimostra una relazione tra la visione e il desiderio di visitare i luoghi rappresentati.

La seconda ricerca (s.a., 2021), dal titolo *Sardinia Dreaming. L'impatto della visione di serie tv e film e nella scelta della vacanza. Da L'isola di Pietro a La vita che volevamo: il caso della destinazione Sardegna*, come evidenziato, riprende in parte i risultati già emersi con la prima ricerca e li arricchisce attraverso due canali: da una parte viene sottoposta una seconda survey al pubblico della fiction *L'isola di Pietro*, giunta alla sua conclusione nel 2019, e dall'altra l'indagine si spinge verso il pubblico estero attraverso il film *La vita che volevamo*.

La prima parte del dossier, dedicata agli sviluppi dei dati relativi alla serie tv, dimostra come nel corso delle stagioni e a distanza di un anno, ci sia stato un aumento della conoscenza del prodotto che, di conseguenza, si riflette in una maggiore circolazione dei luoghi. Questa circolazione si tra-

⁶ Le informazioni relative alla ricerca sono riportate dal dossier ufficiale per il quale si ringrazia la Fondazione Sardegna Film Commission per la gentile concessione del materiale.

duce in una maggiore “considerabilità” della Sardegna come meta turistica e che viene confermata dai dati relativi al “movimento dei clienti negli esercizi ricettivi” del Sulcis (area del Sud Sardegna) e a Carloforte.

La seconda parte del dossier, invece, indaga l’impatto sul pubblico germanofono attraverso il film austriaco *La vita che volevamo*. La ricerca è stata svolta nel 2021, in un periodo delicato della storia, e inquadra i flussi turistici avvenuti nella prima fase di uscita dalla pandemia di Covid.

Dopo una prima sezione che esplicita la tipologia di campione esaminato – 200 interviste (fra Austria e Germania) attraverso il *social recruitment*, età media di risposta 42-46 anni, maggioranza donne – si apre la sezione relativa al gradimento delle location e all’interesse verso l’isola. «Le ambientazioni de *La vita che volevamo* sono sicuramente un punto di forza del film, tanto che il voto medio espresso nei confronti de i luoghi in cui è girato è pari a 8,0/10 per il pubblico austriaco e 7,8/10 per quello della Germania e, in tutti e due i casi, la media dei voti per le location è superiore al voto espresso per il film in generale. Il gradimento viene confermato da un ulteriore dato che colloca la Sardegna come possibile meta turistica entro i successivi due anni «facendo ipotizzare una correlazione fra le ambientazioni del film (ed il loro gradimento) ed intenzioni turistiche». Nella parte finale del dossier viene inoltre messo l’accento su altri desideri espressi dai potenziali turisti che immaginano una vacanza sull’isola come «visite a città e borghi dell’isola», «visite a parchi e aree protette» o «esperienze gastronomiche (piatti tipici)». Oltre queste attività, il dato più interessante riguarda il fatto che uno spettatore su cinque «inserirebbe nella sua vacanza in Sardegna anche “visite a location di film/serie TV”» confermando quindi la possibilità che uno spettatore, nel momento in cui crea una connessione con i luoghi narrati, può diventare un turista, o meglio, un *set-jetter*.

Conclusioni

La presente analisi evidenzia come il cineturismo rappresenti una forma di promozione territoriale altamente efficace, ma non priva di complessità. I casi studio mostrano che la transizione da location a destinazione turistica dipende da una combinazione di fattori: la forza emotiva della narrazione, la qualità della rappresentazione visiva e il supporto strategico delle istituzioni locali. Tuttavia, il successo non è garantito: la capacità di suscitare interesse turistico richiede non solo l’estetica del luogo, ma anche un investimento continuo in infrastrutture, marketing e gestione del flusso turistico per evitare fenomeni di sovraffollamento o perdita di autenticità.

In questo contesto, il *set-jetting* si configura come un potente driver emozionale, capace di convertire la visione audiovisiva in desiderio di esperienza concreta, fornendo nuove prospettive per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni.

Gianni Morandi, cinquant'anni prima di recitare in una serie televisiva ambientata in Sardegna, cantava «quanti cieli, quanti mari che m'aspettano [...] Partiremo insieme per un viaggio, per città che non conosco» (Morandi, 1970); viene quasi da domandarsi se queste parole risuonino oggi nella mente di chi, quel viaggio, lo intraprende per visitare i luoghi da lui abitati.

Bibliografia

- Baker F. (2017), "Set-Jetting, Film Pilgrimage and The Third Man", in Penz F., Koeck R. (a cura di), *Cinematic Urban Geographies*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 113-133.
- Beeton S. (2005), *Film-Induced Tourism*, Channel View, Clevedon.
- Bentham J. (2006), *The set-jetters*, «The Guardian», testo disponibile al sito: www.theguardian.com/film/2006/feb/17/harrypotter, data di consultazione: 07/12/2024.
- Bolan P., Boy S., Bell J. (2011), "We've seen it in the movies, let's see if it's true". *Authenticity and displacement in film-induced tourism*, «Worldwide Hospitality and Tourism Themes», 2, pp. 102-116.
- Bruno G. (2015), *Atlante delle emozioni. In viaggio tra arte, architettura e cinema*, Johan & Levi Editore, Truccazzano.
- Cohen J.B., Areni C. (1991), "Affect and consumer behavior", in Robertson S.T., Kassarian H.H. (eds.), *Handbook of consumer behavior*, Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Cucco M., Richeri G. (2013), *Il mercato delle location cinematografiche*, Marsilio, Venezia.
- Di Cesare F., Rech G. (2007), *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Carocci, Roma.
- Filippi L. (2011), *Cineturismo e marketing territoriale*, Edizioni Savine, Ancarano.
- Grespi B. (2009), "Abitare il paesaggio. Il cinema e le emozioni dello spazio", in Schiavini Trezzi J. (a cura di), *Il paesaggio tra realtà e rappresentazione. Studi in memoria di Lelio Pagani*, Bergamo University press, Bergamo.
- Hahn J., Wang Y. (2011), *Film-Induced Tourism as a Vehicle for Destination Marketing: Is it Worth the Efforts?*, «Journal of Travel & Tourism Marketing», 28 (2), pp. 165-179.
- Hosany S., Hunter-Jones P., McCabe S. (2020), *Emotions in tourist experiences: Advancing our conceptual, methodological and empirical understanding*, «Journal of Destination Marketing & Management», 16, 100444, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X20300664, data di consultazione: 10/10/2024.

- Hosany S., Prayag G. (2013), *Patterns of tourists' emotional responses, satisfaction, and intention to recommend*, «Journal of Business Research», 66, pp. 730-737.
- Joliveau T. (2009), *Connecting Real and Imaginary Places through Geospatial Technologies: Examples from Set-jetting and Art-oriented Tourism*, «The Cartographic Journal», 46 (1), pp. 36-45.
- Lavarone G. (2016), *Cinema, media e turismo. Esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, Padova University Press, Padova.
- Lolli A. (2022), *Cinema e turismo. Dalle Film Commission alle strategie di promozione del territorio*, Carocci, Roma.
- Macionis N. (2004), "Understanding the Film-Induced Tourist", in Frost W., Croy G., Beeton S. (eds.), *International Tourism and Media Conference Proceedings*.
- Mestre R., del Rey A., Stanishevski K. (2009), *The Image of Spain as Tourist Destination Built Through Fictional Cinema*, «Journal of Travel & Tourism Marketing», 24 (2-3), pp. 185-194.
- Morandi G. (1970), "Occhi di ragazza", in *Occhi di ragazza/T'amo con tutto il cuore*, RCA Italiana, Roma.
- Nicosia E. (2012), *Cineturismo e territorio. Un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Pàtron editore, Bologna.
- Paulillo L. (2006), *Territorio, marketing e cinema: aspetti legali*, «La Rivista del Turismo», 1, pp. 17-21.
- Riley R.W., Van Doren C.S. (1992), *Movies as tourism promotion. A "pull" factor in a "push" location*, «Tourism Management», 13 (3), pp. 267-274.
- S.a. (2019), *L'Isola di Pietro 3: Gianni Morandi torna nei panni del dottor Pietro Sereni*, Fondazione Sardegna Film Commission.
- S.a. (2021), *Sardegna Dreaming. L'impatto turistico delle produzioni, tra "L'isola di Pietro" e "What we Wanted"*, Fondazione Sardegna Film Commission, testo disponibile al sito: www.sardegnafilmcommission.it/sardegna-dreaming-limpatto-delle-produzioni-audiovisive-nella-promozione-della-destinazione-tra-lisola-di-pietro-e-what-we-wanted, data di consultazione: 07/12/2024.
- Scarlata R. (2016), "Il fenomeno del cineturismo e le opportunità per i territori", in Nicosia E. (a cura di), *Il capitale culturale*, Pàtron editore, Bologna.
- Scuttari A., Pechlaner H. (2017), "Emotions in Tourism: From Consumer Behavior to Destination Management", in Fesenmaier D.R., Xiang Z. (eds.), *Design Science in Tourism*, Springer.
- Tantaro A. (a cura di) (2018), *Cinema e territorio. Il cinema come industria sostenibile*, Diari di Cineclub, Roma.
- Tognolotti C. (2017), "Filmare le arti nel paesaggio", in Jandelli C. (a cura di), *Filmare le arti. Cinema, paesaggio e media digitali*, ETS, Pisa.
- Zucchetti S. (2008), *Il marketing territoriale: una leva per lo sviluppo?*, Università Carlo Cattaneo, Castellanza.

2. Le storytelling digital et le positionnement de l'héritage franco-monténégrin des îles adriatiques du Monténégro

*de Ivona Jovanović, Andriela Vitić-Ćetković,
Nataša Krivokapić*

Introduction

La pandémie de Covid-19 a eu des conséquences négatives sur l'industrie touristique de manière globale. Cependant, elle pourrait être perçue comme tournant et opportunité concernant le repositionnement des destinations touristiques du monde entier. La réduction des pratiques établies du tourisme de masse, l'encouragement au développement touristique durable et l'utilisation des nouvelles technologies représentent des alliés en ce moment crucial de l'histoire, en particulier lorsqu'il est question des pays dans lesquels le tourisme représente le secteur économique dominant et des micro destinations insulaires vulnérables.

Le tourisme de l'ère post-Covid est davantage axé sur les prestations innovantes des formes sélectives de tourisme orientés vers le bien-être des visiteurs, la santé, la sécurité et un "style de vie soutenable" (Skryl, Gregoric, 2022). Le tourisme fondé sur ces bases favorise les voyages individuels, les visites touristiques en petits groupes, ainsi que les produits touristiques qui reposent sur la découverte approfondie de la destination par le biais de la communication digitale et des rencontres virtuelles, que ce soit aux attractions naturelles, au patrimoine matériel et immatériel, aux musées etc. Dans cette optique, le *storytelling* digital joue un rôle particulier reliant le visiteur et la destination avant, pendant et après le voyage d'une manière dynamique, sensée et authentique. Le storytelling digital oeuvre de manière effective à l'égard de la protection du patrimoine culturel spécifique, en particulier à l'égard des lieux à l'accès réduit (Cahyani, Mardani, 2023).

La communication numérique dans le domaine du tourisme implique souvent la pratique du marketing générationnel en tant que stratégie qui consiste à segmenter le marché en fonction des groupes de personnes nées dans une même tranche d'âge, partageant dans une certaine mesure

les mêmes valeurs, expériences et modes de pensées, ayant été exposées aux mêmes mutations sociales et aux mêmes événements historiques etc. Une telle segmentation facilite la compréhension des consommateurs à long terme, considérant que leurs convictions, opinions et comportements persistent tout au long de leurs vies. Dans ce contexte, Šedik *et al.* (2018) parlent de baby-boomers (individus nés entre 1946 et 1964), de la génération X (nés entre 1965 et 1980), de la génération Y ou des millennials (nés entre 1981 et 1996) et de la génération Z (nés entre 1997 et 2012).

En ce qui concerne le concept du marketing générationnel dans le tourisme, le storytelling pourrait particulièrement intéresser les membres des générations Z et Y ayant grandi avec les outils numériques, étant profondément accros aux téléphones intelligents et aux réseaux sociaux dans différents aspects de la vie quotidienne, travail, loisirs et voyages inclus. Leur mode de vie est basé essentiellement sur les expériences numériques et de ce fait le storytelling digital peut être un moyen efficace de vécu individuel de la destination pour ce groupe générationnel (Srzentić, Vitić-Četković, 2016). Cependant, l'usage des technologies digitales s'étant particulièrement intensifiées dans la période post-Covid, le storytelling digital devient de plus en plus une stratégie qui cible les touristes de différentes tranches d'âge, suivant le concept du marketing intergénérationnel. Par ailleurs, le marketing intergénérationnel concerne la satisfaction des besoins spécifiques au sein de plusieurs générations, la génération elle-même étant définie comme groupe d'individus étant nés et ayant vécu presque à la même période (William, 1982).

De tous les pays européens, le Monténégro est celui qui s'appuie le plus sur le développement du tourisme. Ce secteur économique prioritaire représente plus de 20% de son PIB (Privredna komora Crne Gore, 2023). Depuis son indépendance renouvelée en 2006, le tourisme de masse continue à se développer en tant que modèle privilégié de la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, époque marquée par la hausse du niveau de vie, le développement des technologies, la démocratisation de la culture du temps libre, la standardisation des services et la demande de l'offre touristique désignée par l'expression 3S Sun, See, Sand (Stanić-Jovanović, 2015). Le tourisme de masse domine essentiellement le littoral monténégrin où la touristification et les surconstructions non contrôlées de l'immobilier et des logements secondaires ont provoqué la saturation de l'espace. Cette forme de tourisme a également envahie la cité médiévale de Kotor. Seulement en 2023, la ville inscrite au patrimoine de l'Unesco avait accueilli 459 paquebots et 581.693 passagers (Port of Kotor, 2024).

La même année, le plus petit pays des Balkans accueille plus de deux millions et demi de touristes (2.613.306) dont 96,3% étrangers. Depuis

une décennie déjà, les touristes français figurent parmi les plus nombreux de l'Ue et se positionnent juste après les touristes Allemands. Les données de l'Institut national de statistique (Monstat) affichent que 96.461 touristes français avaient visité le Monténégro en 2023, sans compter les visiteurs provenant des bateaux de croisières. Moins attirés par le tourisme balnéaire, et beaucoup plus par le tourisme culturel, les Français figurent parmi les plus importants consommateurs d'excursions accompagnées de guides francophones (Jovanović, Lazarević-Milivojević, 2020).

Contrairement à la Croatie voisine, le littoral adriatique monténégrin est riche en plages et pauvre en îles. Il en compte à peine quatorze, toutes inhabitées. Leur superficie totale (les rochers et les écueils inclus) n'excède pas 1km². N'étant pas éloignées de la côte, les touristes attirés par le tourisme balnéaire aiment explorer certaines d'entre elles. À la différence de nombreuses destinations insulaires du monde, on ne peut pas parler au Monténégro des îles sous l'aspect du tourisme de masse. Cependant, certains chercheurs soulignent la vulnérabilité des micro-îles lorsqu'il est question du développement du produit touristique (Demolingo *et al.*, 2021).

Il faut souligner que quasiment chaque île de l'Adriatique monténégrin abrite des vestiges culturels parmi lesquels dominent ceux du patrimoine religieux. Cependant, excepté l'église catholique édifiée au xvii^e siècle nommée Notre-Dame du Rocher ou Notre-Dame du Récif positionnée dans les Bouches de Kotor, les touristes ne disposent pratiquement pas de renseignements liés au patrimoine culturel insulaire monténégrin. Les sites web, les blogs ainsi que les publications en langue française que nous avons pu consulter, évoquent d'une manière générale la beauté intacte des ces îles, cependant beaucoup moins leurs ressources anthropiques. Les îles du sud de l'Adriatique sont mentionnées sur le blog *Voyage Emeraudetrip* où leurs beautés sont comparées au paradis naturel (île St Nicola) et floral (île des Fleurs) (Emeraudetrip, 2024). Nous avons également pu découvrir quelques belles photos d'îles sur un autre site web créé en langue française *Monnuage* qui en décrit brièvement quatre (Monnuage, 2024). Toutefois, ces descriptions se focalisent de nouveau sur le "paysage inoubliable". Pareillement, les guides du Monténégro publiés en France ne mentionnent ni légendes, ni récits qui pourraient éclairer l'identité des îles du sud de l'Adriatique.¹

Cette contribution se fixe comme objectif d'examiner les possibilités du positionnement touristique d'un certain nombre d'îles du sud adriatique

¹ Les guides touristiques *Lonely Planet (Monténégro)* et *Petit futé (Monténégro)* mentionnent les îles les plus attrayantes de l'Adriatique monténégrin sans citer de légendes. *GEOGuide (Monténégro et Dubrovnik)* et *Guide Evasion (Monténégro)* nous transmettent brièvement la légende liée à l'île Notre Dame du Rocher.

dont l'héritage est partiellement lié à la présence française au passé dans la région. La présentation de l'histoire commune par le biais du storytelling digital aspire à promouvoir la destination de manière originale et à encourager l'intérêt pour la visite de lieux moins connus, voire abandonnés, situés à proximité d'attractions touristiques appréciées.

1. Le storytelling digital et le positionnement de la destination touristique

La technique de narration du storytelling convient au tourisme puisqu'il s'agit d'une approche communicative persuasive qui touche fortement aux émotions des consommateurs. Raconter des faits, des événements historiques ou des anecdotes liés à la destination suscite l'attention et renforce l'imagination des touristes potentiels. Nous savons que le cerveau humain retient particulièrement bien les émotions. Jennifer Aaker, professeur de marketing à l'Université de Stanford souligne qu'on se souvient vingt-deux fois mieux d'une histoire que d'un fait brut (Videotelling, 2024). Pamela Rutledge, psychologue de vocation, signale que le cerveau humain, évoluant moins vite que la technologie, cherche automatiquement l'histoire qui donne sens à l'expérience qu'il vit. Elle considère que le succès d'une histoire repose sur l'authenticité et la richesse du récit narré par le conteur (Blood Mary, 2024).

Le storytelling digital ou l'art du storytelling en forme digital (Clarizia *et al.*, 2017), représente l'action de raconter une histoire par le biais des nouvelles technologies. Le storytelling peut combiner différentes formes tels que le texte, la photographie, la vidéo et le matériel audio contenant de la musique, le récit vocal ou les deux en même temps (Dakak, El Bayed, 2023). Si on ajoute aux éléments mentionnés de l'interactivité établie entre le visiteur et la destination, raconter une histoire cesse d'être une communication à sens unique et se transforme en expérience active nettement plus enrichissante pour le touriste en tant que consommateur de son contenu.

Le storytelling digital se transmet par le biais des sites web, des blogs, des canaux des média sociaux et des applications mobiles. Aux visiteurs potentiels, l'histoire peut être narrée par l'organisateur du voyage ou le promoteur de la destination. Cependant, elle peut être racontée sous forme digitale par le touriste lui-même qui transmet aux autres les expériences et les anecdotes liées à son voyage. Les résultats des recherches effectuées à ce sujet confirment que le storytelling parvient à influencer la décision des visiteurs surtout lorsqu'il est raconté à la première personne et prend la forme d'un récit de voyage. D'ailleurs, l'implication émotionnelle et

sensorielle autour d'une destination est beaucoup plus forte lors de l'écoute que lors de la lecture d'une brochure touristique ou d'un guide (Dakak, El Bayed, 2023).

2. L'importance du storytelling pour la valorisation du patrimoine et la compréhension interculturelle

Le storytelling donne vie au patrimoine culturel. Par le biais de l'histoire narrée, la visite d'un site ou d'un lieu ne représente plus un simple détour, mais se transforme en une expérience mémorable. Cette technique ancestrale que nous pouvons rencontrer dans sa forme originale dans certains lieux tels que la place Jemma El Fna à Marrakech au Maroc, mène au tissage d'un lien émotionnel intensif entre le visiteur et le lieu.

Le récit qui trouve son inspiration dans l'histoire, la mythologie, la tradition locale ou dans une anecdote contemporaine est conçu de manière à susciter des émotions, des images et à inviter le visiteur à la réflexion. Il reste gravé dans la mémoire beaucoup plus longtemps qu'un fait rapporté de façon ordinaire. De plus, l'expérience émotionnelle rapproche le visiteur au lieu et favorise son intérêt pour la culture et la tradition locale. L'expérience du visiteur enrichie par le storytelling le rend plus satisfait et plus partant à conseiller la destination aux autres.

Le storytelling est généralement inspiré par les faits historiques réels dans lesquels prennent part les personnages de diverses nationalités, issus de milieux et de cultures différents. Dans le récit narré, ces personnages partagent les mêmes expériences, ce qui élargit la vision des visiteurs et contribue à surmonter les obstacles et les différences culturelles. Dans cette optique, ces récits favorisent la compréhension interculturelle et la collaboration entre différentes communautés culturelles. De plus, l'établissement d'un lien plus profond entre le visiteur et la destination ajoute une dimension humaine à la découverte de la destination. Les histoires d'amour retiennent particulièrement l'attention par leur caractère universel, rallument les émotions et pénètrent profondément dans la mémoire des visiteurs.

L'intégration des technologies digitales au storytelling permet aux touristes de vivre une visite culturelle et historique de manière ludique et éducative. Hormis les contenus audio et narratifs, les applications mobiles peuvent offrir une visite de lieux en réalité virtuelle par le biais des jeux et des quiz afin de tester les connaissances des visiteurs. Ceci suscite en particulier l'intérêt des touristes de la génération Z dont les membres sont attirés par la communication interculturelle et le tourisme expérientiel. Les jeux favorisent l'apprentissage actif et transforment souvent l'apprentissage sec en activité ludique.

3. L'identité francophone des îles adriatiques monténégrines: récits et légendes

Nous avons choisi de présenter quatre îlots adriatiques et de raconter quatre récits liés à la présence française au Monténégro dans le passé. Deux récits ont lieu sur des îles positionnées dans les Bouches de Kotor. Il est question de l'île St George, nommée également île des morts et de l'île Stradioti, surnommée île St Marco. Nous nous pencherons également sur l'héritage francophone de l'île Saint Nicolas, située en face de la vieille ville de Budva, et sur celui de l'îlot St Dominique, situé au large de la petite station balnéaire de Petrovac.

Les Bouches de Kotor représentent un golfe composé de quatre baies dont deux sont classées patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1979. Entourées de hautes montagnes calcaires qui se dressent verticalement vers le ciel, elles ressemblent aux fjords norvégiens. Les Bouches de Kotor figurent parmi les plus belles baies au monde (Water Issues, 2024).

Dans le passé, cette région a connu de nombreux colonisateurs avant d'être rattachée en 1918 au Royaume des Serbes, Croates et Slovènes (devenu Royaume de la Yougoslavie en 1929). À partir du Moyen-Âge, ce fut la dynastie serbe des Nemanjić (1185-1371), la République de Venise (1420-1797) et l'Autriche-Hongrie a deux reprises (1797-1805 et 1814-1918) qui s'y sont maintenues le plus longtemps. La France a gouverné la région à l'époque napoléonienne, plus exactement de 1807 à 1813. La population de la baie, essentiellement de religion catholique dans le passé, est majoritairement orthodoxe de nos jours (Pasinović, 2013)².

Les Bouches de Kotor sont dotées de sept petites îles, parmi quatorze au total comptées sur la côte adriatique monténégrine. De superficie minime, elles représentent à peine 0,1% du territoire terrestre des Bouches de Kotor. Étant particulièrement découpées, elles représentent 7,29% de la longueur totale du littoral du Golfe (Pasinović, 2001).

Deux îlots positionnés en face du détroit Verige au large de la ville côtière de Perast représentent un vrai joyau de l'Adriatique. Il s'agit de l'îlot naturel St. Georges (Sveti Juraj) et de l'îlot artificiel Notre Dame du Rocher, formé par les habitants de Perast sur un écueil autour duquel des épaves de voiliers et de pierres de toutes tailles furent entassées.

² La Baie est habitée par 10,07% de catholiques et 78,08% d'orthodoxes en 2013.

3.1. L'île St Georges (île des Morts)

L'île St Georges³ (Fig. 1) représente un îlot au large de la ville de Perast abritant une église de même nom, un monastère, un mur de défense et un ancien cimetière où les notables de Perast furent enterrés jusqu'en 1866. L'île et son patrimoine architectural sont protégés en tant que bien culturel depuis 1957. L'église préserve 72 tombes décorées de blasons de familles nobles de Perast. Mentionnée pour la première fois dans un document datant de 1166, il semblerait qu'elle abritait les Bénédictins au IX^{ème} siècle. Les Vénitiens étaient en charge de l'abbaye jusqu'en 1634. Elle fut pillée par les Turcs en 1654 et endommagée lors du séisme de 1667. Après une longue reconstruction, l'église reçoit son aspect actuel d'édifice doté d'une seule nef avec une apside de forme carrée à laquelle est adossé un clocher de taille basse. Ce complexe architectural représente un ensemble particulièrement intéressant surtout par le rôle historique joué par le passé (Marković, Vujičić, 1997).

En 1963 l'île est confiée à l'Evêché de Subotica (en Serbie actuelle), son propriétaire restant toutefois l'Evêché de Kotor. En fait, en 1963 à l'époque de l'ex-Yougoslavie, les deux Evêchés signent un accord commun de concession pour une durée de 99 ans, Kotor ne disposant pas de fonds nécessaires pour la restauration de constructions endommagées.

En raison de nombreuses légendes et récits liées à cet endroit apparaît l'appellation L'île des Morts. On suppose que l'île avait inspiré le peintre romantique suisse Arnolds Böcklin pour son célèbre tableau *L'île des Morts* réalisée en cinq versions différentes (Marković, Vujičić, 1997). Sur l'île des cyprès on ressent l'âme des légendes, l'âme des siècles et la puissance de la mort chante à propos de l'île le poète croate Frano Alfirević (Mihaliček, 2009).

Compte tenu de sa position géostratégique, c'est depuis l'Antiquité qu'on y avait construit des fortifications. Les murailles de défense aux créneaux sauvegardés prouvent que l'île est utilisée comme fortin militaire aux époques du gouvernement vénitien, français et autrichien. Lors de l'occupation des Bouches de Kotor, après l'avoir renforcée, les Français décident d'y placer un nombre assez important de soldats. S'étant emparés de l'île au mois de septembre 1812, ils procèdent à d'importantes interventions, construisent des remparts du côté nord-ouest et sud-est, afin d'y poser des canons et empêcher l'entrée par le détroit de Verige (détroit des Chaines) à la baie. Les remparts rendent impossible le débarquement sur l'île, et

³ La longueur de l'île est de 720m et sa superficie totale est de 0,018km².

l'église de l'époque se transforme en dépôt de munition et en vraie forteresse (Grgurević, 2005).

L'appellation "L'île des cyprès" chantée par le poète Frano Alfirević est en partie liée à l'histoire tragique du soldat français Ante Slović engagé sur l'île à l'époque du gouvernement napoléonien et de la jeune fille de Perast Katica Kalfić. Ce récit de Romeo et Juliette insulaires raconté de bouche à oreille depuis deux siècles persiste à nos jours. Il a été inscrit sur la liste du patrimoine culturel immatériel monténégrin en 2012 en tant que *Légende de l'amour entre la jeune fille de Perast Katica Kalfić et le soldat français*⁴.

Fig. 1 - L'île St Georges ou l'île des Morts



Source: photo de l'auteur Ivona Jovanović

⁴ La direction de protection des biens culturels du Monténégro fondée en 2011 a inscrit sur la liste des biens immatériels culturels la Légende de l'amour entre la jeune fille de Perast Katica Kalfić et le soldat français.

L'histoire commence en 1813 lorsque Ante Slović, jeune officier dalmate originaire de l'île de Crès en Croatie est engagé dans l'artillerie française sur l'île St Georges. Ante s'éprend de la jolie Katica Kalfić de la ville voisine de Perast, laquelle lui rend son amour. Cependant, les Perastois mécontents, se révoltent contre les actions de l'armée française. Ils s'emparent de la forteresse de la St Croix bâtie sur les hauteurs de la ville afin d'y hisser le drapeau autrichien. En réponse, le commandant français ordonne de lancer des obus en direction de la ville. Le premier boulet est lancé par Ante Slović. Aussitôt, les habitants de Perast agitent le drapeau blanc afin de demander le cessez-le-feu. Sans attendre, Ante s'y rend afin de retrouver sa bien-aimée. Cependant, il la surprend morte, allongée sur le lit. On lui dit qu'elle avait été assassinée par les obus des canons, ne supposant pas que c'était lui l'assassin involontaire. Le lendemain, Ante Slović accompagne les funérailles en bateaux vers le cimetière insulaire. Il décide de retirer pour toujours l'uniforme militaire, de devenir gardien de la tombe de sa bien-aimée et de passer le reste de sa vie au monastère St Georges. En tant que seul habitant de l'île, Ante devient moine sous le nom de frère Frano. Il vivra en solitaire pendant des années en veillant sur les tombes. Une nuit, les habitants de Perast remarquent qu'il n'y a plus de bougie allumée sur l'île. Ils retrouvent le frère Frano mort avec un message en main dans lequel il demande à être enterré auprès de Katica. Cela fut fait. Au-dessus du mur de l'église se trouve une tombe sans inscription. Au-dessus d'elle s'élèvent deux cyprès adossés l'un à l'autre s'entrelaçant sur les hauteurs (Vukasović, 2022).

Cette histoire que les habitants de Perast considèrent comme authentique, porte le nom de *Romeo et Juliette de Perast* ou *L'hermite de Perast*. Elle a servi d'inspiration au dramaturge monténégrin Stevan Koprivica pour la réalisation de la pièce théâtrale *Le Ré mineur de Boka*. Réalisée et présentée par le Centre culturel de Tivat, elle figure parmi les pièces les plus populaires au Monténégro. Elle a reçu un grand nombre de prix et de récompenses (Pozornica, 2024).

3.2. L'île St Marco (île Stradioti)

L'île St Marco ou l'île Stradioti (Fig. 2) s'étend dans la baie de Tivat sur 340.000 m². C'est la deuxième île par sa superficie au Monténégro. On y trouve une riche forêt méditerranéenne, des oliviers et des vestiges archéologiques. À l'époque du gouvernement de la dynastie serbe des Nemanjić, l'île portait le nom de St Gabriel car elle abritait un monastère de même nom. À la période Vénitienne, l'île reçoit le nom *Stadioti* puisqu'au

XV^{ème} et XVI^{ème} siècle, la République y avait construit des fortifications au sein desquelles elle installa des soldats vénitiens d'origine grecque et albanaise (*stradiotes* en grec signifie soldat). Le devoir des *stradiotes* était de protéger la ville de Kotor et le littoral de nombreux agresseurs. St Marco, le nom utilisé le plus souvent pour l'île de nos jours se rapporte au XVI^{ème} siècle et désigne le patron de la République de Venise (Sveti Marko Island, s.d.).

Fig. 2 - L'île St Marco ou l'île Stradioti



Source: photo de l'auteur Ivona Jovanović

Selon la légende, les dieux avaient offert l'île aux braves soldats grecs pour leurs nombreuses victoires dans les batailles. Les guerriers épuisés venaient sur cette île afin de guérir leurs blessures. La beauté de l'île les avait épris, ainsi que sa clarté. Ils avaient prêté serment aux dieux de ne plus jamais faire du mal. Puis, ils ont planté un olivier d'où un jardin se répandra. Cependant, au bout d'un certain temps, ils violeront leurs promesses. Alors, dieu leur enverra un grand orage, et par la suite, une maladie incurable de laquelle ils ont tous péri.

Il n'est pas sans intérêt de mentionner qu'à une époque plus récente, c'est à l'île St Marko qu'a été réalisé le premier investissement étranger en Yougoslavie socialiste de l'après-guerre. Le tour opérateur français *Club Méditerranée* de Paris décida d'ouvrir en 1953 l'une de ses premières stations, précisément au Monténégro. Elle fut d'abord positionnée à Bečići auprès de la ville touristique de Budva sur l'emplacement de la plage de Kamenovo (Tchoukarine, 2016).

Cependant, en raison d'un trajet beaucoup trop long et trop compliqué au départ de Paris jusqu'à la destination finale (les touristes devaient voyager 20 heures en train de Paris jusqu'à Venise, puis encore 29 heures en bateau du port de Rijeka jusqu'à Budva), le Club n'est resté ouvert qu'une seule saison (Clairay, Jovanović, 2020). À la suite de l'ouverture d'un aéroport à Tivat⁵, le Club déménage sur l'île St Marco et en collaboration avec l'agence locale Putnik de Belgrade, ouvre ses portes en 1963. Au sein de l'île, inaccessible aux habitants locaux, on avait installé 500 huttes en paille de style polynésien d'une capacité de 1000 lits dont les vestiges sont encore visibles de nos jours dans une végétation devenue sauvage. Dans la Yougoslavie d'antan, le Club réalise des bénéfices importants et rapporte à l'État socialiste un gain de devises considérable, et cela jusqu'aux années de l'éclatement de la Yougoslavie en 1991.

Zlatko Petković, l'ex-manager de l'agence Putnik, nous apprend dans une interview réalisée en 2020 que les GO (gentils organisateurs) ainsi que les touristes du Club étaient essentiellement de nationalité française, alors que le personnel embauché au restaurant et dans les services d'étages était constitué d'habitants locaux. Ils suivaient des formations pendant les mois d'hiver en Suisse et en Corse où ils avaient l'occasion de perfectionner leur français. Nombreuses étaient les interactions entre les employés et les touristes pendant la saison estivale.

De nos jours, l'île est abandonnée, et cela depuis plus de trente ans. L'agence Putnik, propriétaire de l'île a été vendue en 1993/94. En 2006, l'île est rachetée par la Compagnie *Metropol Development* et l'oligarque russe Mihail Slipentchuk, avec l'idée d'y construire un complexe hôtelier de luxe d'une valeur de 400 millions d'euros.

Au bout de quelques années, n'ayant rien investi, Slipentchuk distribue une partie de sa propriété aux actionnaires. Par la suite, St Marco devient la propriété d'une compagnie off-shore *Stara Property Holdings Ltd* enregistrée à Hong-Kong. Aujourd'hui, l'une des ressources prioritaires du Monténégro se vend pour 80 millions d'euros. On peut lire dans les médias

⁵ L'aéroport Tivat est l'un des deux aéroports monténégrins. Il est situé juste en face de l'île St Marco.

que le célèbre joueur de tennis serbe Novak Đoković, originaire du Monténégro est intéressé par son achat (Lasica, 2024).

Bien que l'île soit déserte, les touristes peuvent profiter de la nature sauvage, se baigner dans les criques et sur la plage. Les vestiges encore visibles de l'infrastructure d'autrefois peuvent intéresser les amateurs de tourisme nostalgique (Gagnon, 2023). Ils invitent à se rappeler d'une époque où, selon G. Trigano président du Club Méditerranée, on reconnaissait dans les vacances un désir de fuir l'angoisse et une recherche dramatique de sécurité, de sûreté et d'abondance (Peyre, Raynouard, 1971).

3.3. *L'île St Nicolas (île Hawaii)*

L'île St Nicolas (Fig. 3), d'une superficie de 47 hectares représente la plus grande île de l'Adriatique du sud. Éloignée d'à peine un kilomètre de la vieille ville de Budva, l'île est dotée de belles criques et de quelques plages aménagées. Bien qu'elle soit inhabitée, elle abrite une petite chapelle, quelques installations touristiques et des zones de mouillages qui permettent aux petits bateaux de s'amarrer. Vers le milieu des années 60 du XX^{ème} siècle, des cerfs, des mouflons, des lièvres et des faisans y ont été amenés de l'île croate Brioni. Cependant, un grand nombre d'animaux a été chassé par les braconniers au cours de la première décennie du XXI^{ème} siècle. L'île doit son nom à la petite église dédiée à St Nicolas qui figure de nos jours sur la liste des monuments culturels protégés par l'État monténégrin⁶. L'église est située sur la pointe de la partie occidentale de l'île. De taille minime (4,4 x 6,2), elle représente une construction à nef unique munie d'un clocher-mur (Marković, Vujičić, 1997), entourée d'un cimetière actif jusqu'en 1936.

Selon la légende, l'église fut érigée par les premiers Croisés guidés par Raymond de St Gilles, comte de Toulouse (1041-1105). On sait qu'une file de la première Croisade, celle des Provençaux avait longé la côte adriatique orientale en 1096-1097 afin de joindre Constantinople et Jérusalem par voie terrestre. À cette occasion, un grand nombre de pèlerins fut atteint de peste. Les Croisés ont alors décidé de s'installer dans la plaine de Budva afin d'y enterrer leurs morts. Cependant, les gouverneurs de la ville les ont obligés à le faire sur l'île d'en face. C'est alors que Raymond, afin d'essayer de mettre fin à la maladie, propose d'y construire une petite chapelle dédiée à St Nicolas, protecteur des voyageurs et des marins (Djordjević Léonard, Jovanović, Manić-Matić, 2024).

⁶ Résolution No 08-1395/1 od 04.11.1967.

La légende raconte qu'une fois l'église érigée, la maladie disparut d'un coup. Les malades ont guéri et pouvaient continuer leur pèlerinage (Joksimović, 2015). Les almanachs français soulignent que le compte Raymond de St Gilles avait, lors de son voyage à Skadar, rencontré le roi Bodin issu de la première dynastie monténégrine, celle des Vojislavljević, et qu'ils s'étaient, à cette occasion, liés d'amitié (Ibrovac, 1955).

La petite chapelle dédiée à St Nicolas fut rénovée à maintes reprises. Une fois en 1864 par les notables de Budva lorsqu'on planta auprès de l'église une espèce de pin rarissime. La dernière fois, après le séisme de 1979 qui l'avait fortement endommagée. Avec l'église, fut rénové le culte de St Nicolas (*Traslazioni di San Nicola*) qui continue à être vénéré chaque année le 9 mai en souvenir de la translation de ses reliques de Myre à Bari, où elles reposent de nos jours. À cette occasion, de nombreux bateaux décorés se dirigent en procession, au départ de la vieille ville de Budva en direction de l'île et de la chapelle, où une messe solennelle se tient afin de bénir les Croisés et leur chef Raymond de Toulouse. Cette date marque symboliquement le début de la saison balnéaire à Budva.

Fig. 3 - L'île St Nicolas ou l'île Hawai



Source: photo de l'auteur Ivona Jovanović

3.4. L'île St Dominique

St. Dominique et Katič représentent deux îlots, deux écueils éloignés de 800 mètres de la côte et de la station balnéaire de Petrovac située dans la municipalité de Budva (Fig. 4). L'île de Katič, un peu plus étendue que celle de St. Dominique est dotée de troncs d'arbres et de ramées de pins maritimes plantés par les habitants de Petrovac dans la période de l'entre-deux guerres. L'île St Dominique est couronnée d'une petite chapelle d'une superficie de 5,2 x 4,5 m, construite en pierre sèche à laquelle est ajoutée une abside de forme rectangulaire au toit bas couvert de tuiles. Son clocher-mur dispose d'une verrière. L'église est orientée de sud-ouest à nord-est (Medin, 2017). Le territoire a été proclamé zone protégée par l'État monténégrin en 2021⁷.

Selon la légende, c'est sur ce rocher qu'un grand nombre de marins a trouvé secours lors de la première bataille navale de la Première guerre mondiale. Ce conflit connu sous le nom de Bataille d'Antivari⁸ a eu lieu le 16 août 1914, seulement quelques jours après la déclaration de guerre de la France à l'Autriche-Hongrie. A l'époque, l'Empire austro-hongrois est en possession de pratiquement toute la côte adriatique orientale, ainsi que des Bouches de Kotor qui représentent une énorme base militaire et navale. Seule la ville côtière de Bar appartient au Monténégro et c'est par cette voie que lui sera assuré le ravitaillement de la part des Alliés.

Tôt le matin, la marine française composée d'une armada de navires soutenue par les Anglais entre dans l'Adriatique avec l'objectif d'y faire un blocus et de détruire les navires austro-hongrois. À cette occasion, les Français feront couler le croiseur austro-hongrois *Zenta*, surpris d'avoir attaqué le port de Bar et les installations télégraphiques des abords.

Lors de ce conflit naval, 179 marins austro-hongrois se sont noyés, alors que 138 avec leur amiral Paul Pacher réussissent à se sauver en nageant plusieurs heures jusqu'à l'île St Dominique. En mémoire de cet événement, les survivants décident en 1923 de rénover entièrement la petite chapelle construite au XVII^e siècle. Encore longtemps, les vétérans de guerre s'y rendront régulièrement tous les ans le 16 août, afin d'y allumer des bougies en souvenir de leurs compatriotes de guerre décédés (Jovanović, 2020).

L'épave du plus grand navire de guerre coulée dans les eaux territoriales monténégrines se trouve de nos jours à une profondeur de 60 à 80 mètres, au large de la station balnéaire de Petrovac. Le navire a été découvert

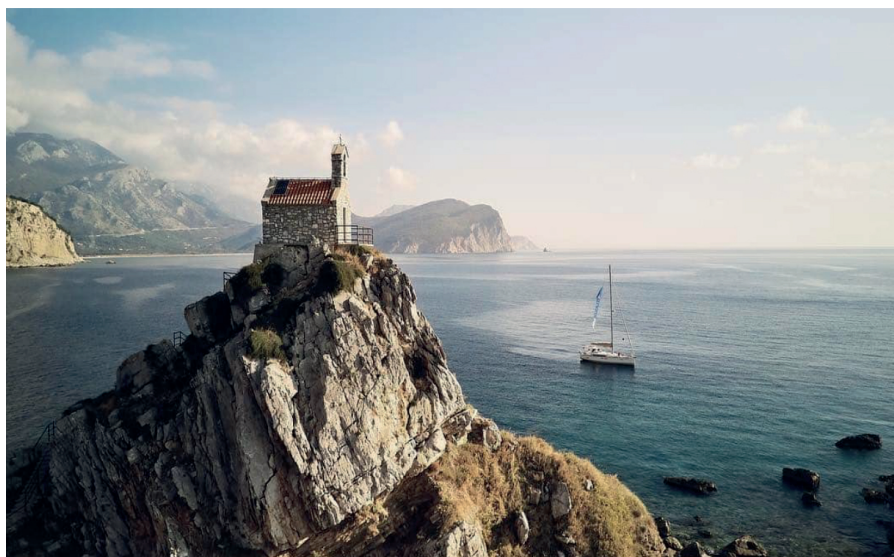
⁷ Proclamation de la zone protégée Katič, Službeni list Crne Gore, n. 113, 25.10.2021.

⁸ Antivari étant l'ancien nom de la ville côtière de Bar.

en l'an 2000 par les plongeurs de Belgrade. Bien que couvert de filets de pêche et d'algues, il représente un vrai défi pour les plongeurs et pour le tourisme sous-marin.

Conséquemment, les îles adriatiques du Monténégro, bien qu'inhabitées et de micro superficies, possèdent un potentiel important de valorisation touristique post-Covid, le tourisme de masse ne s'y étant pas développé. Par le biais du storytelling digital s'ouvrent de nombreuses possibilités de création de prestations innovantes du tourisme durable et cela sur une base intergénérationnelle, en vue de valoriser l'héritage matériel et immatériel spécifique insuffisamment reconnu.

Fig. 4 - L'îlot St Dominique



Source: photo de l'auteur Ivona Jovanović

Conclusion

Le potentiel du storytelling digital, dans l'optique du rapprochement des hommes et des destinations de manière interactive et immersive, est important dans la transmission de la mémoire locale reflétant l'identité culturelle des habitants locaux des destinations touristiques. Le storytelling digital et les blogs encouragent la compréhension et le dévouement à la destination de la part des touristes, en particulier lorsqu'il est question de ceux appar-

tenant aux générations Y et Z caractérisées par l'instabilité des habitudes de consommation.

Néanmoins, avec l'accroissement des applications liées aux technologies digitales dans le domaine du voyage et de la vie quotidienne dans l'ère post-Covid, le storytelling digital surpasse le passé et le présent et devient de plus en plus pratiqué dans le cadre du marketing intergénérationnel. Le développement du tourisme des micro îles inhabitées représente un défi spécifique, essentiellement dans les aspects du développement durable. Cela se rapporte essentiellement au positionnement des destinations insulaires vulnérables de la période post-Covid.

L'héritage français sur le territoire monténégrin est insuffisamment reconnu par les touristes francophones et autres. Dans cette contribution, nous avons voulu donner un aperçu du patrimoine et des rapports franco-monténégrins datant de dix siècles qui se sont déroulés sur les îles de l'Adriatique au Monténégro. Malgré leurs beautés naturelles et un riche patrimoine culturel matériel et immatériel, ces îles sont insuffisamment positionnées, non seulement sur le marché francophone. Par le biais du storytelling digital, il est possible d'approfondir la relation émotionnelle du visiteur envers la destination insulaire avant, au cours et après le voyage.

Hormis l'expérience intensive des visiteurs et l'incitation à la compréhension interculturelle, la manière de valoriser les îles de l'Adriatique au Monténégro en tant que laboratoire vivant invite à un voyage intellectuel qui peut renforcer les rapports entre le peuple français et le peuple monténégrin, exposés maintes fois à des enjeux historiques.

Bibliographie

- Auzias D., Labourdette J.P. (2007-2008), *Petit futé-Monténégro*, Nouvelles éditions de l'Université, Paris.
- Bledovska A. (2024), *The Most Beautiful Bays in the World*, texte disponible sur le site: <https://wodnesprawy.pl/en/the-most-beautiful-bays-in-the-world/>, consulté: 13/04/2024.
- Blood Mary (2024), *Le digital storytelling ou comment transmettre l'authenticité par l'image* (2023), texte disponible sur le site: www.bloody-mary.me/le-digital-storytelling-ou-comment-transmettre-lauthenticite-par-limage/, consulté: 15/05/2024.
- Cahyani I.P., Mardani P.B. (2023), *Digital Storytelling in Cultural Tourism: A Sustainable Communication Approach at the Lasem Heritage Foundation*, «International Journal of Management», 6 (1), pp. 45-69.
- Clairay P., Jovanović I. (2020), *L'histoire du Club Méditerranée. Du village des vacances à la friche touristique*, «Espaces», 355, pp. 122-125.

- Clarizia F., Lemma S., Lombardi M., Pascale F. (2017), "An Ontological Digital Storytelling to Enrich Tourist Destinations and Attractions with a Mobile Tailored Story", in Au M.H., Castiglione A., Choo K.K., Palmieri F., Li K.C. (eds.), *Green, Pervasive, and Cloud Computing*, Springer, Berlin.
- Dakak H., El Bayed H. (2023), *L'effet du storytelling sur la destination touristique*, «RIMEC», 10, texte disponible sur le site: <http://revue-rimec.org/leffet-du-storytelling-sur-la-destination-touristique/#:~:text=En%20effet%2C%20l'%C3%A9mergence%20d,concurrentielle%20et%20se%20d%C3%A9marque%20facilement>, consulté: 22/05/2024.
- Demolingo R.H., Dewi L., Karyatun S., Kadek W., Kadek A., Putu P., Andhika P. (2021), *Millennials' Travel Behavior in Small Island Destination: The Overview of Gili Trawangan, Indonesia*, «Asian Journal of Advanced Research and Reports», 15 (12), pp. 28-37.
- Duletić V. (2010), *Budva od mita do stvarnosti*, Vlado Duletić, Budva.
- Duparc Leprisé H. (2010), *Monténégro. Guide Evasion*, Hachette-Tourisme, Paris.
- Emeraudetrip (2024), *Les îles du Monténégro*, texte disponible sur le site: <https://emeraudetrip.com/iles-du-montenegro/>, consulté: 15/07/2024.
- Gagnon M.J. (2023), *La Chronique Voyage*, texte disponible sur le site: <https://avenues.ca/partir/voyage-marie-julie-gagnon/tendance-voyage-tourisme-nostalgique>, consulté: 30/05/2024.
- Grgurević T. (1989), *Putopisci o Boki*, SIZ za Turizam, Kotor.
- Grgurević T. (2005), *Tajne bokeljskog ostrva Sveti Đorđe*, Montenegrina, digitalna biblioteka crnogorske kulture, texte disponible sur le site: www.montenegrina.net/pages/pages1/istorija/duklja/tajne_bokeljskog_ostrva_sveti_djordje_tomislav_grgurevic.html, consulté: 05/05/2024.
- Ibrovac M. (1955), "Francusko-jugoslovenski odnosi", in *Enciklopedija Jugoslavije*, III, Zagreb.
- Monnuage (2024), *Iles au Monténégro*, texte disponible sur le site: www.monnuage.fr/categorie/iles-montenegro-p479, consulté: 20/03/2024.
- Joksimović Z. (2015), *Od vode i kamena do priče i pričanja – po motivima budvanskih legendi*, Privredna komora Crne Gore, Podgorica.
- Jovanović I. (2020), *Francuski jezik i kultura u Crnoj Gori (1914-1941)*, UCG, Podgorica.
- Jovanović I. (2024), "Victoire navale française au large des côtes monténégrines (1914)", in Djordjević Léonard K., Jovanović I., Manić-Matić V. (eds.), *Proposition d'un itinéraire francophone dans les Balkans – Monténégro et Serbie*, L'Harmattan, Paris.
- Jovanović I., Lazarević-Milivojević I. (2020), "Francuski jezik u turizmu i jezična politika Crne Gore na primjeru općine Kotor", in Sušac V., Krpan T., Lozo I. (eds.), *Strani jezici i Turizam*, Sveučilište u Zadru, Zadar.
- Lasica D. (2024), *Ostrvo Sveti Marko još čeka nove investitore: Nekad primjer održivog turizma zapušteno i van turističkih mapa*, texte disponible sur le site: <https://forbes.vijesti.me/biznis/ostrvo-sveti-marko-jos-ceka-nove-investitore-nekadasnji-primjer-odrzivog-turizma-zapusten-i-van-turistickih-mapa/#:~:text=Sveti%20Marko%20je%20najve%C4%87e%20ostrvo,vremena%20i%20ranog%20srednjeg%20vijeka>, consulté: 15/06/2024.

- Marković Č., Vujičić R. (1997), *Spomenici kulture Crne Gore*, Presmedij Novi Sad, Republički zavod za zaštitu spomenika kulture, Cetinje.
- Mauris E., Vauthier L., Bogojević D. (2018), *Monténégro et Dubrovnik. GeoGuide*, Gallimard-Loisirs, Paris.
- Medin D. (2017), "Ostrvo i crkvice Sveti Nikola", in Đurašković L. (ed.), *Kulturni pejzaž budvanskog priobalja*, JU Muzeji i Galerije Budva, Budva.
- Mihaliček M. (2009), *Perast-ostrvo Sv. Juraj ili Sv.Đorđe*, texte disponible sur le site: www.expeditio.org/index.php?option=com_content&view=article&id=291:perast-ostrvo-sv-ore&catid=81&Itemid=436&lang=sr, consulté: 20/02/2024.
- Monstat (2023), *Dolasci i noćenja*, données disponibles sur le site: www.monstat.org/cg/page.php?id=44&pageid=44, consulté: 05/05/2024.
- Monstat (2023), *Dolasci i noćenja – saopštenja*, données disponibles sur le site: www.monstat.org/cg/page.php?id=2217&pageid=44, consulté: 15/05/2024.
- Morris W. (1982), *The American Heritage Dictionary. 2nd Edition*, Houghton, Mifflin.
- Pasinović M. (2001), *Područje Kotora na listi prirodne i kulturne baštine Unesco*, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor.
- Pasinović M. (2013), *Stanovništvo Boke u brojkama*, texte disponible sur le site: www.radiodux.me/naslovnica/3071-kroz-boku-stanovnitvo-boke-u-brojkama, consulté: 10/05/2024.
- Pavičević B. (1996), "Od dolaska Slovena do stvaranja Kraljevine SHS", in Kalezić D. (ed.), *Budva, Oktoih*, Cetinje.
- Peyre C., Raynouard Y. (1971), *Histoire et légendes du Club Méditerranée*, Edition du Seuil, Paris.
- Port of Kotor*, données disponibles sur le site: www.portofkotor.co.me/, consulté: 10/05/2024.
- Pozornica (2024), *Bokeški D-mol*, texte disponible sur le site: www.pozornica.me/predstave/centri-za-kulturu/1046-bokeski-d-mol/, consulté: 30/05/2024.
- Privredna komora Crne Gore (2023), *Analiza poslovanja crnogorske privrede u 2023. Godini*, disponible sur le site: efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://komora.me/wp-content/uploads/2023/12/cg-privreda-2023-3.pdf, consulté: 05/05/2024.
- Sheward T., Dragičević P. (2017), *Monténégro*, Lonely Planet, Marybimong.
- Skryl T., Gregoric M. (2022), "Tourism in the Post-COVID Age", in Osipov V. (ed.), *Post COVID Economic Revival. Volume II*, Palgrave Macmillan, Cham.
- Srzić Z., Vitić-Četković A. (2016), "Globalization and Changing Consumer Behavior – Challenges for Positioning Tourism Destinations", in *Tourism International Scientific Conference in Vrnjačka Banja - TISC*, 1(2), Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka banja.
- Stanić Jovanović S. (2015/2016), *Masovni turizam naspram turizma malih formi: Studija slučaja perspektiva za razvoj turizma malih formi na području gradske opštine Surčin*, «Turističko poslovanje», 16, pp. 65-74.
- Sveti Marko Island (s.d.), *Sveti Marko Island*, texte disponible sur le site: <http://svetimarkoisland.com/>, consulté: 10/05/2024.

- Šedík P., Horská E., Skowron-Grabowska B., Balint Illés C. (2018), *Generation Marketing in Strategic Marketing Management*, «Polish Journal of Management Studies», 18 (2), pp. 326-337.
- Tchoukarine I. (2016), *A place of Your Own on Tito's Adriatic: Club Med and Czechoslovak Trade Union Holiday Resorts in the 1960s*, «Tourist Studies», 16 (4), pp. 386-404.
- Videotelling (2024), *Le storytelling digital*, texte disponible sur le site: www.videotelling.fr/storytelling/storytelling-digital/, consulté: 20/05/2024.
- Vukasović J. (ed.) (2022), *Jedna priča sa Ostrva mrtvih ili Tužan kraj jedne ljubavi*, in *Kotorske legendice*, OJU Muzeji Kotor, Kotor.
- Water Issues (2024), *The Most Beautiful Bays in the World*, 15 février, texte disponible sur le site: <https://wodnesprawy.pl/en/the-most-beautiful-bays-in-the-world/>, consulté: 13/04/2024.
- William M. (1982), *The American Heritage Dictionary. 2nd Edition*, Houghton, Mifflin.

3. Promuovere il patrimonio culturale in Sardegna: il Distretto Culturale del Nuorese tra turismo e risorse locali

di Antonella Camarda, Daniele Pulino, Sara Spanu¹

Introduzione

Se si vuole riflettere sul rapporto tra caratteristiche dei territori e forme specifiche di turismo, la condizione insulare rappresenta certamente un fattore cruciale. Nelle isole, infatti, ha prevalso a lungo il modello del turismo balneare e solo di recente hanno iniziato ad affermarsi le nuove tendenze del turismo culturale e ambientale attraverso una diversificazione dell'offerta e dei modelli di viaggio (Baum, 1997; Baldacchino, 2015). Da questa prospettiva il caso della Sardegna – che con un'estensione di 24.090 km² è la seconda isola del Mediterraneo – appare emblematico.

La ricerca sociale ha identificato come, dalla seconda metà del XX secolo, in Sardegna l'affermazione del turismo vada letta nel quadro delle politiche regionali, che hanno indirizzato l'intero processo di sviluppo della regione, segnato dal passaggio repentino da una fase preindustriale a una fase post-industriale (Lelli, 1983; Bottazzi, 1999; Mazzette, 2002; Fadda, 2002, 2013). In relazione a tale processo, nell'immediato dopoguerra, lo sviluppo del turismo ha conosciuto un primo indirizzo in cui si è data centralità alla realizzazione di infrastrutture ricettive.

A partire dagli anni Sessanta, invece, si è assistito alla vasta lottizzazione lungo la linea di costa e, di conseguenza, all'affermarsi di quel modello del turismo balneare che, in larga misura, condiziona ancora i flussi e la stagionalità delle presenze nell'isola. Solo verso la fine del XX secolo, hanno preso forma i segni di un mutamento, con l'inclusione delle aree interne dell'isola nei circuiti comunicativi e delle reti organizzate del turismo, attraverso la diffusione del turismo rurale e di quello culturale (Mazzette,

¹ Antonella Camarda è autrice del paragrafo 2; Daniele Pulino del paragrafo 3; Sara Spanu dei paragrafi 4 e 5. Introduzione e conclusioni sono comuni.

2002). Elemento chiave di tale evoluzione è l'emergere di un processo di museificazione del territorio (Ivi), che sembra ricalcare quelle tendenze che già Urry (1990) aveva posto alla base della sua riflessione sullo sguardo turistico. Tale propensione, in linea con le strategie adottate a livello nazionale e comunitario, si è consolidata negli ultimi vent'anni, con la promozione della destagionalizzazione del turismo, dell'integrazione tra aree costiere e della valorizzazione del patrimonio culturale (Fadda, 2013).

A partire da queste premesse, il contributo prende in esame l'esperienza del Distretto Culturale del Nuorese (DCN), una rete di istituzioni e attori locali, pubblici e privati, impegnata nella promozione del patrimonio culturale presente sul territorio della provincia di Nuoro e nella creazione di strumenti nel settore culturale (enti locali, musei, operatori culturali, imprese, ecc.). Il DCN, attualmente unico distretto culturale operante nell'isola, si configura come un tentativo di governare un sistema territoriale di risorse culturali, artistiche e produttive (Santagata, 2002; Menne, Timpano, 2019) allo scopo di valorizzare il patrimonio culturale e le reti di cooperazione tra imprese, istituzioni e comunità.

Questo contributo illustra i risultati preliminari di un percorso di ricerca che combina: analisi documentaria; un'attività di osservazione partecipante condotta tra luglio 2022 e aprile 2024; 7 interviste a operatori museali e dei beni culturali, realizzate dagli autori nel 2024. Tale approccio mira ad esplorare il ruolo svolto dal DCN nella creazione di nuove modalità di promozione culturale e turistica del territorio².

Nello specifico il saggio si sviluppa in tre parti principali. In primo luogo, si propone una ricostruzione dell'evoluzione del DCN, dal processo di creazione fino agli sviluppi degli ultimi anni, dalla prospettiva di chi ha svolto un ruolo di gestione manageriale del progetto. In secondo luogo, tramite l'uso integrato dei dati e delle interviste, il saggio offre una descrizione del territorio e un profilo degli attori coinvolti nel DCN, focalizzando l'attenzione su alcune iniziative. Infine, vengono esplorati alcuni nodi problematici che il DCN deve affrontare, evidenziando traiettorie e sfide con cui la promozione culturale può ancora confrontarsi.

² L'analisi del contesto territoriale del DCN è stata realizzata nel quadro delle attività di ricerca del WP4 – Sociologia dell'Ambiente e del Territorio – del progetto InnTerr “Innovazione, Inclusione & studi interdisciplinari per lo sviluppo del Territorio” (Università di Sassari). Nello specifico, il progetto si concentra sulla sostenibilità delle pratiche turistiche e culturali e sull'analisi delle trasformazioni socio-territoriali del Nuorese.

1. Nascita e sviluppo del Distretto Culturale del Nuorese

Il Distretto Culturale del Nuorese (DCN) nasce nel 2012 come associazione culturale promossa da attori locali interessati allo sviluppo e alla promozione della cultura locale. L'impulso alla costituzione di un distretto deriva, con tutta probabilità, dall'interesse generato dalle teorizzazioni di Pier Luigi Sacco (2010), avanzate a partire dai primi anni duemila, sul Distretto Culturale Evoluto (DCE) come modello innovativo di sviluppo territoriale basato sulla cultura. Caratteristica precipua del DCE, secondo Sacco, sarebbe l'iniziativa "dal basso", il coinvolgimento attivo, sia alla radice sia con l'attivazione di processi partecipativi, di comunità e operatori culturali.

Si delinea qui una delle prime aporie del distretto nuorese, la cui costituzione è, invece, sostanzialmente "dall'alto", legata a un protocollo d'intesa sottoscritto all'inizio del 2011 dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Nuoro, dal Comune di Nuoro, dalla Comunità Montana Nuorese e dall'associazione culturale Dialogo e Rinnovamento. A partire da qui, il 28 gennaio 2012, avveniva la costituzione dell'associazione con la contestuale approvazione dello statuto, a firma delle stesse Dialogo e Rinnovamento e Camera di Commercio, da Ascom Confcommercio Nuoro, da Confindustria Sardegna Centrale, da CONFAPI (Confederazione italiana della piccola e media industria privata Sardegna). In seguito, entrerà come membro "fondatore" anche l'ISRE (Istituto Superiore Regionale Etnografico) di Nuoro.

Se si esclude, dunque, l'associazione Dialogo e Rinnovamento, di cui peraltro non si riscontrano in rete attività precedenti e in generale non legate al DCN, e l'ISRE, da cui dipende il Museo del Costume che però subentrerà in un secondo momento, all'avvio si registra la presenza di imprese culturali solo attraverso la rappresentanza di tre confederazioni di categoria.

I primi anni del distretto saranno, dunque, incentrati sull'allargamento del network associativo, in primo luogo su base territoriale, con il progressivo passaggio da un'area di azione geograficamente contigua – il cosiddetto Sistema Territoriale Nuorese (Stn) costituito dai paesi confinanti con il capoluogo (Bitti, Dorgali, Mamoiada, Oliena, Oniferi, Orani, Orgosolo, Orotelli, Orune, Osidda e Sarule) – a una cartina a macchia di leopardo, che include anche territori distanti (come Meana Sardo o Sorgono) e arriva oggi a contare ventuno comuni. In secondo luogo, il DCN vede allargarsi le proprie fila grazie all'arrivo di nuove associazioni di categoria e culturali attive a vario titolo nel Nuorese, e soprattutto di operatori culturali, classificabili in due macrocategorie: a controllo pubblico e a gestione privata.

Gli associati rappresentano in modo abbastanza puntuale, anche se non perfettamente esaustivo, il tessuto dell'offerta culturale del centro Sardegna. Vi ritroviamo, infatti, enti di ricerca e didattica, biblioteche, musei, aree archeologiche gestite, teatri e case editrici, oltre che diverse realtà culturali con attività sporadica.

Anche dal punto di vista delle forme giuridiche di gestione, si riscontra una notevole varietà. Oltre agli enti pubblici territoriali e non territoriali, sono presenti fondazioni di partecipazione, srl e snc, aps, associazioni culturali e, in misura preponderante, società cooperative.

Se da un lato questa varietà costituisce una ricchezza del distretto, stimolando la creazione di strumenti ad hoc per ogni tipologia di associati, dall'altro pone dei freni alle azioni comuni, date le esigenze differenti, e a volte contrastanti, delle sue componenti.

Così, ad esempio, le cooperative di gestione di beni archeologici concentrano la loro attività nel periodo estivo di bel tempo e di maggiore affluenza turistica; fanno ampio uso di contratti stagionali; hanno il raggio d'azione (anche relativamente agli eventi) limitato dalle prescrizioni della Soprintendenza archeologica; hanno il bene culturale in affidamento temporaneo, per periodi più o meno lunghi, a seguito di bandi comunali generalmente a canone fisso e senza incentivi per le attività (né in forma di percentuali sugli incassi, né di premialità di altro tipo). I musei più strutturati del territorio, al contrario, hanno una gestione permanente con personale a tempo indeterminato e una programmazione che, articolata durante tutto il corso dell'anno, mira non solo ad attirare visitatori (turisti), ma a fidelizzare un pubblico di comunità. Ne deriva che, se entrambi condividono esigenze di promozione e miglioramento dei servizi, i tempi, i modi e le finalità possono essere molto diversificati.

Allo stesso modo, all'interno del distretto si riscontrano livelli di professionalità disomogenei, che vanno dall'alta specializzazione alla amatorialità. Nell'intenzione dei promotori questa situazione dovrebbe generare processi virtuosi di trasferimento di conoscenze e competenze dai più ai meno formati, ma la realtà dei fatti ha spesso provato la difficoltà di innescare spontaneo di simili processi.

A differenza della visione tradizionale dei distretti culturali (focalizzati sulle sole istituzioni culturali, come musei, teatri, ecc.), il distretto evoluto mira a costruire un ecosistema culturale integrato in cui queste istituzioni interagiscono con altri settori economici e sociali, in particolare nel campo dell'educazione, della ricerca scientifica, del benessere, dell'innovazione tecnologica, dei servizi e del turismo.

In modo conforme al trend dominante in Sardegna, il DCN focalizzerà la sua azione in particolare sul settore turistico (tralasciandone altri come

l'editoria, la produzione teatrale e musicale, l'arte contemporanea, ecc.), con una visione ben espressa in un'intervista ad Antonello Menne nel 2013, avvocato e presidente di Dialogo e Rinnovamento, tra i primi promotori del distretto.

Cultura e turismo sono due fonti straordinarie di reddito ma [...] se continua a prevalere l'idea che bisogna evitare ogni forma di contaminazione, che la cultura non deve "sporcarsi" con il turismo e che deve sempre portare l'imprimatur degli accademici, allora mettiamoci l'animo in pace e continuiamo a praticare lo sport preferito, quello di lamentarsi perché tutto è fermo e nessuno tiene conto di noi.

Parole da cui emerge, oltre che una vivace vena anti-universitaria, l'eco del dibattito sulla mercificazione del patrimonio culturale di cui il pamphlet di Salvatore Settis (2002), è, sul versante opposto, tra i più precoci ed efficaci contributi.

Tuttavia, nei primi anni di vita, l'attività del DCN, gestito in forma volontaristica e senza un organigramma ben definito, sostenuto finanziariamente dalla Camera di Commercio e dalla fondazione ex-bancaria Fondazione di Sardegna, si limita all'organizzazione di iniziative culturali come pubblicazioni e convegni, portando avanti al contempo l'attività di promozione e rafforzamento di cui si è detto. Da questi fermenti nasce, nel 2015, uno studio di fattibilità (DCN, 2015), curato da un gruppo di lavoro guidato da Francesco Timpano, ordinario di Politica Economica all'Università di Piacenza, che prova a tracciare la strada per gli sviluppi futuri del DCN. Merito dello studio di fattibilità è, tra gli altri, il riconoscere la natura in fieri del distretto, non un insieme coeso e florido di imprese culturali e di settori affini, quanto piuttosto «un obiettivo politico strategico intorno al quale si intende costruire consenso, azioni di policy (pubbliche e private) e progetti» (DCN, 2015, p. 5). Su questi presupposti e sull'analisi approfondita del contesto locale si individuavano obiettivi, un modello di governance e i principali ambiti d'azione.

Meno motivata appare invece la scelta di individuare come principali attrattori del territorio nuorese «letterati ed artisti di chiara fama nazionale e internazionale». Pur riconoscendo a Nuoro una notevole vitalità intellettuale, soprattutto nei primi decenni del Novecento, sono in realtà pochissimi gli artisti e gli scrittori la cui reputazione superi i confini isolani o quelli della ricerca specialistica. Tra di essi, vi sono senz'altro il premio nobel Grazia Deledda e lo scultore Costantino Nivola, mentre altri, pur notevoli per meriti artistici e letterari, per l'espressione di valori e istanze del territorio e per la tessitura di quel tessuto connettivo (Castelnuovo, Ginzburg,

1979) che costituisce parte fondamentale della storia della cultura, difficilmente possono essere considerati asset per una valorizzazione turistica del territorio. Tra le realtà culturali gestite dagli associati, inoltre, solo alcune sono legate in modo esplicito a un personaggio, mentre prevalgono, anche numericamente, l'archeologia, le tradizioni popolari e l'arte, tutti settori più forti nel territorio e a più alta attrattività.

Lo studio di fattibilità, infine, indicava la necessità di dotare il DCN di una figura manageriale, coadiuvata da uno staff di collaboratori con un'ampia gamma di competenze finalizzate alla gestione e alla progettazione, per rendere operative le strategie di sviluppo proposte dall'associazione. Bisognerà però attendere il 2021 per la prima nomina di una manager. Dal 2023 l'incarico è ricoperto da Mario Paffi.

Considerate le caratteristiche del distretto appena delineate e le volontà degli associati, l'azione degli ultimi anni si è mossa secondo un doppio binario: verso l'interno, per rafforzare il network istituzionale, favorire il dibattito interno, forme di collaborazione tra gli associati e, più in generale, il senso di appartenenza alla comunità professionale e sociale del DCN; verso l'esterno, con azioni di rebranding e marketing territoriale, orientate sia alla comunità sia al turismo interno, nazionale e internazionale.

2. Territorio e attori del DCN

Per meglio inquadrare l'impatto del DCN è essenziale prendere in esame alcuni punti caratterizzanti la "morfologia sociale" e le risorse presenti nell'area. Il DCN abbraccia un territorio in cui vivono 81.444 abitanti, circa la metà della popolazione provinciale, distribuiti tra il capoluogo, comuni "interni" e un unico centro costiero, Dorgali (Fig. 1).

Nel complesso, è segnato dai fenomeni di invecchiamento e spopolamento che interessano tutta la Regione (Bottazzi, Puggioni 2013; Deriu, 2018), anche se meno accentuata rispetto ad altre aree dell'isola e della stessa provincia (Tab. 1). È indicativo in questo senso, ad esempio, l'indice di vecchiaia, che evidenzia certamente uno squilibrio demografico significativo, seppur inferiore al dato regionale: 2,3 ultrasessantacinquenni ogni bambino con meno di 6 anni nel comune di Nuoro; 2,6 negli altri comuni del DCN. Più in generale, tutti i dati evidenziano come Nuoro agisca quale centro propulsore in un contesto di declino demografico.

Gli assetti descritti si rispecchiano nelle caratteristiche socio-economiche del territorio in questione. Anche in tal caso bisogna distinguere tra capoluogo e altri comuni. Infatti, Nuoro fa registrare dati economici più incoraggianti non solo rispetto al territorio del DCN e a quello provinciale,

ma anche in confronto al dato regionale. Per contro, tutti gli altri comuni, nonostante indicatori in linea con il dato sardo, mostrano una quota leggermente più elevata di redditi inferiori a 10.000 euro. Un dato particolarmente interessante è quello del numero di biblioteche e agriturismi per abitante che, nel territorio del DCN, appare significativamente più elevato in rapporto alla regione. Tale dato indica, infatti, una buona base infrastrutturale che può operare come supporto per le iniziative culturali nel territorio. Si tratta di un aspetto che si evidenzia anche se si prende in esame la presenza di beni culturali nel territorio. Da questa prospettiva il territorio si presenta come denso di risorse e beni culturali, tra i quali spiccano gli spazi museali e le aree archeologiche che, come è stato accennato, rappresentano uno dei principali obiettivi dell'azione del DCN.

Fig. 1 - Territorio del Distretto Culturale del Nuorese



Fonte: elaborazione degli Autori

Ulteriori spunti di riflessione possono essere evidenziati prendendo in esame gli indicatori della funzionalità e dell'intensità turistica (Tab. 2). Anche in questo caso, il territorio del DCN (escluso Nuoro) presenta un tasso

di funzione ricettiva pari a 7,8, inferiore alla media regionale (14,047), e un tasso di funzione ricettiva extralberghiera del 3,9. Pertanto, i numeri suggeriscono una capacità di attrazione turistica limitata rispetto ad altre zone della Sardegna, con un’offerta più frammentata e meno strutturata.

Tab. 1 - Indicatori territoriali

<i>Territorio</i>	<i>Popolazione</i>	<i>Stranieri su 1.000 ab.</i>	<i>Diff. pop. 2014-2021</i>	<i>Indice vecchiaia</i>	<i>Agritur. 1000 ab.</i>	<i>Biblio. 100mila ab.</i>	<i>Siti culturali Pres. medie 2015-2020</i>
DCN (escluso Nuoro)	45.056	25,0	-3.438	260,2	177,0	4,5	194,4
Nuoro (Comune)	36.358	29,8	-2.175	234,3	14,6	29,1	203,2
Provincia di Nuoro	200.376	20,2	-12.989	278,4	121,5	1,3	104,2
Sardegna	1.587.413	21,8	-61.229	304,4	104,7	107,1	152,7

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Istat

Tab. 2 - Indicatori turistici

<i>Territorio</i>	<i>Tasso di funzione ricettiva</i>	<i>Tasso di funzione ricettiva extralberghiera</i>	<i>Indice intensità turistica</i>	<i>Tasso funzione turistica</i>
DCN (escluso Nuoro)	7,8	3,9	282,2	0,8
Comune di Nuoro	2,0	1,0	110	0,3
Provincia di Nuoro	10,0	6,9	412,7	1,1
Sardegna	14,047	7,442	641,48	1,76

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Istat

Nel complesso, il DCN si situa in un territorio complesso, che presenta una discreta dotazione di beni culturali che potrebbe costituire una base solida per il futuro sviluppo delle comunità locali e del turismo. Cionono-

stante, è segnato da forme di vulnerabilità demografica ed economica che, seppur meno accentuata rispetto ad altre aree dell'isola, si distribuiscono con un evidente squilibrio tra capoluogo e aree periferiche. Gli elementi del contesto rappresentano dunque questioni di fondo con le quali il DCN deve confrontarsi in quanto struttura organizzativa che nasce per cercare di governare la pluralità di realtà culturali del territorio.

La sua centralità nel quadro del Piano di rilancio del Nuorese è dovuta all'approccio adottato con la programmazione del Fesr, che attribuisce alla cultura il ruolo di vettore dello sviluppo del territorio. In questo quadro, spicca il settore museale che, come si è detto, ha rappresentato uno degli elementi del mutamento turistico già dalla fine degli anni Novanta, tuttavia senza un corrispondente strumento di governance. Secondo il rapporto di valutazione del Dipartimento delle Politiche di Coesione (2023) nel quadro di tutto il Piano di Rilancio del Nuorese il DCN sembra l'intervento che nel tempo ha avuto maggiori ricadute sul sistema territoriale. Tra le iniziative realizzate vanno segnalate: la comunicazione e promozione del territorio anche attraverso il web, la promozione di percorsi turistici e culturali, l'attività di accompagnamento alle imprese e alle organizzazioni del settore tramite la realizzazione di spazi e di attività formative.

La creazione di un sistema di governance culturale è una delle attività fondamentali che hanno portato alla creazione del DCN. Ciononostante, proprio il modello organizzativo e di governance adottato, come sottolinea il citato rapporto (Ivi), presenta aspetti di fragilità. In particolare, appare problematico il rapporto tra gli enti coinvolti: per un verso, la Camera di Commercio di Nuoro svolge un ruolo fondamentale di leadership, anche in termini economico-finanziari; per un altro verso la partecipazione degli enti locali appare debole. Allo stesso modo, anche la partecipazione delle realtà private associate al DCN mostra gli stessi tratti di debolezza che fanno sì che non si sia ancora consolidata un'idea di Distretto come "bene comune". Tali aspetti emergono anche dalle interviste con gli operatori culturali, che sottolineano come, in molte occasioni, a prevalere sia l'autonomia organizzativa dei singoli associati, pubblici e privati, rispetto a una visione comune di territorio.

Nonostante le difficoltà organizzative, alcuni strumenti messi in campo in questi anni, sembrano aver gettato le basi per una governance dell'offerta culturale. Attraverso il Tavolo dei Musei, come si avrà modo di vedere nel prossimo paragrafo, i diversi operatori culturali hanno la possibilità di confrontare le pratiche e le attività nel quadro dei mutamenti di carattere più complessivo che hanno attraversato il settore in particolare con la diversificazione delle funzioni sociali svolte dai musei (Spanu, 2019).

Soffermarsi sugli attori pubblici e privati che si occupano dei beni culturali e che aderiscono al Tavolo dei Musei, consente alcune riflessioni preliminari. Un primo elemento che emerge dalle interviste riguarda l'origine delle diverse realtà culturali, spesso legata a due elementi: un'istituzione o una struttura familiare che dà sostegno all'iniziativa; l'esigenza di gestione di un bene culturale, materiale o immateriale, presente nel territorio.

Nasce dalla passione dei miei genitori [...] negli anni Settanta non c'era minimamente la sensibilità per certe cose. [...] Il museo si è deciso di aprirlo al pubblico nel 2005 ed è cresciuto passo-passo, anno per anno insieme a noi (Opcult5).

Il museo nasce nel 2000 [...] grazie a un'amministrazione particolarmente sensibile che ha acquistato questa casa dell'Ottocento, l'ha ristrutturata e predisposto la struttura (Opcult3).

È intorno a questi elementi che le diverse attività e iniziative hanno trovato una propria struttura organizzativa. Proprio in relazione alle iniziative culturali realizzate dalle realtà locali, le interviste consentono di mettere in luce un secondo elemento: il ruolo chiave svolto dagli aderenti al DCN rispetto all'innovazione, alla diversificazione e alle modalità di gestione e fruizione del patrimonio culturale.

Ora organizziamo delle mostre temporanee, in genere sono tre all'anno, finché è possibile, una la dedichiamo ad un artista dell'Isola. [...] Spesso, quando riusciamo, cerchiamo di organizzare queste iniziative insieme alle associazioni locali (Opcult6).

Organizziamo giornate dimostrative in cui artigiani locali lavorano al telaio, colorano la lana, forgianno il ferro e creano ceramiche (Opcult5).

Stiamo lavorando su nuove esposizioni, come una mostra di fumetti e manga giapponesi (Opcult2).

Alla fine di luglio organizziamo una serata astronomica in collaborazione con il Centro Astronomico Nuorese, dove i partecipanti osservano le stelle con telescopi professionali (Opcult5).

Come si evince dai brani riportati, gli eventi e le attività culturali sono l'occasione di creare connessioni con altri attori locali. Questo aspetto, che emerge in modo chiaro dalle parole degli intervistati, sottolinea l'esistenza di una vocazione degli attori culturali verso la proposizione di un rapporto con il territorio. Emblematiche in questo senso sono le attività didattiche

ed educative che vengono realizzate in modo capillare, come i laboratori creativi e didattici, rivolti a bambini, adulti e anziani e i mercatini a Km zero, realizzati in collaborazione con le comunità locali.

Pertanto, uno degli aspetti centrali che caratterizzano le realtà del DCN è un uso del patrimonio culturale in una duplice direzione. In primo luogo, i luoghi della cultura vengono gestiti tentando di connettere la cultura con le realtà locali attraverso percorsi volti alla creazione di legami con il territorio e con le comunità. In secondo luogo, il patrimonio viene utilizzato come “attrattore”, rispetto alla fruizione turistica del territorio.

3. Cultura e territori: il ruolo del Tavolo dei Musei

Nell’esperienza del DCN svolge un ruolo importante il Tavolo dei Musei, che da circa dieci anni riunisce 40 realtà culturali attive nella gestione di musei e aree archeologiche ricadenti nel territorio di 17 comuni. Il Tavolo funge in primo luogo da spazio di confronto periodico tra i diversi operatori culturali su

Gli andamenti della stagione turistica e delle mostre, anche temporanee, l’impatto sui visitatori, quali sono le nuove tendenze, anche rispetto alla didattica scolastica, al turismo straniero [...] L’impatto lo misuriamo costantemente e tra l’altro siamo anche in contatto tra noi, perché ormai ci conosciamo tutti [...] e quindi anche al di fuori dei canali istituzionali abbiamo dei canali preferenziali che ci consentono, insomma, di avere il polso della situazione ancor più che in passato (Opcult4).

Questa funzione raccoglie un generalizzato apprezzamento da parte degli intervistati sia come occasione di incontro e scambio riguardo le specifiche iniziative ed esperienze, sia come momento in cui si alimentano e consolidano legami e reti di cooperazione

Ci sentiamo protetti, ci sentiamo accompagnati in questa esperienza, perché anche solo partecipare al Tavolo dei Musei, quando ci mettiamo tutti insieme a raccontarci le esperienze di tutto l’anno con tutti i problemi, abbiamo tutti gli stessi problemi e questo ci dà un po’ la carica anche, ci sfoghiamo un po’ tra di noi e comunque ci aiutiamo e questo è importante (Opcult5).

Sedersi a un tavolo e contaminarsi a vicenda. E quindi sentire come magari l’acquario di Cala Gonone pubblicizzava certe cose e vedere anche come il museo più piccolo riusciva comunque a organizzare magari un evento di successo con un budget molto limitato. E quindi questo scambio continuo ha influenzato il modo di fare di tutti (Opcult4).

Accanto all'attività più prettamente assembleare di condivisione periodica di pratiche, il Tavolo è impegnato in attività di progettazione e realizzazione di iniziative destinate a promuovere le realtà territoriali del DCN attraverso percorsi diversificati di fruizione anzitutto turistica e quindi

Si parla di come il Distretto possa aiutare non solo a far crescere le singole realtà, ma a fluidificare i flussi turistici all'interno del territorio. Flussi che ovviamente seguono principalmente la costa [...] quindi cercare di fluidificare i flussi tra la costa, Nuoro città e altri centri che sono cresciuti tanto in termini di turismo culturale come Mamoiada, Orgosolo, Bitti verso altri centri più periferici e cercare di fare squadra e rete affinché insomma il turista che arriva qui trovi un'immagine coordinata, trovi un'offerta uniformata, per certi versi comprensibile (Opcult4).

Il Distretto per il nostro museo è molto positivo, perché finalmente mette in luce le caratteristiche di tutti i soci, uno diverso dall'altro. L'importante è che ci sia una rete, cioè è utile che il Distretto investa qualche risorsa per fare (ad esempio) anche dei cartelli stradali (Opcult2).

Intervenire concretamente sul territorio attraverso una segnalazione più organica dei circuiti turistici del DCN è un'esigenza avvertita da più parti per promuovere una migliore riconoscibilità non solo dei luoghi culturali, ma del Distretto stesso segnando in questo modo una presenza della rete anche fisica sul territorio.

Se queste iniziative, tuttavia, appaiono ancora embrionali, più sedimentata risulta invece la produzione di materiali informativi di orientamento e accompagnamento per il visitatore, come la mappa interattiva multilingue dei luoghi del DCN disponibile online e la Mappa Turistica dei Luoghi della Cultura, in formato cartaceo, che offre itinerari artistici, archeologici e naturalistici tanto nel circuito urbano di Nuoro, quanto nelle realtà più periferiche rispetto al capoluogo. Tra queste iniziative vale la pena soffermarsi sul DCN Passport, un libretto che graficamente richiama un vero e proprio passaporto e al quale sono associate una serie di agevolazioni per visitare i luoghi del DCN stesso e ottenere una simbolica cittadinanza culturale.

(il Passaporto) è uno strumento che è stato apprezzato tantissimo e che rafforza ancora di più l'idea che appunto questo territorio ha e sta già concretamente cercando di fare un lavoro integrato, un lavoro di rete. E i numeri sono incoraggianti da questo punto di vista: sapete benissimo che quando poi un piccolo museo che magari ha anche difficoltà a stampare dei plan o altro materiale promozionale, dà dei supporti informativi importanti e poi fornisce anche dei gadget, del merchandising che possono dare ai propri visitatori, diciamo che è un premio, un plus abbastanza interessante (Opcult1).

Il fatto di avere in tasca il passaporto dà diritto anche ad avere la borraccia, diamo dei gadget; quindi, lo lega ancora di più al museo. Il passaporto è un minimo operativo di rete, perché collochiamo il timbrino, mettiamo la firma e quindi un visitatore si sente quasi lusingato di avere questo documento cartaceo (Opcult2).

Al di là dell'aspetto ludico associato alla raccolta dei timbri e dei gadget offerti, che mira a generare nel visitatore un sentimento di affezione, innescando processi di fidelizzazione, il DCN Passport rappresenta una strategia interessante non esclusivamente come mera promozione dei diversi siti che aderiscono al progetto, ma come risorsa per far conoscere, al contempo, contesti territoriali meno noti in questa porzione di Sardegna. Sotto questo profilo, esso rispecchia una geografia composita di realtà più o meno conosciute da un punto di vista turistico e che territorialmente appare assai estesa, come visto in precedenza. Questa diversità se, da un lato esprime una ricchezza di contesti socio-culturali impegnati in attività comuni di promozione del vasto patrimonio culturale, dall'altra fa emergere dalle parole degli intervistati un certo centralismo della città di Nuoro, comune capofila e promotore del DCN, polo di riferimento dal punto di vista istituzionale nonché sede dei principali siti culturali. In un'ottica di rete e promozione del patrimonio culturale diffuso sul territorio, emerge l'opportunità che può derivare da un riposizionamento delle sedi più periferiche

Io credo che accadano molte più cose al di fuori di Nuoro, che non a Nuoro, nonostante Nuoro abbia poi dei musei tra i più importanti dell'isola. Però tutte le attività collaterali, tutte le iniziative, sia pur piccole, però di notevole interesse, spesso si svolgono al di fuori dello steccato (Opcult6).

4. Nodi problematici e sfide future del DCN

La presenza di realtà culturali dislocate su un territorio vasto, come si è detto, deve fare i conti anche con le distanze tra i vari nodi della rete del DCN. Si tratta di distanze reali in termini chilometrici, di tempi di attraversamento e modalità di collegamento fra territori, soprattutto nelle aree interne della Sardegna, ma anche di distanze percepite, che attengono maggiormente all'assetto organizzativo del distretto.

Vivere in un paese della provincia anche distante – per arrivare a Nuoro impieghiamo più o meno un'oretta e la strada che percorriamo non è delle migliori – per noi chiaramente fare rete aveva e ha, come dire, un doppio valore [...] raramente siamo riuscite a partecipare in presenza agli incontri, perché noi siamo gli amministratori della cooperativa, ma siamo anche soci lavora-

tori [...] Però il fatto che ci siano le piattaforme ci ha consentito quasi sempre di essere connessi e di conoscere le attività, le proposte e quant'altro [...] mi piacerebbe, ma questa è opinione comune, che le attività del Distretto riuscissero pian pianino a coinvolgere fattivamente, fisicamente i territori non proprio attaccati a Nuoro [...] Forse il fatto che noi non siamo vicini a Nuoro a volte mi ha impedito di prendere parte a riunioni nelle quali magari si sono prese decisioni importanti e che io un po' ho subito (Opcult3).

Se voi guardate la cartina del Distretto Culturale, noi siamo gli ultimi, cioè l'ultima propaggine siamo noi, quindi penalizzati anche al centro della Sardegna. [...] Noi abbiamo distribuito tantissimi passaporti, a chiunque venga il passaporto viene rilasciato, però è vero che ne sono rientrati pochissimi, è rarissimo che qualcuno ritorni con il passaporto da timbrare (Opcult5).

In altre parole, emerge una geografia problematica del Tavolo caratterizzata da un centro propulsore di risorse e un insieme di contesti più o meno periferici rispetto al centro in cui la marginalità è avvertita anzitutto come condizione fisica e che in parte viene avvertita anche nelle dinamiche di rete del DCN.

Il Distretto, secondo me, dovrebbe proprio prendere per mano tutte le realtà e aiutarle in questo percorso, mettere loro a disposizione delle professionalità, [...] se no lasci indietro il più debole (Opcult6).

Ciò, tuttavia, non inficia l'adesione al progetto: al contrario nei contesti più periferici sembra avvertirsi con maggiore enfasi l'importanza di azioni comuni che sono in grado di mitigare la condizione di perifericità. Sotto questo profilo è avvertita l'esigenza di un impegno da parte del DCN, ad esempio, dal punto di vista della formazione e del rafforzamento delle competenze

È anche vero che se si vanno ad analizzare le figure professionali presenti nelle realtà più periferiche, che magari hanno un po' più di difficoltà, si va a vedere che stiamo parlando di persone che ormai lavorano storicamente da tantissimo tempo e che magari non hanno quella formazione, non hanno fatto un percorso formativo adeguato [...] ma che hanno necessità soprattutto oggi di un supporto di competenze che può significare nuove figure professionali formate o necessità di formazione interna (Opcult1).

[...] La formazione è imprescindibile [...] questi sono dei futuri argomenti che si dovranno sicuramente affrontare per fare un passo al di là. [...] Un'idea potrebbe essere quella di attivare un servizio per aiutare nell'individuazione, nella scrittura e nello sviluppo dei bandi. Perché i soldi che devi procurare sono lì e spesso non si hanno né le capacità, né il tempo. Spesso si vincono e non si ha la capacità di gestirli i bandi (Opcult6).

Il Tavolo dei Musei rappresenta attualmente l'unica assemblea operativa all'interno del DCN sebbene

nella fase iniziale, nella fase di progettazione del Distretto si volevano creare diversi tavoli tematici, quindi quello legato alla lettura, quello legato al cinema e al teatro, musei. Però diciamo che, mentre gli altri tavoli non hanno mai funzionato, nel senso che non si è mai creata una strategia comune e una forte correlazione, anche perché magari si tratta di tavoli dove c'erano pochissime realtà, il tavolo dei musei, che è quello più numeroso e composito, è quello che ha funzionato meglio, proprio perché c'era questa voglia da parte del territorio di creare finalmente una strategia comune, condivisa e fare proprio un lavoro di promozione e valorizzazione coordinato (Opcult1).

Da questa prospettiva è possibile cogliere una declinazione (ancora) parziale della promozione della fruizione del patrimonio culturale del nuorese, considerato che al momento risulta coinvolta una compagine di attori che opera in alcuni dei luoghi della cultura del territorio, come musei e siti archeologici, mentre altri non sembrano ancora far parte delle iniziative finora messe in atto

Il passaporto deve essere consegnato nelle scuole, nelle biblioteche comunali dei paesi, deve essere fatto un lavoro invernale, deve essere strutturato affinché questo passaporto venga utilizzato anche nei mesi invernali dalle persone che vivono quel luogo. Badate bene che spesso sono proprio le persone che vivono nei luoghi che non conoscono gli attrattori culturali che stanno a poca distanza da dove vivono. [...] Credo che bisognerebbe interrogarsi un po' di più sul nostro lavoro per essere svolto con la comunità (Opcult6).

Un minore impatto del DCN in altri luoghi della cultura, come biblioteche e scuole, suscita ulteriori elementi di riflessione relativamente al rapporto tra il DCN e le comunità locali, con particolare riferimento alle popolazioni residenti e ad iniziative che siano in grado di promuovere il patrimonio culturale senza legarlo esclusivamente alla fruizione di luoghi fisici, come musei e aree archeologiche, né circoscrivendo l'impegno ai periodi di maggiore affluenza di persone nell'isola

Spesso si parla solo esclusivamente di turismo e non di iniziative atte a produrre cultura. Una cosa lodevole [...] era l'iniziativa [...] volta proprio a finanziare delle piccole start-up di ambito culturale. Secondo me, ecco, il Distretto dovrebbe anche coltivare questa serie di iniziative che attualmente, purtroppo, per motivi che disconosco ovviamente, sta un po' tralasciando e si sta configurando troppo sull'obiettivo turistico (Opcult6).

Conclusioni

Questo contributo ha preso in esame il DCN come caso per indagare i mutamenti in atto nel panorama della promozione culturale della Sardegna, anche in chiave turistica. Nato con l'intento di introdurre un modello innovativo di sviluppo territoriale basato sulla cultura, a distanza di oltre dieci anni costituisce un'esperienza di governance che riunisce una molteplicità di istituzioni. Si evidenziano gli sforzi compiuti in questi anni verso un allargamento degli attori coinvolti che hanno delineato una geografia articolata sia dal punto di vista dei profili, con l'ingresso progressivo anche di amministrazioni comunali, sia dal punto di vista della copertura territoriale.

Le interviste mettono in evidenza l'importanza del DCN e del Tavolo dei Musei come spazio comune di confronto, contaminazione e azione collettiva soprattutto nelle realtà culturali geograficamente più periferiche. Si rileva, tuttavia, una declinazione del concetto di promozione del patrimonio culturale ancora parziale per almeno tre ragioni che fungono da spunto riflessivo in ottica di programmazione futura. La prima ragione è che al momento il Tavolo dei Musei rappresenta l'unico gruppo di lavoro attivo nel DCN che, dunque, coinvolge solo alcune delle realtà culturali, mentre altre non sembrano coinvolte in attività analoghe. La seconda ragione è il prevalere di un'attenzione verso iniziative di marketing territoriale e di fidelizzazione del pubblico rispetto ad azioni volte anche a rafforzare, ad esempio, le competenze della professionalità coinvolte nel Tavolo dei Musei. La terza ragione richiama uno sguardo orientato agli impatti turistici delle iniziative intraprese che si sofferma meno sul ruolo che il DCN e il Tavolo dei Musei possono svolgere nei territori di riferimento, abbracciando così una visione in cui attraverso la cultura è possibile costruire e ricostruire legami anzitutto con le comunità locali.

In conclusione, in Sardegna il DCN è attualmente l'unica iniziativa di governance che riunisce un insieme diversificato e territorialmente esteso di attori impegnati nella promozione culturale. Alla luce dei risultati emersi è auspicabile un consolidamento del ruolo di coordinamento della rete di attori coinvolti con uno sguardo più ampio sulle ricadute, non solo di tipo turistico, che la cultura può avere nel territorio di riferimento. Ciò anche per mantenere vivo l'entusiasmo che al momento emerge dalle interviste.

Bibliografia

Baum T. (1997), "Islands and tourism: An overview", in Lockhart D.G., Drakakis-Smith D. (eds.), *Island Tourism, Trends and Prospects*, Pinter, London - New York.

- Baldacchino G. (ed.) (2015), *Archipelago Tourism. Policies and Practices*, Routledge, London.
- Bottazzi G. (1999), *Eppur si muove. Saggio sulle peculiarità del processo di modernizzazione in Sardegna*, CUEC, Cagliari.
- Bottazzi G., Puggioni G. (2013), *Comuni in estinzione. Gli scenari dello spopolamento in Sardegna*, Regione Autonoma della Sardegna, Cagliari.
- Castelnuovo E., Ginzburg C. (1979), *Centro e periferia*, Einaudi, Torino.
- Deriu R. (a cura di) (2018), *Spopolamento, saperi e governo locale. Il caso del Mejlogu*, FrancoAngeli, Milano.
- Dipartimento Politiche di Coesione (2023), *Esiti degli investimenti della politica di coesione sul patrimonio culturale e i sistemi culturali e creativi nel Mezzogiorno: Caso di studio Nuorese (Sardegna)*, testo disponibile al sito: www.valutazionecoesione.it/, data di consultazione: 15/01/2025.
- Fadda A. (2002), *Sardegna: un mare di turismo. Identità, culture e rappresentazioni*, Carocci, Roma.
- Fadda A. (2013), *Da costa a costa. Identità e culture per un turismo integrato in Sardegna*, FrancoAngeli, Milano.
- Lelli M. (a cura di) (1983), *Lo sviluppo che di doveva fermare. Saggi e ricerche sulla Sardegna post-agricola e post-industriale*, Iniziative culturali, Sassari.
- Mazzette A. (a cura di), 2002, *Modelli di turismo in Sardegna*, FrancoAngeli, Milano.
- Menne A., Timpano F. (2019), “Sviluppo locale in Sardegna: il caso del distretto culturale del nuorese”, in Aa.Vv., *Sviluppo locale, turismo e valorizzazione dei beni culturali in Sardegna. Aspetti istituzionali, economici e sociali*, Giappichelli, Torino.
- Sacco P.L. (2010), *Cultura e sviluppo locale: il distretto culturale evoluto*, «Sinergie», 82, pp. 115-119.
- Santagata (2002), *Cultural district, property rights and sustainable economic growth*, EBLA Center, Turin.
- Settis S. (2002), *Italia S.p.A. L'assalto al patrimonio culturale*, Einaudi, Torino.
- Spanu S. (2019), “Il museo tra architetture urbane e nuovi ambienti tecno-relazionali”, in Nuvolati G., Bernardi M. (a cura di), *Enciclopedia Sociologica dei Luoghi. Vol. 1*, Ledizioni, Milano.
- Tidore C. (2011), “Dalla Rinascita al Piano Paesaggistico in Sardegna. Storie di ordinario consumo del territorio”, in Mazzette A. (a cura di), *Esperienze di governo del territorio. Tra effetti perversi e prove di democrazia*, Laterza, Roma-Bari.
- Timpano F. (2015), *Studio di fattibilità del Distretto Culturale del Nuorese*, testo disponibile al sito: www.distrettoculturaledelnuorese.it/galleries/doc-sezioni/Studio-di-fattibilita_sintesi.pdf, data di consultazione: 20/11/2024.
- Tatti S. (2018), *Dieci domande ad Antonello Menne*, testo disponibile al sito: www.focusardegna.com/index.php/attualita/l-intervista/124-prova-10-domande-a, data di consultazione: 22/11/2024.
- Urry J. (1990), *The Tourist Gaze*, Sage Publications, London.

Sezione 2

Mobilità: le tendenze nel Mediterraneo e il loro impatto sul turismo culturale

4. Tra i due lati del Mar Adriatico: Italia e Albania tra colonialismo, migrazioni e turismo

di *Matteo Lupoli*

Introduzione

Separate solo da una sottile striscia di mare, Italia e Albania hanno mantenuto nel tempo un legame particolarmente forte che, a seconda delle fasi storiche, ha assunto diverse forme. Dalla dominazione coloniale alle connessioni generate dai flussi migratori, fino all'emergere dell'Albania come meta turistica, il rapporto tra i due Paesi si presenta come un sistema complesso e stratificato. L'obiettivo di questa ricerca è quello di analizzare le connessioni tra più fenomeni – il colonialismo, le migrazioni e il turismo – a partire da un'analisi etnografica dello sviluppo turistico nella città costiera di Durazzo. La tesi che si sostiene è che questi fenomeni, pur essendo emersi in fasi storiche differenti, siano profondamente interrelati e si influenzino reciprocamente, contribuendo a definire la relazione contemporanea tra i due Stati.

Dopo decenni di isolamento dovuto alle chiusure del periodo socialista e alla situazione di crisi verificatasi a seguito della caduta del regime, l'Albania ha avviato un processo di liberalizzazione economica e apertura culturale che è stato trainato anche dagli investimenti per lo sviluppo turistico. A partire dal 2010 circa, il Paese è stato progressivamente scoperto da un numero sempre maggiore di turisti europei (Vietti, 2012). In questo processo potrebbe aver avuto un peso determinante l'apertura dei confini dell'area Schengen, avvenuta nel 2010 e l'emergere di un certo interventismo governativo, di cui è espressione l'introduzione della Legge 55/2015 "Sugli investimenti strategici", che ha favorito lo sviluppo del sistema turistico intervenendo sul sistema fiscale e concedendo nuovi spazi all'utilizzo privato. Le politiche di promozione turistica, insieme al miglioramento delle infrastrutture stradali e aeroportuali, hanno così trasformato il Paese in pochi anni. Questo sviluppo ha portato con sé anche una serie di problemi

legati al consumo di suolo e all'impatto ambientale, in particolar modo nelle regioni costiere (Pasko, 2016), ma ha sicuramente prodotto risultati interessanti se si guarda solamente alla crescita degli ingressi turistici. Stando ai dati forniti dall'Instat¹ si nota come, dopo il temporaneo calo degli ingressi legato alla pandemia di Covid-19, il settore ha ripreso rapidamente slancio, facendo registrare quasi 8 milioni di visitatori nel 2022. Un dato particolarmente significativo, se si considera che la popolazione locale non arriva ai 3 milioni di residenti. La tendenza positiva è proseguita nel 2023, quando il numero di ingressi ha raggiunto i 10 milioni, segnando un record storico per il Paese. Gli arrivi dall'Italia hanno giocato un ruolo importante e si stima che circa 1 milione di italiani abbiano scelto l'Albania per le loro vacanze nel 2023 (quasi il 10% del totale degli arrivi).

Attraverso un'analisi etnografica volta a comprendere il funzionamento dell'industria turistica balneare a Durazzo, il presente studio si propone di evidenziare in che modo il passato coloniale e la più recente storia di migrazioni da una sponda all'altra dell'Adriatico, influiscano ancora oggi sulle interazioni economiche e culturali tra i due Paesi. La metodologia impiegata è di tipo qualitativo e si tratta di uno studio di caso (Yin, 2005) condotto attraverso un approccio etnografico focalizzato sulla città di Durazzo, una delle principali destinazioni turistiche dell'Albania. La scelta del caso si deve non solo all'attuale rilevanza turistica della destinazione (Mbrica *et al.*, 2023), ma anche al ruolo che questa città costiera, che fu un tempo capitale del Paese e ospita il principale porto nazionale, ha avuto in passato come punto di approdo strategico nel periodo coloniale e successivamente come luogo di partenza per migliaia di migranti albanesi diretti verso la penisola italiana. La ricerca sul campo si è tradotta in un'etnografia arricchita dal ricorso a interviste semi-strutturate, che hanno coinvolto una varietà di attori del settore turistico, tra cui alcuni rappresentanti delle istituzioni, esperti, una ventina di imprenditori locali e altrettanti lavoratori del settore. Il periodo di osservazione è durato oltre sei mesi, durante i quali è stato possibile osservare le dinamiche quotidiane del settore turistico a Durazzo, sia in contesti formali (hotel, ristoranti, tour guidati) sia informali (spiagge, mercati, vita notturna). Il lavoro di ricerca sul campo è stato preceduto e integrato da una revisione della letteratura esistente sulla storia del Paese, sullo sviluppo del turismo socialista e di ciò che è venuto dopo, oltre che sulla migrazione albanese. Questo approccio ha permesso

¹ Istituto di Statistica Albanese, incaricato di produrre censimenti di carattere demografico, economico, sociale, commerciale e industriale. Le informazioni sui flussi turistici sono disponibili alla pagina: www.instat.gov.al/en/themes/industry-trade-and-services/tourism-statistics/.

di ottenere una visione sfaccettata del turismo contemporaneo nella “Terra delle aquile”, mettendo in luce il ruolo delle migrazioni e del passato coloniale nella ridefinizione delle relazioni economiche e culturali tra Italia e Albania.

L’elaborato è organizzato in diverse sezioni e i risultati della ricerca sono presentati via via con riferimento a ciascun fenomeno preso in esame. Dopo questa introduzione, la prima parte si concentra sulla storia e l’eredità del colonialismo italiano in Albania, esplorando le conseguenze socio-culturali e architettoniche di questo passato; nella sezione successiva si analizza il fenomeno migratorio degli anni Novanta e l’influenza dei media italiani, come premesse fondamentali per comprendere l’attuale fase di interazione culturale; la terza sezione esamina il più recente boom turistico evidenziando le connessioni tra i due precedenti momenti, mentre nelle pagine conclusive si propone una sintesi dei risultati.

1. Il colonialismo italiano e i suoi lasciti materiali e immateriali

Le relazioni tra Italia e Albania iniziarono ad assumere un carattere particolare sin dai primi decenni del XX secolo, culminando in un periodo di dominazione coloniale fascista tra il 1939 e il 1943. Già prima della conquista formale, l’Italia aveva esercitato un’influenza decisiva nel guidare lo sviluppo economico del giovane stato albanese, nato in seguito alla liberazione dal dominio ottomano nel 1912. Dopo l’ascesa al potere di Ahmet Zogu (diventato presidente nel 1925 e poi autonominatosi re nel 1928 con il nome di Zog I), i rapporti con l’Italia si intensificarono. Il regime fascista di Mussolini sostenne Re Zog politicamente ed economicamente, ma questo supporto ebbe un prezzo: importanti settori dell’economia albanese, inclusi la Banca Nazionale e la Società per lo Sviluppo Economico, cadde sotto il controllo italiano (Vilvens, 2020). In questo periodo, la modernizzazione dell’Albania avvenne in gran parte sotto la direzione italiana, che promosse anche la costruzione di edifici e infrastrutture (Strangio, 2019). Mussolini aveva grandi ambizioni coloniali e vedeva nell’Albania un’area strategica per la vicinanza geografica e per la disponibilità di risorse minerarie (Mai, 2003), oltre che come potenziale destinazione turistica (Hom, 2012). Fu in questa fase che cominciò a emergere un’attenzione da parte della classe politica albanese per il tema dell’ospitalità e del viaggio slegato da finalità commerciali, come dimostra la creazione del Enti Turistik Hotelier Shqiperi, il primo ente nazionale albanese per il turismo, nato sotto l’influenza del regime fascista italiano e ricalcandone le strategie. Ad esso fu affidato il compito di occuparsi dello sviluppo

di strutture ricettive, pensate soprattutto per gli ospiti istituzionali in visita per intrattenere relazioni diplomatiche (Istrefaj, 2021). Nel 1939, con l'invasione dell'Albania da parte delle truppe italiane, il processo di colonizzazione raggiunse il suo apice. La stampa fascista contribuì al sostegno dell'espansione imperialista descrivendo le terre oggetto di conquista come ospitali ed evocando l'idea di una modernizzazione del Paese che necessariamente sarebbe passata attraverso l'appropriazione culturale e turistica del territorio (Strangio, 2019). La ricercatrice Stefanie Malia Hom descrive puntualmente il modo in cui il regime fascista italiano operò dipingendo gli albanesi come naturalmente predisposti all'ospitalità e quindi pronti ad accogliere l'occupazione italiana (Hom, 2012, pp. 294-295): «I colonizzatori italiani ritenevano che l'industria turistica fosse cruciale per trasformare l'Albania in un territorio moderno e implicitamente italiano. Un articolo del settembre 1939 sulla rivista del Touring Club Italia proclamava che la rete di strade costruite avrebbe assicurato all'Albania un futuro come paese moderno e come destinazione turistica [...] Inoltre, il turismo aveva già caratterizzato la propaganda coloniale sull'Albania attraverso il discorso dell'ospitalità. L'Albania era destinata a diventare sia colonia che destinazione turistica per l'Italia, perché i suoi abitanti erano predisposti all'ospitalità, nati per accogliere gli ospiti stranieri»².

Il regime italiano avviò una serie di interventi infrastrutturali e architettonici che lasciarono un'impronta duratura, soprattutto a Tirana e Durazzo. Queste trasformazioni urbanistiche, comprendenti la costruzione di ville, infrastrutture stradali e persino strutture alberghiere, furono progettate per servire sia la popolazione colonizzata che le ambizioni turistiche italiane. Durazzo, che nel frattempo non era più capitale del Paese³, poteva avere un ruolo strategico, ma furono necessari diversi interventi di bonifica delle paludi che la circondavano prima che potesse iniziare un vero e proprio sviluppo urbano (e poi turistico) dell'area (Prenga, 2022). Come racconta Artan Kacani, docente di urbanistica all'Università Polis di Tirana

Le paludi si dice portassero un'aria irrespirabile nei mesi estivi a Durazzo fino ai primi decenni del Novecento. Per questo molte persone si muovevano in quel periodo verso Tirana, facendo quindi l'inverso di quello che fanno molti albanesi oggi. Venne replicato o importato anche in questo caso un modello di

² Traduzione a cura dell'autore. Anche le citazioni riportate nelle pagine successive sono state tradotte dall'autore quando necessario.

³ Durazzo era stata capitale dal momento della proclamazione dell'indipendenza dello Stato albanese nel 1912 fino al 1920, quando Tirana fu nominata capitale.

intervento del regime fascista e l'Italia finanziò e diresse questi interventi in cambio di accordi sull'utilizzo delle risorse minerarie e altri materiali.

Gli interventi strutturali e infrastrutturali andarono avanti e anzi si intensificarono negli anni seguenti, al punto che una parte considerevole della struttura architettonica tutt'ora presente in alcune delle più grandi città albanesi rappresenta un lascito di questo periodo coloniale. Sempre Kacani, camminando un giorno lungo la spiaggia di Durazzo, commenta la struttura delle abitazioni che si affacciano sul lungo mare distinguendo le villette costruite in epoca fascista e poi riutilizzate dal regime come case vacanze per i lavoratori. Alcune di queste sono state abbattute per fare spazio a hotel e condomini più alti, ma quelle che rimangono rappresentano una preziosa eredità di quel momento storico e sono ancora oggi utilizzate come case vacanze.

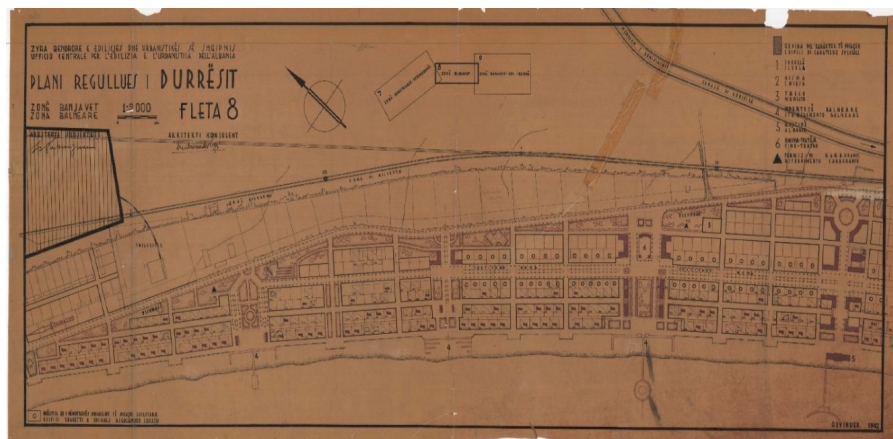
Come spiega Elton Orozi, deputato e collaboratore presso il Ministero per il Turismo e l'Ambiente

L'area di Durazzo è stata la prima a vivere uno sviluppo intenso fin dagli anni Trenta, cioè prima del regime comunista. Esistevano già piani per sviluppare l'area con la costruzione di ville che funzionavano da case vacanze per i funzionari di governo e persone che lavoravano nei servizi pubblici.

Nella mappa (Fig. 1) è raffigurato il piano regolatore del 1942 (ultimo anno di dominazione italiana) per la zona balneare di Durazzo, ovvero i sei chilometri di spiaggia che si estendono verso sud a partire dal porto. Per quanto sia la forma che il numero degli edifici sia cambiato più volte nel corso del tempo, la struttura geometrica dello sviluppo di quella parte della città è rimasta pressoché inalterata fino a oggi. Oltre alle due file di ville di cui si è da poco parlato, costruite in prossimità della spiaggia e destinate al riposo dei lavoratori italiani, era già stato previsto lo spazio per alcune strutture alberghiere (di cui solo una fu completata nel 1940, mentre gli altri alberghi furono edificati nelle stesse zone, ma dal regime socialista di Enver Hoxha dopo il termine della Seconda Guerra Mondiale), nonché la presenza di alcune piattaforme circolari immerse nel mare e connesse alla riva tramite dei pontili che consentivano il prolungamento delle passeggiate.

Il periodo di influenza politica ed economica italiana in Albania si concluse nel 1943 con la caduta del fascismo e l'occupazione tedesca, ma i segni tangibili di quel periodo rimasero visibili nell'architettura e nelle infrastrutture del Paese. Molte delle opere progettate durante il periodo del colonialismo fascista, furono completate e utilizzate dal regime socialista

Fig. 1 - Piano regolatore della zona balneare di Durazzo del 1942



Fonte: Archivio storico Polis University of Tirana

di Enver Hoxha, che tra gli anni Cinquanta e la fine degli Ottanta sviluppò quella che il sociologo scozzese Derik Hall ha definito la forma più pura di turismo stalinista (Hall, 1990, 2001). Alcune di queste, come l'Hotel Adriatik, posizionato al centro del lungomare di Durazzo, sono sopravvissute fino ai giorni nostri. Oltre agli aspetti materiali, è importante riconoscere il peso che potrebbe aver avuto la narrazione fascista dell'Albania e della popolazione albanese come "naturalmente predisposta all'ospitalità". Il periodo coloniale ha lasciato in eredità delle rappresentazioni culturali che potrebbero aver avuto un peso determinante nel definire l'immaginario legato al turismo e, di conseguenza, lo sviluppo di questa industria quasi un secolo più tardi.

2. Migrazioni e turismo dal periodo socialista alla transizione

Dopo la breve dominazione tedesca, il regime comunista di Enver Hoxha si affermò al potere e consolidò il dominio creando una narrazione mitica che esaltava la resistenza eroica contro l'invasore fascista e la sua espulsione dal territorio albanese (Mai, 2017).

Questo regime discorsivo fu centrale per il regime, che tentò di isolare l'Albania da ogni influenza esterna, compresa quella dei Paesi confinanti. Tuttavia, la vicinanza geografica tra i due Paesi consentì a molte famiglie albanesi di accedere al segnale della televisione italiana, che trasmetteva

programmi di intrattenimento senza sosta, mentre la televisione locale offriva solo programmi di informazione per poche ore al giorno (Lika, 2020). Nonostante gli sforzi del regime per contenere un fenomeno che era malvisto e scoraggiato perché si diceva esponesse i cittadini alle influenze dell'imperialismo capitalista, questa pratica si diffuse sempre più (Mai, 2003). L'Italia diventava così agli occhi degli albanesi non solo un territorio geograficamente vicino, ma anche il simbolo di un mondo immaginato, una "finestra" sul benessere e la modernità che sembravano caratterizzare l'intero Occidente: «In effetti, a causa della regolare presenza "sovversiva" della televisione italiana nei discorsi e nelle pratiche quotidiane e del suo legame con il passato dell'Albania, l'Italia divenne lo spazio immaginario su cui gli albanesi proiettarono le loro speranze e desideri frustrati, e la loro destinazione preferita [...] L'Italia era associata a una visione utopica dell'Occidente come un mondo di abbondanza materiale per tutti, dove tutto era possibile» (Mai, 2017, p. 8).

Questa esposizione ai media italiani ebbe inoltre un effetto significativo sull'apprendimento della lingua italiana tra gli albanesi, facilitando in molti casi i successivi percorsi migratori (Lika, 2020). La lingua, veicolata attraverso la televisione, divenne un ponte che consentì alle nuove generazioni di albanesi di guardare all'Italia come a un luogo di opportunità, contribuendo a costruire l'immagine positiva del Paese.

Dopo la morte di Hoxha, il regime entrò definitivamente in crisi, fino a cadere sotto la spinta delle proteste popolari nel 1991. Già nell'anno precedente alla caduta definitiva, migliaia di persone presero d'assalto le ambasciate straniere in cerca di asilo politico (Biagini, 1998; Abrahamas, 2015), sino a quando la riapertura definitiva dei confini diede il via ad un periodo di intense migrazioni verso i paesi limitrofi economicamente più sviluppati. Per i volumi raggiunti questo fenomeno può esser considerato un vero e proprio esodo, un unicum nel continente europeo (Hall, 2000). Una delle immagini più iconiche di questa fase migratoria fu quella della Vlora, la nave cargo albanese sulla quale viaggiarono stipati oltre 20.000 migranti, che nell'agosto 1991 attraccò nel porto di Bari. Le immagini di quello sbarco, riprese da varie testate giornalistiche, divennero presto il simbolo dell'esodo disperato di un popolo in fuga dalle difficili condizioni economiche e politiche dell'Albania post-comunista, oltre che della portata delle migrazioni albanesi verso l'Italia.

L'esodo di massa che caratterizzò gli anni successivi alla fine del regime di Hoxha era motivato principalmente da ragioni economiche: nonostante l'avvio di una serie di politiche per la privatizzazione e liberalizzazione dell'economia, l'Albania continuava a fare i conti con una situazione economica instabile, come dimostrato dalla presenza di un tasso

di disoccupazione molto elevato, che arrivò fino a raggiungere il 45% della popolazione attiva (Sciortino, Evans, 1997). L'Italia fu, insieme alla Grecia, una delle destinazioni preferite dai migranti albanesi, in cerca di lavoro e migliori condizioni di vita. Secondo le stime, tra il 1991 e il 2000, oltre 200 mila albanesi raggiunsero le coste italiane, nonostante le campagne di rimpatrio e la stigmatizzazione dei migranti trasmessa anche dai media italiani (Mai, 2003).

Benko Gjata, che oggi presiede un centro culturale rivolto alla diaspora albanese in Italia, ricorda il periodo delle grandi migrazioni:

Dopo gli anni Novanta ci fu un fuggi-fuggi di albanesi, perché bastava andare in Grecia o in Italia per avere retribuzioni molto migliori per lavori anche semplici come la raccolta delle olive. Moltissime persone abbandonarono il Paese, attualmente si stima che di quattro milioni e mezzo di albanesi meno della metà vivano ancora sul territorio.

Un imprenditore del settore turistico incontrato a Durazzo descrive così la propria esperienza e ciò che lo spinse a partire in quel periodo:

Al tempo mi mancavano solo quattro esami per finire gli studi in economia e commercio, ma da quando era caduto il regime tutto era cambiato e così quando i miei genitori mi dicevano di studiare io dicevo loro: «guarda il mio professore, ora vende il tabacco e il nostro vicino che fa il muratore in Italia guadagna di più degli ingegneri qua».

Le condizioni di accoglienza in Italia furono difficili e l'immagine di una terra di prosperità e libertà, proiettata attraverso la televisione, venne progressivamente smentita dai racconti dei migranti stessi (Mai, 2017). Tuttavia, le migrazioni non cessarono e le rimesse inviate da chi era riuscito a stabilirsi all'estero – principalmente uomini al tempo (Danaj, 2022; Mendola, Carletto, 2012) – divennero un pilastro fondamentale per l'economia albanese nella fase di transizione: «Hanno inviato rimesse al Paese per un valore stimato di 349 milioni di dollari nel 1995 e di 476 milioni di dollari nel 1996, guadagnati in parte grazie a impieghi legati al turismo in Grecia e in Italia. Questo afflusso di denaro e beni è stato equivalente a circa un terzo del Pil albanese ed è arrivato a rappresentare la principale fonte di reddito proveniente dall'esterno dopo gli aiuti, anche se le stime del valore di tali rimesse sono notoriamente difficili da calcolare» (Hall, 2000, p. 36).

Nonostante le istituzioni italiane mostrassero forti resistenze verso questi flussi migratori, l'influenza della cultura italiana rimase forte. Ebbero un peso importante anche i rientri temporanei degli emigranti, che in Albania tornavano per trascorrere le vacanze. Questo fenomeno, noto come

“turismo della diaspora” (Huang, Ramshaw, Norman, 2016; Li, McKercher, Chan, 2020), rappresenta tutt’oggi una componente significativa del turismo internazionale in Albania (Vietti, 2012; Mbrica *et al.*, 2023) e fu particolarmente importante nei primi anni Duemila, quando la percezione internazionale era ancora legata all’immagine di un Paese in transizione, segnato da conflitti e povertà.

La maggior parte degli imprenditori intervistati a Durazzo hanno raccontato di aver lavorato al di fuori dall’Albania, e in particolare in Italia, prima di farci ritorno per avviare un’attività. Il loro percorso è stato a detta di molti cruciale non solo perché ha consentito un reinvestimento in loco delle rimesse economiche generate, ma anche perché ha determinato l’emulazione di modelli imprenditoriali visti e appresi all’estero. Come già osservava Beryl Nicholson oltre vent’anni fa, in un articolo dal titolo, «È evidente dalla rapida crescita della disponibilità di souvlaki, pizze e toast che, in alcuni casi, il lavoro all’estero ha fornito non solo i mezzi finanziari, ma anche l’opportunità di imparare: alcuni ex emigranti hanno replicato l’impresa in cui lavoravano» (Nicholson, 2001, p. 40).

Elton Oroni, del Ministero per il Turismo e l’Ambiente albanese, durante l’intervista sottolinea come il ritorno di questi migranti abbia avuto un impatto decisivo sullo sviluppo turistico:

Nei primi tempi i nuovi proprietari delle strutture non avevano le idee chiare su come svilupparle. Le cose iniziarono a cambiare intorno ai primi anni Duemila quando diedero un’accelerazione a questo processo le persone che tornavano dopo aver visto quello che succedeva in Italia, che era allora e in parte lo è ancora il nostro principale modello di riferimento per la ristorazione e non solo.

Un ristoratore di Durazzo, che ha vissuto a lungo in Italia e conserva ancora oggi la doppia cittadinanza, descrive invece con queste parole il legame tra i due Paesi:

Per noi è sempre stata una porta aperta per andare a vedere cosa avveniva e imparare cose da poi importare.

3. Turismo e migrazioni nella fase contemporanea

Con l’inizio del nuovo millennio, lo sviluppo di strutture e infrastrutture per il turismo in Albania ha visto una forte accelerazione grazie anche ad una serie di iniziative governative volte a favorire lo sviluppo del sistema turistico. I due principali obiettivi che, attraverso questa strategia,

il governo mirava a raggiungere, erano da un lato quello di contrastare la povertà, creando posti di lavoro e permettendo investimenti in infrastrutture (Bazini, Nedelea, 2008), e dall'altro di facilitare la transizione verso un sistema liberal-democratico, aprendosi al confronto con il mercato internazionale e consentendo l'afflusso di capitali esteri (Hall, 2000). In questo contesto, la mancanza di pianificazione ha portato all'affermarsi di un modello di sviluppo urbanistico caratterizzato da abusivismo edilizio e corruzione. A partire dal crollo del regime, la crescita era stata rapida e soprattutto senza controllo, come racconta un imprenditore:

Immediatamente dopo il 1991 vi fu una grande crescita economica, la libertà per ognuno di fare il suo business come voleva. In questo periodo sono sorte molte delle costruzioni sul mare come la mia.

Tuttavia, il boom edilizio e la libertà di costruire senza regole hanno avuto conseguenze negative sul paesaggio e l'ambiente (Pasko, 2016). La proprietaria di due ristoranti ubicati sul lungomare di Durazzo, aperti al ritorno dall'Italia nel 2003, riflette amaramente sulle trasformazioni subite dalla costa:

Quando siamo partiti negli anni Novanta la spiaggia di Durazzo era molto bella, avevi un lungo mare sgombro da tutte queste costruzioni che poi sono state fatte a pochi metri. C'è stata una mania di costruire praticamente sul mare, mi ci metto in mezzo anche io. Abbiamo distrutto il paesaggio per questa mania di costruire affacciati sulla spiaggia. Ho fatto lo stesso sbaglio e quando me ne sono accorta era tardi. Anche chi mi ha concesso il permesso ha sbagliato, ma è normale perché ho pagato un po' di soldi. Così funzionava al tempo, davi un po' di soldi e prendevi tutto quello che volevi.

L'abusivismo edilizio e i rapporti clientelari hanno dato forma al territorio e il sistema normativo si è adeguato procedendo il più delle volte attraverso una regolarizzazione a posteriori (Musaj, 2016).

Le conseguenze negative di questo modello di sviluppo non si limitano al danno ambientale, ma includono anche l'insufficienza delle infrastrutture per reggere l'aumento del flusso turistico. Secondo una guida turistica di Durazzo,

Succede ancora che manchi per giorni l'acqua o l'elettricità in interi quartieri, mentre un altro problema è la gestione dei rifiuti.

Questi disservizi rappresentano sfide strutturali per le autorità locali, che tuttavia si mostrano fiduciose di poterle affrontare, come afferma una collaboratrice della sindaca della città:

L'aumento delle presenze in città durante l'estate crea ovviamente qualche problema. Alcuni di questi sono strutturali come quelli legati alla carenza di elettricità o acqua e sono quindi difficili da risolvere da noi, mentre stiamo intervenendo sui rifiuti istituendo una raccolta porta a porta.

Dal punto di vista economico, il turismo ha contribuito a generare ricchezza e offerto a molti migranti la possibilità di tornare in Albania e investire nel proprio Paese. Tuttavia, questo non ha portato ad una diffusione di maggiore benessere economico e le condizioni lavorative nel settore non sono certo entusiasmanti. Dai racconti dei lavoratori emerge che molti di loro, perlopiù giovani sotto i trent'anni, vedono questo impiego come transitorio, sperando di emigrare all'estero in cerca di condizioni migliori. Sembra dunque che sia ancora in corso un esodo, che non accenna a terminare nonostante il Paese sia cambiato molto negli ultimi decenni. Per comprenderne le ragioni occorre fornire un quadro più dettagliato delle condizioni di lavoro osservate e raccontate dai diretti interessati.

I lavoratori incontrati, pur essendo molto giovani, hanno alle spalle lunghe carriere, per quanto intermittenti, iniziate molto spesso ancor prima di aver raggiunto l'età minima di 16 anni consentita dalla legge per lavorare. I contratti sono una vera e propria rarità e quando esistono non sempre vengono rispettati, così che quasi la totalità dei dipendenti intervistati racconta di non avere diritto ad alcun giorno di riposo durante la stagione estiva, né ad altre tutele, come per esempio il diritto a ricevere una retribuzione in caso di malattia. Per quasi tutti, anche per chi da anni ricopre la stessa mansione in attività diverse, la speranza è che si tratti di un impiego temporaneo, anche perché nella maggior parte dei casi lo stipendio non è sufficiente nemmeno per garantire il sostegno economico minimo per vivere autonomamente. La prospettiva per molti continua a essere quella della ricerca di un lavoro all'estero, per stabilizzarsi o accumulare una riserva di capitale e fare ritorno in patria. Proprio come hanno fatto solo due decenni or sono molti di quelli che oggi si presentano come imprenditori del settore, gli stessi che in questi anni stanno accumulando profitti grazie allo sviluppo turistico della città costiera, ma continuano a proporre stipendi inferiori persino alla già drasticamente bassa soglia minima stabilita dai contratti nazionali⁴.

Per quanto le mete siano cambiate e oggi l'Italia e la Grecia non rappresentano più le destinazioni prescelte, nel futuro che molti immaginano c'è un altro Paese, molto spesso nord-europeo, dove andare a cercare fortuna.

⁴ Nel 2022, anno in cui sono state raccolte le interviste, la soglia minima fissata dai contratti nazionali era di 300.000 lek, corrispondenti a circa 280 euro.

Avevo pensato anche all'Italia, amo l'Italia come tutti gli albanesi, ma non lo vedo più come un posto dove vorrei fermarmi

afferma una ragazza che, dopo alcuni anni di lavoro come receptionist a Durazzo e qualche esperienza all'estero, progetta di trasferirsi in Svizzera. Altri, come un giovane infermiere che durante l'estate lavora come bagnino e cameriere, progettano di trasferirsi in Germania:

Quest'inverno me ne voglio andare in Germania a lavorare come infermiere per guadagnare più soldi.

Questo continuo flusso migratorio dimostra che le aspettative di miglioramento economico legate allo sviluppo del turismo, così come i ricavi che questo genera, non sono state equamente distribuite tra la popolazione e per questo non hanno ridotto il desiderio di emigrare, specialmente tra i giovani. Le rotte migratorie sono in parte cambiate, così come gli immaginari dei giovani albanesi, che oggi guardano verso destinazioni come Germania, Svizzera o Inghilterra, ma le migrazioni e il turismo restano due facce della stessa medaglia in una società sempre più mobile e globalizzata (Christin, 2019). Mentre Durazzo e le sue strutture turistiche si preparano ogni estate ad accogliere un pubblico internazionale, i giovani lavoratori continuano a sognare di lasciare il Paese in cerca di opportunità migliori all'estero, proprio come fecero i loro genitori dopo il crollo del regime.

Al contempo, mentre l'Albania continua a essere un Paese di emigrazione, un nuovo accordo con l'Italia ha paradossalmente trasformato il Paese in una destinazione per migranti provenienti dalla penisola. Nel 2023, il governo albanese guidato da Edi Rama e quello italiano di Giorgia Meloni hanno siglato un accordo che prevede la costruzione di un hotspot nella località costiera di Shenjin e un centro di accoglienza o rimpatrio per migranti nella poco lontana area dell'ex aeroporto militare di Gjader. Questi centri, ormai pronti, ospiteranno migranti intercettati in Italia e trasferiti in Albania in attesa di conoscere il loro destino. Tutti i costi relativi alla costruzione, gestione e manutenzione di queste strutture è interamente a carico del governo italiano, che di fatto delocalizza una parte del sistema di accoglienza sul territorio albanese, riducendo il carico sulle proprie infrastrutture.

Questa nuova politica migratoria, che estende la gestione dei flussi migratori italiani sul suolo albanese, presenta una serie di implicazioni sia per l'Italia che per l'Albania. Dal punto di vista italiano, l'accordo rappresenta un tentativo semplice, secondo alcuni propagandistico, di risoluzione di una situazione complessa, che permetterebbe l'alleggerimento della pres-

sione sul sistema di accoglienza e allo stesso tempo consentirebbe di mantenere un controllo diretto sui rimpatri. Diversi osservatori critici vedono in questo accordo una riproposizione di logiche coloniali. Marco Siracusa pochi giorni dopo la sigla dell'accordo scriveva che «Credere che l'Albania sia il luogo adatto dove scaricare pacchi di gente non gradita è esattamente in linea con il considerarla una regione italiana, piuttosto arretrata ovviamente, in cui poter fare tutto a nostro piacimento» (Siracusa, 2023). Al contempo il governo albanese, che aspira a entrare nell'Unione Europea, potrebbe utilizzare questa collaborazione come leva nelle trattative per il processo di adesione. Offrendo il proprio territorio per ospitare strutture di accoglienza e rimpatrio, l'Albania si presenta come un partner affidabile e soprattutto funzionale alle esigenze dell'Unione Europea. Diversi Stati membri guardano infatti con interesse a questo progetto, vedendo in esso un potenziale modello di gestione dei flussi migratori basata su una forma di esternalizzazione dal sapore neo-coloniale. Questo accordo, pur avendo un impatto potenzialmente controverso sul piano interno, potrebbe essere una carta importante per Tirana nei futuri negoziati con Bruxelles.

Le critiche però non mancano, soprattutto in relazione alla percezione di sottomissione politica e dipendenza economica. Questo tipo di politica potrebbe rafforzare l'immagine di un'Albania ancora relegata a un ruolo subordinato rispetto all'Italia, rievocando logiche di controllo e sfruttamento del territorio che appartengono al periodo coloniale, ma che sembrano ora ripresentarsi in una forma aggiornata.

Conclusioni

Il legame tra colonialismo, migrazioni e turismo nell'analisi delle relazioni tra Italia e Albania evidenzia un complesso processo di interconnessione che ha segnato la storia di entrambi i Paesi.

La retrospettiva tracciata in questo lavoro non solo mostra l'importanza del passato coloniale italiano in Albania, ma aiuta anche a comprendere come questo abbia trasformato il paesaggio urbano, divenuto poi funzionale allo sviluppo turistico dell'area, e influenzato le rotte migratorie. Il forte legame che oggi intercorre tra l'Italia e l'Albania, è stato infatti plasmato dall'esperienza del breve dominio fascista tra il 1939 e il 1943 e dall'ancora precedente influenza che il regime di Mussolini esercitò sul neonato Stato albanese nei primi decenni del Novecento. L'eredità di questo periodo è ancora visibile grazie ai segni tangibili nel patrimonio architettonico e nello sviluppo urbanistico di molte città albanesi (Kacani, 2023), mentre il legame culturale tra le due sponde dell'Adriatico è stato ulteriormente

rafforzato dal massiccio flusso migratorio degli anni Novanta e Duemila, quando centinaia di migliaia di albanesi si spostarono verso l'Italia in cerca di migliori condizioni di vita (Monzini, 2007).

Un ulteriore elemento che ha contribuito al consolidamento di questo legame è stato l'accesso ai media italiani: molte famiglie albanesi sin dai tempi del regime di Enver Hoxha erano state in grado di captare il segnale televisivo delle reti Rai e Mediaset, dove veniva trasmessa una tipologia di intrattenimento al tempo sconosciuta per il popolo albanese (Lika, 2020; Ypi, 2022). Questa opportunità divenne presto una finestra sulla cultura occidentale, che suscitava una forte fascinazione per la cultura di un Paese (l'Italia) che veniva così eretto a simbolo di modernità e prosperità (Mai, 2003, 2017). Questo accesso alla cultura popolare italiana non solo facilitò l'apprendimento della lingua ma creò un immaginario collettivo che diede una spinta ulteriore alle migrazioni verso la penisola e influenzò profondamente i gusti culturali e sociali di un'intera generazione.

Oggi l'ascesa del turismo rappresenta una nuova fase di scambio tra i due Paesi, che richiede di essere analizzata nel quadro di questa lunga e complessa storia di relazioni. Il rapido sviluppo di quest'industria è stato alimentato anche dal ritorno di ex migranti che, dopo anni di lavoro in Italia, hanno fatto rientro in patria per investire in attività turistiche. Questi individui hanno svolto un ruolo fondamentale nel creare nuove infrastrutture e diffondere modelli di business appresi, rafforzando ulteriormente i legami tra i due Paesi. In questo contesto, il turismo diventa non solo un fenomeno economico ma anche un veicolo di scambio culturale, che riattiva e rinnova antiche connessioni, mettendo in gioco questioni legate all'identità nazionale, alla memoria storica e alla percezione reciproca.

La storia coloniale ha lasciato un'impronta duratura, che si riflette non solo nel paesaggio urbano e nell'architettura, ma anche nella cultura e nell'immaginario collettivo albanese. Le migrazioni di fine e inizio secolo hanno tracciato una continuità con quel passato, riattivando antiche connessioni che, in maniera ciclica, hanno influenzato anche lo sviluppo del turismo, che oggi si presenta come il settore trainante lo sviluppo economico albanese. È questa continuità interna al cambiamento che distingue le relazioni tra Italia e Albania e le rende un caso esemplare per comprendere come i fenomeni coloniali, migratori e turistici si alimentino a vicenda in una prospettiva di lungo termine. Le migrazioni albanesi verso l'Italia, così come l'arrivo di migliaia di turisti italiani in Albania sono il risultato di un lungo periodo di interazioni, conflitti e scambi che hanno generato legami profondi tra i due Paesi, e che continuano a plasmarne le dinamiche attuali.

In definitiva, questa analisi retrospettiva delle relazioni tra Italia e Albania dimostra come il passato continui a esercitare una forte influenza

sul presente, e come solo comprendendo la continuità e la conseguenza-lità storica di questi fenomeni sia possibile cogliere appieno le dinamiche attuali. Occorre infine tenere presente che, sebbene lo sviluppo del settore turistico abbia favorito la crescita dell'economia albanese, i proventi di tale industria non sono equamente ripartiti tra chi vi collabora e ancora oggi migliaia e migliaia di giovani albanesi impiegati nell'industria turistica progettano un futuro da emigranti. In questo senso, la mobilità continua a rappresentare un elemento fondamentale per comprendere l'Albania contemporanea, in cui migrazioni e turismo risultano essere fenomeni profondamente interconnessi.

Bibliografia

- Abrahams F. (2015), *Modern Albania: From dictatorship to democracy in Europe*, New York University Press, New York.
- Bazini E., Nedelea A. (2008), *Impact of the tourism development on poverty reduction in Albania as a country in transition*, «Revista de Turism», 3 (5), pp. 23-28.
- Biagini A. (1998), *Storia dell'Albania: dalle origini ai giorni nostri*, Bompiani, Milano.
- Christin R. (2019), *Turismo di massa e usura del mondo*, Eleuthera, Milano.
- Danaj E. (2022), "Returned, Yet Still Not Back: The 'Status Paradox' of International Female Migrants Returning to Albania", in Danaj E. (ed.), *Women, Migration and Gendered Experiences: The Case of Post-1991 Albanian Migration*, Springer, Cham.
- Hall D.R. (1984), *Foreign tourism under socialism: the Albanian "Stalinist" model*, «Annals of Tourism Research», 11 (4), pp. 539-555.
- Hall D.R. (1990), *Stalinism and tourism: a study of Albania and North Korea*. «Annals of Tourism Research», 17 (1), pp. 36-54.
- Hall D.R. (2000), *Tourism as sustainable development? The Albanian experience of "transition"*, «International Journal of Tourism Research», 2 (1), pp. 31-46.
- Hom S.M. (2012), *Empires of tourism: travel and rhetoric in Italian colonial Libya and Albania, 1911-1943*, «Journal of Tourism History», 4 (3), pp. 281-300.
- Huang W.J., Ramshaw G., Norman W.C. (2016), *Homecoming or tourism? Diaspora tourism experience of second-generation immigrants*, «Tourism Geographies», 18 (1), pp. 59-79.
- Istrefaj M. (2021), *The Typology and Design of Hotels during Communism. The Case of Albania*, Polis University of Tirana (PhD thesis).
- Kacani A. (2023), *Durrësi urban. Para dhe pas Pavarësisë Kombëtare*, Botimet Nacional, Tirana.
- Li T.E., McKercher B., Chan E.T.H. (2020), *Towards a conceptual framework for diaspora tourism*, «Current Issues in Tourism», 23 (17), pp. 2109-2126.

- Lika A. (2020), "Il ruolo del film italiano nell'apprendimento della lingua italiana LS nel contesto albanese", in Zorman A., Cergol J. (eds.), *La lingua italiana nell'educazione in contesti plurilingui: diritto, scelta, opportunità*, Založba Univerze na Primorskem, Koper.
- Mai N. (2003), *The cultural construction of Italy in Albania and vice versa: migration dynamics, strategies of resistance and politics of mutual self-definition across colonialism and post-colonialism*, «Modern Italy», 8 (1), pp. 77-93.
- Mai N. (2017), *Looking for a more modern life...: the role of Italian television in the Albanian migration to Italy*, «Westminster Papers in Communication and Culture», 1 (1), pp. 3-22.
- Mbrica A., Brahollu A., Qosja E., Brunilda L. (2023), *Analysis of the tourist offer of the Durres Region under the perspective of tourism stakeholders*, «Journal of Tourism Theory and Research», 9 (1), pp. 1-7.
- Mendola M., Carletto C. (2012), *Migration and gender differences in the home labour market: Evidence from Albania*, «Labour Economics», 19 (6), pp. 870-880.
- Monzini P. (2007), "L'organizzazione del traffico di migranti nel canale d'Otranto", in Cocco E., Minardi E. (a cura di), *Immaginare l'Adriatico: contributi alla riscoperta sociale di uno spazio di frontiera*, FrancoAngeli, Milano.
- Musaj D. (2016), *Legislative framework conflicts and their impact in generating the phenomena of coastalization in Albania*, testo disponibile al sito: <https://knowledgecenter.ubt-uni.net/cgi/viewcontent.cgi?article=1066&context=conference>, data di consultazione: 20/11/2024.
- Nicholson B. (2001), *From migrant to micro-entrepreneur: Do-it-yourself development in Albania*, «SEER-South-East Europe Review for Labour and Social Affairs», 3, pp. 39-41.
- Pasko G. (2016), *Carrying capacity assessment - an essential tool for sustainable tourism development in coastal areas of Albania*, «European Journal of Economics and Business Studies», 2 (1), pp. 164-171.
- Prenga E. (2022), *Ripensare il margine. Il caso di Keneta a Durazzo*, Politecnico di Torino (tesi di dottorato).
- Sciortino G., Evans J. (1997), *The Albanian Crisis: Social Panic and Italian Foreign Policy*, «Italian Politics», 13, pp. 209-226.
- Siragusa M. (2023), *Il retrogusto coloniale dell'accordo Italia-Albania sui migranti*, 10 novembre, testo disponibile al sito: www.meridiano13.it/accordo-italia-albania-sui-migranti-rama-melonii/, data di consultazione: 10/01/2025.
- Strangio D. (2019), *Tourism and political economy for the Italian colonies during the interwar years*, «Investigaciones de Historia Económica», 17 (1), pp. 15-25.
- Vilvens P. (2020), *Note sur le tourisme en Albanie pendant la période zogienne (1925-1939)*, «Balkanologie. Revue d'études pluridisciplinaires», 15 (1), testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/balkanologie/2535>, data di consultazione: 15/11/2024.
- Vietti F. (2012), *Hotel Albania*, Carocci, Roma.
- Yin R.K. (2005), *Lo studio di caso nella ricerca scientifica*, Armando, Roma.
- Ypi L. (2022), *Libera: diventare grandi alla fine della storia*, Feltrinelli, Milano.

5. *Silent Voices, Hapless Travellers*

by *Saša Simović*

1. “I have become lost, like my homeland”

The aim of this paper is to comment on the book *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece* (2022) by Helen Benedict, a British-American professor at Columbia University who received the 2021 Pen Jean Stein Grant for Literary Oral History as well as the Ida B. Wells Award for Bravery in Journalism, and Eyad Awwadawnan, a Syrian writer, poet and refugee, with the current status of an asylum-seeker in Reykjavik, Iceland. This book masterfully presents five refugees (Hasan from Syria, Asmahan from Syria, Evans from Nigeria, Mursal from Afghanistan and Calvin from Cameroon) and their disturbing and breathtaking first-person narratives within the framework of cultural studies and contemporary changes on the world scene, especially those referring to the region of the Mediterranean.

The XXI century has been marked by the migrant crisis, massive turmoil and upheavals that have occurred in the Middle East and Northern Africa, regions from which many migrants have headed towards Europe and which have proved to be the battlefields of wars, areas of incessant conflicts and skirmishes, poverty and substantial social changes, in many cases followed by great dissatisfaction among the local people. Threatened by acts of violence and insecurity, thousands of people have braved the sea to reach the shores of Europe across the Mediterranean or via the Balkan route. However, these dream destinations often turn out to be hard to reach for the migrants and fail to fulfil their original expectations, often being a place where they feel “trapped” and “on the margins” of society, and the embodiment of the mysterious and obscure “Other”. Thus, the dualism of “us” versus “them”, according to Smrdelj, may be manifested with the use of metaphors of natural disasters illustrating the “amount” of arriving

people (e.g. wave, river or flood) which was another constant in the media coverage of refugees and migrants in Slovenia (Srnđelj, 2021). As Langdon put it, the ecological nature of this language (e.g. swarm, storm, flood, tide) alludes to something that cannot be controlled or projected. Therefore, the use of such terms «degrades that individual element to the level of an insect or pest» (Langdon, 2018, p. 107). Furthermore, being “liminal” is an issue undoubtedly tied to their absence in the «prevailing media coverage at the verbal level (written or spoken text) and at the visual level (photos, videos)» (Srnđelj, 2021, p. 527). The not infrequent perception of refugees as the embodiment of the unknown “Other” may be linked to a stereotypical vision of Orient/Occident distinctions.

As Bježančević states, referring to UNHCR studies from 2015, the main reasons for leaving Syria and moving to Europe, primarily to EU countries, would be «the loss of hope, the increase of poverty, the impossibility of finding a job, the insufficient health care, the obstacles in renewal of the refugee status in Lebanon and Iraq, and the limited possibilities of education and the sense of insecurity in Iraq» (Bježančević, 2019, p. 1237).

Migrants running away from war conflicts and endangered areas brave the seas and set out on an extremely perilous journey seeking protection and security. Refugees have been trying to reach the EU via the Western and Eastern Mediterranean routes since the 1990s. However, the Central Mediterranean route via Libya has been used more recently, since the 2000s (Lutterbeck, 2016). In many cases migration is connected to a security threat in the Euro-Mediterranean context (Wohlfeld, 2016).

If we look at deaths in 2015, for example «The number of “sea arrivals” to Europe totalled 1,004,356, almost five times the figure for 2014 [...] The boats used are often small, overcrowded or unseaworthy, and may have perished in the Mediterranean Sea. The IOM (International Organization for Migration) estimates the number of fatalities in the Mediterranean at 3,771 in 2015» (Langdon, 2018, p. 91).

As Panebianco suggested, the Mediterranean crisis usually refers to migrants’ attempts to enter the EU and the number of people missing or who have died in the Mediterranean Sea. If we focus again on 2015 «there were 2.3 million Syrians in Turkey, 330,000 in Istanbul itself while 261,000 of them were in refugee camps. Lebanon took in approximately 1.1 million refugees, Jordan housed 633,000 of them and Iraq was taking care of 245,000 refugees. More than 800,000 refugees arrived in Greece by sea. Most of them arrived by sea from Turkey to Greek islands like Kos, Chios, Samos and Lesbos in a flimsy rubber dinghy or a small wooden boat. The trip from Libya to Italy was more dangerous and hazardous. More than 3,695 died trying to make the crossing in 2015 and about 3,279 died in the Aegean Sea in 2014 (Sen, 2024 p. 164).

Lesbos, Chios, Samos, Leros and Kos, Aegean islands, have been considered host hotspots with different volumes of migratory flows. The population of Lesbos in 2011 was 86,436, the number of migrants in 2015 was 506,919 and 99,361 in 2016. The population of Samos in 2011 was 32,977, it received 104,360 migrants in 2015, and 15,157 in 2016. The population of all five islands in 2011 totalled 214,000 and the total number of migrants they received in 2015 was 759,112 and 155,286 in 2016 (Kaurinkoski, 2023). The refugee and migrant crisis are reflected in an unfavourable tourism situation on Greek islands such as Lesbos and has had a significant impact on inbound tourism, which presents one of the most important sources of its inhabitants' income. This can be seen in the decrease of tourist arrivals: «According to data, by Mytilene Airport, international passenger arrivals in 2016 dropped to 32,295 down from 75,767 in 2015, a decline of 42.8%. Some tour operators have stopped offering vacation packages to Lesbos, while many cruise companies have diverted from the island, with just 25 cruise ships docking in 2016, compared with the 46 cruise ships in 2015. [...] However, Lesbos has seen the rise of another form of tourism, that of volunteer tourism» (Trihas, Tsilimpokos, 2018, p. 51).

Modern criticism has shown that when it comes to the Greek islands such as Lesbos and Chios and the relationship between refugees and tourism, there was a rather negative attitude from local stakeholders when it comes to the refugees' inflows and the way they have affected economic and social life, as well as the positive impact that volunteers and NGOs have had on the locals and the society in general (Tsartas *et al.*, 2020). It is known that the refugee flows also have negative effects on touristic activity (Ivanov, Stavrinoudis, 2018). This is primarily seen in situations when the refugees find their shelter in tourist areas. In these cases, the social dynamics may be very different: in spite of any initial expression of humanitarianism, the local community may eventually become annoyed and aggressive, fearing the loss of tourism, jobs and income because of negative world media publicity. This study showed that Lesbos and Chios suffered a decline in international arrivals in 2015 and 2016 but both recovered in 2017, obviously due to consistent and successful promotion: «Inquiring the effects on tourism gave interesting but controversial viewpoints, always at a local level. Specifically, the interviewers believe that the effects are average, but the business operators estimate that there are benefits. Also, the NGOs members seem willing to return as tourists» (Tsartas *et al.*, 2020, p. 1324).

The tourist situation on the Greek island that was affected by the great migrant inflow, however, seems to have improved recently: «In October

2022, when I revisited Kos, I found the situation and atmosphere on the island distinct. After the refugee ‘crisis’, the earthquake, and the Covid-19 pandemic, 2022 had been a good tourist season. Business had been good» (Kaurinkoski, 2023, p. 15).

According to the UNHCR, there were 358,645 arrivals by sea in 2016, almost equally divided between Italy and Greece. The number of arrivals in 2016 was somewhat lower than in 2015; however, when it comes to casualties (dead and missing persons), the situation was grave – it increased, «passing from less than 4,000 in 2015 to 5,000 in 2016» (Panebianco, 2016, p. 442). Migrants usually were trying to reach their destinations in overcrowded boats which were often in an extremely bad condition. Due to the dangerous journey and the overloaded and unsafe boats, there have been numerous shipwrecks and many lives have been lost over the years.

It is more than obvious why the migration route via the Mediterranean Sea has been considered the deadliest one. In addition, the actual figures from recent research contribute to the aforementioned statement: the total number of victims increased by 20% making it the deadliest year for migrants since the International Organization for Migration began keeping records (Martinez, 2024).

Migrations in the Mediterranean region, including the European Union, have always demanded a special focus of attention. According to modern criticism, we can distinguish a positive humanitarian approach to the issue of (irregular) migration which implies an equal attitude towards immigrants and local people, as well as an approach which implies a discriminatory discourse which has often connected migrations with terrorism and criminality (Ferreira, 2018). Immigration detention centres in many cases prove to be harmful for migrants, for both their mental and physical health. Furthermore, there is a clear connection between the duration of detention and the seriousness of mental disorders, primarily for those people who have already experienced traumas as forced migrants (Karakoulaki, 2018).

2. When the Magic of Travelling Fades Away...

In the introductory lines of *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece*, we can find the Helen Benedict’s words of gratitude to Eyad and all the others who inspired her to write the book. These notes are followed by the poem *Liberty Walks Naked* by Maram-al-Masri, which symbolically reflects on the refugees and the hardships they experience and, at the same time, the better future they truly believe in.

In Eyad's preface to the book, written on the island of Samos, Greece (2018), which was adopted from his article *I have Become Lost Like My Homeland*, published for the first time in *Slate* in August 2018, we are introduced to the heart-breaking story of a young man from the Syrian town of Sabinah, south of Damascus, which, after demonstrations that took place against the government in the province of Daraa in March 2011 and, later on, all over the country, «tumbled into the third century: electricity had once lit its houses, but now its streets disappeared in the dark. Schools closed. Shops emptied up everything except schoolbooks» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 2). We follow the story of a man in his early twenties who recalls the most difficult days which changed his life forever. Instead of studying law at Damascus University, he and his family were put under house arrest.

Delving deep into Eyad's story, the reader learns how people are desperately trying to survive in a region caught by the frenzy of bloodshed, where even going to the bakery to feed one's family becomes an act of heroism. «I would often see a bullet dance in front of my eyes. Many of my friends fell for bread», says Eyad who faced losses as many other Syrians. His uncle Omar was killed by a stray bullet, his friend Majd was shot on their way to the bakery and became an invalid overnight. Omar was 23 and Majd was 14 (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 2-3).

Trying to find a safer place, Eyad's family left Sabinah in the spring of 2012 and moved to another small town of Sabha in southern Syria. However, the streets of Sabha in the night proved to be insecure and dangerous, which is why Eyad recalls this period with mixed feelings: «I feel like a stranger in my own country [...] I used to feel every village in Syria was my village, all its people my family. But now I realize my homeland was lost when they fired the first bullet. I have become lost, like my homeland» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 4).

After facing so much misery and scarcity, being jeopardised every day, witnessing horror and death, the family decided to leave Syria. The father sold their car and decided to leave country because he wanted his children to continue their studies and fulfil their dreams. His children «do not look for honey in a country that kills its bees». Therefore, by the end of February 2016, the family left the town with their only luggage being their vivid memories.

Eyad and his family, unwillingly became a group of hapless travellers, desperate wanderers in search for stability and safety, who set off on a long journey. Their first destination was Antakya where they spent a year and a half.

We lived like animals, for our days consisted of work, food, sleep and nothing more. [...] Employers would often refuse to pay our wages, and if we asked for them, we were fired. We were insulted by the people, the police and the army. «You are traitors. You fled from your country and came here to hide like women behind us» (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 5-6).

In June 2017 the family decided to move on, paying \$500 per person to a smuggler for passage to Greece on a rubber dinghy. They were brought to a small hotel in Izmir on the Aegean coast. Instead of sightseeing and strolling through the city, seeking beautiful places to visit, marvelling at historical sites, tasting traditional food and making nice photos, these hapless travellers were brought to small hotel rooms

where the beds were full of bugs and drenched in urine (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 6).

After the first attempt to cross the border, which proved a failure, the following time they were packed into an overcrowded and suffocating closed van. They were with sixty-seven people, adults and children. «The driver stopped and opened the door. “Get out! Stupid people, you could put me in prison”. He threw our luggage on the ground and shouted, “Go to hell!”» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 6).

They were introduced to smugglers on the beach who made them carry and inflate their boat. These unfortunate “tourists” were to sail across the Aegean Sea on a boat driven by a youngster who didn’t have a compass.

Instead of one hour, we spent three hours packed in a boat just seven and a half meters long. Most of us had no life jackets, even though we couldn’t swim. The driver was no more than sixteen, steering without a compass to guide us across the Aegean towards an island. With every wave, the boat was forced in a different direction. Vomit filled our luggage. We were crushed together so tightly that an old woman had to sit on my feet. My legs lost all feeling (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 7).

A couple of hours later, a boat with the banner Frontex (The European Border and Coast Guard Agency) approached and took them to a refugee camp on the island of Samos. On 19 August 2017 he spent his first night on Samos, on the floor of the police station of the camp. «Find a place and make that your house» were the words told to Eyad, as well as to many other migrants who were brought to refugee camps like the one on Samos in Greece. Though they had escaped the tumultuous waters of the sea, the new adventure and challenges began to unfold every day starting from the

place to sleep, the meagre provisions and the overall refugee camp conditions. Eyad's family accepted the use of a friend's tent in order to protect his baby sister while torn blankets were used to create an additional shelter for other members of the family. «Every morning we would have to rise early to stand in a long line for the croissant and small juice box they gave us for breakfast». The heat in the nylon tents was unbearable so «people made covers to keep the sun off their children, but the police came and tore the covers down, saying they blocked surveillance cameras» (Benedict, Awadawnan, 2022, pp. 8-9). The family was torn apart two weeks after they arrived on Samos. The asylum office informed them that all the members of the family could leave the island except Eyad and his brothers Ayham and Ehab. Soon afterwards they would find out that Ehab would be sent back to Turkey because «Turkey was safe for him», though they «never said why Turkey was safe for him but not for us all» (Benedict, Awadawnan, 2022, p. 10).

As Helen Benedict put it, it is such an irony when, on a beautiful island such as Samos, the authorities build a refugee camp which overlooks

a view fit for the gods. The northern Aegean stretches in its glittering turquoises and blues all the way to the sky [...] It is hard to escape the thought that refugees on Samos will suffer a similar fate, taunted wherever they turn by a horizon that promises distant lands they may never see... (Benedict, Awadawnan, 2022, p. 13).

Samos is a place of contradictions, Benedict emphasises. Both beauty and cruelty present their integral parts. Though it was built in February 2016 on a former military base and envisaged for “648 people”, in 2018 the number of its occupants increased to 3,000 (Benedict, Awadawnan, 2022).

Eyad's refugee story resembles the stories told by two other Syrians, Hasan and Asmahan, and by Evans from Nigeria, Mursal from Afghanistan and Calvin from Cameroon. All of them were oppressed and threatened in their countries, all of them felt trapped and insecure. However, all of them were guided by a ray of hope and a desire for better future. That is why they overcame their fears and doubts and crossed many miles to reach the shores of Europe, hoping for better days. Unfortunately, their dreams in many cases proved to be broken dreams.

These people, as well as many other refugees on Samos, were interviewed multiple times from 2018 to 2021, either personally or via telephone, by Helen and Eyad, who also served as a translator. Because of the Covid pandemic crisis, they agreed that Eyad would do the interviews with

Arabic speakers while Helen would interview those who spoke English or French by videophone. Through an “informal, sympathetic and transparent” approach they gathered the touching stories of their incessant fight for survival.

«You know, my life is funny. I don’t want to make people sad or feel sorry for me. I want to make them laugh», says Hasan from Manbij in Syria. Hasan comes from a country in which revolution and civil war, as of 2021, had «killed some 580,000 civilians and displaced at least 13 million more» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 22). When it comes to his family, only his father and sister are still alive. Hasan recounts his story in detail, describing the feeling of fear, terror and uneasiness when soldiers entered his hometown of Manbij, how the secret police spied on his family, his traumatic experiences after being handcuffed and interrogated. Evoking his memories of the situation in Aleppo, the frightened people who were starving, the bombs that were incessantly falling on the civilians, soldiers from other countries who came to fight on his opponents’ side, he states: «I didn’t want to kill Syrians, they are my brothers. But these people came to fight us» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 41). Aleppo, an ancient city, was turned into rubble. There were many casualties, and dead and wounded people were everywhere.

Aleppo had no doctors at the time and all the hospitals had been bombed, so field hospitals had been opened by civilians in their houses [...] Nobody had enough equipment or any aesthetic, so sometimes they did surgery without it. [...] The doctor I saw – he had been a dentist before the war – looked at my arm [...] he passed me to a younger volunteer nurse who told me that he had not slept for thirty-six hours because he was treating the wounded [...] including doing some amputations (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 42).

Hasan brings forth his vivid memories of his home, pomegranate trees and roses in the yard. To him, Manbij was like Paris,

an ancient city, the market centre is more than 500 years old. It was a cocktail of people: Kurds, Christians, Turkmen [...] Jews were there too (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 27).

Recalling his life in Syria, going to Aleppo to join the Free Syrian Army, his tasks as a lookout: to observe the Syrian Army’s activities, incessantly risking his own life, being prisoned, Hasan explains his decision to leave his country.

In July 2014 his – as he describes it – “suffering journey” out of Syria began. Giving details on human trafficking, smugglers, risky forest paths

and the moody sea, Hasan's narrative resembles the narrative of many other migrants at their most vulnerable and sensitive points. Being scared, weary, exhausted, bruised, wet, hungry and thirsty – a common condition for refugees who had passed miles and miles through different countries for the sake of survival. Hasan retells the situation when one of the smugglers drove the boat for 50 metres to demonstrate that it worked during “five minutes’ instruction” and then Hasan was expected to drive it regardless of the fact he could not swim, had no lifejacket and was without any experience in steering.

We loaded the bags into the boat first, and then the people – forty-eight of us. I was the last one. So I am in the sea. When I push the handle right, we go left. When I push the handle left, we go right [...] We learned that the top speed made the children cry, so we had to go slower. Yet the whole time I felt I was not there. My body was there but my soul was gone. [...] We crossed into Greek waters very slowly – there is an invisible border between Turkey and Greece in the middle of the sea. And soon we saw the Greek coast guard boat coming up behind us. Passengers started waving, crying for help. It was around four o'clock in the morning. We had been in the sea for three hours (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 70-71).

Many traumatic experiences are connected with the illegal crossing of borders, which can be seen from Mursal's story as well. Mursal recounts about the exhausted condition of her sisters and parents during their long journey and crossing the borders, many of the migrants sick and hungry, weak and almost unable to walk or run. Sometimes their “walk” would last 12 hours. That is why, Mursal says, she «had worn through two pairs of sandals and a pair of shoes. [She] had blisters all over [her] feet and [her] knees were red and purple from falling and scraping them» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 225). Her depictions of the border crossing are highly illustrative.

We slept two nights on the ground, about fifteen minutes’ walk away from the border. The border was on the top of a mountain and so were the police. We were hidden at the bottom. Everyone was nervous. More than fifty or sixty families were just sitting there like sheep. [...] We waited until the next night, when a person came and told us to get ready to move. When I heard this, my hands and legs shook so hard I felt I could not walk. Everyone prepared to move and those who had children gave them a sleeping syrup. [...] Some [people] left their backpacks so that they could walk faster. [...] But when we crossed that border and left Afghanistan, our home, I had a feeling like when you lose one of the most lovely members of the family (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 216-217).

Helen met Mursal in May 2021, soon after the end of the coronavirus lockdown in Greece. Mursal, a girl aged 21 at the time, came to Greece with her parents and two younger sisters in October 2019.

When I was growing up in Afghanistan, my goal was to be a doctor like my dad [...] But since I came to Greece, I have changed my mind, I see some refugees are not able to go to hospital. Because they don't have insurance [...] If I am a lawyer, I can fight for them (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 205-206).

Mursal recounts her two months long journey to Greece, hardships and challenges to cross the border – starting with the detailed description of the dangerous drive from Mazar a Sharif to the Iranian border, their attempts to cross the Iranian-Turkish border, the journey to Istanbul, their problems with smugglers and police, their coming to the camp Fylakio and afterwards Malaksa.

We passed the Iranian border but not the Turkish border – we were in between. When we were close to Turkey, the Turkish police stopped and arrested us again, and told us “Go back”. So we had to walk all the way to Maku [...] The next night, the smuggler brought us to the border again. But this time we walked twenty-four hours! [...] After four tries, I was in Turkey at last. But without my mom and dad (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 225-226).

Another strong female voice depicted in the book is Asmahan's. While she recounts her breathtaking life story «she cries at times, but often laughs with a spirit she will not relinquish» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 98). Asmahan reveals the details of her life in her homeland, her forced marriage at the age of thirteen and becoming a mother at the age of fifteen, giving birth to eight children to her husband Khalil, his mistreatment, their divorce in absentia, the grave changes in her life with the burst of the Syrian Revolution, her Sharia marriage of convenience with Moh, her journey from Syria to Turkey and then to Lesbos, her real marriage to Moh and their baby Aziz, trying to survive in a foreign country on her own.

Asmahan's and Mursal's narratives reflect yet another dimension since they are told from the female perspective, therefore, from a more sensitive and vulnerable perspective. Though they set out on their journey from different countries and finally reach different refugee camps in Greece (Samos and Lesbos), they share the destiny of thousands of women that were forced to run away and leave their homeland, either with their families or on their own. Not only did they face terror and violence at home, many of them witnessed or experienced acts of misbehaviour in the overcrowded

containers¹, tents and shelters within the refugee camps. Many of them were afraid to go to the bathroom at night because of crowds, drunk men, frequent fights and quarrels in the camp area.

The threat of sexual violence in the camp is traumatic for anyone, but even more so for those who endured the torture of rape before they arrived. Several teachers at Samos Volunteers told me that they had never met a woman at the camp who had not been raped in the past, while two staffers at Med'Equali told a visiting doctor in June 2019 that they were seeing some thirty reported cases of rape in the camp every week. [...] Smugglers, soldiers, police officers – all often rape. [...] Most women are too distrustful of officials and afraid of social stigma and reprisal from their assailants to report an assault. Many also believe that, if they do, they will get into trouble with asylum officials and be stuck in the camp forever (Benedict, Awwadawnan, 2022, pp. 158-159).

Among the stories recorded by Helen and Eyad in the book, we encounter so many people of various backgrounds, religion, social status, those who were marginalised in their own families and country, like Evans. His section in the book begins with the words: «A lot of people here, when they see me, they shout *haram*. It means forbidden in Arabic» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 165). His homosexuality in his homeland of Nigeria is considered to be illegal. According to Richard Akuson, a Nigerian lawyer, gay men are considered to be «cancers eating deeply into the fabric of society – tumours that must be obliterated» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 168). His journey from his homeland was very risky and dangerous, full of unexpected turnarounds. His route led him to Sierra Leone, Guinea, Iran, Turkey and Samos. He felt uneasy when it comes to travelling in overcrowded boats since many of them sank in the open sea. Pope Francis referred to the Mediterranean as to the “largest cemetery in Europe”. But not only did Evans feel insecure in Nigeria, he didn't feel safe in

¹ Camps in many cases did not succeed to provide the needed protection for women, which is why they were forced to cope with the situation by sleeping outside the tent which was normally shared with male refugees. Women refugees often went through various traumas and mistreatment. Many of them experienced a certain kind of abuse and violence (mental, physical, financial...). Even though they experienced threats from other migrants, smugglers or dealers, they mostly remained silent since they were afraid that they would provoke “honour killings” by their relatives. «Shower facilities in transit camps are also of concern. Refugee women reported having to use the same bathroom and shower facilities as men. For example, according to refugee women in a transit camp in Germany, some men would watch women as they went to the bathroom. Some women took measures such as not eating or drinking to avoid having to go to the toilet where they felt unsafe. Seven pregnant women described lack of food and basic healthcare» (Özdemir, 2018, p. 135).

the camp either, because of intense homophobia and racism. «I hate to see someone oppressed. [...] I like a place where there is justice [...] One day, I want to be a human rights lawyer so I can help refugees like us» (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 169).

Traumas, nightmares and suffering that were rooted deeply in many refugees' lives left an indelible stamp upon them. Calvin from the village of Evindisi in Cameroon remembers the days of being oppressed and tortured while protesting against the government. During one of the interrogations one of his teeth was knocked out. Calvin recounts his story starting with his homeland of Cameroon, his childhood and poverty, becoming a member of the opposition party, the MRC, mistreatment at the hands of the police, his wish to become a writer, his traumas and nightmares in the camp which continuously robbed him of his sleep.

My mother did not cook in the mornings, we ate leftovers from what she made the night before. [...] We did not have bread with breakfast, the way they do here in Greece. To me, if you have bread with breakfast, you are rich! Bread was reserved only for a special day like Christmas (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 256).

His journey to Europe was very long and risky, starting from his homeland to Equatorial Guinea, Turkey and finally Lesbos. Calvin, as all refugees, dreamt about getting an ID card so that he could obtain his rights and make his wishes come true.

All of these people experienced extremely bad conditions in overcrowded refugee camps, low hygiene, fights among the occupants, slow administrative procedures, constant standing in queues and incessant waiting for a bottle of water, a meal, anything.

3. The Perilous Journey, Misfortunate Travellers

The book *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece* was published in 2022 and, with its true and overwhelming life stories, it had a truly significant reception. At the end, we get to know what the current situation is of the people whose extraordinary life stories we were introduced to; as a rule, most of them are struggling to survive, either by doing low paid jobs or waiting for an interview or for the asylum procedure to be over. Many refugees are forced to live on the streets, and some of them have disappeared.

All this exacerbates the tragedy of being a refugee, only 2 percent of whom end up finding stable homes and lives around the world. The rest typically live in marginal, even desperate conditions for some seventeen years, while those who fled war stay in this cruel limbo for an average of twenty-five (Benedict, Awwadawnan, 2022, p. 300).

Even today, the state of refugees is still considered to be unfavourable and unsatisfactory, dangerous and risky. Many of them have experienced some sort of humiliation and the already present stereotypes. This book presents the breath-taking life stories of five unfortunate people, facing oppression and terror in their homelands, and are thus forced to leave their homes and seek a better place.

Seen from a more general perspective, these represent the stories of all refugees, stories of suffering, fear and vulnerability, of being lost and neglected. Each of these stories makes us think deeper about the true meaning of human life and ponder the fact that wars and revolutions, oppression, racial, political or religious intolerance can change drastically the course of one's life. Everything that one has owned or created during one's lifetime can be lost or destroyed in a moment. People who have led ordinary, peaceful lives in their warm homes, suddenly find themselves empty-handed and homeless. Instead of planning trips and visiting different places for pleasure, they are forced to "travel" in overcrowded and ramshackle dinghies, risking being drowned in the deep waters of the Mediterranean. These hapless travellers have lost everything except their lives. This book masterfully witnesses their loss and grief.

This book is also about a ray of hope, and these people's perseverance, strength and belief in better future. Consequently, *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece* is a thrilling piece of writing undoubtedly worth a delve into its pages and the life stories of Hasan, Asmahan, Evans, Mursal and Calvin.

References

- Benedict H., Awwadawnan W. (2022), *Map of Hope and Sorrow: Stories of Refugees Trapped in Greece*, Footnote, London.
- Bježančević S. (2019), *Migrantska kriza u Europskoj Uniji – Izazovi, europska sigurnost i zaštita temeljnih prava*, «Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci», 3, pp. 1231-1248.
- Ferreira S. (2018), "From Narratives to Perceptions in the Secularization of the Migratory Crisis in Europe", in Karakoulaki M. *et al.* (eds.), *Critical Perspectives on Migration in the Twenty-First Century*, E-International Relations Publisher, Bristol.

- Karakoulaki M. (2018), "Europe's Barbwire Fences: Reflections on Reporting the Refugee Crisis in Greece", in Karakoulaki M. (ed.), *Critical Perspectives on Migration in the Twenty-First Century*, E-International Relations Publisher, Bristol.
- Kaurinkoski K. (2023), *Distinguishing Different Categories of Migrants, Refugees and Muslims in the Aftermath of the 2015-2016 Refugee 'Crisis'. The Case of Island of Kos, Greece*, «Balkanologie: Revue d'études pluridisciplinaires», 18 (1), pp. 1-24.
- Ivanov S., Stavrinoudis T.A. (2018), *Impacts of the refugee crisis on the hotel industry: Evidence from four Greek islands*, «Tourism Management», 67, pp. 214-223.
- Langdon N. (2018), "Empathy and Othering: Framing Syria's Refugee Crisis in the British Press", in Karakoulaki M. (ed.), *Critical Perspectives on Migration in the Twenty-First Century*, E-International Relations Publisher, Bristol.
- Lutterbeck D. (2016), "The Central Mediterranean Route: Rise, Fall, Rise Again", in Calleya S. (ed.), *Perspectives in a Changing Mediterranean: Essays in Honour of Dr. Joe Borg*, Malta, MEDAC.
- Martinez G. (2024), *Death Toll Much Higher Than Reported: Rising Casualties Among Migrants Attempting to Reach the EU*, text available at the site: www.populismstudies.org, vista date: 10/01/2025.
- Özdemir Ö. (2018), "Forced Migration and Security Threats to Syrian Refugee Women", in Karakoulaki M. (eds.), *Critical Perspectives on Migration in the Twenty-First Century*, E-International Relations Publisher, Bristol.
- Panebianco S. (2016), *The Mediterranean Migration Crisis Border Control Versus Humanitarian Approaches*, «Global Affairs», 2 (4), pp. 441-445.
- Sen A. (2024), *Crossing the Mediterranean: Media Coverage of Europe's 21st Century Refugee Crisis*, «Athens Journal of Mass Media and Communications», 10 (3), pp. 159-172.
- Smrdelj R. (2021), *Research on Migration in Slovenian Media: The "Other" in the Period of "Crisis"*, «Annales, Series Historia et Sociologia», 31 (3), pp. 519-534.
- Trihas N., Tsilimpokos K. (2018), *Refugee Crisis and Volunteer Tourism in Lesbos, Greece*, «Journal of Tourism & Sustainability», 2 (1), pp. 42-56.
- Tsartas et al. (2020), *Refugees and Tourism: A Case Study from the Islands of Chios and Lesbos, Greece*, «Current Issues in Tourism», 23 (11), pp. 1311-1327.
- Wohlfeld M. (2016), "Migration in the Mediterranean: Is It a Security Threat?", in Calleya S. (ed.), *Perspectives in a Changing Mediterranean: Essays in Honour of Dr. Joe Borg*, Medac, Malta.

6. Le vie verdi. Per un turismo sostenibile in Abruzzo

di *Marilisa Specca*

Introduzione

Il fenomeno delle migrazioni stagionali delle greggi lungo i sentieri erbosi ha origini arcaiche tanto che, non solo in Italia ma in tutto il mondo, i pastori accompagnando il loro bestiame hanno solcato chilometri e chilometri di territori con i loro passi per generazioni. Queste vie verdi, chiamate tratturi, hanno permesso scambi economici e culturali fin quando le infrastrutture moderne, come strade e ferrovie, ne hanno preso il posto.

Oggi l'eredità dei lunghi sentieri erbosi che la pratica della pastorizia transumante ci ha lasciato può essere al centro di una proposta di turismo che ben si concilia sia con l'urgenza di sostenibilità, sia con la domanda, in aumento dopo la pandemia Covid-19, di luoghi tranquilli da scoprire e di esperienze emozionali da vivere da parte di quella figura che si contrappone al turista di massa: il viaggiatore consapevole.

Quando si parla di transumanza non si parla semplicemente di zootecnica, ma di un complesso sistema che narra di sopravvivenza, di fenomeni antropologici, sociali e tradizioni popolari che si vanno a intersecare in rapporto all'evoluzione politica, amministrativa, storica ed economica di territori che per la loro conformazione geografica hanno favorito lo sviluppo di tale pratica.

Già nel secolo scorso l'allarme verso i danni derivati dalla contemporanea epoca geologica, l'antropocene (Crutzen, 2005), avevano indotto gli organi sovranazionali e nazionali a emanare una serie di politiche (trattati e accordi) per favorire una svolta verso uno sviluppo più sostenibile (De Matteis, Lanza, Nano, 2022) e, sotto questo impulso, nel 1995 con la conferenza di Lanzarote e la prima Carta del Turismo Sostenibile si inaugurò la stagione delle riflessioni e strategie che avrebbero condotto verso una ricettività turistica più green. I pilastri su cui basare una progettuale ed efficace

strategia di sviluppo turistico sembrano non mancare in particolar modo per l'Abruzzo, che ha dalla sua parte tutte le condizioni necessarie a riuscire nell'intento di realizzare una formula di turismo basato, per esempio, sulla mobilità dolce facendo ricorso alla lunga storia della transumanza.

Se da un lato alcune regioni si trovano oggi a dover affrontare e arginare gli effetti dell'overtourism (Zezza, 2024) in località iperinflazionate dai turisti, dall'altro in regioni ancora sconosciute al fenomeno di massa, come l'Abruzzo, si prefigura la necessità/urgenza di rendersi ospitali realizzando un progetto di turismo sostenibile fatto di esperienze storico-paesaggistiche e immersive nella natura, di scoperta dei territori, delle tradizioni e dei costumi dei luoghi prima che il "turismo sciacallo" le raggiunga.

Come riporta la Giunta Regionale in apertura del Piano strategico per il turismo, «L'Abruzzo è una delle 20 regioni italiane a statuto ordinario ed è annoverata fra quelle del Mezzogiorno d'Italia, è composta da quattro province, Chieti, Pescara, Teramo e L'Aquila e quest'ultima è anche capoluogo regionale. La Regione è situata a est nel centro Italia, affaccia sul mare Adriatico e si estende sull'Appennino integrando nel suo territorio le cime più alte della catena che costituisce la spina dorsale della penisola. L'Abruzzo è la regione con la più alta percentuale di territorio ricompreso in aree protette e, per questo motivo, è spesso identificato come regione dei Parchi. Oltre al Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, primo in Italia a essere costituito in forma privata da oltre 100 anni, sono presenti anche il Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga e il Parco Nazionale della Majella, nei quali sono rispettivamente presenti i due omonimi gruppi montuosi con le cime più alte dell'Appennino: Monte Corno Grande (2914 m s.l.m.) e Monte Amaro (2795 m s.l.m.). L'Abruzzo è spesso identificato anche per aver dato i natali al poeta Ovidio, al filosofo Benedetto Croce, all'inventore Corradino D'Ascanio e al celeberrimo Gabriele D'Annunzio e a tanti altri personaggi illustri, ma, allo stesso tempo, per varie motivazioni, è stato inserito fin dall'Ottocento negli itinerari di Gran Turismo degli inglesi, poi più volte come meta di soggiorni vacanza dei reali d'Italia e, in seguito, come brevi momenti di evasione ed immersione nella natura da Papa Giovanni Paolo II»¹.

Il paesaggio abruzzese spazia, dunque, dalle vette più alte dell'Appennino alla costa adriatica, offrendo una varietà di ambienti naturali ed ecosistemi tali da poter ambire a diventare una risorsa in termini turistici pur mantenendo e preservando la sua identità e la "centenaria"² vocazione alla tutela ambientale.

¹ Giunta Regionale d'Abruzzo, Dipartimento Sviluppo Economico-Turismo: Piano Strategico del turismo 2023-2025.

² Il 22 settembre 2022 il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise ha festeggiato i cento anni dalla sua nascita.

L'ambizione a uno sviluppo turistico in Abruzzo dovrebbe allora mantenere come caposaldo le parole del Colapietra (1982, p. 336): «Che gli itinerari, chiamati turistici, debbano essere necessariamente storici e culturali con finalità turistiche e quindi articolati in modo che questi beni siano goduti da un più ampio pubblico, che questo pubblico venga indirizzato e guidato attraverso un'illustrazione ragionevole, ma a patto che la componente turistica venga inserita in un più serio, in un più complesso quadro culturale e ambientale».

Il lavoro di ricerca che si sta portando avanti con l'Università di Teramo è volto in particolar modo alla riscoperta della transumanza nel territorio provinciale, dove la pastorizia ha seguito essenzialmente due direttrici: la prima, protrattasi certamente fino alla metà del XIX, attraverso il "tratturlo" Frisa-Rocca Roseto, verso il Tavoliere di Puglia; la seconda, verso i pascoli delle colline e delle coste adriatiche chiamati Regi Stucchi e Poste d'Atri (Doganella d'Abruzzo).

Scopo di questo lavoro è, allora, aprire una riflessione su cosa abbia significato storicamente la pratica della pastorizia migrante per l'Abruzzo, nel corso dei secoli e attualizzare la riflessione ricostruendo le volontà dei legislatori regionali, nazionali e internazionali odierni che mirano a riconoscere il valore materiale e immateriale della pratica della transumanza attraverso politiche di rivalorizzazione e di sviluppo turistico delle vie verdi, essenziale come cornice al lavoro di ricostruzione storica e geografica della transumanza nel versante orientale del Gran Sasso, nell'ottica di sviluppare una proposta di turismo sostenibile in luoghi montani, come i Monti della Laga, oggi soggetti a un marcato spopolamento.

1. La costruzione del paesaggio attraverso la storia

La transumanza rientra tra i fenomeni migratori che da sempre hanno caratterizzato il rapporto dell'uomo con i luoghi e la natura. Per secoli infatti i pastori con i loro animali hanno intrapreso il viaggio di andata e ritorno seguendo il ritmo lento delle stagioni, verso le pianure in inverno e verso i freschi monti d'estate. Fonte di ricchezza anche per altri paesi del mediterraneo come Grecia, Spagna e Francia del sud (ma non solo), la pratica della transumanza è stata particolarmente incisiva negli sviluppi delle vicende storiche, politiche ed economiche dell'Italia meridionale, coinvolgendo cinque regioni (Abruzzo, Molise, Puglia, Campania e Basilicata), quindici province e centinaia di comuni grandi e piccoli (Petrocelli, 1999).

Già dal III secolo, con la vittoria dell'Impero Romano sulle popolazioni italiche, in Abruzzo il fenomeno delle migrazioni armentizie aveva assunto

i caratteri di attività considerevolmente redditizia, ne parlava, per esempio, anche Varrone nel suo *De re Rustica* (Canosa, 2015).

Alla pastorizia transumante non era legata soltanto la sfera economica, favorita dal prosperoso mercato della lana, quanto la creazione di un'identità fatta di usanze, costumi, che coinvolgeva non solo il quotidiano del singolo pastore ma l'intera collettività ad esso collegata, tanto che nel caso dell'Abruzzo si parla di "civiltà della transumanza" (Petrocelli, 1999).

Fu attraverso la lunga e fitta rete di tracciati, i sentieri erbosi, solcati dal passaggio di migliaia di greggi che la transumanza costruì le proprie radici. Durante il Regno di Napoli, per quasi quattro secoli, questi percorsi, i Tratturi, collegarono l'Abruzzo montuoso con il distretto pianeggiante della Capitanata di Puglia. A seconda del volume di affluenza potevano essere più o meno larghi: i Tratturi Regi, i più importanti, erano larghi fino a 111 metri, poi c'erano i tratturelli e infine i bracci, vere e proprie diramazioni di collegamento con le vie principali. Complessi apparati amministrativi e giudiziari gestivano e regolamentavano gli spostamenti e la vita dei pastori: La Dogana della Mena delle pecore di Puglia e la Doganella d'Abruzzo (Russo, Salvemini, 2007).

Solo sul finire del Settecento, da un lato per l'aumento demografico che imponeva l'incremento urgente dell'agricoltura per sfamare i popoli, dall'altro per lo sviluppo di nuove tratte commerciali, la pratica transumante iniziò il suo lento decadimento.

Gli intellettuali illuministi erano in prima linea a dar battaglia contro quella pratica secolare ritenuta rozza e arcaica: la transumanza era per loro una delle cause che avevano impedito il progresso economico e sociale del Regno di Napoli e, per tale ragione, ogni istituto volto a regolamentarla andava abolito, tanto quanto l'obsoleta pratica della feudalità. Con l'avvento dei francesi, all'inizio dell'Ottocento, le tesi illuministe trovarono terreno di appoggio e si favorì una rivoluzione agraria che permettesse, tra le altre cose, di rispondere alla maggiore richiesta di cibo da parte di una popolazione in costante aumento.

Quando si parla della transumanza in età moderna, quindi, non ci si riferisce solo a uno spazio geografico nel quale la tradizione si inserisce, ma a uno spazio politico e sociale nel quale numerose identità in conflitto tra loro si scontrarono: regnanti, feudatari, pastori e agricoltori.

Sebbene fino alla metà del Novecento, ma in misura nettamente inferiore, i pastori abbiano continuato a percorrere quelle vie solcate già dai romani, con l'avvento del trasporto su rotaie e su camion è definitivamente terminato lo stagionale viaggio a piedi tra Abruzzo e Puglia che ha mosso fiumi di pecore.

Fig. 1 - Reintegra dei Tratturi, tratturelli e bracci, 1959



Fonte: Archivio di Stato di Foggia

Il territorio si è adagiato subendo i cambiamenti che le varie epoche hanno preteso. La montagna, un tempo centro nevralgico delle attività commerciali, si è via via spopolata in nome del progresso che ha richiesto forza lavoro nei centri urbani. La natura ha potuto riprendere il sopravvento sulle impronte lasciate dall'uomo: tracciati e strutture architettoniche sono stati abbandonati e dimenticati; la costa, un tempo palude maleodorante, a seguito delle bonifiche si è resa terreno fertile per le coltivazioni e ha attratto su di sé la rete delle moderne infrastrutture.

In particolare nella parte settentrionale della Regione, dove, a causa delle lacune storiche e cartografiche, gli studi sulla transumanza nel versante teramano, a differenza di quello Aquilano, si sono dimostrati più complessi, in particolare, nella ricostruzione storica del percorso tratturale Frisa-Rocca Roseto (tratturo 90, non reintegrato e tratteggiato nella Carta dei Tratturi, bracci e riposi del 1959 ad opera del Commissario per le reintegre di Foggia, Fig. 1) che dai Monti della Laga giungeva a Pescara e si ricongiungeva al Tratturo Magno all'altezza di Fisa (Chieti), cadendo nel tempo in una sorta di oblio; un oblio che ha interessato anche le zone interne, in particolare i comuni dei Monti della Laga, che hanno preservato le loro caratteristiche morfologiche ma, che hanno visto nei decenni

un graduale e significativo abbandono e spopolamento. «Il paesaggio non può essere sinonimo di territorio se si intende per territorio la descrizione obiettiva, quantitativa, di una determinata area, con il termine paesaggio sembra necessario intendere la percezione o le percezioni che in quel territorio può provocare in chi vive in quel contesto o in chi comunque lo osserva. In altri termini il paesaggio non può che implicare un rapporto tra l'ambiente osservato e l'osservatore, un gioco di specchi in cui si rinfrangono diverse soggettività: individuali, comunitarie e identitarie legate alle specifiche temperie culturali di ogni epoca» (Artense, 2018, p. 65). E allora se il paesaggio è la costruzione delle coordinate psicologiche e culturali e, aggiungeremmo, storiche l'Abruzzo ha ancora molto da svelare e raccontare (Graham, Ashwort, Tunbridge, 2000).

2. Un patrimonio identitario da tutelare

Ogni epoca ha dato una sua interpretazione e una chiave di lettura al complesso fenomeno della transumanza favorendo la costruzione di un'identità, quella del pastore abruzzese talvolta rozzo, talvolta poeta. Nel Settecento si univano alle voci dei riformisti quelle di alcuni viaggiatori del Gran Tour in visita negli Abruzzi, come lo svizzero naturalista ed esploratore Von Salis-Marschilins che così scriveva: «la popolazione vive in uno stato quasi selvaggio» (Salis-Marschilins, 1995, p. 126). Descrivendo una generale situazione di arretratezza, mentre già nella metà dell'Ottocento Lear, viaggiatore, artista, scrittore e illustratore inglese narrava «per me l'intero quadro è quello di una serena attività pastorale, e la vita del Peco-raro Abruzzese è il beau ideal dell'esistenza di un pastore. Tra le montagne nate il suo passatempo è quello di suonare la zampogna, o samboni, le cui lunghe note si possono udire, ora dopo ora, nei giorni d'estate: indescri-vibile accompagnamento romantico a quelle scene poetiche» (Lear, 2001, p. 18). Ancora, nel Novecento si ricordano i versi nostalgici dedicati ai pa-stori dal D'Annunzio e il realismo onirico dei dipinti di Michetti.

Una ricostruzione, quella legata al mondo della transumanza, che inevitabilmente ha finito per tramandarsi tra il sacro e il profano e che oggi richiede una nuova lettura che sia veritiera, storica e imparziale, ma che in primis necessita di essere riconosciuta come pratica che ha saputo sopravvivere agli innumerevoli cambiamenti avvicendatisi dall'età dell'Impero Romano in poi e che, per tale ragione, non può essere congedata come semplice fenomeno economico. E se è dunque vero che pastori, greggi, utensili, lana, percorsi tratturali, pascoli, stazzi e ricoveri sono gli elementi materiali che formano la sostanza di quel complesso sistema migratorio

praticato dall'antichità e protrattosi per secoli e secoli, è altrettanto vero che il riconoscimento in termini di valorizzazione e tutela di tale eredità non può che passare per l'immaterialità delle consuetudini e dei costumi che hanno partecipato alla costruzione di una società, condizionando ogni ambito dell'essere a livello sociale, culturale ed economico e che rientrano oggi nella categoria di beni immateriali³.

Sebbene risulti ancora difficile una definizione puntuale di cosa si intenda appunto con patrimonio immateriale e consci delle ambiguità più volte riscontrate nella letteratura, tanto che sin dagli anni Settanta del secolo scorso il dibattito è acceso (Timo, 2023), si fa riferimento in questa sede alla formula adottata dall'UNESCO⁴ nel 2003, nel momento in cui è stata siglata la *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, ratificata dall'Italia nel 2007. All'art. 2 viene definito patrimonio culturale immateriale «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. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana».

Per chiarire ulteriormente l'ambito entro il quale ci si muove, nella Convenzione sono stati individuati cinque settori (UNESCO, 2021) nei quali si manifesta il patrimonio culturale immateriale: a - tradizioni ed espressioni orali, compreso il linguaggio in quanto veicolo del patrimonio culturale immateriale; b - le arti dello spettacolo; c - le consuetudini sociali, gli

³ Per un approfondimento sui beni immateriali si richiama *La Convenzione sulla Promozione e Protezione del Patrimonio Immateriale* (2003). Beni immateriali sono il sapere e la conoscenza che vengono trasmessi di generazione in generazione e ricreati dalle comunità e i gruppi in risposta al loro ambiente, all'interazione con la natura e alla loro storia. Il patrimonio immateriale garantisce un senso di identità e continuità e incoraggia il rispetto per la diversità culturale, la creatività umana, lo sviluppo sostenibile, oltretutto il rispetto reciproco tra le comunità stesse e i soggetti coinvolti.

⁴ L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura è l'agenzia dell'ONU che contribuisce alla costruzione della pace attraverso la cooperazione internazionale in materia di istruzione, scienza e cultura "L'identificazione, la protezione, la tutela e la trasmissione alle generazioni future del patrimonio culturale e naturale di tutto il mondo rientrano tra le missioni principali dell'UNESCO. Il Patrimonio rappresenta l'eredità del passato di cui noi oggi beneficiamo e che trasmettiamo alle generazioni future. Il nostro patrimonio, culturale e naturale, è fonte insostituibile di vita e di ispirazione" (www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-mondiale/).

eventi rituali e festivi; d - le cognizioni e le prassi relative alla natura e all'universo; e - l'artigianato tradizionale.

Non è più solo l'oggetto, la fisicità della materia, a essere considerato patrimonio, ma acquista, dunque, valore il bene immateriale e viene riconosciuto al non tangibile un ruolo che con accezione negativa spesso veniva ridotto a semplice cultura folkloristica (Timo, 2023).

Nel 2019 l'Unesco ha inserito anche la transumanza nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale⁵ dopo la candidatura proposta da Grecia, Italia e Austria con queste motivazioni: «Transhumance shapes relations among people, animals and ecosystems. It involves shared rituals and social practices, caring for and breeding animals, managing land, forests and water resources, and dealing with natural hazards. Transhumant herders have in-depth knowledge of the environment, ecological balance and climate change, as this is one of the most sustainable, efficient livestock farming methods. They also possess special skills related to all kinds of handicraft and food production involved. Festivities during spring-time and autumn mark the beginning and end of transhumance, when bearers share food, rituals and stories and introduce younger generations to the practice. Chief herders pass on their specific know-how to the younger generations through daily activities, ensuring the continued viability of the practice» (Unesco, 2019, s.p.).

Si è dunque voluto sottolineare, attraverso il riconoscimento ufficiale, il valore di carattere demotnoantropologico ricoperto dal sistema della pastorizia transumante, in grado di raccogliere attorno a sé riti propiziatori per le partenze e per i ritorni, usi e costumi, maestranze artigianali e conoscenze arcaiche. Tale riconoscimento ha richiamato l'attenzione degli attori politici nazionali e locali che hanno dato il via a una serie di azioni di governance, in linea con i principi dell'Agenda 2030, volte alla riscoperta e valorizzazione in termini turistici dell'eredità tramandata dalla pastorizia migrante, prevedendo in questo la possibilità di mitigare la desertificazione delle aree interne con lo sviluppo turistico e al contempo rinvigorire il sistema socio-economico generando nuova occupazione.

3. Iniziative di recupero e strategie di governance

Nell'aprile 2021, grazie anche al programma "Terre Rurali D'Europa", è stato stipulato un accordo di partenariato per un progetto pilota nell'ambito

⁵ Ad oggi l'Unesco ha riconosciuto come patrimonio immateriale 730 elementi in 145 Paesi del mondo.

della programmazione europea dai territori regionali di Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Lazio, Basilicata e Campania: *Parchi, Pastori, Transumanze e Grandi Vie delle Civiltà-PARCOVIE 2030*. Con questo progetto di cooperazione interregionale si è cercato di dare rilevanza al problema che oggi vivono le aree interne del centro-sud Italia interessate dalle vie armentizie. Attraverso interventi mirati all'individuazione, alla sistemazione e al riuso, in termini di sostenibilità, dei percorsi tratturali, con tale iniziativa si sottolineava la necessità di «Valorizzare le strade e le vie in un'ottica culturale e di valenza sociale con un progetto ambizioso per inserire nella programmazione 2030 questi percorsi identitari capaci di costruire una via internazionale dei pastori che sia l'essenza di un processo futuro pari al cammino di Santiago di Compostela. Questo processo mira a coinvolgere l'identità territoriale, le aree interne, i piccoli borghi oltre alla tutela ambientale. Sono quattro i pilastri sui quali fonda la progettazione: Storia e Cultura, tradizioni e sociale, ambiente e paesaggio, viaggi e turismo»⁶.

Un anno dopo, nel 2022, la Regione Abruzzo, con il Dgr n. 434 del 2 agosto ha provveduto poi a redigere un piano di *Strategie per la definizione e realizzazione del Progetto della Transumanza e dei Tratturi*, avente tre linee di azione:

1. produrre un quadro di procedura di pianificazione paesaggistica dei tratturi interno alla Convenzione Europea del Paesaggio;
2. definire strategie, indirizzi, raccomandazioni e approcci operativi per una corretta e coerente attuazione nella pianificazione partecipata dei territori, all'interno dei principi di sostenibilità, di tutela materiale del bene e dell'identità culturale dei paesaggi della Transumanza e dei Tratturi;
3. produrre un quadro di riferimento strutturale per le regioni interessate dalla transumanza e dai tratturi, come valore e codice di comportamento definito nel Manifesto della transumanza e dei tratturi Uomo e Ambiente.

Nel quadro di questo tipo di interventi, oggi non si può non riconoscere l'importanza e il ruolo degli attori locali sul territorio. Numerose sono infatti le iniziative mosse dai Gruppi di Azione Locale (Gal), dalle Cooperative di Comunità e dagli Enti del Terzo Settore che negli ultimi anni si stanno muovendo alla riscoperta della tradizione secolare della transumanza. Tra le varie iniziative si ricordano, per esempio, gli itinerari escursionistici lungo le antiche vie tratturali che sottolineano l'attenzione alla mobilità dol-

⁶ Lorenzo Sospiri, *Presidente del Consiglio Regionale d'Abruzzo, durante la conferenza stampa di presentazione del progetto e partenariato Parcovie 2030*. La Transumanza che unisce.

ce, la creazione di tour in bike, la nascita di musei storici della transumanza, primo tra tutti il Museo della Transumanza di Villetta Barrea (L'Aquila), il Museo diffuso di Castel del Monte (L'Aquila), il Museo della Lana di Scanno (L'Aquila), la Festa della Transumanza a Crognaleto (Teramo) oggi alla sua 161ª edizione, il recupero del Regio Tratturo Pescasseroli-Candela dove si organizzano escursioni didattiche guidate volte a far rivivere l'antica pratica della transumanza, le iniziative di associazioni come Slow Food, in grado di coniugare la conservazione della natura e lo sviluppo dell'imprenditoria locale promuovendo le produzioni biologiche, l'artigianato e le nuove forme di ospitalità. Non ultimo, va sottolineata la partecipazione di tutti i centri di ricerca delle università abruzzesi che da anni compiono numerosi studi di carattere storico, archeologico, sociale, antropologico, architettonico e zootecnico dando un grande contributo alla conoscenza e alla valorizzazione del patrimonio ereditato costruendo il contenuto di quello storytelling necessario a un'efficace narrazione dei luoghi.

In tal senso il contributo che stiamo cercando di realizzare con l'Università di Teramo nell'ambito del Dottorato in Studi Storici dal medioevo all'età contemporanea, mira a ricostruire il percorso tratturale Frisa-Rocca Roseto utilizzando le moderne Digital Humanities e le tecnologie ArcGis di Esri.

Conclusioni

Anche grazie alla creazione dei Parchi Nazionali che ne hanno permesso la tutela e la protezione, l'habitat paesaggistico è riuscito a sopravvivere alla mano dell'uomo. Il timore oggi è che le bellezze dell'Abruzzo vengano scoperte prima che sia implementata una gestione dell'attività turistica che eviti un sovraffollamento ingestibile (restano indelebili nella mente le immagini delle code di scalatori sul monte Everest). Pertanto, sembra fondamentale la realizzazione di un piano per un'offerta turistica in grado di coniugare le esigenze del viaggiatore con la salvaguardia dei territori.

Stando alla definizione di turismo sostenibile, la cornice entro la quale ci muoviamo è racchiusa nella definizione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO): «Lo sviluppo del turismo sostenibile risponde ai bisogni dei turisti e delle regioni che li accolgono, tutelando e migliorando le opportunità per il futuro. Deve tradursi in una gestione integrata di tutte le risorse che permetta di soddisfare i bisogni economici, estetici e sociali, e contemporaneamente preservi l'integrità culturale, gli ecosistemi, la biodiversità e le condizioni di base per la vita» (UNEP, UNWTO, 2005. Cfr. ISPRA, 2025).

Nel 2007 la stessa Unwto ha fondato l'organizzazione no profit "Global Sustainable Tourism Council" con l'intento di stabilire quali siano gli standard da rispettare per lo sviluppo sostenibile del settore turistico: una serie di obiettivi specifici raggiungibili attraverso un approccio interdisciplinare, olistico e integrato per ottenere la certificazione di destinazione turistica sostenibile.

Sebbene in Abruzzo le iniziative in campo siano numerose, quello che però emerge nella realtà è un quadro dove il turismo si attesta perlopiù come segmento balneare, dove le zone montane diventano sempre più isolate e abbandonate e tra le province e gli stakeholder fatica a nascere un vero network in grado di realizzare un sistema di cooperazione e progettualità condivisa. Le parti interessate viaggiano ancora ognuna per suo conto e il risultato è un generale stato di confusione con conseguente perdita di appeal. L'impegno da parte della collettività sembrerebbe esserci, mancano purtroppo ancora politiche di investimento sulle infrastrutture, vero grande problema dell'Abruzzo, dove le aree balneari risultano a oggi quelle più facilmente raggiungibili, mentre le zone montane soffrono da anni dell'incuria e l'abbandono da parte delle amministrazioni.

I dati Istat offrono una panoramica poco rassicurante per l'Abruzzo che, in linea con il trend nazionale, registra ormai da tempo un calo demografico con indice di natalità in discesa, l'invecchiamento della popolazione in salita e le aree interne, complici anche le sequenze sismiche del 2009, 2016 e 2017, evidenziano la tendenza costante allo spopolamento (Istat, 2024): «La popolazione residente in Abruzzo, definita sulla base del Censimento al 31 dicembre 2022, ammonta a 1.272.627 residenti, in calo rispetto al 2021 (-3.323 individui; -0,3%); la provincia di Chieti è la più popolosa (29,3%), seguita da Pescara (24,6%). I comuni di montagna e della collina interna subiscono il maggior decremento di popolazione e presentano una struttura per età più vecchia. I comuni della montagna interna presentano una struttura demografica e una dinamica naturale opposta a quelli della collina litoranea, con una maggior perdita di popolazione dovuta alle migrazioni interne (-1,8 per mille) e un maggior tasso migratorio estero (5,2 per mille)». Inoltre, per il 35,1% dei comuni abruzzesi le infrastrutture di mobilità ferroviaria e autostradale sono non accessibili e distanti. La questione della mobilità è particolarmente complessa nelle aree spopolate, specie se montane. Nei comuni non accessibili e non prossimi alle infrastrutture, il calo della popolazione tra 2015 e 2022 è stato pari a -8,7%. Le aree montane sono quelle più inaccessibili e distanti» (Abruzzo Openpolis, 2024).

Attualmente le analisi sul turismo (dati Istat) sottolineano come l'Abruzzo mantenga prevalentemente una vocazione a quello che si definisce

turismo di massa balneare, coinvolgendo dunque solo specifiche zone e la fase stagionale estiva. Per far fronte a tali sfide e non ultime la recente pandemia da Coronavirus, la crisi economica e le guerre che stanno condizionando tutto lo scacchiere internazionale, una sola “ricetta” sicuramente non basta e i buoni propositi delineati dall’Agenda 2030 hanno subito una fase di stallo.

Si ritiene pertanto che in termini territoriali la riscoperta delle pratiche di transumanza a fini turistici potrà sicuramente contribuire alla “rinascita” dei territori delle aree interne, a patto però che vi sia di concerto un approccio che veda coinvolte tutte le parti interessate, i policy-maker, i soggetti locali e i turisti consapevoli, per innescare quel circolo virtuoso in grado di connettere e creare una rete multidisciplinare, proprio come un tempo i tratturi collegavano le varie località creando interazioni culturali, sociali ed economiche, con l’obiettivo chiaro di realizzare per l’Abruzzo un turismo che non sia “devastante” per i luoghi e non riscriva la storia secondo le attuali logiche di marketing (riducendo così i rischi dell’*heritagization*), ma sia in grado di creare uno storytelling coinvolgente che concili la tranquillità dei paesaggi con la voglia/necessità di pace e armonia dell’uomo di questi tempi.

Le vie della transumanza sono «linee indelebili come le cicatrici che segnano la pelle di un uomo a vita» (Braudel, 1987, p. 23) a noi il compito di rinnovare il valore del paesaggio come testimone storico.

Bibliografia

- Abruzzo OpenPolis (2024), *Un terzo dei comuni abruzzesi è lontano da autostrade e treni*, testo disponibile al sito: www.openpolis.it/un-terzo-dei-comuni-abruzzesi-e-lontano-da-autostrade-e-treni/, data di consultazione: 25/10/2024.
- Artense L. (2018), *L’Abruzzo teramano nel tardo Medioevo e in età Moderna*, Ricerche&Redazioni, Teramo.
- Benigno F. (2005), *L’età moderna. Dalla scoperta dell’America alla Restaurazione*, Laterza, Roma-Bari.
- Braudel F. (1987), *Il mediterraneo. Lo spazio, la storia, gli uomini, le tradizioni*, Bompiani, Milano.
- Canosa R. (2015), *Transumanza e potere*, Abruzzo Edizioni Menabò, Ortona (CH).
- Colapietra R. (1982), *Quarto convegno sulla preistoria-protostoria-storia della Daunia. Pubblicazione della civica amministrazione*, San Severo (FG).
- Crutzen P.J. (2005), *Benvenuti nell’antropocene. L’uomo ha cambiato il clima, la Terra entra in una nuova era*, Mondadori, Milano.

- De Giorgi Cezzi G. (2006), *Le lunghe strade verdi degli armenti. Gli antichi tratturi tra competenza statale e regionale*, Il Mulino, Bologna.
- De Matteis G., Lanza C., Nano F., Vanolo A. (2022), *Geografia dell'economia mondiale*, UTET, Torino.
- Graham B., Ashwort G.J., Tunbridge J.E. (2000), *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*, Oxford University press, Oxford.
- Irace E., Pineiro M.V. (2023), *I paesaggi dell'Italia moderna*, Carocci, Roma.
- ISPRA – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (2025), *GELSO – Gestione Locale per la Sostenibilità*, testo disponibile al sito: <https://gelso.sinanet.isprambiente.it/#::~:~:text=GELSO%20%2D%20GESTione%20Locale%20per%20la,smart%20cities%20e%20i%20cambiamenti%20climatici>, data di consultazione: 10/03/2025.
- Istat (2024), *Il censimento permanente della popolazione in Abruzzo. Anno 2022*, testo disponibile al sito: www.istat.it/wp-content/uploads/2024/05/Focus_CENSIMENTO-2022_Abruzzo.pdf, data di consultazione: 20/10/2024.
- Tear E. (2001), *Viaggio attraverso l'Abruzzo pittoresco (26 luglio 1843 - 14 ottobre 1844)*, Adelmo Polla Editore, Roma.
- Petrocelli E. (1999), *La civiltà della transumanza. Storia, cultura e valorizzazione dei tratturi e del mondo pastorale in Abruzzo, Molise, Puglia, Campania e Basilicata*, Cosmo Ioannone editore, Isernia.
- Russo S., Salvemini B. (2007), *Ragion pastorale, ragion di Stato. Spazi dell'allevamento e spazi dei poteri nell'Italia di età moderna*, Viella libreria Editrice, Roma.
- Russo S. (2008), *La transumanza nel mezzogiorno. Segnalazioni dagli Archivi*, Edizioni di storia e letteratura, Roma.
- Timo M. (2023), *L'intangibilità dei beni immateriali*, Giappichelli, Torino.
- UNEP, UNWTO (2005), *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, World Tourism Organization and United Nations Environment Programme, Madrid.
- UNESCO (2019), *Decisions*, testo disponibile al sito: <https://ich.unesco.org/en/decisions/14.COM/10.B.2>, data di consultazione: 21/11/2024.
- UNESCO (2021), *Il patrimonio culturale immateriale: settori tematiche e interconnessioni*, testo disponibile al sito: www.unesco.it/it/temi-in-evidenza/cultura/il-patrimonio-culturale-immateriale-settori-tematiche-e-interconnessioni/, data di consultazione: 20/11/2024.
- Von Salis-Marschlins C.U. (1995), *Viaggio attraverso l'Abruzzo nel 1789*, Adelmo Polla Editore, Roma.
- Zeza A. (2024), *Overtourism: l'era del viaggiatore globale. La sfida al turismo di massa quando il turismo nuoce al territorio*, YouCanPrint, Tricase (LE).

7. Mitigare l'overtourism con nuove forme di turismo culturale nell'Adriatico: il potenziale ruolo delle antiche rotte marittime del vino

di Greta Spinetti

Introduzione

Il fascino di città come Dubrovnik e Venezia come destinazioni turistiche è innegabile; tuttavia, la loro popolarità ha raggiunto un punto critico, particolarmente durante i mesi estivi. Il portale di prenotazioni per affitti turistici Holidu le classifica come le città più colpite dall'overtourism in Europa (Holidu, 2022). Il riferimento a questa specifica fonte non è casuale; infatti, l'attenzione al fenomeno è emersa principalmente dal dibattito pubblico, significativamente influenzato negli ultimi 6-7 anni dalla sfera mediatica (Capocchi *et al.*, 2019). Questi dati sono confermati da fonti autorevoli quali il World Economic Forum (2017) che segnala il massimo grado di sovraffollamento turistico appunto a Venezia (rapporto popolazione residente-pernottamenti all'anno di 1: 364).

Come notato da Koens *et al.* (2018) e Benner (2019), in realtà non c'è nulla di nuovo rispetto al dibattito accademico risalente agli anni Sessanta sulle questioni di sostenibilità culturale, sociale e ambientale relative al turismo di massa. Questo lavoro si propone di esplorare l'overtourism nella regione adriatica: attraverso una revisione della letteratura, approfondiremo i fattori che concorrono a questo problema e proporremo potenziali misure di mitigazione volte a promuovere pratiche di turismo sostenibile.

Centrale nella nostra analisi è l'attenzione alla nicchia del turismo culturale: ciò che suggeriamo è la creazione di nuovi itinerari basati su antiche rotte marittime del vino, radicate nel ricco patrimonio storico della regione, come potenziale strumento per alleviare la pressione sui centri urbani sovraffollati, sfruttando il potenziale inesplorato di destinazioni meno conosciute. Attraverso la ricerca storica, in particolare quella d'archivio, per indagare i commerci del vino tra le due sponde del Mare Adriatico nel XVII-XVIII secolo, delineeremo le premesse per nuovi itinerari che valo-

rizzano il patrimonio storico della regione insieme alla cultura e all'identità dei territori coinvolti, offrendo un'esperienza locale immersiva per i visitatori. Ancorando il nostro approccio nella dimensione storica e capitalizzando sull'attrattiva del turismo enogastronomico, miriamo a presentare una soluzione praticabile per destagionalizzare i flussi turistici e promuovere una crescita sostenibile nella regione adriatica.

1. Un nuovo paradigma di sviluppo qualitativo in Adriatico

Negli ultimi anni, la popolarità del termine *overtourism* è cresciuta costantemente. La Fig. 1 mostra l'andamento del suo uso a livello mondiale da aprile 2014 ad aprile 2024. La ricerca è stata effettuata utilizzando lo strumento online Google Trends: dal grafico a linee è evidente come l'interesse per questo argomento sia aumentato sensibilmente a partire dal 2017, con picchi nel novembre 2019 e nell'ottobre 2023.

Fig. 1 - Andamento uso della parola *overtourism* a livello mondiale (2014-2024)



Fonte dati: Google Trends (www.google.com/trends)

Al momento, il concetto è ancora poco definito in ambito accademico (Capocchi *et al.*, 2019) sebbene le problematiche legate all'*overtourism* siano state ampiamente dibattute nella comunità scientifica già dagli anni 60 (Cohen, 1978; Wenkam, 1975). Possiamo quindi dire che «*overtourism* è un nuovo termine per un vecchio problema» (Dodds, Butler, 2019, p. 1).

Siamo davanti ad un problema multidimensionale, una varietà di fattori che, combinati, hanno dato origine a un acceso dibattito sugli effetti negativi del turismo di massa in specifiche località:

- a) l'aumento della popolazione mondiale e l'espansione della classe media in molti mercati emergenti generano sempre più potenziali viaggiatori (Dodds, Butler, 2019);

- b) la diminuzione dei costi di viaggio che permette a sempre più persone di viaggiare dove e quando vogliono;
- c) lo sviluppo tecnologico che ha permesso sia di migliorare l'industria dei viaggi che di aumentare le comunicazioni e la diffusione delle informazioni attraverso il web e i social media (Gretzel, 2019);
- d) l'emergere di piattaforme come AirBnB e fornitori di alloggi turistici simili, nuova manifestazione della turistificazione.

A causa della natura multidimensionale dell'overtourism, i suoi impatti sono complessi e sfaccettati: tra questi possiamo sicuramente annoverare l'aumento del costo della vita, la speculazione immobiliare, la gentrificazione, la perdita di autenticità delle destinazioni e danni al patrimonio culturale, sociale e ambientale (Koens *et al.*, 2018), nonché la diminuzione della qualità della vita sia per i residenti che per i turisti (Unwto, 2018). Si configura quindi come necessario un cambio di rotta per guidare l'industria del turismo verso uno sviluppo qualitativo, equilibrato e sostenibile delle destinazioni, abbandonando le logiche di crescita puramente quantitativa, misurate in termini di arrivi turistici. Questo cambiamento dovrebbe portare a investire in nicchie del mercato turistico con alto valore aggiunto sul territorio, con conseguenze culturali, sociali e ambientali irrilevanti, bilanciando i benefici economici con la sostenibilità a lungo termine (Benner, 2019).

Negli ultimi decenni, il settore turistico ha registrato una crescita esponenziale, favorita sia dall'incremento del reddito disponibile delle famiglie, sia dalla riduzione dei costi relativi ai viaggi, fenomeno che ha stimolato nuovi flussi turistici a livello globale. Tuttavia, questo sviluppo non è stato privo di conseguenze, soprattutto in termini di sostenibilità ambientale e sociale. Come discusso in precedenza, l'overtourism è tra le manifestazioni più evidenti di questa crescita incontrollata, con effetti negativi su alcune delle destinazioni più ambite, tra cui Venezia e Dubrovnik. Questi luoghi, di immenso valore storico e culturale, sono particolarmente vulnerabili, anche a causa del fragile equilibrio tra la conservazione del patrimonio e l'impatto del turismo di massa.

Parallelamente alla discussione sull'overtourism, la sostenibilità del turismo ha guadagnato una crescente attenzione a livello internazionale. Una svolta cruciale in questo dibattito è rappresentata dalla proclamazione del 2017 come Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per lo Sviluppo da parte delle Nazioni Unite. In tale occasione, è stato sottolineato come il turismo non sia solo una minaccia potenziale, ma anche un potente strumento per raggiungere obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG), se gestito correttamente. In particolare, il turismo può contribuire allo sviluppo economico e sociale, migliorando le condizioni di vita nelle aree meno svilup-

pate, come evidenziato nel SDG 8, che riguarda la dignità del lavoro e la crescita economica (UNWTO, 2024).

In questo contesto, il turismo enogastronomico e culturale basato sulle antiche rotte vinicole dell'Adriatico offre una opportunità unica. Questi itinerari, che si concentrano generalmente su destinazioni meno battute rispetto alle grandi città d'arte, non solo hanno il potenziale per alleviare la pressione su centri come Venezia, ma promuovono una crescita equilibrata in aree spesso trascurate dal turismo di massa. In questo modo, le comunità locali possono beneficiare direttamente dei flussi turistici, favorendo nel lungo termine non solo sviluppo socio-economico ma anche, ad esempio, la conservazione e la valorizzazione del loro patrimonio culturale e naturale.

Inoltre, la pandemia di Covid-19 ha avuto un impatto drammatico sul settore turistico globale, dimostrando la fragilità di un sistema basato su modelli di crescita insostenibile (Škare *et al.*, 2021). La crisi ha colpito duramente molte destinazioni, in particolare quelle nelle piccole isole o nei paesi in via di sviluppo, ma ha anche rappresentato un'opportunità per ripensare il turismo (Sigala, 2020). La "ricostruzione" post-pandemia può essere una occasione per promuovere un turismo più inclusivo, resiliente e sostenibile, in linea con gli obiettivi a lungo termine di conservazione delle risorse naturali e culturali.

Il ritorno ai modelli pre-pandemici, purtroppo ancora predominanti nell'industria, potrebbe vanificare molti degli sforzi compiuti verso un turismo più maturo. Pertanto, diventa essenziale investire in soluzioni innovative, come la digitalizzazione e l'uso dei dati per monitorare meglio gli impatti ambientali e sociali del turismo, nonché per sviluppare strategie di gestione dei flussi turistici più equilibrate. È in questo quadro che i nuovi itinerari di turismo culturale basati sulle rotte del vino, abbinati a pratiche di sostenibilità, possono fungere da modello per la trasformazione del settore turistico in Adriatico, offrendo una alternativa tangibile ai problemi dell'overtourism.

2. Turismo e sostenibilità

Così come in moltissimi altri ambiti d'azione, anche nel turismo il concetto di sostenibilità è diventato imprescindibile in ottica di sviluppo, in particolare alla luce delle crescenti preoccupazioni legate all'overtourism e agli impatti ambientali e sociali derivanti da flussi turistici incontrollati. In questo contesto, assumiamo come riferimento teorico la definizione di sostenibilità emersa nel rapporto *Our Common Future* della Commissione Brundtland (1987), definita come «la capacità di gestire le risorse in modo

da soddisfare i bisogni attuali senza compromettere la possibilità delle generazioni future di fare lo stesso». Tuttavia, affrontare la sostenibilità solo dal punto di vista economico o ambientale non è sufficiente: è fondamentale adottare un approccio olistico che tenga conto di tutte le dimensioni coinvolte dal fenomeno. Questo approccio trova una importante teorizzazione nella cosiddetta visione nidificata dei sistemi (*nested view of systems*) (Fig. 2), che enfatizza l'interconnessione e l'interdipendenza tra economia, società e ambiente (UNWTO, 2024).

Fig. 2 - Visione nidificata dei sistemi (*nested view of systems*)



Fonte: rielaborazione dell'Autrice

Questo modello concettuale propone che le tre dimensioni della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – siano strettamente interconnesse e che l'una dipenda dalle altre per mantenere un equilibrio duraturo. In particolare, l'economia è vista come un sottoinsieme della società che, a sua volta, è un sottoinsieme dell'ambiente naturale. Ciò ad enfatizzare che le attività economiche non possono esistere senza un contesto sociale e che quest'ultimo è inevitabilmente influenzato e limitato dalle risorse ambientali.

Lo sviluppo turistico sostenibile richiede che le politiche e le strategie tengano in conto l'equilibrio tra benefici economici, la protezione dell'ambiente e il benessere sociale delle comunità locali. Non è possibile sostenere un turismo prospero se le risorse naturali vengono esaurite o se i benefici economici non si riflettono nel miglioramento delle condizioni di vita dei residenti locali (UNWTO, 2024).

Il concetto di sistemi nidificati è particolarmente rilevante per il turismo sostenibile perché evidenzia la fragilità delle interconnessioni tra le

diverse dimensioni. Ad esempio, un aumento della domanda turistica può portare a un incremento dei profitti per le imprese locali, ma può anche provocare una pressione eccessiva sull'ambiente, come già discusso ampiamente, danneggiando le risorse naturali che sono alla base dell'attrattività turistica di una destinazione (Koens *et al.*, 2018). Inoltre, una gestione poco accorta delle destinazioni può minare la coesione sociale, creando conflitti tra residenti e turisti, come avvenuto in molte località europee colpite dal fenomeno del turismo di massa, da Barcellona alle Isole Canarie, dove la popolazione, esasperata dall'impoverimento del benessere sociale ha esortato, senza mezzi termini (ma anzi, con mezzi fisici come le pistole ad acqua!), i turisti ad andar via.

Per i gestori delle destinazioni turistiche adottare una visione olistica come questa, soprattutto a livello di governance, significa mettere in campo politiche che considerino l'impatto delle attività turistiche su tutte le dimensioni della sostenibilità. Un approccio basato su questa visione permetterebbe di valutare non solo i benefici economici a breve termine, ma anche gli impatti a lungo termine, a livello ambientale, economico e sociale.

Nel aree vinicole, ad esempio, il turismo enogastronomico può offrire importanti benefici economici alle comunità locali, ma solo se gestito in modo da preservare l'integrità ambientale dei paesaggi agricoli e promuovere la coesione sociale tra residenti e visitatori (Asero, Patti, 2009).

Adottare una visione nidificata dei sistemi come premessa teorica dell'approccio al turismo sostenibile consente di affrontare il tema in modo olistico e consapevole, tenendo conto delle interconnessioni tra le dimensioni economiche, sociali e ambientali. Solo attraverso l'integrazione di questi aspetti è possibile sviluppare modelli turistici che non solo garantiscano la prosperità economica delle destinazioni, ma ne preservino il patrimonio naturale migliorando il benessere delle comunità locali.

3. Nuove forme di turismo culturale nell'Adriatico

«Data la fragilità dell'ecosistema ambientale dell'Adriatico e del patrimonio culturale, è urgente considerare la sostenibilità a lungo termine del turismo in questa particolare macroregione per salvaguardarne la sopravvivenza a lungo termine non solo come destinazione turistica ma anche come ecosistema ambientale sensibile e locus di patrimonio culturale» (Benner, 2019, p. 15). Questa affermazione è qui adottata come assunto di base e quadro teorico della ricerca, supportando quindi l'ipotesi che la promozione di nuove forme di turismo culturale nell'Adriatico potrebbero

mitigare l'overtourism in crescita nella regione. Nello specifico, si propone di incoraggiare la costruzione di una offerta turistica parallela e alternativa a quelle delle aree urbane in sofferenza, a favore di aree limitrofe ancora poco sviluppate sotto questo aspetto. Ciò creerebbe un doppio vantaggio: alleviare il sovraffollamento che affligge le destinazioni più popolari, generando al contempo sviluppo socioeconomico in nuove destinazioni ad alto potenziale. Ciò che si sostiene in questo lavoro è che questo possa essere fatto utilizzando il vino come medium, come efficace strumento di promozione della cultura e dell'identità locale, così come un forte motore per il turismo. Vale quindi la pena considerare la progettazione di nuovi itinerari turistici basati sul vino, ancorati al patrimonio storico della regione adriatica e quindi, inevitabilmente, alla storia della Serenissima, entità dominante nella regione per circa otto secoli, durante i quali questa "pianura liquida" (Braudel, 1987) rappresentava il Golfo di Venezia.

Il vino è una delle motivazioni capaci di orientare la scelta turistica dei visitatori, sia perché le regioni vinicole sono generalmente luoghi piacevoli caratterizzati da paesaggi incantevoli che i vigneti contribuiscono a modellare (Cambourne *et al.*, 2000) sia perché attraverso il turismo enogastronomico, si può entrare in contatto con il produttore di una particolare specialità, visitare la sua area di produzione e gustarla direttamente in loco, permettendo al turista di immergersi nel contesto in cui queste nascono. Il turismo del vino non è solo una tendenza afferente a una nicchia di esperti del settore ma piuttosto un atteggiamento coerente e diffuso (Privitera, 2010). La stessa Mappa Europea del Turismo del Vino riporta come questa nicchia non voglia solo scoprire l'origine del prodotto stesso ma anche acquisire conoscenza dei suoi luoghi (Asero *et al.*, 2009). Parliamo quindi di forme di turismo esperienziale attraverso cui il visitatore vive direttamente i luoghi, le comunità e le tradizioni dell'area che sta visitando ma anche, e soprattutto, di turismo culturale perché attraverso il cibo, o il vino in questo caso, è possibile approfondire il contesto culturale della comunità e del territorio in cui nasce, proprio come si fa ammirando un monumento o un'opera d'arte (Claroni, 2021).

Secondo la definizione adottata dall'Assemblea Generale dell'UN Turismo, nella sua 22^a sessione (2017), il turismo culturale è «un tipo di attività turistica in cui la motivazione essenziale del visitatore è apprendere, scoprire, sperimentare e consumare le attrazioni/prodotti culturali tangibili e intangibili in una destinazione turistica. Queste attrazioni/prodotti riguardano un insieme di caratteristiche materiali, intellettuali, spirituali ed emotive di una società che comprende arti e architettura, patrimonio storico e culturale, patrimonio culinario, letteratura, musica, industrie creative e le culture viventi con i loro stili di vita, sistemi di valori, credenze e tradizio-

ni» (UNWTO, 2018, p. 18). In questa prospettiva, il vino rappresenta non solo una bevanda ma un simbolo di patrimonio e tradizione, evidenziando come gli itinerari del turismo del vino possano concentrarsi non solo sulla visita di vigneti e cantine, sul consumo e/o acquisto di vino, ma anche sul significato storico e culturale che racchiude in sé, quindi, rappresentando pienamente una nicchia di turismo culturale. A livello più regionale, il turismo enogastronomico è il quarto prodotto più venduto in Italia dagli operatori turistici internazionali; anche quando vengono acquistati pacchetti generici o focalizzati, come quelli intorno alle città d'arte o alle vacanze al mare, i servizi gastronomici sono costantemente inclusi (Isnart, 2022). Questo dato è particolarmente importante perché induce a riflettere sul nuovo ruolo che occupa il settore della ristorazione: da servizio progettato per soddisfare bisogni primari ad attrattore turistico e quindi punto focale dell'offerta.

Raccogliendo l'eredità di progetti europei come *Approdi* e *Approdi Plus*, proponiamo qui la creazione di nuove rotte di turismo culturale nella regione adriatica, focalizzate sulle antiche rotte commerciali del vino, quest'ultimo considerato come parte del patrimonio culturale di questi territori, capace di avvicinare i visitatori ai produttori, alla popolazione locale, alla sua storia, cultura e identità.

3.1. Contesto storico e ricerca d'archivio

Il nostro quadro teorico per la ricerca storica richiama l'approccio proposto dagli storici Fernand Braudel (1987) e più recentemente da Egidio Ivetic, che intendono il Mare Adriatico come una regione marittima e culturale, un'entità individuale, sebbene fluida, del mare Mediterraneo, e non come una "semplice" unione di popoli e culture. L'Adriatico è inteso come una regione culturale del Mediterraneo e dell'Europa, uno spazio storico transnazionale capace di aiutarci a comprendere e interpretare il passato. A causa delle sue specificità, può infatti essere visto come un Mediterraneo in scala ridotta. Questa prospettiva mira a fare storia abbandonando le logiche tradizionali della storia nazionale (italiana, francese, austriaca, ecc.) o regionale (europea), dando luogo a esperienze storiografiche transnazionali (Ivetic, 2015).

Combinando lo studio di fonti d'archivio rilevanti sui commerci del vino nella regione, con un'analisi critica dei precedenti tentativi di promuovere il patrimonio culturale della Regione, l'obiettivo finale della ricerca è redigere una proposta analitica per nuovi itinerari di turismo culturale incentrati sul vino, sulle tracce delle antiche rotte commerciali. Si delinea

un contesto culturale ma anche scientifico, utile per diffondere consapevolezza e conoscenza della storia e della cultura della regione pan-adriatica, attraverso la traduzione del patrimonio storico e culturale in un'attrazione turistica dei luoghi che la compongono, con un focus sulla sostenibilità. Si tratta di uno sforzo interdisciplinare: una ricerca archivistica preliminare sui commerci del vino, focalizzata sul XVIII secolo, funzionale alla ricerca sociologica, volta ad approfondire come sfruttare questo patrimonio per la promozione di nuove rotte turistiche.

Per limitare l'ambito della ricerca e migliorare la fattibilità dello studio, il focus è su due principali fonti d'archivio: il fondo dei *Cinque Savi alla Mercanzia*, Archivio di Stato di Venezia, e il fondo dei *Provveditori Generali in Dalmazia e Albania*, Archivio di Stato di Zara. Di conseguenza, l'ambito spaziale è limitato alle aree considerate nelle fonti, come verrà dettagliato di seguito. Storicamente, l'istituzione dei Provveditori Generali in Dalmazia e Albania faceva parte della struttura amministrativa all'interno della Repubblica di Venezia, attiva dal 1597 fino alla caduta della Repubblica nel 1797, con sede a Zara. Il fondo contiene, tra le altre cose, rapporti sul commercio trans-adriatico (Novak, 1959). Il secondo fondo studiato raccoglie la documentazione dell'istituzione dei Cinque Savi alla Mercanzia, organo di governo composto da cinque membri scelti tra la classe patrizia veneziana e responsabili della supervisione e regolazione del commercio all'interno della Repubblica Veneziana (Varagnolo, 2019).

La ricerca è iniziata investigando il fondo croato, dove sono state trovate prove di produzione e commercio del vino in Dalmazia (Hvar, Zara, Rab, Korčula, Spalato, Trogir, Brač, Vis e Šibenik) e nella costa montenegrina (Cattaro). Questo è un risultato molto interessante dato l'obiettivo di questa ricerca: si tratta infatti di destinazioni soggette a rilevanti flussi turistici in entrata, con picchi nei mesi estivi e una presenza minima durante il resto dell'anno. I risultati degli Archivi di Stato di Zara sono in fase di confronto con i dati del fondo dei Cinque Savi a Venezia. Finora, i risultati sono promettenti poiché sembra possibile tracciare nuovi itinerari turistici basati sul vino che coinvolgano destinazioni la cui strategia di crescita punta al turismo marittimo e crocieristico. Ciò consente un intervento mirato alla destagionalizzazione e alla creazione di un'offerta turistica alternativa in aree interne limitrofe, capace, potenzialmente, di decomprimere le località oppresse dai visitatori. È importante ricordare, infatti, che l'Adriatico, più di altri contesti mediterranei, può essere inteso come una regione che ha connesso le aree costiere all'entroterra (Ivetic, 2015).

Oggetto di approfondimento nello studio delle carte del fondo dei Cinque Savi alla Mercanzia nell'Archivio di Stato di Venezia sono state, da una parte, quelle riguardanti la sponda balcanica dell'Adriatico, anche

per una comparazione con le informazioni rinvenute nel fondo dalmata; dall'altra sono stati rinvenuti documenti riguardanti gli scambi commerciali e, soprattutto, le importazioni di vino verso la Serenissima dal cosiddetto "Sottovento", ossia le regioni del litorale occidentale del medio-basso adriatico. Lo studio d'archivio ha permesso di identificare quelli che, tra XVII e XVIII secolo sono stati gli approdi dei bastimenti veneziani nell'Adriatico, il nostro punto di partenza per l'analisi sociologica e la creazione della nostra proposta di turismo culturale nell'area.

3.2. Per un turismo socialmente sostenibile

Seguendo l'analisi storica e teorica presentata nel paragrafo precedente, la metodologia di ricerca adottata mira a indagare le ipotesi attraverso un approccio misto, che combina strumenti quantitativi e qualitativi per fornire una comprensione approfondita delle dinamiche del turismo sostenibile e del ruolo del vino come attrattore turistico nella regione adriatica.

Le ipotesi formulate sono le seguenti: H0, che propone che il vino possa orientare la scelta di una destinazione turistica; H1, secondo cui il vino funge da medium per narrare e valorizzare il patrimonio storico-culturale del territorio; e H3, secondo cui una crescita sostenibile a lungo termine nella regione adriatica è possibile solo orientando i flussi turistici verso una maggiore sostenibilità sociale, focalizzandosi sulla qualità piuttosto che sulla quantità.

Per indagare queste ipotesi, è stato progettato un questionario strutturato in quattro sezioni principali: una demografica per raccogliere informazioni di base sui partecipanti, tre tematiche che si concentrano rispettivamente sulle ipotesi H0, H1 e H3. Le domande sono state formulate facendo ampio uso delle scale Likert, particolarmente utili per rilevare percezioni e opinioni degli intervistati riguardo ai temi centrali della ricerca. La raccolta di dati quantitativi mediante questionari strutturati consentirà di esaminare le tendenze generali e le correlazioni tra le variabili studiate.

Parallelamente, i dati qualitativi sono raccolti e analizzati tramite interviste semi-strutturate e focus group. Per l'analisi qualitativa dei dati è stato utilizzato il software Atlas.ti, che consente di codificare e analizzare le risposte, permettendo di identificare temi emergenti e approfondire le motivazioni e le opinioni del campione rispetto ai temi della ricerca.

Data la natura esplorativa della ricerca e le risorse disponibili, è stato scelto un campionamento non probabilistico per quote, che è stato suddiviso in base alla provenienza geografica per i turisti e all'impiego per i residenti, distinguendo tra coloro che lavorano direttamente nell'industria

turistica e quelli impiegati in altri settori. Questo tipo di stratificazione consente di esaminare le differenze di percezione nei residenti, a seconda del loro coinvolgimento nel settore turistico.

Essendo un campionamento non probabilistico, i risultati della ricerca non potranno essere generalizzati a tutta la popolazione, ma forniranno comunque un quadro utile delle percezioni locali e delle preferenze relative alla sostenibilità sociale del turismo e al ruolo del vino come attrattore culturale.

Essendo la raccolta dati ancora in corso, non è ancora possibile trarre conclusioni definitive. Tuttavia, il processo e le tecniche di analisi già impostate forniscono una solida base per una comprensione approfondita delle dinamiche di sostenibilità sociale legate al turismo enogastronomico nella regione adriatica.

4. Verso l'implementazione di nuovi modelli turistici

L'introduzione di itinerari turistici alternativi basati sulle antiche rotte marittime del vino rappresenta una strategia potenzialmente efficace per mitigare l'overtourism nelle destinazioni adriatiche. Tuttavia, la sua concretizzazione si scontra con una serie di criticità strutturali, economiche e socio-culturali. In primo luogo, la resistenza degli stakeholder locali, i quali potrebbero mostrare scetticismo nell'investire risorse in nuovi percorsi turistici, soprattutto se il modello di sviluppo vigente è fortemente orientato alla rendita di breve periodo tipica del turismo di massa (Dredge, 2016). La creazione di nuovi flussi turistici richiede un significativo impegno in termini di pianificazione, governance territoriale e marketing territoriale, aspetti che non sempre trovano un coordinamento efficace tra gli attori coinvolti.

Un ulteriore problema è la mancanza di infrastrutture adeguate nelle aree di destinazione: molti dei siti valorizzabili attraverso la proposta di itinerari enogastronomici si collocano in zone periferiche o rurali, spesso prive di collegamenti efficienti con i principali hub turistici. La letteratura sul turismo culturale evidenzia come l'accessibilità sia un fattore determinante per il successo di nuove destinazioni (Timothy, Boyd, 2003), e l'assenza di reti di trasporto adeguate potrebbe limitare l'afflusso di visitatori. La creazione di infrastrutture, tuttavia, necessita di investimenti pubblici e privati che spesso risultano difficili da attrarre senza un'immediata prospettiva di ritorno economico.

Un'altra sfida cruciale è rappresentata dalla concorrenza con modelli turistici già consolidati. I territori altamente turistificati, come Venezia e

Dubrovnik, hanno sviluppato un sistema economico fortemente dipendente da flussi turistici massivi, con una rete di imprese che operano secondo logiche di alta rotazione e massimizzazione delle presenze (Richards, 2018). Introdurre un'alternativa focalizzata su esperienze più sostenibili e meno impattanti significa ridefinire le priorità economiche e convincere operatori e istituzioni locali a investire in un turismo di qualità piuttosto che in uno orientato alla quantità. A ciò si aggiunge la necessità di una strategia comunicativa efficace per attrarre una nicchia di pubblico adatta al turismo culturale ed enogastronomico. La letteratura mostra come la narrazione del territorio sia un elemento chiave nella promozione di destinazioni emergenti, ma perché le nuove rotte possano competere con le destinazioni tradizionali, devono essere percepite dal visitatore come esperienze autentiche e culturalmente rilevanti (Goodwin, 2017). Tuttavia, questa narrazione deve essere supportata da un'effettiva valorizzazione delle risorse locali, evitando il rischio di una semplice operazione di rebranding priva di reali benefici per le comunità ospitanti.

Infine, la cooperazione tra i diversi livelli di governance turistica rappresenta una sfida significativa. La regione adriatica è caratterizzata da una molteplicità di attori istituzionali, da amministrazioni locali a enti sovranazionali, ognuno con obiettivi e priorità diverse. L'implementazione di nuove rotte richiede un coordinamento efficace tra questi attori, affinché siano garantiti investimenti mirati e regolamentazioni adeguate a sostenere un turismo più bilanciato e integrato (UNWTO, 2024). Senza la necessaria sinergia tra pubblico e privato, qualsiasi tentativo di decentralizzazione turistica rischia di rimanere confinato a progetti sperimentali di breve durata, incapaci quindi di innescare un cambiamento strutturale nel settore.

In sintesi, il successo dell'istituzione di nuove rotte di turismo culturale nell'Adriatico non dipende solo dall'attrattività della proposta in sé, ma dalla capacità di superare barriere economiche, logistiche e istituzionali. Un'azione coordinata, che preveda investimenti infrastrutturali, incentivi economici e un'efficace strategia di marketing territoriale, rappresenta la chiave per trasformare le antiche rotte vinicole da semplice patrimonio storico ed enogastronomico a strumento attivo di sviluppo turistico sostenibile.

Conclusioni

L'overtourism rappresenta una delle sfide più urgenti per il turismo contemporaneo, in particolare in aree fragili come la regione adriatica, dove città dal grande valore storico-culturale, come Venezia e Dubrovnik, subiscono un sovraffollamento insostenibile nei periodi di alta stagione. Questo

fenomeno compromette non solo il loro patrimonio materiale e immateriale ma incide negativamente sulla qualità della vita dei residenti e sull'esperienza turistica stessa. Il progetto proposto si configura come un'alternativa concreta a questo modello, promuovendo itinerari enogastronomici e culturali basati sulle antiche rotte marittime del vino. L'obiettivo non è solo quello di ridistribuire i flussi turistici per alleggerire la pressione sui centri urbani, ma anche di creare opportunità di sviluppo sostenibile per destinazioni meno battute, valorizzando il patrimonio storico e culturale della regione.

Tuttavia, l'implementazione di queste nuove rotte turistiche non è priva di ostacoli. La resistenza da parte degli operatori locali, la carenza di infrastrutture adeguate e la competizione con modelli di turismo già consolidati rappresentano sfide significative che richiedono un approccio strategico e integrato. Senza un coordinamento efficace tra stakeholder pubblici e privati, investimenti mirati in trasporti e promozione, e una narrazione territoriale capace di attrarre visitatori interessati a esperienze autentiche, il rischio è che tali itinerari restino iniziative di nicchia senza un impatto strutturale sul fenomeno dell'overtourism. È dunque fondamentale che la governance turistica regionale adotti una visione di lungo periodo, in cui il turismo culturale non sia un semplice complemento, ma una vera e propria alternativa competitiva rispetto ai modelli esistenti.

In questo senso, il progetto si inserisce in un filone di ricerca che dialoga con la public history, un approccio che negli ultimi anni ha guadagnato attenzione nel panorama accademico e pubblico. La public history mira a rendere accessibile e partecipativa la narrazione storica, trasformando il patrimonio in un'esperienza viva e coinvolgente per un pubblico ampio. Utilizzare il vino come medium per raccontare la storia dei commerci adriatici permette di riscoprire il passato in una chiave esperienziale e multisensoriale, rafforzando il legame tra il visitatore e il territorio.

Infine, la comunità scientifica ha il compito di affrontare il tema dell'overtourism con un approccio rigoroso e interdisciplinare, superando l'analisi tradizionale centrata sugli impatti ambientali per includere anche le dimensioni economiche e sociali del fenomeno. Solo attraverso studi sistematici e basati su dati concreti sarà possibile fornire risposte efficaci alla crescente domanda di modelli turistici sostenibili, capaci di coniugare sviluppo economico, tutela del patrimonio e benessere delle comunità locali.

Bibliografia

- Asero V., Patti S. (2009), *From Wine Production to Wine Tourism Experience: the Case of Italy*, «American Association of Wine Economists», 52, pp. 1-17.
- Benner M. (2019), *From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic*, «Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie. German Journal of Economic Geography», 2 (64), pp. 74-87.
- Braudel F. (1987), *Il Mediterraneo*, Bompiani, Milano.
- Cambourne B., Macionis N., Hall C.M., Sharples E. (2000), *Wine Tourism around the World: Development, Management, and Markets*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Capocchi A., Vallone C., Pierotti M., Amaduzzi A. (2019), *Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives*, «Sustainability», 11 (12), 3303, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/11/12/3303, data di consultazione: 15/11/2024.
- Chaparon S. (2017), *Tourism in contemporary cities: 6th ITSA Biennial Conference*, «International Journal of Tourism Cities», 3 (4), pp. 321-323.
- Claroni A. (2021), *Il turismo del vino quale turismo culturale ed esperienziale e strumento di promozione e valorizzazione territoriale*, «Rivista Italiana di Diritto del Turismo», 33, pp. 28-57.
- Cohen E. (1978), *The impact of tourism on the physical environment*, «Annals of Tourism Research», 5 (2), pp. 215-237.
- Dodds R., Butler R. (2019), *The phenomena of overtourism: A review*, «International Journal of Tourism Cities», 5 (4), pp. 519-528.
- Dredge D. (2016), *Tourism Planning and Policy*, Routledge, London.
- Goodwin H. (2017), *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*, Goodfellow Publishers, Oxford.
- Gretzel U. (2019), "The Role of Social Media in Creating and Addressing Overtourism", in Dodds R., Butler R. (eds.), *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, De Gruyter Brill, Berlin-Leiden.
- Holidu.com, *The European Cities Most Overloaded with Tourists*, testo disponibile al sito: www.holidu.co.uk/magazine/european-cities-overtourism-index, data di consultazione: 28/04/2024.
- ISNART (2024), *Monitoraggio sul mercato intermediato dei viaggi con particolare attenzione alle vendite di proposte di turismo enogastronomico*, testo disponibile al sito: www.enit.it/it/monitoraggio-sul-mercato-intermediato-dei-viaggi-con-particolare-attenzione-alle-vendite-di-proposte-di-turismo-enogastronomico, data di consultazione: 30/04/2024.
- Ivetic E. (2015), *L'Adriatico come spazio storico transnazionale*, «Mediterranea. Ricerche Storiche», 35, pp. 483-498.
- Ivetic E. (2019), *Storia dell'Adriatico. Un mare e la sua civiltà*, Il Mulino, Bologna.
- Koens K., Postma A., Papp B. (2018), *Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context*, «Sustainability», 10 (12), 4384,

- testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/10/12/4384, data di consultazione: 30/10/2024.
- Novak M. (1959), *Generalni providuri Dalmacije i Albanije u XVIII. stoljeću, prema ocjeni neslužbenih suvremenika*, *Radovi Instituta JAZU (Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti)*, «u Zadru», 4-5, testo disponibile al sito: www.dazd.hr/attachment/preview/5c657c967e616/dazd-1-generalni-providuri.pdf, data di consultazione: 30/10/2024.
- Privitera D. (2010), *Heritage and wine as tourist attractions in rural areas*, testo disponibile al sito: <https://core.ac.uk/download/pdf/6813878.pdf>, data di consultazione: 12/10/2024.
- Richards G. (2018), *Cultural tourism: A review of recent research and trends*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 36, pp. 12-21.
- Sharpley R. (2002), *Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus*, «Tourism Management», 23 (3), pp. 233-244.
- Sigala M. (2020), *Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*, «Journal of Business Research», 117, pp. 312-321.
- Škare M., Soriano D.R., Porada-Rochoń M. (2021), *Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry*, «Technological Forecasting and Social Change», 163, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162520312956, data di consultazione: 15/11/2024.
- Timothy D.J., Boyd S.W. (2003), *Heritage Tourism*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- UNWTO (2018a), *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO (2018b), *Tourism and Culture Synergies*, United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO (2024), *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST): Final Draft*, testo disponibile al sito: https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/session_55/documents/BG-4a-SF-MST-E.pdf, data di consultazione: 10/10/2024.
- Varagnolo C. (2019), *Storia delle antiche magistrature ed istituzioni dello Stato della Repubblica Serenissima di Venezia*, Edizioni Papergraf, Piazzola sul Brenta (PD).
- Wenkam R. (1975), *The Pacific tourist blight*, «Annals of Tourism Research», 3 (2), pp. 68-77.
- WCED - World Commission on Environment and Development (1987), *Our common future*, testo disponibile al sito: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, data di consultazione: 30/04/2024.
- World Economic Forum (2017), *Wish you weren't here: What can we do about over-tourism?*, testo disponibile al sito: www.weforum.org/agenda/2017/09/what-can-we-do-about-overtourism/, data di consultazione: 30/04/2024.

8. MaaS as a Solution for Sustainable Mobility of Italian Remote Tourist Areas: Opportunities and Challenges

by *Matteo Colleoni, Luca Daconto, Simone Caiello*

Introduction

Tourism is a key sector, particularly in Italy and for naturalistic and rural areas, that have seen an increase in their attractiveness and the presence of tourist flows since the Covid-19 pandemic. While trends in tourism confirm the importance of rural and naturalistic destinations, access to them is highly dependent on unsustainable forms of mobility, based on the use of cars or private motorised vehicles. This is due to the unsustainability of investments in public transport for the low density of demand and the morphological and orographic characteristics of the territory. In this framework, MaaS (Mobility as a Service) is considered an effective solution to favour accessibility and sustainable mobility of remote tourist areas due to their flexibility and capillarity. With the aim of providing useful elements for the development of innovative MaaS policies and services, which can play a key role in the promotion of accessibility and sustainable mobility and which are responsive to the different characteristics of rural tourist areas, the chapter presents the first results of a study carried out within the MOST - Sustainable Mobility Centre (European Union Next-GenerationEU - National Rest and Resilience Plan (PNRR) - Mission 4, Component 2, Investment 1. 4 - D.D. 1033 17/06/2022, CN000023). First of all, the basic concepts adopted for the development of the study will be introduced, starting from the description of the official definition of “touristness” for Italian municipalities and the classification of SNAI (*Strategia Nazionale Aree Interne*). A brief definition of MaaS solutions, and of their potential role in tourism systems, will then follow, as well as a proposal for the measurement of the readiness of territories in developing them. After having detailed the methods adopted, a classification of Italian tourist remote municipalities in terms of preparedness, inspired by the international

literature, will be presented. In the conclusions, the results are discussed as a basis for tailor-made guidelines for the development of innovative MaaS services for remote tourist areas.

1. Tourism and Inner Areas: Between Good Attractiveness and Accessibility Issues

1.1. Classifying Tourist Contexts in Italy

Tourism represents a key sector in the Italian economy (UNWTO, 2024), with an increasing impact (5,7% of the GDP in 2019, +0,6% if compared to 2010). It is not by chance then that the government needed to better monitor it throughout the country, and, consequently, promoted the development of a national classification. According to the Law n. 77/2020, in occasion of the Covid-19 emergency, the Italian institute of statistics (ISTAT) carried out a classification of the national municipalities in order to allow access to targeted support measures in favour of companies in the trade sectors, catering and accommodation facilities affected by the prolonged reduction in tourist flows. The classification has been carried out according to two dimensions:

- i. the “main tourist category”, i.e. the potential tourist vocation of each municipality identified mainly on the base of geographical and anthropic criteria;
- ii. the “tourist density”, expressed by a set of statistical indicators to measure the endowment of accommodation infrastructures, the presence of tourist flows and the local incidence of productive activities and employment levels in tourism-oriented economy. With respect to the tourist category, ISTAT has classified six main categories (lake, sea, mountain, cultural, thermal, large city) and two residual ones (without specific vocation, non-tourist). As a result, there are 1,575 municipalities (19.9%) that belong to a single tourist category, while 633 (8.0%) belong to two or more categories. More than half municipalities (50.6%), however, have tourist structures and flows, in some cases even significant ones, but do not belong to a specific category. Finally, there are 1,704 (21.5%) non-tourist municipalities, i.e. where there are no accommodation facilities and/or where tourist flows are absent.

1.2. Accessibility as a Further Dimension

Beside vocational and consistency dimensions, Italian tourist municipalities vary consistently also in terms of accessibility, namely in the possibility and degree of easiness in physically reaching them through different means of transport. This is a crucial element for the quality of life of local population and, in a more touristic perspective, for the enjoyability of the destinations. Accessibility is in fact a pivotal issue taken into consideration by destination management policies as well as a key aspect in national strategies. As an example, the *Piano Straordinario per la Mobilità Turistica*¹, developed by the Italian MIT (Ministry of Transports and Infrastructures) for the 2017-2022 period, reserved a whole section to accessibility, measuring the inequalities among Italian territories in terms of easiness to reach and move among the UNESCO sites, and all the main cultural and natural attractions. If a general divide exists between the northern and southern Italy in terms of overall accessibility (due to infrastructural gaps, economic imbalances, geographical patterns, etc.), it is also true that also at a micro level huge differences are reported also in regions that are on average better connected. Mountain areas, isolated contexts, are often characterised by a low degree of accessibility, and for this reason can be classified as “inner areas”².

In order to pave the way for better planning in development interventions, in 2013 the Ministry of Territorial Cohesion established the National Strategy for Inner Areas (SNAI). The aim was promoting policies to counter demographic decline, ageing and territorial marginalisation of these areas, that have often also a relevant naturalistic vocation, an element enabling their attractiveness in a touristic perspective. For that reason, the overlapping of these aspects allows to highlight the presence of municipalities with a touristic vocation and a low accessibility.

By jointly analysing the two classifications (Tab. 1), a first relation emerges between tourist density and remote areas. In fact, 60% (n=750) of the Italian Municipalities with a very high tourist density and 42%

¹ Extraordinary Plan for the Tourist Mobility.

² Within the framework of SNAI, a classification of municipalities was created and updated in 2020 based on the degree of centrality/periphery, operationalized through an indicator of the level of accessibility (in time distance) to a series of essential services for the quality of life of the population (secondary education; hospitals with I DEA level; railway stations with at least a silver level). As a result, municipalities have been divided into six classes (A – Pole; B – Inter-municipal pole; C – Belt, t less than 20 minutes; D – Intermediate, t between 20 and 40 minutes; E – Peripheral, t between 40 and 75 minutes; F – Ultraperipheral, t more than 75 minutes). In particular, the Municipalities classified as Intermediate, Peripheral and Ultraperipheral represent the Inner Areas (NUVAP, 2022).

(n=518) of municipalities with a high tourist density fall within the inner-intermediate, peripheral or ultra-peripheral areas. If a high tourist density also characterises the central areas, the data confirm the presence of highly attractive municipalities also in areas with low accessibility to services.

Tab. 1 - Italian municipalities according to tourist density and peripherality (absolute values and % by tourist density index degree class)

<i>Tourist density index</i>	<i>Central Areas</i>			<i>Inner Areas</i>			<i>Total</i>
	<i>Pole</i>	<i>Intermunicipal Pole</i>	<i>Belt</i>	<i>Intermediate</i>	<i>Peripheral</i>	<i>Ultra peripheral</i>	
<i>Not Tourist</i>	0 0.0%	2 0.1%	819 47.9%	459 26.9%	349 20.4%	75 4.4%	1709 100%
<i>Very Low</i>	1 0.1%	3 0.2%	613 49.7%	329 26.7%	234 19.0%	53 4.3%	1233 100%
<i>Low</i>	5 0.4%	3 0.2%	680 54.9%	296 23.9%	212 17.1%	43 3.5%	1239 100%
<i>Medium</i>	18 1.5%	12 1.0%	697 56.2%	285 23.0%	193 15.6%	36 2.9%	1241 100%
<i>High</i>	88 7.1%	23 1.9%	611 49.3%	296 23.9%	185 14.9%	37 3.0%	1240 100%
<i>Very High</i>	70 5.6%	16 1.3%	403 32.5%	262 21.1%	350 28.2%	138 11.1%	1239 100%
<i>Total</i>	182 2.3%	59 0.7%	3823 48.4%	1927 24.4%	1523 19.3%	382 4.8%	7896 100%

Source: authors' elaboration on SNAI and Istat (2020)

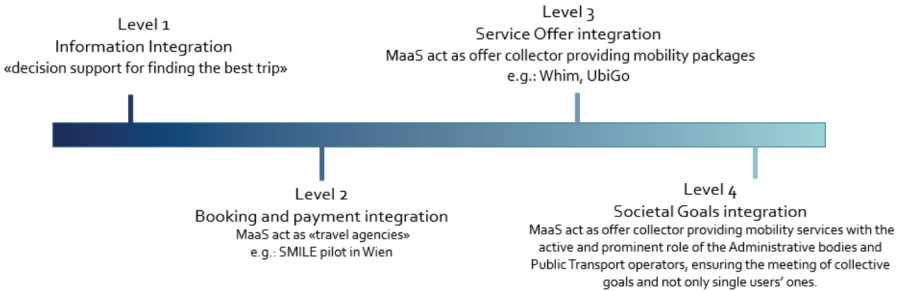
This is crucial to define priority areas of interventions in order to guarantee their integration within the national mobility system, to enhance their liveability and opportunities, and to preserve their typical natural environment, thanks also to sustainable mobility planning initiatives and solutions.

2. Mobility as a Service

MaaS solutions encompass a wide range of initiatives and applications, focused on the need to integrate various services and transport modalities, in a continuous degree of complexity. Several “shades” of MaaS are nowa-

days possible: as also Sochor *et al.* (2018) show at least four ideal-typical versions of MaaS arrangements are possible (Fig. 1), with an increasing relevance of services integration. It ranges from the simple information integration (Level 1), when users can obtain details about the potential integration of travel solutions, to applications allowing the booking of services or purchasing of tickets (level 2), or even to purchase bunches of services through packages. In Italy most of MaaS experimentations have been able to reach the level 2, often in the framework of the MaaS4Italy programme activities. The ultimate stage is one in which not only individual mobility is concerned but more broadly the common system of needs, where mobility represents one of the enablers of a more sustainable and liveable society.

Fig. 1 - Continuity of MaaS solutions integration character



Source: authors' elaboration on the base of Sochor et al. (2018)

In any case it seems hard to clearly define the meaning of MaaS, due to the relevant variability of its unfolding patterns and perspectives. Following the well-known contributions on the topic it could be affirmed that (Kamargianni, Matyas, 2017, p. 14): «Mobility-as-a-Service (Maas) is a user-centric, intelligent mobility management and distribution system, in which an integrator brings together offerings of multiple mobility service providers, and provides end-users access to them through a digital interface, allowing them to seamlessly plan and pay for mobility».

Other kinds of definitions can be found, following different conceptual approaches and focusing on various aspects (Vitrano, Colleoni, 2020). Jit-trapirom and colleagues, for example, define MaaS as:

- a concept or a new idea of conceiving mobility;
- a phenomenon (occurring with the emergence of new behaviours and technologies);

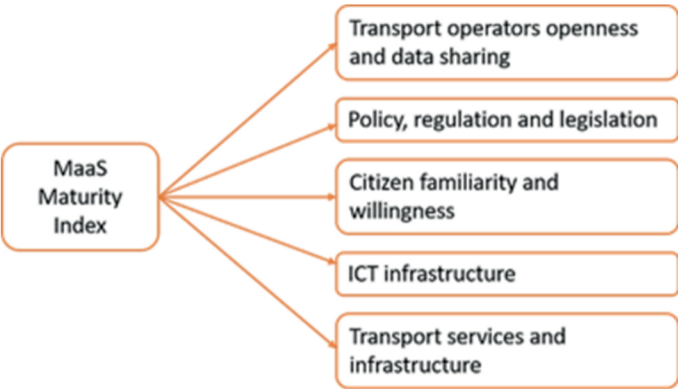
- a new transport solution (which merges the different available transport modes and mobility services) (Jittrapirom *et al.*, 2017, p. 14).

However, in order to better analyse MaaS diffusion and development perspectives and to assess the readiness of metropolitan areas for the implementation of this system, the MaaS Lab of the University College London created a measurement tool: the MaaS Maturity Index (MMI). The dimensions and sub-dimensions were identified through a comprehensive literature review and elicitation with MaaS experts and practitioners (Kamargianni, Goulding, 2018). The index is made up of five broad dimensions, both qualitative and quantitative (Fig. 2):

- Transport operators’ openness and data sharing: the extent to which transport operators share data;
- Citizen familiarity and willingness: the extent to which citizens lifestyles and behaviour aligns with a MaaS model of transport provision;
- Policy, regulation and legislation: the extent to which key policies, regulations and laws which support MaaS are in place;
- Transport services and infrastructure: the readiness of the current transport system for MaaS. This includes the variety of available modes, the density of services, the frequency of services and the integration of services;
- Ict infrastructure: the penetration of MaaS enabling technologies. This includes internet access and smart ticketing infrastructure.

As we will see in the next paragraphs, not all the dimensions could be measured in our study, due to the lack of suitable data. An adaptation was needed, reducing the overall coverage of the composite index.

Fig. 2 - The dimensions in the MaaS Maturity Index proposed by MaaS Lab-UCL



Source: www.maaslab.org/maasindex

3. MaaS and Tourism: Potentialities for Accessibility Improvement

If it is true that MaaS solutions, due to the pivotal role of travel integration and multimodality that characterise them, could act as a leverage for the promotion of more sustainable mobility systems, up to now the most part of them has been developed mainly in urban contexts or medium-large cities (Mitropoulos *et al.*, 2023).

Less dense areas (like peri-urban and rural ones, metropolitan fringes and remote areas) are often barely touched by the availability of MaaS-like services. This is due, at least partially, to the higher difficulty in serving a fragmented territory, that brings to higher costs (both in time and monetary terms). As known, public transport is considered the backbone of MaaS and a crucial element for their development (Vitrano, Colleoni, 2020). As a consequence, when density does not allow a provision of public transport, or a very weak one like in peri-urban and rural contexts, the opportunities for MaaS appear to be challenging and still unaccomplished (Eckhardt *et al.*, 2020). However, in these contexts MaaS can provide a further added value: if the integration between mobility solutions in urban contexts is mainly focused on the need to reduce pollution and environmental-related issues, in rural areas the development of innovative services is often linked to the need to provide a higher accessibility and to contrast mobility-related social exclusion (Gogola, Sitányiová, 2020).

The integration between public transport and other “on-demand” services can be considered a useful tool to enhance accessibility and promote sustainable mobility in low-density contexts, for residents first but also for tourists.

Recently, also thanks to the strong Eu investments in research in MaaS solutions (MaaS4EU project – 2017/2020; Pro-MaaS Project, 2020; and several others in the following years), many pilot services have been tested in rural, low-density areas, in order to also meet tourists’ needs. This is the case of the Desti-Smart Interreg Europe project, in the framework of which nine innovative mobility-related solutions for tourists have been developed³. Even if none of them can be considered a proper MaaS-shaped solution, several of them showed their potentiality in case of integration between them in a MaaS ecosystem. From the tourist destination connection solutions (shuttle bus services, park & ride approach, running in the Balearic islands; combined train ticket plus tourist attraction in Corfe Castle, Dorset, Uk) to the more complex strategies developed by some administrative bodies like in the case of Thessaloniki 2030 Resilience

³ <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/desti-smart/> (last visit: 20/01/2025).

Strategy, the creation of a proactive interaction between local actors and stakeholders appeared as crucial for the development of new solutions. In particular, an interesting point of the Thessaloniki Strategy is the focus on Transit-Oriented Development (Tod) directed towards the creation of multimodal hubs in order to link adjacent neighbourhoods to existing mainstream cultural and tourism corridors, considering also connections to the seaside contexts.

Similarly, the project Last Mile (Interreg Europe, 2016-2020) focused on the development of potential innovative, flexible and sustainable solutions for both tourist and residents' mobilities (Last Mile, 2025). The project's aim was to find new ways to offer visitors the possibility to travel their "last mile" sustainably and, at the same time, provide alternatives to car use for residents on their daily trips. In this framework the study provided a feasibility analysis of some innovative transportation services, all focused on developing demand-responsive transport system solutions (sharing/pooling/public). In particular the pilot territories developed Call/Dial Services (on demand small buses), bus-shuttle/taxi-shuttle hailed solutions; sharing services (mainly bikes and cars), to be integrated with the main public transport services (where available).

4. Methods

In order to measure the "readiness" of the Italian tourist areas towards the development of MaaS services, four indexes have been combined: (1) the Synthetic Index of Tourist Density computed by Istat and already mentioned; (2) the Index of Centrality/Periphery, on the base of the Snai classification; (3) a Transport Infrastructures Availability Index, to provide a measure of local public transport availability; (4) an Ict Infrastructures Availability Index.

1. *Synthetic Index of Tourist Density*. It represents the synthesis of the normalized average values of the composite indices relating to the presence of accommodation infrastructures, tourist flows and productive activities and employment in tourism-oriented sectors. In particular, the index classifies Italian municipalities into five categories (from very low to very high) using the quintiles method.
2. *Index of Centrality/Periphery*. The index, classifies Italian municipalities into six classes on the base of their temporal distance from some essential services. Our analysis was limited to the Inner Areas (Intermediate, Peripheral and Ultra-peripheral municipalities).

3. *Transport Infrastructures Availability Index*. The index represents the density of public transport stops calculated using the Kernel Density Estimation method (KDE) on data from the Points of Interests (POI) - Italy database of Geolytica, collecting georeferenced data about the distribution of services and territorial opportunities in the whole country's surface in 2021. The index covers the indicator 4 proposed by Kamargianni and Goulding (2018) for their MaaS Maturity Index.
4. *ICT Infrastructures Availability Index*. The value of this index represents the average of maximum download speed as recorded in the broadband map dataset of the Italian Communications Authority - Agcom (2020). The index covers the indicator 5, proposed by Kamargianni and Goulding (2018) for their MaaS Maturity Index.

A cluster analysis was then carried out on the data using a “two-step” methodology, in order to highlight municipal gatherings on the basis of the composite distribution of the values. This algorithm was developed in the Spss environment and has two main advantages: on the one hand the possibility of implementing both categorical and quantitative variables, on the other hand the system self-selects the number of clusters on the base of the data structure (Everitt *et al.*, 2011). The fitness of the model (silhouette coefficient of cohesion and separation) was good (0.8), meaning that the thirteen clusters that were identified are pretty well diverse.

5. Results

The results (Tab. 2) highlight the presence of municipalities, mainly located in intermediate inner areas, with a strong tourist vocation, where the conditions for the development of MaaS are relatively good, given the availability of public transport and Ict infrastructures above average (Clusters 1, 5, 2, 14, 12). A second macro-group (Clusters 13, 11) is represented by the peripheral inner areas, with medium-low tourist density, with a relatively good ICT infrastructure but a below-average availability of public transport. The third macro-group is made up of municipalities located mainly in peripheral or ultra-peripheral inner areas, with a strong tourist vocation but a public transport and ICT infrastructure which are below-average of Italian inner areas (Clusters 8, 7, 6). The fourth macro-group is represented by clusters 9 and 10, in which the peripheral or ultra-peripheral inner areas prevail and the level of MaaS readiness is the lowest. Finally, there is a very small cluster (46 municipalities), where the level of readiness in terms of public transport and Ict infrastructures is good, but with a heterogeneity of profiles regarding tourist density and inner area category (Cluster 3).

The mapping of the clusters allows to obtain further information. As we can see in Fig. 3, the municipalities with the lowest level of MaaS readiness (4th macro-group) are mainly located in southern mountain areas (particularly in Basilicata, Calabria, Campania, Abruzzo and Molise), in the islands, in the Tuscan-Emilian Apennines and in some Alpine areas of Lombardy (provinces of Bergamo and Brescia). The third macro-group is instead concentrated in the Alpine areas of Piedmont, Trentino Alto-Adige or in Tuscany, Umbria and Abruzzo.

Tab. 2 - Clusters' description

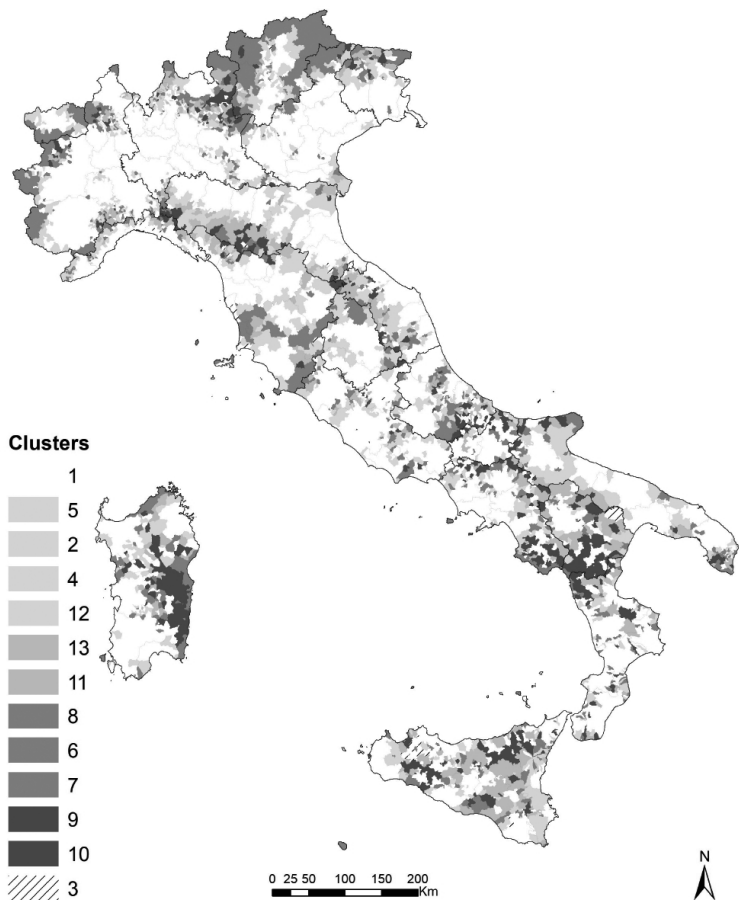
<i>Cluster</i>	<i>Nr</i>	<i>%</i>	<i>Tourism Density</i>	<i>Inner Area</i>	<i>PT</i>	<i>ICT</i>
<i>1</i>	291	9.9	High	Intermediate	Above average	Above average
<i>5</i>	254	8.6	Very High	Intermediate	Above average	Below average
<i>2</i>	279	9.5	Medium	Intermediate	Average	Above average
<i>4</i>	293	9.9	Low	Intermediate	Average	Above average
<i>12</i>	184	6.2	High	Peripheral	Average	Average
<i>13</i>	192	6.5	Medium	Peripheral	Below average	Above average
<i>11</i>	212	7.2	Low	Peripheral	Below average	Above average
<i>8</i>	337	11.4	Very High	Peripheral	Below average	Below average
<i>6</i>	324	11	Very Low	Intermediate	Below average	Below average
<i>7</i>	131	4.4	Very High	Ultra peripheral	Below average	Below average
<i>9</i>	233	7.9	Very Low	Peripheral	Below Average	Below average
<i>10</i>	171	5.8	Various	Ultra peripheral	Below Average	Below average
<i>3</i>	46	1.6	Various	Various	Above average	Above average

Source: authors' elaboration from Istat (2019, 2020), Agcom (2018) and Geolytica (2020)

A higher level of MaaS readiness (1st and 2nd macro-groups) instead characterises the coastal, foothill or lowland municipalities, as well as the inner areas of Tuscany, Emilia-Romagna, Liguria, Marche, Umbria, Lazio and Puglia.

Finally, we can see a spatial proximity between areas with high and low levels of MaaS readiness, except for the concentrations of municipalities with the lowest values in Pollino (between Basilicata and Calabria), in the eastern Sardinia, in some Bergamo valleys and between Abruzzo and Molise. In fact, this highlights the opportunities for the development of innovative MaaS services on a regional scale.

Fig. 3 - Mapping Italian Tourist Inner Municipalities in terms of MaaS preparedness



Source: authors' elaboration from Istat (2019, 2020), Agcom (2018) and Geolytica (2020)

Conclusions

The paper presented a proposal for the identification of Italian inner tourist areas aimed to profile them in terms of mobility and accessibility. The knowledge of the local characteristics is a fundamental element to provide tailored guidelines for the development, implementation and management of innovative MaaS and innovative mobility services. Through the integration of the existing transportation supply and the development of further complementary solutions, all connected by a common management and operating digital framework, MaaS systems aim at enhance mobility opportunities and accessibility inside and between territories.

The results of the data analysis highlighted the presence of thirteen clusters characterized by specific configurations of the four indicators used (Tourism Density, Centrality/Peripherality, Public Transport Infrastructure Availability, ICT Infrastructure Availability). Starting from this detailed framework, five macro-groups of inner tourist municipalities were identified which on the base of their level of MaaS readiness. Finally, the spatial mapping of the clusters allowed us to detect regional specificities and inequalities.

The classification therefore provides useful elements for the policies and planning of services to support mobility for tourism inner areas and, moreover, represents a basis for further analysis into more circumscribed areas, which can first of all concern the dimensions of the MaaS maturity (Kamargianni, Goulding, 2018) which has not been possible to integrate into the analysis due to the unavailability of data, such as the transport operators openness and data sharing, the citizen familiarity and willingness and the policy, regulation and legislation.

MaaS is not just a technological challenge, but also, and maybe in some cases mainly, a social and governance one. It is just through a difficult balance between infrastructural interventions and upgrading, private and public actors' roles combination and calibration, good knowledge and representation of local needs that it is possible to plan services tailored for each specific context. As a consequence, the collection of localised (also qualitative) data is fundamental to guarantee the coverage of all the dimensions composing the territorial readiness to MaaS.

Another relevant issue is linked to the sustainability of these kinds of services out of the peak tourist seasons, when the demand decreases, but the (local) residents' needs do persist. Some experimentations have been already tested in some Italian inner and tourist areas, like the Eastern Biella Mountain Union (see the Interreg Alpine Space project ASTUS), design-

ing more economic and socially sustainable local mobility services, balancing seasonal peaks earnings with low season's ones. But more research is needed, as well as a stronger commitment of local and supra-local actors in making accessibility, liveability and economic development assets of these contexts.

Acknowledgement

This study was carried out within the MOST – Sustainable Mobility Center and received funding from the European Union Next-GenerationEU (PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA (PNRR) – MISSIONE 4 COMPONENTE 2, INVESTIMENTO 1.4 – D.D. 1033 17/06/2022, CN00000023). This manuscript reflects only the authors' views and opinions, neither the European Union nor the European Commission can be considered responsible for them.

References

- Banca d'Italia (2019), *Questioni di Economia e Finanza. Turismo in Italia: numeri e potenziale di sviluppo*, numero 505, Roma.
- Eckhardt J., Nykänen L., Aapaoja A., Niemi P. (2018), *MaaS in Rural Areas - Case Finland*, «Research in Transportation Business & Management», 27 (June), pp. 75-83.
- Everitt B.S., Landau S., Leese M., Stahl D. (2011), *Cluster analysis*, John Wiley & Sons, New York.
- Gogola M., Sitányiová D. (2020), “Innovative mobility solutions in rural areas with case studies”, in Amaral AM., Barreto L., Baltazar S., Silva J.P., Gonçalves L. (eds.), *Implications of Mobility as a Service (MaaS) in Urban and Rural Environments: Emerging Research and Opportunities*, IGI Global, Hershey PA, pp. 156-169.
- Istat (2023), *Audizione dell'Istituto nazionale di statistica presso la X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo) della Camera dei Deputati, 10 maggio 2023*, available at the site: www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi174Cl8vWBAXvFRvEDHYkNCsoQFnoECCAQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.istat.it%2Fit%2Ffiles%2F%2F2023%2F05%2FAudizione-Turismo-10-maggio-2023.pdf&usg=AOvVaw255cJnrb99FRPt_FZXjvrL&opi=89978449, visit date: 18/01/2025.
- Jittrapirom P., Marchau V., Van Der Heijden R., Meurs H. (2018), *Dynamic adaptive policymaking for implementing Mobility-as-a Service (MaaS)*, «Research in Transportation Business & Management», 27 (June), pp. 46-55.

- Kamargianni M., Goulding R. (2018), “The Mobility as a Service Maturity Index: Preparing the Cities for the Mobility as a Service Era”, in Aa.Vv., *Proceedings of 7th Transport Research Arena TRA 2018*, Vienna.
- Kamargianni M., Matyas M. (2017), *The Business Ecosystem of Mobility as a Service. 96th Transportation Research Board (TRB) Annual Meeting*, Washington DC, 8-12 January.
- Last Mile (2025), available at the site: <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/lastmile/>, last visit: 20/01/2025.
- Mit – Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (2017), *Viaggiare in Italia. Piano straordinario per la mobilità turistica 2017-2022*, available at the site: www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.mit.gov.it/node/7368&ved=2ahUKEwjJ3LSr3oSJAxXZgf0HHQLhJF4QFnoECBoQAQ&usq=AOvVaw05YSI5WgkuCImJdCPYBmMi, visit date: 21/01/2025.
- Mitropoulos L., Kortsari A., Mizaras V., Ayfantopoulou G. (2023), *Mobility as a Service (MaaS) Planning and Implementation: Challenges and Lessons Learned*, «Future Transportation», 3 (2), pp. 498-518.
- Nuvap (2022), *Aggiornamento 2020 della mappa delle aree interne*, available at the site: https://politichecoesione.governo.it/media/2831/20220214-mappa-ai-2020-nota-tecnica-nuvap_rev.pdf, visit date: 16/01/2025.
- Sochor J., Arby H., Karlsson I.C.M., Sarasini S. (2018), *A topological approach to Mobility as a Service: A proposed tool for understanding requirements and effects, and for aiding the integration of societal goals*, «Research in Transportation Business & Management», 27, pp. 3-14.
- Unwto (2024), *Global and regional tourism performance data platform*, available at the site: www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance, visit date: 12/01/2025.
- Vitrano C., Colleoni M. (2020), “Mobility as a service: Moving in the de-synchronized city”, in Jensen O.B., Lassen C., Kaufmann V., Freudendal-Pedersen M., Gøtzsche Lange I.S. (eds.), *Handbook of Urban Mobilities*, Routledge, London.

Sezione 3

Nuovi turisti per nuove richieste di esperienze

9. Tra socialità e lentezza: il ruolo dei cammini per i territori appenninici. Il caso della Via degli Dei

di Paola de Salvo, Gabriele Manella

Considerazioni introduttive

Nel 1910 Aldo Palazzeschi compone *La passeggiata*, trascrivendo i nomi di esercizi commerciali, mestieri, edifici, vie, slogan pubblicitari, titoli di giornale incontrati casualmente durante una passeggiata in città. Pur supponendo che abbia immaginato tutto, la poesia evidenzia il suo mutamento di esperienza. L'industrializzazione, l'avvento della modernizzazione, la suburbanizzazione hanno infatti cambiato radicalmente il paesaggio urbano dalla seconda metà del XIX secolo, nonché la mentalità di chi vi cammina. Lo stesso poeta, nei versi di chiusura, esorta forse ad un cambiamento: «Torniamo indietro? Torniamo pure». Ma dove?

In questo lavoro riprendiamo il “volgersi indietro” suggerito da Palazzeschi per indirizzarlo all'analisi di pratiche del camminare che riportino a ritmi di vita più lenti e riflessivi che permettano di relazionarsi con l'ambiente e le comunità locali. Ipotizziamo infatti che al cammino possa essere riconosciuto un potenziale di innovazione sociale e culturale, capace di risignificare gli sguardi sull'esperienza di viaggio nonché di conoscenza e valorizzazione turistica di un territorio.

Attualmente il camminare è allo zenith del suo successo, confermato non solo dalla produzione letteraria e scientifica ma anche dalle stime sui più rilevanti cammini europei e italiani, che vedono moltiplicarsi le presenze con tendenze di ulteriore crescita (Terre di Mezzo, 2023).

Questa *walking revolution* è sicuramente sostenuta anche da politiche ed attenzioni istituzionali. In Italia, ad esempio, il 2016 viene proclamato Anno dei Cammini dall'allora ministro Franceschini, con la volontà di valorizzare il ricco patrimonio nazionale di percorsi naturalistici, culturali, religiosi e storici. La scelta rispondeva anche all'impegno di creare una re-

te di mobilità slow attenta alla personalizzazione del viaggio, fondamentale per lo sviluppo del turismo lento italiano.

In questo lavoro si cercherà di fare emergere il cammino come esito di un processo in cui la relazionalità tra uomo e ambiente svolge un ruolo fondamentale (Mela, Battaglini, Palazzo, 2024). L'attenzione viene posta in particolare su quei cammini che attraversano territori non passivi e silenziosi, ma che raccontano storie e danno valore alla relazionalità, territori dove attori umani e non umani co-evolvono (Beretta, 2022) e concorrono nel definire politiche di valorizzazione turistica del territorio. Lentezza e Socialità sono le parole chiave che sembrano riassumere le due direttrici su cui si sta orientando il rilancio di molte aree interne italiane, in particolare nelle zone appenniniche, luoghi in cui proprio i cammini si stanno rivelando un'opportunità di sviluppo quantitativamente e qualitativamente diverso da quello tipico della società industriale.

A partire da questo quadro, il contributo si concentrerà sul territorio bolognese e prenderà in considerazione il caso della Via degli Dei, un cammino che unisce Bologna a Firenze e che, negli ultimi anni, ha visto un'importante crescita di flussi turistici nonché di strutture ricettive e infrastrutture di servizio per i camminatori. Nello specifico, lentezza e socialità saranno le chiavi di lettura di quanto avvenuto a Madonna dei Fornelli, frazione appenninica ubicata proprio su quel percorso.

1. Il turismo dei cammini: una pratica antica e contemporanea

Negli ultimi anni, e già prima della crisi pandemica, si era delineata l'esigenza di un cambio di paradigma nel viaggio, con la crescente affermazione di forme di turismo di prossimità, la tendenza alla scelta di luoghi poco affollati e di pratiche da svolgersi all'aria aperta. Non a caso l'attenzione del turista si sta rivolgendo sempre più verso piccoli borghi e luoghi relativamente incontaminati, combinando questo interesse con la volontà di tessere relazioni umane più profonde e un uso più rispettoso, sostenibile e responsabile degli spazi fruiti ed attraversati. Si affermano quindi pratiche sempre più in opposizione a quel turismo di massa, di fruizione veloce, che tende a valorizzare poco le tipicità di un luogo.

Turisti e comunità locali si trasformano quindi per creare spazi che, seppur turistici, siano in grado di produrre "risonanze e non alienazioni" (Rosa, 2019). Le stesse comunità si sperimentano non solo offrendo ospitalità, ma cercando di creare dei momenti di esperienzialità con gli stessi turisti, in modo da produrre un movimento di circolarità relazionale e di conseguenza un nuovo modo di vivere e visitare il territorio.

Tra le numerose proposte di turismo lento, la nostra attenzione si soffermerà sui cammini¹: in Italia, come altrove, rappresentano un'opportunità di sviluppo soprattutto per quelle aree marginali, dove il paesaggio diventa l'oggetto principale di interesse (Battino *et al.*, 2022). Tale opportunità permette quindi di avvicinarsi al patrimonio locale nella sua complessità, e trova peraltro “sostegno” nella crescente sensibilità e curiosità dei turisti verso la cultura materiale e immateriale dei territori attraversati (Milesi *et al.*, 2024).

1.1. La sinergia tra lentezza e cammini

Tra i paradigmi che accompagnano le dinamiche descritte, quello della lentezza permette di esaltare i cambiamenti nelle modalità di conoscenza, rappresentazione e valorizzazione dei luoghi e delle comunità locali coinvolte nel turismo dei cammini.

Negli ultimi decenni il turismo lento ha suscitato tanto l'interesse degli studiosi quanto quello della società nel suo complesso, in particolare per la valorizzazione delle esperienze autentiche e di un legame più profondo con i luoghi visitati, attraverso stili di consumo più sostenibili e responsabili (Conway, Timms, 2012; Klarin *et al.*, 2023). A questa valorizzazione ha paradossalmente contribuito la pandemia da Covid-19, che ha portato a ripensare il tempo come bene di abbondanza anziché di scarsità (Gardner, 2009) in un contesto in cui i turisti cercano spazi di decelerazione dei ritmi rapidi e veloci della vita quotidiana.

Rallentare camminando significa non solo essere viaggiatori meno impattanti ma anche condividere il tema del rispetto degli aspetti ecologici ed ambientali alle comunità locali. Significa quindi stabilire un'interazione con la comunità locale che va oltre il semplice “passaggio turistico”. I turisti, infatti, scelgono di intraprendere un cammino non solo come esperienza e prestazione fisica, ma soprattutto come viaggio interiore, per riflettere, meditare e ritrovare un proprio equilibrio (Uysal *et al.*, 2016).

¹ In questo contributo con il termine “cammini” si fa riferimento alla definizione nella direttiva del Ministero dei Beni Architettonici, Culturali e del Turismo (MiBACT, *Atlante dei Cammini d'Italia. Una rete di mobilità slow per dotare il Paese di una vera e propria infrastruttura intermodale di vie verdi*, <https://cultura.gov.it/comunicato/direttiva-del-ministro-2016-anno-dei-cammini-d-italia>): «Itinerari culturali di particolare rilievo europeo e/o nazionale, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile e che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio naturale e culturale diffuso, nonché una occasione di valorizzazione degli attrattori naturali, culturali e dei territori interessati» (Punto 1 della direttiva Finalità, ambito di applicazione e destinatari).

Il viaggio lento rimodella quindi anche il rapporto con i luoghi, permettendo e incoraggiando il turista a relazionarsi più profondamente con le comunità incontrate (Lin, 2018), in un contesto in cui, *contra*, le pratiche contemporanee portano spesso a raggiungere una destinazione senza il tempo di riflettere sugli elementi peculiari dell'esperienza. Lo spostamento lento consente inoltre di soffermarsi su suoni, paesaggi, odori, ponendo l'attenzione ai territori anche in termini di *sensescape* (Duarte, 2017), includendo quindi nelle atmosfere dei luoghi le percezioni tattili, olfattive e legate ai suoni.

Il camminare lento consente infine la scoperta di itinerari meno noti o “nascosti” rispetto alle destinazioni più frequentate. I percorsi spesso si snodano lungo sentieri storici o naturali che narrano storie antiche e tradizioni passate. In quest'ottica si trasforma anche la narrazione dei luoghi visitati: non più cartoline statiche, ma paesaggi dinamici che contribuiscono ad attivare percorsi trasformativi e generativi nei turisti stessi. Come sostiene Cerutti (2023: 23), «ciò porta ad incorporare la dimensione più ampia dello sviluppo territoriale, in cui la lentezza diviene oggi valore ereditato e modalità operativa, strumento efficace e matrice di senso. Essa intreccia trame e tesse storie in cui si condensano e integrano gli sguardi del/sul mondo rurale, smart e turistico».

1.2. Socialità e cammini: una relazione in crescita

I cammini spesso attraversano piccole comunità rurali o montane, dove la socialità diventa parte fondamentale dell'esperienza: l'incontro con altri camminatori e con le comunità locali diventa quindi un'occasione di crescita collettiva e personale, portando benefici sia sociali che economici. Molti piccoli paesi lungo i percorsi stanno infatti assistendo ad un aumento degli introiti da parte delle strutture ricettive e ristorative nonché degli esercizi commerciali, con una crescita dell'economia locale che tocca molto anche il settore enogastronomico. La necessità di accogliere, inoltre, stimola a migliorare la vivibilità dei propri luoghi e a diventare “custodi” della preservazione dell'ambiente attraversato.

Per le comunità locali il turismo dei cammini può rappresentare anche delle sfide complesse; in alcuni territori si palesa il rischio che diventi un agente di deterritorializzazione e che si sviluppino situazioni di overtourism (Séraphin *et al.*, 2020) che portano ad annullare le peculiarità dei luoghi stessi e le possibilità di conoscenza legate all'esperienza (Pollice, 2017).

La democratizzazione dei processi decisionali delle politiche pubbliche (Todaro, Giampino, 2022), l'attivazione di processi partecipativi e di stra-

tegie di rigenerazione dei luoghi, devono ritrovare centralità anche nelle politiche turistiche che riguardano lo sviluppo dei cammini, a fronte di una spersonalizzazione e individualizzazione delle pratiche turistiche indotte dal perseguimento di un'efficienza competitiva che troppo spesso ha enfatizzato valori legati alla produttività, alla concorrenza e al consumo.

2. L'Appennino Bolognese: un turismo recente e crescente

Parlare di Appennino Bolognese rimanda inevitabilmente al capoluogo. Se il settore manifatturiero, quello commerciale-fieristico e l'università rappresentano storicamente le principali attrattive di Bologna, nell'ultimo decennio è stata tra le città italiane con il maggiore incremento di flussi turistici. Dal 2013 al 2018 sul territorio comunale sono aumentati del 44% rispetto al 20% della media nazionale, arrivando nel 2019 a 1,6 milioni di arrivi e 3,2 milioni di presenze (Città Metropolitana di Bologna, 2019).

La riscoperta del territorio appenninico si inserisce in questo quadro e, come avvenuto nel capoluogo, è stata fortemente promossa dalle istituzioni locali. Il 12 aprile 2015, in particolare, è stato sottoscritto un protocollo di intenti tra Città Metropolitana, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna e le cinque unioni di comuni in cui era organizzata presenti nell'area appenninica bolognese, riconoscendo il turismo come «importante ambito di sviluppo economico per il territorio metropolitano» e fissando l'obiettivo di favorire soggiorni «di maggior durata, aiutando il turismo a destinazione urbana a conoscere la qualità e le eccellenze del territorio che circonda la città». I punti forti venivano individuati nel «turismo della memoria e della pace, terme e benessere, turismo archeologico, turismo del gusto, la neve ed il turismo sportivo, itinerari e percorsi, giacimenti culturali, vie delle acque», da valorizzare «attraverso attività culturali, di educazione e di sensibilizzazione ambientale, ricreative, del tempo libero e nell'ambito del benessere» (Città Metropolitana di Bologna, 2015, n.d.).

In questa dinamica, come è noto, è intervenuta bruscamente la pandemia da Covid-19: a Bologna, nel 2020 si sono registrati circa due terzi di turisti in meno rispetto al 2019. L'analisi dei dati Istat mostra però che, nell'area interna appenninica, i cali sono stati assai inferiori, e in alcune sono addirittura aumentati gli arrivi e presenze di turisti italiani rispetto alla media 2015-2019. Ciò è emerso nei comuni a una distanza “intermedia” da Bologna, caratterizzati da un migliore collegamento viario e dalla presenza di un'offerta turistica preesistente (Lupoli, Rimondi, 2023). L'analisi sui movimenti nel 2023 (post-pandemia quindi) evidenzia tendenze analoghe: crescita importante nei comuni delle aree interne “intermedie”

(+80% circa rispetto alla media 2015-2019), in particolare a San Benedetto Val di Sambro, Monzuno e Vergato (Manella, Rimondi, Fiore, 2024).

Se questo è il quadro del turismo appenninico bolognese, intendiamo focalizzarci sul settore dei cammini. Decisamente in crescita a livello nazionale per numero di percorsi e praticanti (Terre di Mezzo, 2023) sta vivendo una tendenza analoga a livello locale (Manella, 2024), rivelandosi un'importante opportunità di unione tra città e montagna.

Oltre alla Via degli Dei, che approfondiremo nel paragrafo successivo, il territorio bolognese è attualmente attraversato da cinque cammini (Bologna Welcome, n.d.):

- Via della Lana e della Seta: un percorso di circa 130 km che unisce Bologna a Prato, quindi la città della Chiusa e dei canali (per secoli capitale della seta) a quella del Cavalciotto, delle gore e delle gualchiere (a lungo capitale del distretto della lana e del tessile).
- Cammino di Sant'Antonio: circa 430 km dal santuario di Camposanpiero (Padova) a quello della Verna (Arezzo), unendo centri di spiritualità e luoghi meno conosciuti della vita del Santo.
- Alta Via dei Parchi: 493 km lungo i crinali appenninici da Berceto (Parma) a Carpegna (Pesaro-Urbino), collegando trasversalmente i cammini e le vie di pellegrinaggio che attraversano l'Emilia-Romagna.
- Piccola Cassia: circa 177 km, da Nonantola (Modena) a Cutigliano (Pistoia), ripercorrendo il tratto appenninico usato dai Romani per raggiungere la Pianura Padana.
- Via Mater Dei: interamente nel territorio bolognese, da Bologna a Riola di Vergato per 157 km, unisce i principali santuari mariani locali.

2.1. La via degli Dei: storia, tappe e governance

La Via degli Dei parte da Bologna e arriva a Firenze. Nel suo tracciato di 122 km attraversa tredici comuni, cinque nel territorio bolognese (Bologna, Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro) e otto in quello fiorentino (Firenzuola, Barberino del Mugello, Scarperia, San Piero a Sieve, Borgo San Lorenzo, Vaglia, Fiesole e Firenze).

Il cammino prende il nome da Domenico Manaresi, appassionato di trekking che, con un gruppo di amici, decise di andare a piedi da Bologna a Firenze attraversando il Passo della Futa e passando anche un tratto della Flaminia, antica strada militare che collegava Bologna ad Arezzo (Cammini d'Italia, n.d.).

La Via è percorribile in cinque-sette giorni a piedi o due-tre in mountain bike (Frignani, 2022); sul sito ufficiale, comunque, si suggerisce un itinerario in sei tappe (Via degli Dei, n.d. a).

La prima tappa, da Bologna al monte Adone, è lunga circa 25 km e si segnalano quattro tappe intermedie: Santuario di San Luca a Bologna, Rio Conco passando dal ponte sul fiume Reno, Prati di Mugnano e Via delle Orchidee.

La seconda tappa, da Monte Adone a Madonna dei Fornelli, è circa 24 km e ha sei tappe intermedie: Brento, incrocio con la strada provinciale 59, Monzuno, Sasso Marconi, Le Croci e Monte Galletto.

La terza tappa, da Madonna dei Fornelli al Passo della Futa, è circa 15 km con quattro tappe intermedie: Pian di Balestra, Piana degli Ossi, le Banditacce e la strada romana. Quest'ultima è stata ribattezzata Flaminia Militare per ricordare il console che la aveva costruita e distinguerla dalla Via Flaminia che collegava Roma a Rimini. Nei pressi del Passo della Futa, poi, si trova il cimitero militare germanico, costruito nel 1961.

La quarta tappa, dal Passo della Futa a San Piero a Sieve, è di circa 22 km e ha tre tappe intermedie: l'incrocio dei sentieri 00/50T, il Passo dell'Osteria Bruciata e il bivio Sant'Agata. Secondo la macabra tradizione/leggenda, intorno al 1300 c'era un'osteria gestita da malfattori dove si serviva carne umana appartenente ai viandanti che si fermavano a riposare e venivano poi uccisi e derubati dall'oste e dalla sua famiglia.

La quinta tappa, circa 19 km, va da San Piero a Sieve a Vetta le Croci e prevede quattro fermate intermedie: Castello del Trebbio (inserito nel 2013 tra i Patrimoni dell'Umanità Unesco), Tagliaferro, Badia del Buon Sollazzo e Monte Senario.

La sesta ed ultima tappa parte da Vetta le Croci e termina in Piazza della Signoria a Firenze dopo circa 17 km. È formata da tre tappe intermedie: Poggio Pratone, Fiesole e San Domenico.

Se la Via degli Dei nasce negli anni Ottanta, i dati (raccolti annualmente da Appennino Slow, in base anche alla vendita delle cartine ed alle credenziali rilasciate) evidenziano la crescita più importante dal 2018 in poi: ancora nel 2017, infatti, i camminatori stimati erano circa 8.000 mentre negli anni successivi, compresi quelli di maggiore impatto del Covid (2020-2021) il numero ha continuato a crescere fino ai 22.000 nel 2022. Il 2023, poi, ha visto una forte crescita nei primi mesi e un forte rallentamento tra maggio e luglio a causa del maltempo che ha flagellato la regione, compensato però dal recupero avvenuto grazie al tempo mite che si è prolungato fino a novembre. I dati mostrano altrettanto chiaramente la crescita degli operatori economici coinvolti e dell'indotto generato dalla Via sul territorio (Tab. 1).

Riguardo poi al profilo di chi percorre il cammino, la stessa Appennino Slow ha effettuato un'indagine con questionario rivolta a chi ha richiesto la credenziale. Dalle 5.175 risposte ottenute, emerge una presenza femminile

Tab. 1 - La crescita della Via degli Dei: dati 2017-2023

Anno	N. cammini- natori	Cartine	Creden- ziali	Visite al sito	Operatori economici coinvolti	Fatturato ipotetico pernotta- menti	Fatturato ipotetico indotto
2017	8.000	3.834	1.466	95.000	88	€1.460.000	€ 2.735.000
2018	10.000	3.259	3.600	152.046	123	€1.776.000	€ 3.376.000
2019	12.000	5.104	6.000	182.455	134	€ 2.235.000	€ 4.155.000
2020	14.000	3.714	6.500	323.108	157	€ 2.750.000	€ 4.900.000
2021	18.000	5.308	10.000	340.129	152	€3.960.000	€ 6.840.000
2022	22.000	4.198	14.688	377.543	159	€5.260.000	€ 9.220.000
2023	22.000	3.609	10.041	382.674	151	€5.800.000	€ 10.450.000

Fonte: Appennino Slow, 2024

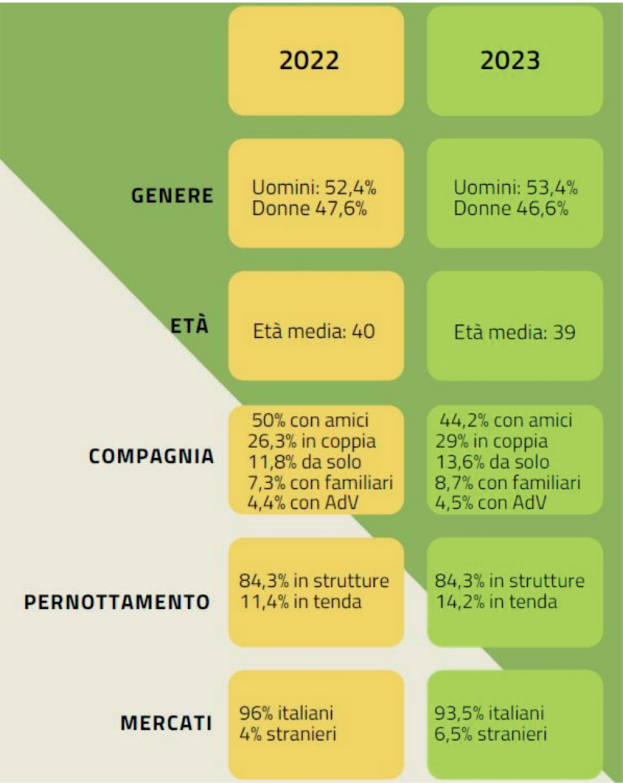
sempre più consistente, un'età media di 39-40 anni, una netta maggioranza che lo percorre in coppia o con amici, un pernottamento che è nella stragrande maggioranza dei casi in strutture, un mercato che è ancora quasi esclusivamente italiano (Fig. 1).

Il contatto con Appennino Slow ha anche permesso di ricostruire gli aspetti salienti della governance della Via degli Dei, considerando che si occupa della promo-commercializzazione del percorso in base al protocollo di intenti firmato dieci anni fa (Provincia di Bologna, 2014). L'accordo, peraltro, è stato rinnovato da poco con la formula 4+4 anni che prevede la gestione da parte dell'Ufficio turistico di Sasso Marconi, che è quindi ente capofila nonché sede operativa.

È importante sottolineare, poi, che la Via degli Dei ha in atto la richiesta della certificazione di destinazione sostenibile del Global Sustainable Tourism Council (Gstc), istituita nel 2007 dallo United Nations Environment Programme (Unep) e dall'United Nation World Tourism Organization (Unwto).

Tali standard sono declinati in base ai 17 Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite. L'iter prevede sette fasi (Mappatura del territorio e delle sue caratteristiche, Scelta della governance, Coinvolgimento degli stakeholders, Definizione della strategia, Individuazione delle azioni su un piano triennale, Audit con l'ente certificatore, Ottenimento della certificazione). Partito nel 2023, dovrebbe concludersi nel 2024 e, in caso di esito positivo, la Via degli Dei sarebbe il primo cammino certificato GSTC al mondo (Via degli Dei, n.d. b).

Fig. 1 - Il profilo del camminatore sulla Via degli Dei



Fonte: Appennino Slow, 2024

3. Un approfondimento: il caso di Madonna dei Fornelli

3.1. Storia e tendenze recenti del paese

Madonna dei Fornelli è una frazione di 435 abitanti del comune di San Benedetto Val di Sambro, situata a 798 metri s.l.m. (TuttItalia, n.d.). Pare che l’origine del nome risalga all’antica usanza dei carbonari, che bruciavano la legna per ottenere il carbone tramite dei piccoli forni (Monasteri Emilia-Romagna, n.d.), nonché alla devozione alla Madonna che caratterizza il paese sin dalla nevicata miracolosa del 5 agosto 1610, tanto da denominare Madonna della Neve la piazza principale.

La storia recente, come tutta questa zona appenninica, si incrocia con la Linea Gotica, un sistema di difesa fatto costruire nel 1944 dal generale

tedesco Kesselring per rallentare l'avanzata dell'esercito Alleato da Sud, esteso per 300 km dalla valle del Magra (Liguria/Emilia-Romagna) alla valle del Foglia (Marche). Dopo il conflitto, la popolazione locale ebbe una netta crescita a seguito della frana e inondazione nel 1951 nel vicino Castel dell'Alpi; molti residenti si trovarono infatti senza casa e costruirono abitazioni di emergenza proprio a Madonna dei Fornelli (Foiatonda, n.d. a).

La vocazione turistica del paese c'era in realtà già prima dell'affermarsi della Via degli Dei, come testimonia la presenza di tre strutture alberghiere aperte da molti decenni. Attualmente, però, l'offerta ricettiva si è decisamente ampliata, comprendendo otto B&B aperti tutti negli ultimi dieci anni (Via degli Dei, n.d. c). Hanno inoltre aperto o si sono sviluppate altre attività commerciali per rispondere alle necessità dei camminatori di passaggio. Una realtà associativa importante è la cooperativa di comunità Foiatonda, fondata nel 2018 con l'obiettivo di realizzare progetti, in cooperazione con gli attori locali, per combattere lo spopolamento agendo su tre piani: comunità e resilienza, turismo e promozione territoriale, protezione e salvaguardia ambientale (Foiatonda, n.d. b).

3.2. Madonna dei Fornelli tra socialità e lentezza: le interviste

Se l'impatto economico della Via degli Dei sul territorio è percepibile, pochi sono stati gli approfondimenti sociologici (Fenanno, 2022) e ancora meno sul caso specifico di Madonna dei Fornelli. Riguardo a quest'ultimo aspetto, però, un lavoro esplorativo è stato svolto da Greco (2024), con la realizzazione di dieci interviste semi-strutturate rivolte a tre camminatori, tre residenti e quattro imprenditori locali. Le interviste si sono per lo più focalizzate su quattro aspetti: la motivazione a percorrere il cammino, l'importanza del cammino per lo sviluppo economico e le opportunità culturali di Madonna dei Fornelli, il sostegno delle istituzioni locali, la presenza di eventuali criticità nel territorio attraversato dal cammino.

Quanto alle motivazioni per cui si percorre la Via degli Dei, come prevedibile non viene menzionata quella religiosa in quanto «questo cammino, a differenza della Mater Dei – altro cammino bolognese – non ha nulla di spirituale, viene da una via romana». Le risposte dei camminatori e dei residenti, d'altra parte, evidenziano aspetti collegabili alla lentezza ed alla socialità: vedere posti nuovi godendo della natura appenninica, svagarsi dalla frenesia della città, ma anche trascorrere del tempo con gli amici. Da alcune risposte, poi, emerge anche l'idea della sfida, del mettersi alla prova fisicamente. A tali motivazioni, infine, gli imprenditori intervistati aggiun-

gono alcune caratteristiche “facilitatrici” di questo cammino, come la relativa brevità e facilità del percorso.

Riguardo alle opportunità che offre al territorio, chi lavora nelle strutture recettive sottolinea che Madonna dei Fornelli ha sempre avuto una vocazione turistica: «ci sono sempre stati ben tre alberghi». Gli stessi sottolineano però che «se prima un albergo lavorava sì e no tre mesi, ora ne lavora anche otto, da marzo a ottobre». Gli imprenditori del settore ristorativo fanno quindi emergere come la presenza del cammino abbia trasformato il paese; si pensi alla nascita di esercizi ricettivi, ricordata anche nel paragrafo precedente, e allo sviluppo di nuove attività commerciali. Su questo concordano anche i camminatori, i quali rilevano che «hanno messo diversi servizi come il negozio sportivo e i bar». Dall’indagine esplorativa emerge quindi l’impressione di un circuito economico virtuoso che si è attivato tra le attività commerciali preesistenti e quelle create intorno alla Via degli Dei.

Quanto alle relazioni con le istituzioni locali, camminatori e residenti intervistati ritengono che la Via degli Dei sia stata inizialmente voluta e sostenuta soprattutto dalla popolazione locale o comunque dal passaparola tra visitatori. A tale riguardo, un albergatore sostiene: «La svolta c’è stata con i social intorno al 2009-2010» (anche se i dati di Appennino Slow evidenziano che il boom si riscontra dal 2017 in poi). Dalle interviste emerge inoltre che il sostegno delle istituzioni sembra successivo alla consapevolezza dell’importanza del cammino da parte della collettività locale. Si concorda comunque come allo stato attuale siano particolarmente presenti nella governance del cammino stesso.

Sull’ultima domanda, relativa ad un eventuale impatto negativo del cammino sulla frazione Madonna dei Fornelli, nessun camminatore ha riscontrato delle criticità legate al passaggio della Via degli Dei, anche perché ritengono che chi la percorre abbia uno spiccato senso ecologista e un comportamento responsabile nella visita. Della stessa opinione sono i residenti, che però sottolineano anche la necessità di creare nuove infrastrutture per i camminatori stessi, come ad esempio quelle ricettive, o spazi dove potersi accampare con le tende. Un dato da non trascurare, emerso sia tra i residenti che tra gli imprenditori, è il timore di una possibile turistificazione di Madonna dei Fornelli: si segnala infatti come, con la trasformazione di molte case in B&B, sia diventato difficile per i residenti trovare alloggi in affitto.

A partire dallo studio già svolto (Greco, 2024), abbiamo quindi effettuato tre ulteriori interviste per cogliere il punto di vista di alcuni attori locali più direttamente coinvolti nel cammino a Madonna dei Fornelli, in particolare un rappresentante del Comune di San Benedetto Val di Sambro

(A.B.), un rappresentante della cooperativa Foiatonda (E.B.) ed uno di Appennino Slow (F.B.), tramite tre interviste svolte nel mese di ottobre 2024. Sono state rivolte le seguenti domande:

1. *Cosa spinge un camminatore ad intraprendere la Via degli Dei?* L'interesse al percorso emerge in vari aspetti. Anzitutto l'essere stato tra i primi cammini promossi in Italia (F.B.), poi il collegare due città importanti come Bologna e Firenze, entrambe servite molto bene dai trasporti (F.B., E.B.), ma anche le tempistiche che lo rendono più "facile da percorrere" rispetto ad altri cammini. Dalle risposte emerge inoltre che nel percorso erano presenti già delle strutture che è stato sufficiente riattivare (E.B.) e come la Via degli Dei sia un'opportunità di turismo lento in un ambiente naturale incontaminato, che tiene conto anche delle differenti capacità individuali (A.S.), tant'è che molti escursionisti lo hanno percorso come "allenamento" per il Cammino di Santiago (F.B.).

2. *Che importanza ha avuto la Via degli Dei nello sviluppo economico e nelle opportunità culturali a Madonna dei Fornelli?* C'è accordo unanime sul fatto che la Via degli Dei sia una opportunità per tutto il territorio di San Benedetto Val di Sambro e per Madonna dei Fornelli in particolare. Nell'iter di richiesta per diventare Destinazione Sostenibile, sono state sottoposte delle interviste a circa quaranta operatori sul cammino ed è emerso come senza la Via degli Dei non "sarebbero sopravvissuti" (F.B.). Le strutture già presenti si sono rinnovate, hanno creato maggiori servizi e migliorato l'offerta con il supporto di attività dedicate ai camminatori (A.S.). La crescita non ha coinvolto solo le strutture ricettive ma anche altri servizi di cui godono sia la comunità che i camminatori, presenti anche nei territori limitrofi: un esempio è la farmacia di Monzuno, che ha attivato un distributore esterno, o il circolo Monte Adone di Monzuno (E.B.), centro di aggregazione e ritrovo per i cittadini della frazione di Brento, che si è aperto anche ai camminatori e gli escursionisti, mettendo a disposizione un servizio di bar e numerose possibilità di ristoro e ricreazione.

3. *La Via degli Dei è un cammino gestito più dalle istituzioni locali da associazioni e volontariato?* È opinione unanime che le istituzioni abbiano dato e diano un input importante per la valorizzazione e la promozione della Via degli Dei. Oltre al ruolo degli enti locali le risposte alle interviste hanno evidenziato la presenza di un "dal basso professionalizzato" come nel caso della cooperativa Foiatonda che co-partecipa e co-progetta le attività utili allo sviluppo del cammino. L'aver previsto, aderito e rispettato un protocollo d'intenti tra Provincia di Bologna e tutti i Comuni attraversati, è stato un atto di responsabilità tra tutti i soggetti firmatari che ha portato a consolidare l'impegno nella valorizzazione della Via degli Dei (E.B.). Le interviste sottolineano l'importanza della presenza di scelte

partecipate capaci di costituire il punto di connessione tra i diversi soggetti che operano a livello locale, tra cui soprattutto associazioni, pro-loco, ma anche realtà private (A.S.). In particolare, un ruolo rilevante è svolto da alcuni attori di Sasso Marconi: la Pro Loco, il Csi (Centro Sportivo Italiano) e soprattutto la sezione locale del Cai (F.B.).

4. *Vedete degli aspetti negativi del passaggio della Via degli Dei? Se sì, quali e cosa si potrebbe fare per ridurli?* Dalle risposte non emergono particolari aspetti negativi, si evidenzia come sia importante conciliare le esigenze dei camminatori senza però disattendere i bisogni e il ruolo delle comunità locale, evitando che essa sia messa in posizione marginale (A.S.). Sono state comunque segnalate delle criticità. Alcune sono emerse nel fatto che lo sviluppo del cammino abbia portato anche persone inesperte ad impegnarsi nella ricettività, abbassando il livello di qualità dell'offerta (si è fatto riferimento a numerose recensioni negative) e compromettendo il lavoro di anni da parte di imprenditori da tempo coinvolti in queste attività. Un'altra criticità è la fragilità idrogeologica del percorso, che solo negli ultimi tre anni ha subito due frane. Contrariamente a quanto emerge nello studio di Greco, invece, le testimonianze degli stakeholder non hanno fatto emergere il problema del sovraffollamento, anche se viene segnalata qualche difficoltà in alta stagione nel biennio 2021-2022, poi comunque superata (F.B.). Destagionalizzare è in ogni caso uno degli obiettivi di Appenino Slow degli ultimi anni (F.B.).

5. *Vi sembra che i camminatori interagiscano con la comunità locale?* È la domanda più strettamente collegata al tema della socialità. Anche qui l'impressione degli intervistati è positiva. Sembra esserci un senso di ospitalità diffuso nella comunità locale che si evidenzia dalla disponibilità di chi apre la casa per offrire un caffè o dell'acqua ai camminatori all'installazione di pensiline per offrire riparo dalla pioggia (F.B.). Le risposte evidenziano l'assenza di comportamenti ostili nei confronti dei turisti o difficoltà di rapporti con gli stessi, dimostrando come la comunità sia disponibile ed accogliente nei loro confronti (A.S.). Alcune criticità emergono per eventuali attraversamenti di terreni privati, soprattutto con riferimento ad eventuali problematiche assicurative; si evidenzia però l'attenzione delle istituzioni locali nel prevedere delle piccole deviazioni e modifiche del percorso del cammino (F.B.).

6. *Il turismo dei cammini ha favorito lo sviluppo di economie sostenibili sul vostro territorio?* Su questo aspetto le risposte evidenziano una maggior perplessità. Chi percorre la Via degli Dei, peraltro, è già particolarmente sensibile al tema della sostenibilità. Comunque, gli attori locali hanno investito particolarmente su aspetti di educazione ambientale, prevedendo ad esempio una cartellonistica che invita al rispetto della natura

(F.B.). La sensibilizzazione emerge anche tra la comunità locale e gli stessi operatori: nelle strutture ricettive si trovano accorgimenti per il controllo dell'uso dell'acqua, nei territori si raccoglie l'acqua piovana la presenza prevalente o esclusiva di prodotti locali dei menu dei ristoranti (F.B.)

7. *Il turismo lento e dei cammini può contribuire a conservare le tradizioni locali?* In questa domanda il tema della lentezza emerge chiaramente così come il legame con le tradizioni locali. La montagna bolognese è infatti ricca di tradizioni, soprattutto enogastronomiche (F.B.). Dalle interviste emerge come il tema delle tradizioni locali richiami al senso di responsabilità delle istituzioni: la tutela e la promozione delle tradizioni locali si può fare solo se gli enti locali lo vogliono (E.B.). In ogni caso, grazie alla socialità della comunità, alla scoperta di feste locali, alle tradizioni, ai cibi e all'implementazione dell'offerta turistica che ne è conseguita, dal turismo lento si è potuto creare un meccanismo di insegnamento culturale molto significativo (A.S.).

8. *I cammini turistici possono favorire la coesione sociale nelle comunità locali?* Su questo aspetto si è riscontrata una maggiore difficoltà a rispondere, anche se si evidenzia un avvicinamento tra le iniziative delle istituzioni pubbliche e quelle dei privati. Nelle risposte emerge come, lo scorso anno, quasi 150 persone abbiano partecipato agli eventi di Appennino Slow per il percorso di certificazione di Destinazione Sostenibile sulla Via degli Dei, una partecipazione che ha visto la presenza non solo di operatori e istituzioni ma anche di molti cittadini (F.B.). Emerge poi una forte coesione tra gli operatori stessi, che collaborano tra di loro soprattutto nella ricerca di possibilità di accoglienza per i camminatori.

Conclusioni

Il saggio ha inizialmente evidenziato come, in Italia, le pratiche del camminare siano arrivate negli ultimi anni all'apice del loro successo. Il saggio porta in evidenza come la presenza di cammini determini un impatto positivo sul territorio non solo per l'incremento di flussi turistici e la presenza di benefici economici, ma anche per rafforzare l'identità territoriale dei luoghi attraversati dal percorso. I cammini stanno diventando sempre di più una possibilità di conoscenza e riscoperta di interi territori, soprattutto per le aree interne, che hanno visto privilegiare le pratiche di turismo lento.

Il caso di studio conferma l'importanza strategica dei cammini per i territori attraversati, evidenziandone il potenziale di innovazione sociale e culturale. Il lavoro ha inoltre evidenziato come il paradigma della lentezza

accompagni le dinamiche descritte, permettendo infatti di rendere evidenti i cambiamenti nelle modalità di conoscenza, rappresentazione e valorizzazione dei luoghi e delle comunità locali coinvolte nel turismo dei cammini. Allo stesso modo si è fatto riferimento alla socialità come parte fondamentale dell'esperienza turistica: l'incontro con altri camminatori e con le comunità locali diventa infatti un momento importante di crescita collettiva e personale.

La crescita del settore trova anche conferma nelle aree appenniniche bolognesi, grazie anche ad un investimento più ampio in tutto il territorio metropolitano ma anche ad una combinazione di circostanze favorevoli. In questo contesto i percorsi, i servizi ed i flussi di turisti sono in aumento e la Via degli Dei è il primo e il più frequentato cammino del territorio, con una crescita importante soprattutto negli ultimi anni ed un chiaro impatto sulle località che attraversa, come quella di Madonna dei Fornelli che è stata oggetto di analisi del presente lavoro.

I dati e le interviste confermano questa evoluzione, tendenza rilevata da tutti gli attori locali coinvolti: dalle associazioni alle istituzioni, dagli imprenditori ai residenti. Ciò non toglie che alcune criticità esistano o persistano, a volte minacciando proprio quei valori di lentezza e socialità a cui il cammino aspira. Principi di overtourism, difficoltà di reperimento di alloggi per gli autoctoni, mancanza di forme più sistematiche di relazione tra residenti e camminatori sono segnali da non disattendere, ma che non alterano l'esperienza positiva della Via degli Dei.

Bibliografia

- Appennino Slow (2024), *Report 2023 Via degli Dei*, Loiano.
- Battino S., Balletto G., Milesi A., García A. (2022), "Rural tourism and walkability. Compare Sardinia and Gran Canaria models", in Aa.Vv., *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2022 Workshops: Malaga, Spain, July 4-7, 2022, Proceedings, Part V*, Springer International Publishing, Cham.
- Beretta I. (2022), *Coevoluzione: la sfida di uno sguardo sistemico*, «Sociologia urbana e rurale», 127, pp. 79-93.
- Bologna Welcome (n.d.), "Cammini a Bologna", <https://static.bolognawelcome.com/immagini/74/82/38/24/20230811104059.pdf>.
- Cammini d'Italia (n.d.), *Via degli Dei*, testo disponibile al sito: <https://camminiditalia.org/cammini/via-degli-dei/>, data di consultazione: 10/11/2025, data di consultazione: 10/11/2024.
- Cerutti S. (2023), "Il ruolo delle dinamiche slow nei processi di valorizzazione degli spazi marginali", in Marengo M. (a cura di), *La rinascita dei territori marginali*, Genova University Press, Genova.

- Città Metropolitana di Bologna (2015), *Protocollo di intenti per la promozione congiunta dell'Appennino Bolognese come destinazione turistica*, testo disponibile al sito: www.cittametropolitana.bo.it/appennino/Engine/RAServeFile.php/f/documenti/Protocollo_di_intenti_per_la_promozione_congiunta_dell_Appennino.pdf data di consultazione: 10/01/2025.
- Città metropolitana di Bologna (2019), *Il turismo nella Città metropolitana di Bologna: Rapporto novembre 2019*, testo disponibile al sito: http://inumeridibolognametropolitana.it/sites/inumeridibolognametropolitanait/files/turismo/report_turismo_2018_cm_ed2019.pdf. <https://camminiditalia.org/cammini/via-degli-dei/>, data di consultazione: 10/12/2024.
- Conway D., Timms B. (2012), *Are slow travel and slow tourism misfits, compadres or different genres?*, «Tourism Recreation Research», 37 (1), pp. 71-76.
- Duarte F. (2017), *Space, Place and Territory: A Critical Review on Spatialities*, Routledge, London - New York.
- Frignani S. (2022), *Guida alla Via degli Dei. Da Bologna a Firenze e ritorno*, Terre di Mezzo Editore, Milano.
- Gardner N. (n.d.), *A manifesto for slow travel. Hidden Europe*, testo disponibile al sito: www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel, data di consultazione: 18/11/2025.
- Feninno G. (2024), *La Via degli Dei: un percorso socio-antropologico tra enogastronomia e turismo lento*, Tesi di Laurea in Gestione del Territorio e dell'Ambiente, Università degli Studi di Trento.
- Foiatonda (n.d. a), *Foiatonda. Cooperativa di Comunità*, testo disponibile al sito: www.foiatonda.it/, data di consultazione: 19/11/2025.
- Foiatonda (n.d. b), *Madonna dei Fornelli. Cenni storici*, testo disponibile al sito: www.foiatonda.it/madonna-dei-fornelli/, data di consultazione: 19/11/2025.
- Greco L. (2024), *Il cammino della Via degli Dei e le sue opportunità. Uno studio a Madonna dei Fornelli*, Tesi di laurea in Sociologia, Alma Mater Studiorum – Università di Bologna.
- Klarin A., Park E., Xiao Q., Kim, S. (2023), *Time to transform the way we travel?: A conceptual framework for slow tourism and travel research*, «Tourism Management Perspectives», 46, 101100, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973623000284, data di consultazione: 20/10/2024.
- Lin L. (2018), *How would the contextual features of a destination function together with individual factors to enhance tourists' intention toward ST in Taiwan?*, «Journal of Sustainable Tourism», 26 (9), pp. 1625-1646.
- Lupoli M., Rimondi T. (2023), «Il turismo di prossimità nel territorio bolognese al tempo del Covid-19», in Castrignanò M., Rimondi T. (a cura di), *Bologna dopo la pandemia: impatto territoriale e scenari futuri*, FrancoAngeli, Milano.
- Manella G. (2024), *In cerca di esperienze nelle Aree Interne: i cammini nell'Appennino Bolognese*, «Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio Turismo Tecnologia», 18, pp. 47-60.
- Manella G., Rimondi T., Fiore M. (2024), «Tra pandemia e postpandemia: il caso di Bologna e del suo Appennino», in Mortara A., Scramaglia R. (a cura di),

- La città che cambia: vita quotidiana e attrattività turistica*, Lumi Edizioni, Milano.
- Mela A., Battaglini E., Palazzo A. (2024), *La società e lo spazio. Quadri teorici, scenari e casi di studio*, Carocci, Roma.
- Milesi A., Ladu M., Balletto G. (2024), "Accessibilità e progetto di territorio. Il caso studio del Cammino Minerario di Santa Barbara (Sardegna, Italia)", in De Luca G., Cotella G. (a cura di), *Governance urbana e territoriale, coesione e cooperazione*, vol. 6, Planum Publisher e Società Italiana degli Urbanisti, Roma-Milano.
- Monasteri Emilia-Romagna (n.d.), *Santuario della Madonna dei Fornelli. San Benedetto Val di Sambro*, testo disponibile al sito: <https://monasteriemiliaromagna.it/it/monastero/3458-chiesa-parrocchiale-della-madonna-della-neve-e-canonica>, data di consultazione: 20/11/2025.
- Pollice F. (2017), *Placetelling. per lo sviluppo di una coscienza dei luoghi e dei loro patrimoni*, «Territori della Cultura», 30, pp. 106-111.
- Provincia di Bologna (2014), *Protocollo di intenti per la valorizzazione e la promozione turistica del percorso storico "La Via degli Dei" nell'Appennino Tosco-Emiliano*, 1 novembre.
- Rosa H. (2019), *Resonance. A Sociology of Our Relationship to the World*, Polity, Cambridge.
- Séraphin H., Gladkikh T., Vo Thanh T. (2020), *Overtourism*, Springer International Publishing, Berlin.
- Terre di Mezzo (a cura di) (2023), *Italia, Paese di Cammini*, Terre di Mezzo Editore, Milano.
- Todaro V., Giampino A. (2022). *Oltre l'emergenza Covid. Visioni e prospettive d'azione*, «Territorio», 98, pp. 39-42.
- Tuttitalia (n.d.), *San Benedetto Val di Sambro*, testo disponibile al sito: www.tuttitalia.it/emilia-romagna/50-san-benedetto-val-di-sambro/, data di consultazione: 20/11/2025.
- Uysal M., Sirgy M., Woo E., Kim H. (2016), *Quality of life (QOL) and well-being research in tourism*, «Tourism Management», 53, pp. 244-261.
- Via degli Dei (n.d. a), *Le tappe a piedi*, testo disponibile al sito: www.viadeglidei.it/tappe-a-piedi, data di consultazione: 20/11/2025.
- Via degli Dei (n.d. b), *Dormire e mangiare. Brento-Monzuno-Madonna dei Fornelli-San Benedetto Val di Sambro-Pian di Balestra*, testo disponibile al sito: www.viadeglidei.it/dormire-e-mangiare-da-brento-a-pian-di-balestra, data di consultazione: 21/11/2025.
- Via degli Dei (n.d. c), *A2 - Strategia di gestione della destinazione e piano d'azione*, testo disponibile al sito: www.viadeglidei.it/_files/ugd/5be108_a057ddc890424601a3dc7a29bc7e2c57.pdf, data di consultazione: 21/11/2025.

10. Limiti e potenzialità degli eventi per attirare nuovi turisti. Uno studio su Ginosa

di *Sergio Fadini, Angela Masi*

Introduzione

In questo contributo si analizza la situazione a Ginosa, località marittima del tarantino dove gli operatori si interrogano su come rilanciare il settore turistico dopo il Covid-19, visto che l'auspicata ripresa tarda ad arrivare. Lo studio, in particolare, si concentra sugli eventi in grado di far venire nuovi turisti, garantendo la sostenibilità.

L'Italia è piena di eventi in località turistiche che meritano un approfondimento, sia per distinguere in modo puntuale cosa si intende per eventi turistici, sia per riflettere su alcune implicazioni anche di tipo sociale quali: i limiti di cui tener conto e le potenzialità di un territorio rispetto alla capacità organizzativa presente in una sola località.

1. Gli eventi pianificati e il turismo

1.1. Introduzione

Studiare gli eventi non è argomento facile sia per la poca letteratura esistente (Bottini, 2022) sia per la difficoltà nel trattare un concetto difficilmente classificabile, vista l'eterogeneità delle attività che rientrano sotto questo termine e le variabili da considerare (Guala, 2002): si devono prendere infatti in considerazione le differenze in dimensioni, durata, tipo di organizzazione, cadenza, tipologia, obiettivi, fruitori, interesse dei media (Pernecky, Lück, 2013).

Stiamo parlando di fenomeni temporanei, distinguibili in prima battuta fra eventi spontanei ed eventi pianificati (Getz, 2008). Questi ultimi hanno sempre più legami con il turismo (Getz, Page, 2016) e gli studi su

tali eventi hanno aperto le porte alle analisi sugli impatti, non solo di tipo economico su cui ci si è concentrati maggiormente, ma anche legati agli aspetti socioculturali (Bottini, 2022) e ambientali; non solo dei mega eventi ma anche di quelli più piccoli, visto che in una località ogni anno vengono realizzati molteplici eventi (Getz, Page, 2016).

Ma cosa si intende per evento turistico? In teoria sono eventi capaci di attirare fruitori interessati a parteciparvi; in modo attivo, come nel caso di eventi legati a una competizione in cui si gareggia, che sia sportiva, canora o di altro tipo; o in modo maggiormente passivo, come nel caso di chi va ad assistere a delle performance di qualsiasi tipo, come durante un festival o anche un evento sportivo di cui si è spettatori.

1.2. Come classificare gli eventi turistici

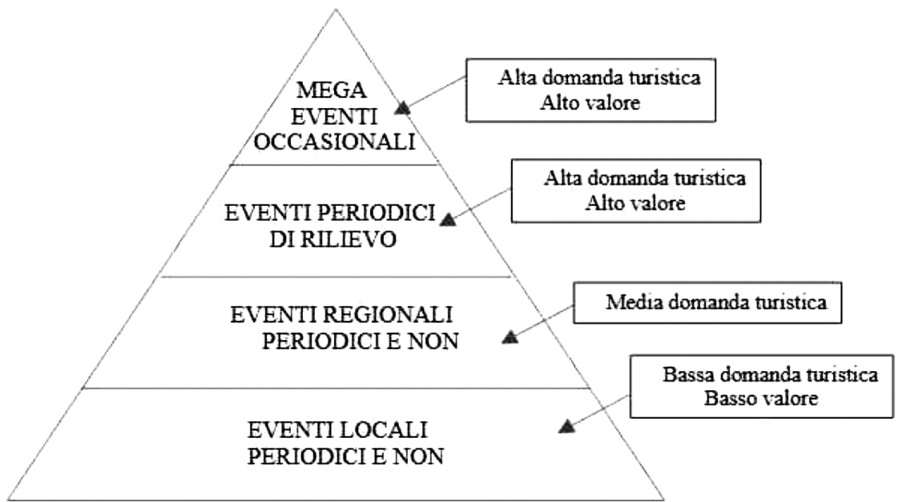
Ogni studioso ha proposto una possibile classificazione partendo da un punto di vista diverso. Roche (2000) li divide per dimensioni in base all'eco ricevuto: mega (quando sono globali), speciali (quando sono internazionali), *hallmark* (di portata nazionale); comunitari (alias piccoli). Getz ne suggerisce diverse (2008) fra cui i diversi scopi (celebrativi, competitivi, divertimento, intrattenimento, commerciali, sociali), il potenziale interesse dei turisti collegato alla dimensione dell'evento, la tipologia (commerciali, festival e cultura, sportivi, di intrattenimento). Di quest'ultima troviamo diverse varianti: ad esempio Shone e Parry li dividono fra tempo libero, personali, culturali, legati al business (cfr. Pernecky, Lück, 2013) o Galvagno e Giaccone (2017) la semplificano in sportivi, culturali, e legati al business.

Quella delle dimensioni sembra un buon punto di partenza volendo ragionare sugli impatti, visto che più è grande l'evento più sono da tenere sotto controllo e cambia il potenziale target raggiungibile. Ma va anche detto che questa categoria è influenzata da altri fattori come quello temporale e quello spaziale. Per un mega evento come le Olimpiadi di Rio del 2016 sono stati ospitati 11.000 atleti, i loro numerosi staff e decine di migliaia di volontari, oltre alla presenza di quasi cinque milioni di spettatori che hanno acquistato un biglietto; nello stesso anno per il Giubileo straordinario durato un intero anno hanno attraversato la porta santa 21 milioni di pellegrini. Altri megaeventi come alcuni tornei sportivi europei o mondiali hanno grandi dimensioni ma vengono organizzati talvolta in più Stati o spalmati su più città. In questi casi l'impatto sui territori è decisamente minore sia a livello di percezione che in termini pratici, come nel caso dell'Italia per i mondiali di calcio del 1990. Caso a sé le Olimpiadi di Barcellona del 1992, il cui forte cambiamento urbano non ha spinto alla

costruzione di nuove strutture ricettive per il timore che venissero poi abbandonate (Brunet, 1995). Gli studi sulle Olimpiadi hanno dimostrato che oltre a città che hanno cambiato volto, ci sono state edizioni in cui si è speso poco e minime sono state le modifiche (Guala, 2002).

Posto dunque che non è la dimensione in sé che conta per ragionare sugli impatti, risulta utile mettere in relazione le dimensioni dell’evento con il potenziale interesse dei turisti, dovuto alla diversa eco che le varie dimensioni sottendono in ottica comunicativa (Getz, Page, 2016) (Fig. 1).

Fig. 1 - Tassonomia di Getz



Fonte: elaborazione degli Autori

I quattro livelli proposti da Getz non sono da prendere come divisioni assolute (Bottini, 2022) ma come punto di riferimento da cui anche noi siamo partiti per concentrarci sui medio-piccoli eventi, che sono quelli che maggiormente vengono realizzati nel nostro territorio.

1.3. Gli impatti degli eventi

Gli eventi di piccole e medie dimensioni non hanno impatti significativi come i grandi o mega eventi a causa della loro breve durata e minor portata. Ciò nonostante è utile approfondire l’argomento tenendo a mente i principi della sostenibilità (Pernecky, Lück, 2013): impatti sull’ambiente,

impatti socio-culturali e impatti economici. L'Istat (2023a, p. 3) sottolinea che «i principi guida del turismo sostenibile sono ugualmente applicabili alle risorse culturali, materiali e immateriali, che, se esposte a un impatto turistico negativo, possono essere fragili quanto alcuni ecosistemi».

Gli economisti sottolineano che negli eventi di medie e piccole dimensioni, a differenza di quelli grandi, gli investimenti realizzati sono di tipo soft e non hanno un grande effetto moltiplicatore mentre l'effetto dispersione è più localizzato e quindi maggiormente percepibile dalle comunità locali, oltre a un maggiore coinvolgimento del tessuto economico locale (Ciset, 2017). Anche se poi in questo tipo di calcoli non si considera un fattore che approfondiremo nel prosieguo della ricerca, relativo alla possibile confusione che si genera considerando sia turisti già presenti per altre motivazioni in un luogo, sia coloro che giungono appositamente per l'evento.

Per gli altri impatti le riflessioni da fare sono più articolate perché bisogna guardare a tanti fattori (Pernecky, Lück, *op. cit.*). La letteratura di studi sugli eventi si è poco spesa rispetto alle questioni ambientali e soprattutto non è ben chiaro cosa significa che un evento sia sostenibile (Getz, Page, *op. cit.*), oltre al fatto che l'uso del termine sostenibile affiancato al turismo non sempre riesce ad essere un concetto significativo (Hall, 2012). Bisognerebbe considerare l'intero set di relazioni fra gli eventi pianificati e l'ambiente, le risorse consumate, eventuali conflitti coi residenti (Case, 2013).

Nei piccoli e medi eventi alcune criticità sono provvisorie, come nel caso della congestione degli spazi, ma alla lunga possono creare fastidio alla comunità locale e dunque provocare un atteggiamento ostile agli eventi. Altri problemi nascono quando si modificano gli eventi già esistenti per dare conto dei turisti (Fadini, 2011).

1.4. La partecipazione dei turisti

Negli ultimi anni, almeno fino a prima del Covid-19, gli eventi hanno iniziato ad avere una dimensione sempre più rilevante sia in termini quantitativi che di varietà, divenendo anche elementi di attrattiva turistica oltre che d'intrattenimento. E ingenti sono le spese da parte degli amministratori pubblici (Bottini, 2022).

La conferma arriva dal rapporto dell'Oecd (2022) sui trend turistici post-pandemia in cui viene analizzata la spesa per eventi capaci di far venire turisti in diverse nazioni, al fine di far ripartire l'organizzazione di eventi de visu dopo il Covid-19.

Da tre decenni gli eventi che attraggono turisti vengono inseriti nel calderone dell'offerta del turismo culturale, con una prospettiva legata più

all'offerta del prodotto che alla motivazione, per cui chiunque partecipa a un evento viene definito un turista culturale (Istat, 2023b).

Nel *XXIII rapporto sul turismo in Italia* (2020, p. 371) è stato sottolineato come «la diffusione dei festival di approfondimento culturale in Italia non soltanto ha favorito lo sviluppo di una forma di turismo *event-driven*, che tende a discostarsi dalle motivazioni tradizionali del viaggio, ma ha consentito a molte città e piccoli centri del nostro paese di proporsi come destinazioni turistiche o, talvolta, di riposizionare la propria offerta nel mercato». Tra gli esempi citati il festival della letteratura di Mantova, risalente al 1997, ma anche quello della filosofia di Modena e Carpi (2001) o quello della Mente di Sarzana (2004). A questi si potrebbero aggiungere altri esempi del Sud Italia. Tutti eventi che sono stati utilizzati per attirare flussi di visitatori, provare ad allungare la stagione turistica, rivolgersi a segmenti differenti del mercato, rafforzare o modificare l'immagine della destinazione nei confronti del mercato oltre che per far crescere il capitale sociale dei cittadini, consolidare l'identità comunitaria, il senso di appartenenza e di orgoglio di chi abita nel luogo che ospita l'evento (Bonetti, Izzo, Mosiello, 2019).

Ma ai turisti interessano ancora gli eventi dopo il Covid-19? L'Istat (2023b) fa notare che è una fase dove l'attività svolta in prevalenza è legata al divertimento, mentre la percentuale di chi ha scelto di partecipare a eventi, seppur in risalita, è nettamente inferiore al 2019. In Puglia gli americani sono interessati per il 41% ad andare ad eventi culturali, seguiti dai turisti meridionali (23%), molto meno gli altri turisti (Yoodata, 2023).

2. Ginosa

2.1. Metodologia

Lo studio è stato svolto concentrandosi su due filoni:

- lo studio dei dati turistici di Ginosa del 2023 utili a una corretta pianificazione degli eventi in modo sostenibile;
- lo studio degli eventi realizzati a Ginosa nel 2023 tramite ricerca effettuata online.

Sono state poi svolte delle interviste con alcuni operatori per confrontare le impressioni ricavate dalle ricerche e ottenere un punto di vista integrato.

Si è ragionato su come impostare correttamente un evento al fine di non creare disagi alla comunità locale e al territorio, perché la somma di tanti piccoli impatti può generare problemi a lungo andare, se non di tipo strutturale di sicuro nella percezione di chi in quei luoghi ci vive.

- I dati analizzati sono stati:
- consistenza e distribuzione delle strutture ricettive e ristorative;
 - stato mobilità e parcheggi;
 - dati legati alla sostenibilità;
 - distribuzione dei flussi turistici nei vari periodi e studio provenienze.
- Per quanto riguarda lo studio degli eventi, si è provveduto a una prima analisi di tutti gli eventi patrocinati dal Comune, tramite ricerca sul web, per poi fare una scrematura in base ai criteri indicati nel terzo paragrafo e un'analisi più approfondita di quelli selezionati.

2.2. Il contesto

Ginosa è un Comune in provincia di Taranto di 21.830 abitanti, sparsi in 188,49 chilometri quadrati. È l'ultimo a ovest, al confine con la Basilicata, all'interno del Parco delle Gravine.

Rispetto alla classificazione regionale delle zone di interesse turistico viene inserita nell'Area territoriale “Magna Grecia, Murgia e Gravine” insieme ad altri trentuno Comuni. Ha una conformazione molto particolare, poiché la marina si trova a circa venti chilometri dal paese.

È nota per le sue spiagge e la qualità delle acque, ma è dotata anche di una affascinante gravina attorno a cui si è sviluppato il paese. L'Istat la classifica nella categoria dei Comuni a vocazione marittima.

Dopo il Covid-19 le presenze ufficiali non sono tornate ai livelli precedenti ma raggiungono comunque numeri importanti, che testimoniano come ci sia un'economia turistica non trascurabile (Tab. 1).

Tab. 1 - Flussi turistici a Ginosa: confronto 2019-2023

	Arrivi			Presenze		
	2019	2023	Diff 23-19	2019	2023	Diff 23-19
Italiani	26.840	22.960	-3.880	150.834	128.861	-21.973
Stranieri	3.229	2.706	-523	11.632	9.853	-1.779
Totale	30.069	25.666	-4.403	162.466	138.714	23.752

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Osservatorio Regionale Turismo, 2023

L'offerta ristorativa è pari a 42 attività fra ristoranti, pizzerie, macellerie che cucinano la sera e rosticcerie. Vi sono operatori che offrono servizi per turisti, dai laboratori esperienziali, all'organizzazione di pas-

seggiate, dal fitto bici al noleggio imbarcazioni, dalle immersioni alle escursioni per vedere i delfini; e ancora un kartodromo, voli in deltaplano, lezioni di equitazione e escursioni a cavallo; oltre a diversi siti interessanti come musei culturali innovativi nonché attività per i più piccoli. Poche ma comunque presenti sia guide turistiche che guide ambientali escursionistiche.

2.3. L'offerta ricettiva a Ginosa

A Ginosa l'offerta ricettiva a fine 2023 si assesta a 152 strutture, per due terzi locazioni brevi, la cui presenza dal 2021 nei dati statistici della Regione Puglia consegna un dato più puntuale della ricettività esistente. Ci sono 2.208 posti letto di cui 1.182 nelle strutture alberghiere, 492 nell'extralberghiero, 534 nelle locazioni brevi, oltre il 40% dei posti letto si trova in un appartamento (Tab. 2).

Tab. 2 - Le strutture ricettive di Ginosa

	Strutture 2023	% strutture sul totale	Posti letto 2023	% posti letto sul totale
Hotel et simili	5	3,3	1.182	53,5
B&B	23	15,1	183	8,3
Case vacanze	10	6,6	74	3,4
Affittacamere	9	5,9	109	4,9
Agriturismi	8	5,3	126	5,7
Locazioni brevi	97	63,8	534	24,2
Totali	152	100,0	2.208	100,0

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Osservatorio Regionale Turismo, 2023

Si è ritenuto importante stabilire anche la dislocazione delle strutture ricettive, divise fra marina, paese e zone rurali per una corretta pianificazione degli eventi nei due distinti luoghi. I posti letto alla marina sono circa 1.750 mentre in paese oltre 330. Il dato è stato calcolato sommando ai posti letto ufficiali un numero approssimativo di quelli delle locazioni brevi, di cui non è disponibile il dato, basandosi sul rapporto di quattro a uno fra strutture presenti alla marina e quelle presenti in paese (Tab. 3).

Tab. 3 - Offerta ricettiva divisa per zone

<i>Zone ove sono ubicate le strutture</i>	<i>Numero strutture</i>	<i>Numero posti letto</i>
A Marina di Ginosa	100	1.750
A Ginosa	37	333
In area rurale	9	138
In area rurale verso la marina	6	88
Totale	152	2.208

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Osservatorio Regionale Turismo, 2023

2.4. I dati sulla sostenibilità

Per quanto riguarda la densità turistica, l'Istat classifica Ginosa nella fascia molto alta per quanto riguarda l'offerta turistica, fascia media per i flussi, fascia alta per le attività economiche connesse al turismo presenti. In generale viene ritenuto un Comune con un'alta densità turistica (Tab. 4).

Tab. 4 - Ginosa nella classificazione Istat

<i>Indice</i>	<i>Specifiche indice</i>	<i>Quintile</i>
D	Intensità e caratteristiche dell'offerta (dotazione di infrastrutture ricettive)	Molto alta
P	Intensità e caratteristiche della domanda turistica (flussi turistici)	Media
T	Attività economiche connesse al turismo	Alta
S	Sintesi degli indici D, P e T	Alta

Fonte: Istat, 2022

Il grado di utilizzo delle strutture ricettive, calcolato al lordo dei periodi di chiusura vede Ginosa non sfigurare nel 2022; meglio della vicina Castellaneta e di poco sotto Matera, che in zona è la località turistica più famosa. L'intensità turistica a Ginosa, confrontata con località vicine, permette di notare come nella vicina Castellaneta il peso del turismo sia sei volte maggiore di Ginosa, mentre a Grottaglie è minimo. Il calcolo dei rifiuti attribuiti ai turisti, confrontati con le principali località turistiche della zona, ci consente di notare come a Ginosa la situazione non sia eccessiva. Il riferimento è al 2022 perché non tutti i dati sono disponibili per il 2023 (Tab. 5).

Tab. 5 - Vari indicatori di sostenibilità, 2022

Comune	Grado di utilizzo	Intensità turistica	Rifiuti attribuiti ai turisti
Ginosa	17,91	6,61	7,92
Castellaneta	17,46	32,74	29,01
Grottaglie	8,77	0,46	0,50
Matera	22,39	9,00	10,04

Fonte: elaborazione degli Autori

L'indice di stagionalità calcolato rapportando le presenze nei tre mesi di maggiore afflusso al totale è decisamente elevato; quattro quinti del totale delle presenze si concentra nei mesi di giugno, luglio e agosto. Ed è in aumento rispetto al 2019. Va anche detto che il mese di giugno vede un numero di presenze nettamente inferiore a luglio e la metà di agosto. Per la statistica europea sul turismo sostenibile non è un buon segnale (Tab. 6).

Tab. 6 - Indice di stagionalità

Periodo	Presenze 2019	Presenze 2023
Giugno, luglio e agosto	127.912	110.758
Totali anno	162.466	138.714
% alta stagione sul totale	78,73%	79,85%

Fonte: elaborazione degli Autori su dati Osservatorio Regionale Turismo, 2024

Per quanto riguarda la balneazione, Ginosa ha notoriamente delle acque pulite, tanto da meritarsi da molti anni la Bandiera Blu. Specie in estate i risultati riportati dall'agenzia regionale incaricata dei prelievi sono ottimi, se si eccettua la zona “fiume” dove gli Enterococchi intestinali e gli Escherichia coli, sebbene sotto la soglia, ad agosto risultano di 77 e 48 UFC/100ml. Dal confronto 2019-2023 notiamo un aumento nel 2023 un po' ovunque ma in estate l'acqua è limpida. Picco negativo registrato a maggio, mese non di alta stagione per cui i motivi non sono legati al turismo.

In ottica di eventi sostenibili è utile capire come arrivare in una destinazione con i mezzi pubblici nonché le disponibilità dei parcheggi. Arrivare a Ginosa con i mezzi pubblici non è molto agevole: due soli treni che fermano alla marina mentre sei bus giornalieri da Bari fermano anche a Ginosa, circa due ore per ottanta chilometri; collegamenti bus con Matera

e Taranto leggermente più frequenti, sebbene i due capoluoghi non siano hub di trasporti, bisogna sempre raggiungerli da Bari. D'estate viene attivato qualche collegamento in più per la marina di Ginosa, da Bari e da Altamura. Tutti mezzi utilizzabili anche dai turisti, ammesso che siano a conoscenza del servizio. Alcune linee bus a lunga percorrenza passano anche per Ginosa paese.

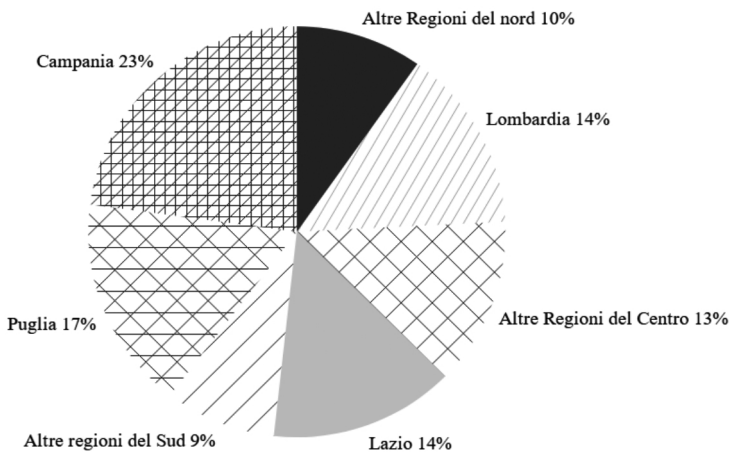
Per quanto riguarda i posti auto dove parcheggiare a Ginosa in occasione di eventi, è possibile utilizzare l'area parcheggio antistante lo Stadio Teresa Miani, Via Palatrasio e l'area fuori al Palazzetto dello Sport per un totale di circa 500 posti. Alla marina poi, oltre agli stalli lungo le principali arterie, vi sono diverse aree parcheggio: in Via Pordenone per 80 auto e nell'area mercatale con oltre 100 stalli disponibili.

2.5. La domanda turistica

Si può sempre sognare o sperare di organizzare un evento in grado di far venire turisti alto-spendenti, nel frattempo i dati delle provenienze del 2023 indicano che ci sono pochi turisti stranieri a Ginosa, appena il 7% del totale delle presenze, mentre come arrivi siamo all'11% del totale, frutto di una permanenza minore. Tedeschi, svizzeri e olandesi sono presenti in maggior numero, gli unici che superano le mille presenze annue.

Per quanto riguarda gli italiani, se sommiamo i turisti pugliesi con quelli delle altre Regioni del meridione, notiamo come gli arrivi superano

Fig. 2 - Regioni di provenienza turisti a Ginosa nel 2023



Fonte: elaborazione degli Autori

il 55% del totale, un trend in crescita; le presenze poco oltre il 50%, il che si spiega con una maggiore permanenza di chi viene dalle regioni del centro nord. Pugliesi, campani, laziali e lombardi i più assidui frequentatori (Fig. 2).

A giugno prevalgono i turisti lombardi, a settembre pugliesi e campani. Oltre il 34% delle presenze è costituito da over cinquantenni, seguito col 24% dai minorenni, in linea con le caratteristiche orografiche sia della battaglia che del fondale marino, entrambi molto piatti.

2.6. Prime considerazioni

Dallo studio effettuato emergono le seguenti osservazioni:

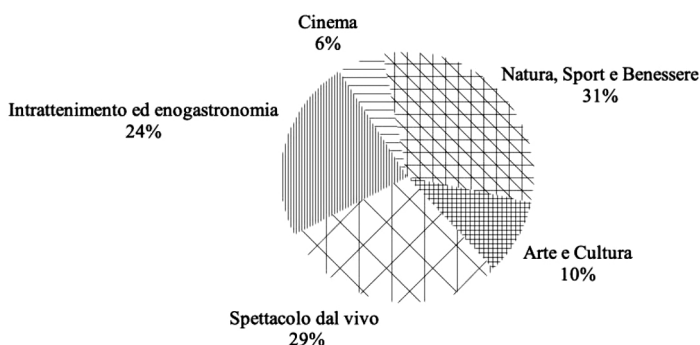
- il numero di posti letto diviso per zone, così come l'offerta ristorativa e il numero dei posti auto disponibili, indica le dimensioni orientative per un evento capace di non creare situazioni che possano arrecare disturbo alla comunità locale: in paese per trecento turisti e il resto escursionisti, autoctoni e villeggianti; alla marina se vogliamo considerare solo la zona centrale sarebbe bene non eccedere i cinquecento partecipanti provenienti da fuori. Ma si dovrà sempre tener conto anche della possibile e probabile presenza della comunità locale che potrebbe spostarsi in auto e dei forestieri già in zona;
- i dati dei rifiuti attribuiti ai turisti sono incoraggianti, così come l'intensità turistica che è ancora decisamente equilibrata. Ciò permette di guardare con fiducia le prossime sfide da affrontare senza che rischi di andare a detrimento delle esigenze della comunità locale non interessata al turismo. I dati relativi alla balneazione sono buoni e fanno supporre che la marina, tranne nella zona adiacente al fiume, è in buono stato, probabilmente per merito delle correnti;
- il dato della stagionalità riferito all'estate è decisamente alto nel suo complesso ma le presenze di giugno sono nettamente inferiori agli altri due mesi, il che apre scenari interessanti perché si può e si deve lavorare sui mesi di giugno, come anche settembre visto il clima mite, specie per gli stranieri;
- la presenza degli stranieri è decisamente minima, c'è netta prevalenza di turisti del sud Italia.

3. Studio degli eventi realizzati a Ginosa nel 2023

3.1. Una prima analisi

Lo studio si soffermato sugli eventi organizzati a Ginosa nel 2023 sostenuti o patrocinati dal Comune: 52 eventi (Fig. 3) afferenti a una delle cinque categorie con cui la Regione Puglia li classifica: prevalgono quelli legati a natura sport e benessere (31%), seguiti da spettacolo dal vivo (29%), intrattenimento ed enogastronomia (24%); minori gli eventi legati ad arte e cultura (10%) e cinema (6%).

Fig. 3 - Tipologie di eventi realizzati a Ginosa nel 2023



Fonte: elaborazione degli Autori

In riferimento al numero di edizioni dello stesso evento nel corso degli anni, a Ginosa prevale il fermento e la novità (40 eventi ancora non hanno superato la terza edizione con netta prevalenza di eventi nuovi), 5 sono alla quarta, quinta o sesta edizione e 7 hanno oltre dieci edizioni alle spalle.

Rispetto alla durata di ogni evento, 11 durano due giorni e solo 9 durano tre giorni o più. I restanti 30 durano solo un giorno.

Per quanto riguarda il periodo di svolgimento gli eventi sono realizzati prevalentemente nei mesi di luglio e agosto (trentuno), ma vi sono eventi distribuiti in tutto l'arco dell'anno, basti pensare che nel periodo da ottobre a marzo ce ne sono stati ben diciassette (Tab. 7).

Tab. 7 - Principali caratteristiche eventi a Ginosa 2023

Durata		Periodo		Storicità	
Giorni	N. eventi	Mese	N. eventi	Edizioni	N. eventi
1	30	gennaio-marzo	8	Prima	34
2	11	aprile e maggio	8	Seconda o terza	6
3	2	giugno	2	Da quarta a nona	5
4	2	luglio e agosto	31	Decima	0
5	1	settembre	6	Oltre la decima	7
Fra 6 e 10	3	ottobre-dicembre	9		
Più di 10	1				

Fonte: elaborazione degli Autori

La maggior parte degli eventi sono realizzati da realtà locali: la presenza di numerose realtà associative sul territorio garantisce infatti una ricchezza in tal senso nel corso dell’anno, un fattore mai scontato e positivo. La maggior parte comunque, indipendentemente da chi li organizza, è realizzata interamente a Ginosa, mentre solo in pochi casi Ginosa è una tappa di eventi più articolati.

Gli eventi sportivi vengono realizzati durante tutto l’anno, in gran parte nella marina grazie all’orografia pianeggiante della zona; gli eventi legati al *food and beverage* si svolgono quasi interamente nella marina nei periodi estivi, evidentemente per sfruttare la presenza di vacanzieri già presenti in loco; pochi gli eventi che hanno un forte legame col territorio e pochi quelli dedicati alla cultura e all’arte rispetto al totale.

3.2. Focus sui potenziali eventi turistici

L’analisi è proseguita con un focus su alcuni di questi eventi, per capire se e quali hanno delle potenzialità turistiche, in grado dunque di attirare forestieri appositamente per l’evento, per più di un giorno.

- La selezione ha escluso eventi con una delle seguenti caratteristiche:
- sono stati realizzati a Ginosa solo come tappa di qualcosa che si svolgeva per lo più altrove, tipo tappe di tornei o di tournée artistiche. A eccezione di eventi interamente realizzati nella stessa zona, perché in tal caso l’indicatore può essere un valore aggiunto;
 - vengono svolti tutti uguali in Italia in occasione di giornate particolari;
 - informazioni disponibili minimali;

- assomigliano più a singole attività proponibili ai turisti, replicabili, come passeggiate e laboratori;
- sono eventi di un giorno. Se è vero che capita che anche un singolo grande artista o personaggio che arriva in una località può spingere qualche turista a partire, è sicuramente un aspetto minimale da un punto di vista numerico;
- non avvicinabili al tema turistico, come la partita della nazionale attori.

Sono rimasti 15 eventi. 9 sono organizzati da realtà locali, ben distribuiti fra le varie tipologie con cui la Regione Puglia è usa distinguere gli event stessi. 4 fra questi hanno superato la decima edizione, 7 sono “giovani” (fra la prima e la terza edizione), 4 si trovano nel mezzo.

Lo studio si è basato su undici indicatori scelti fra quelli che la letteratura prende in considerazione (Argano, 2012). Tali indicatori non rivestono la stessa importanza nel legame con la potenzialità di un evento di attrarre turisti, ma in mancanza di una letteratura scientifica consolidata sono stati trattati tutti allo stesso modo per capire chi ne rispettava la maggior parte e chi meno, ritenendo che i primi abbiano maggiore vocazione turistica di altri. Ne è uscito il seguente quadro.

Rispetto al dare informazioni logistiche su come arrivare, utili per chi viene da fuori, pochi gli eventi che le prevedevano, probabile segno che ci si aspetta un pubblico locale o di vacanzieri. Fanno eccezione gli eventi che hanno un pubblico partecipante (come i tornei sportivi) dove dunque non è necessario dare informazioni durante la promozione bensì eventualmente all’atto dell’iscrizione.

Rispetto al promuovere servizi turistici non legati all’evento come dormire, mangiare o altre attività disponibili, nella comunicazione ufficiale dei singoli eventi non è emerso quasi nulla.

Rispetto al periodo di svolgimento, c’è sostanziale parità fra chi ha scelto una data che non ricadeva nel periodo di luglio e agosto, un segnale interessante.

Rispetto alle capacità promozionali, premesso che gli eventi sportivi hanno dei canali privilegiati legati alle federazioni cui afferiscono, si è riscontrato un livello basilare. Sono stati considerati la diffusione di un comunicato stampa, la presenza sui media online e sui siti di eventi, la realizzazione di un evento sui social, la realizzazione di un sito web dell’evento, la presenza sul sito degli eventi della Regione.

Per quanto riguarda la capacità di collaborazione con altre realtà, utile a far crescere l’evento nel corso delle varie edizioni, gli eventi più strutturati coinvolgono diverse realtà locali e gli eventi più piccoli hanno quasi sempre almeno un’altra realtà che collabora.

Rispetto al far parte di un discorso più ampio, se si escludono gli eventi sportivi ufficiali che vengono inseriti nei calendari delle singole federazioni, è molto raro che facciano parte di reti nazionali o regionali.

Su quante persone trascorrono la notte in loco in relazione a staff e ospiti, alcuni lo fanno in modo minimale, altri in modo più corposo vista la partecipazione da fuori di diverse decine di partecipanti iscritti. Ma per lo più sono produzioni locali.

Rispetto ad un legame con le peculiarità di Ginosa, a parte alcuni casi in cui l'uso dell'orografia pianeggiante o del paesaggio era utile all'iniziativa, quasi nessun evento ha legami con peculiarità del territorio.

In riferimento al target, oltre agli eventi sportivi solo uno presenta un target specifico (teatro per famiglie), gli altri restano sul generico.

Sugli eventuali costi per partecipare, utile a regolare i flussi, solo tre eventi hanno esplicitato una quota di iscrizione/partecipazione; qualche altro aveva ingresso gratuito e consumazioni a pagamento.

La capacità di attrarre investitori privati è un elemento molto presente in quasi tutti gli eventi analizzati, specie quelli promossi dalle realtà locali.

A conclusione di quest'analisi si è notato che l'evento che ottempera al maggior numero di criteri individuati si attesta a nove su undici. Gli altri soddisfano in media la metà dei criteri, fra questi gli eventi sportivi di rilievo extra regionale hanno le caratteristiche di un evento turistico.

Rispetto alle potenzialità di organizzare un evento turistico, capace dunque di attirare un pubblico che si reca appositamente e ivi pernotta, si è abbastanza lontani dall'esserci riusciti. Gli eventi studiati hanno un buon seguito, fungono da intrattenimento per i turisti già presenti in loco o sono legati alla crescita della comunità.

3.3. Per una nuova tassonomia degli eventi turistici

Lo studio degli eventi e il continuo richiamo da parte degli organizzatori alla promozione in ottica turistica, non corroborata da dati certi, ha indotto a una riflessione aggiuntiva di tipo teorico, che parte dalla piramide di Getz e propone una variazione rispetto al binomio dimensione-fruitori atta a distinguere diverse tipologie di fruitori per avere un quadro più chiaro dei target potenziali. In primis i turisti già presenti in loco, coloro cioè che hanno scelto una destinazione per motivi altri slegati dall'evento. Con loro i villeggianti, il popolo delle seconde case che agli occhi degli organizzatori sono forestieri quindi turisti; persone che scelgono il periodo in cui andare nella seconda casa, generalmente a prescindere da un particola-

re evento ma in base alle proprie ferie. Così come possono esserci escursionisti che vengono da località adiacenti, turisti o autoctoni che siano.

Agli occhi degli organizzatori ogni forestiero è motivo di successo perché certo è un grado di coinvolgimento in più di un evento che interessa solo la comunità locale. Ma l'evento non ha attratto in questo caso nuovi turisti, si è posto come evento di intrattenimento.

Dunque gli organizzatori di piccoli e medi eventi non coinvolgono solo la comunità locale, come teorizzato da Getz, ma un mix di autoctoni e di forestieri già in loco, turisti, escursionisti o villeggianti che siano. Ciò crea confusione perché gli organizzatori rivendicano di aver fatto venire turisti al loro evento anche se si tratta di vacanzieri, diversamente da un evento che invoglia a partire appositamente per parteciparvi.

Proponiamo dunque una tassonomia che intende guardare gli eventi medio-piccoli in base alle loro caratteristiche e potenzialità di richiamo dei target, divisi in tre tipologie:

- *Eventi realizzati per la comunità*, dove conta l'incontro, l'esprimersi, il rafforzamento dei valori identitari interni alla comunità. Sono fondamentali per il benessere degli abitanti e di solito non hanno particolari esigenze estetiche. Hanno un numero di fruitori che varia in modo minimale di edizione in edizione (la comunità locale appunto). La loro replicabilità nel tempo è favorita dal non dover mettere in campo particolari accorgimenti organizzativi. Di solito sono eventi che non hanno appeal per i turisti. Esempi sono il teatro in vernacolo, i cineforum estivi, le manifestazioni legate ad artisti locali, specie se giovanissimi, le presentazioni di libri o i talk legati a fatti locali. Spesso sono legati a giornate celebrative importanti per la comunità locale. Corrispondono al livello base della piramide di Getz (Fig. 4).
- *Eventi di animazione territoriale*, a cui partecipano locali, escursionisti, villeggianti e turisti già presenti in loco. Le caratteristiche di questi eventi sono il posizionarsi in giornate o periodi dove vi è già una buona presenza di pubblico, anche a costo di tradire la data celebrativa di riferimento qualora esistente. La scelta delle location è legata alla vicinanza con il target. Ad esempio sagre e eventi enogastronomici, ma anche artistici realizzati in alta stagione. Sono eventi incentrati sull'aggregazione e/o sul far trascorrere dei momenti piacevoli a chi è già in zona o perché ci abita o perché ha scelto quella meta per trascorrere una vacanza in loco. Qui dunque l'obiettivo non è far venire nuovi turisti ma approfittare del fatto che sono già presenti, attirando semmai anche degli escursionisti.
- *Eventi pensati e realizzati per i turisti*, dove l'organizzazione nonché la promozione dell'evento è pensata per far arrivare persone in loco

appositamente. L'evento in tal caso deve essere capace di intercettare il target ben prima che scelga la meta del proprio viaggio o vacanza e indirizzarlo nella scelta.

Questa tipologia si trova già nella piramide di Getz ma non è detto che solo i mega eventi abbiano questa prerogativa. In certi casi anche eventi più piccoli possono avere questa capacità, non è la dimensione che definisce in modo automatico la presenza di turisti.

Va da sé che tale tassonomia intende essere utile ai fini dello studio del fenomeno; le cornici fra i tre gruppi sono permeabili per cui può accadere che un evento pensato per la comunità possa comunque attirare dei turisti così come senza dubbio un evento pensato per i turisti attirerà anche parte della comunità locale. Oltre al fatto che tutte e tre le tipologie hanno gran dignità ed è bene che in una qualsiasi località ci siano eventi sia per la comunità locale, che di intrattenimento oltre che turistici.

Quel che sembra importante è poter studiare le diverse metodologie organizzative, anche tenendo in considerazione la naturale evoluzione degli eventi.

Fig. 4 - Adattamento della piramide di Getz



Fonte: elaborazione degli Autori

Riflessioni conclusive

Lo studio ha inteso creare le basi per una corretta pianificazione degli eventi turistici a Ginosa analizzando sia la situazione legata ai dati disponibili sia con un'analisi dei singoli eventi realizzati nel 2023.

Nel corso della ricerca è emersa l'esigenza di specificare meglio da un punto di vista concettuale i diversi fruitori di un qualsiasi evento; a tal fine si è approfondito ed esteso il grafico di Getz sui potenziali pubblici degli eventi. Riteniamo essere l'apporto più significativo dello studio.

Per il resto abbiamo delineato un quadro abbastanza puntuale della situazione odierna a Ginosa nel rapporto turismo ed eventi sia in relazione alla sostenibilità del turismo sia rispetto al rendere disponibile un'analisi divisa fra paese e marina su quali dimensioni e caratteristiche un evento deve avere per essere in equilibrio.

Bibliografia

- Argano L. (2012), *Manuale di progettazione della cultura*, FrancoAngeli, Milano.
- Bottini L. (2022), *Luoghi, eventi e turismo: una prospettiva sociologica*, Ledizioni, Milano.
- Brunet F. (1995), *An economic analysis of the Barcelona'92 Olympic Games: resources, financing and impact*, Centre d'Estudis Olímpics UAB, Barcellona.
- Bonetti E., Izzo F., Masiello B. (2019), "La cultura in piazza (virtuale). Le strategie di comunicazione social dei festival culturali in Italia", in Aa.Vv., *XXIII Rapporto sul turismo italiano. 2018-2019*, Rogiosi, Napoli.
- Case R. (2013), *Events and the environment*, Routledge, Londra.
- CISSET (2015), *Grandi e piccoli eventi: opportunità per il turismo volano per il territorio*, testo disponibile al sito: www.federalberghi.it/content/SiteAssets/Lists/Slider%20superiore/EditForm/Grandiepiccolieventi.pdf, data di consultazione: 20/09/2025.
- CISSET (2017), *Le ricadute degli eventi culturali e di spettacolo*, testo disponibile al sito: www.confcommercio.it/documents/20126/485949/Rapporto+sulle+ricadute+degli+eventi+culturali+e+di+spettacolo.pdf/146d6f67-62aa-0f0f-3e3d-7f49244dc5b0?version=1.1&t=1568883725626, data di consultazione: 22/09/2025.
- Fadini S. (2011), *Salvateci dalla Taranta*, ilmiolibro.it, Roma.
- Galvagno M., Giaccone S.C. (2017), *Il turismo creativo*, Giappichelli, Torino.
- Getz D. (2008), *Event tourism: Definition, evolution, and research*, «Tourism Management», 29 (3), pp. 403-428.
- Getz D., Page S.J. (2016), *Progress and prospects for event tourism research*, «Tourism Management», 52, pp. 593-631.
- Guala C. (2002), *Per una tipologia dei mega-eventi*, «Bollettino della società geografica italiana», VII, pp. 743-755.
- Hall M.C. (2012), *Sustainable mega-events: beyond the myth of balanced approaches to mega-event sustainability*, «Event Management», 16 (2), pp. 119-131.
- ISTAT (2023a), *Il turismo culturale in Italia: analisi territoriale integrata dei dati*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.

- ISTAT (2023b), *Report viaggi e vacanze 2022*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.
- OECD (2022), *Tourism Trends and Policies*, testo disponibile al sito: www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en.html, data di consultazione: 19/09/2025.
- Pernecky T., Lück M. (eds.) (2013), *Events, society and sustainability*, Routledge, London.
- Roche M. (2000), *Mega-events and Modernity*, Routledge, London.
- Yoodata (2023), *Indagine su domanda, offerta e strategie di sviluppo del prodotto culturale in Puglia*, Regione Puglia, Bari.

11. Turismo e nazionalismo: una panoramica storica dei casi austro-ungarico e jugoslavo

di Antonio Filicaia

1. Turismo, la storia di un fenomeno complesso

Il turismo è un fenomeno che permea la vita di tutti i giorni di molti Paesi in tutto il globo. Alcuni Stati, senza dubbio, ne sono stati maggiormente interessati, ma ciò non rende falso l'assunto secondo cui ci troviamo di fronte ad un evento di portata mondiale. Tuttavia, proprio in quanto fenomeno di questo tipo, il turismo, nel corso del tempo, è stato oggetto di una serie di interpretazioni, molto differenti fra loro.

Se consideriamo le sue origini, il turismo era un genere di divertimento adatto solo alle finanze delle famiglie nobili o altoborghesi. Esso, infatti, prima di diventare di massa era un fenomeno d'élite: il Grand Tour in voga nel XVIII secolo (con illustri rappresentanti dell'intelligèntsia e della nobiltà europee che avrebbero svolto il loro viaggio di formazione ancora nel XIX secolo) erano quasi un obbligo tra i rappresentanti dell'aristocrazia europea. Si trattava di viaggi che poteva svolgere solo chi economicamente poteva sostenerli. Tuttavia, essi hanno anche il merito di aver dato inizio alla popolarità dei luoghi che i giovani rampolli delle famiglie nobili visitavano. L'Italia vantava molte mete di questo tipo: Roma, Firenze, Venezia e altre importanti città della penisola iniziano a divenire luoghi di pellegrinaggio per masse sempre più ampie di amanti della bellezza e dell'arte da questo momento in poi. Firenze, ad esempio, riesce a costruire la propria fortuna sul recupero, operato dagli illuministi italiani, dell'idea di Rinascimento e di epoca d'oro della città proprio nel corso del XVIII secolo, specie durante il regno del Granduca e futuro imperatore Pietro Leopoldo (Findlen, 2013); la fortuna della città proseguirà nel tempo, e già nel 1790 vengono pubblicate guide bilingui delle principali attrazioni della città (Cochrane, 2013). Lo stesso processo avviene per molte altre località

italiane e non solo; tuttavia, ancora per tutto il XVIII secolo, il “turismo” resterà inteso in questo senso, qualcosa per ricchi e benestanti.

Un elemento di particolare importanza, in questa storia, è lo sviluppo di una letteratura per turisti. Già nel XVIII secolo vengono pubblicati diversi volumi pensati per aiutare i viaggiatori nelle loro visite, indicando alberghi, locande, osterie, stazioni di posta e tutti i luoghi a cui avrebbero potuto appoggiarsi nel corso dei loro spostamenti. Questa produzione libraria sarebbe divenuta sempre più importante e prolifica nel corso del tempo, e l'Ottocento rappresenta un punto di svolta anche in questo caso. Numerose sono le guide turistiche e di viaggio: ad esempio, quelle scritte e pubblicate da Francis Coghlan tra gli anni Venti e gli anni Sessanta del XIX secolo. Una di queste, era dedicata anche a Roma, Napoli e al Meridione d'Italia (Coghlan, 1863). Le guide dedicate all'Italia erano già numerose in passato (considerata la popolarità della penisola tra i nobili che prendevano parte al Gran Tour), ma nel corso dell'Ottocento ne vengono pubblicate in maggior numero, diverse delle quali in lingua italiana e pensate per dei lettori che abitavano in una certa zona dello stivale e che intendevano visitarne altre (Berrino, 2011).

Il turismo non diviene, come è possibile immaginare, un fenomeno di massa in un breve lasso di tempo: si tratta di un lungo processo che coinvolge il XIX secolo e sfocia nel XX. Il XIX secolo, in questo senso, si rivela fondamentale in quanto periodo di sviluppo dell'industria e dei sistemi economici di stampo capitalista. Questo genere di economia permette la nascita e la crescita di tutto ciò che oggi definiamo “di massa”: dal consumismo al turismo.

Alcuni storici individuano l'inizio della storia del turismo moderno con le prime visite turistiche di massa a Londra organizzate da Thomas Cook nel 1851 in occasione della Grande Esposizione di quell'anno tenutasi nella capitale britannica (Page, 2011). Di certo lo sviluppo di nuovi metodi di mobilità ha fortemente influenzato il modo di vivere i luoghi che vantano delle attrattive per i turisti. Anche alcuni provvedimenti di tipo sociale, come l'adozione delle ferie pagate a partire dagli anni Trenta del XX secolo da diversi governi di Paesi europei, avrebbe contribuito grandemente all'espansione del mercato del turismo di massa. Questa crescita sarebbe proseguita quasi senza sosta (se si esclude il periodo del Secondo conflitto mondiale), divenendo particolarmente impressionante fra gli anni Sessanta e Ottanta, grazie allo sviluppo di tecnologie ancora più avanzate (aerei con motori a reazione, computer, metodi di comunicazione a distanza), aumento di voli intercontinentali e sviluppo di reti per prenotazione e visite guidate (Sezgin, Yolal, 2012).

Se il turismo di massa, almeno in un primo momento, aveva riguardato principalmente le aree costiere di Francia e Gran Bretagna (così come le aree alpine), a partire dalla seconda metà del secolo i turisti iniziano a guardare con interesse anche le coste italiane, spagnole, cipriote, maltesi, greche e jugoslave: tutta l'area mediterranea viene interessata da questo movimento di scoperta, che nei decenni successivi arriverà a coinvolgere altre aree del globo, come il Sud-Est Asiatico, il Sud America l'Africa.

2. Turismo e identità nazionali

La volontà di scoprire nuovi luoghi e culture molto spesso scaturisce dalla consapevolezza dell'esistenza di quest'ultime, e che molte si differenziano fra di loro per diversi motivi. Data la volontà di questo piccolo studio di concentrarsi sulle dinamiche del turismo in Stati multinazionali esistenti a cavallo fra il XIX e il XX secolo, non ci si può esimere dal prendere in considerazione questi assunti che potrebbero sembrare ovvi.

Se si assumono per veri gli assunti qui considerati, il turismo ha una relazione con il concetto di cultura (e di nazione) che non può essere negata. Questo diviene particolarmente evidente proprio nel corso dell'Ottocento, il periodo storico che vede la nascita dell'idea di nazione e degli Stati nazionali che ancora oggi esistono. Senza il concetto prima culturale e poi politico di "nazione", l'Europa non avrebbe assunto la conformazione politico-sociale che conosciamo ai giorni nostri, vista, in alcuni casi, come il risultato di un processo che è iniziato in alcuni Stati (come Francia, Spagna e Gran Bretagna) già nel corso dei secoli medievali.

Il XIX secolo ha il merito (o il demerito, dipende dai punti di vista) di aver "delimitato", "rinchiuso" in spazi geografici ben definiti ciò che si intendeva con il concetto di "cultura nazionale": una lingua, delle tradizioni, un'identità. In questo senso si istituzionalizzava qualcosa che si percepiva già come esistente, come sempiterna, ma che mai aveva trovato una giusta collocazione e un riconoscimento diffuso nella storia dell'umanità. Il nazionalismo ottocentesco fa proprio questo: cerca, dal basso, di rendere evidenti agli occhi degli Stati delle identità che avevano sempre avuto ma che non avevano mai rivendicato per ciò che erano. È il fondamento stesso della forma di Stato, che, da questo momento in poi, non a caso verrà chiamato "Stato Nazionale". È qui che inizia quella confusione linguistica che ancora oggi ci porta a pensare che termini come "Nazione" e "Stato" significhino la medesima cosa.

È necessario analizzare, adesso, in che modo il fenomeno turistico come si lega a questo processo. Il *trait d'union* che connette questi due aspetti

della storia contemporanea (che sembrano così diversi fra loro) è proprio il concetto di “identità”: se si parte dal presupposto che ci siano molte identità, allora si svilupperà quel meccanismo di “scoperta” delle altre differenti dalla nostra che spingerà il turista (o lo studioso, finanche il semplice curioso) a viaggiare. Le differenze (anch’esse istituzionalizzate ed elevate a criterio di appartenenza o meno ad una nazione dalla politica del XIX secolo) divengono il motore principale di un fenomeno che, come abbiamo accennato, nato su basi prettamente elitarie, pian piano si ampliava, coinvolgendo fasce della popolazione sempre più grandi.

Ci accorgiamo, dunque, che l’intreccio fra nazionalismo e turismo non solo esiste, ma è anche particolarmente complesso, dati i mutevoli (e notevoli) risultati a cui esso può condurre. Questa complessità si rivela piuttosto esplosiva se la si pone nella temperie culturale della XIX secolo, quando concetti come “nazione” e “differenza” divengono così importanti, anche nelle politiche sociali e di rapporti con l’estero di un determinato Paese.

Spesso si ritiene che idee come quelle a cui abbiamo accennato siano importanti solo quando si considerano questioni come la politica estera o il posizionamento di un Paese rispetto ad un determinato fatto che lo riguarda direttamente o indirettamente. Un fenomeno come il turismo viene troppo spesso associato (non solo storicamente) ad una dimensione che riguarda soltanto l’aspetto dello svago e delle vacanze. Le decisioni che riguardano il “tempo libero” possono avere, nelle giuste condizioni, delle ricadute politiche e sociali importanti. Come si vedrà nei casi qui proposti, i secoli XIX e XX rappresentano dei momenti storici in cui queste condizioni si verificano in più momenti: uno di questi riguarda proprio la costituzione di stati multinazionali.

3. L’Impero austro-ungarico: il turismo come arma del nazionalismo

Lo Stato multinazionale è un qualcosa che mal si adatta alla filosofia politica ottocentesca, in quanto non conferisce alla nazione la centralità e la sacralità che ovunque le venivano riconosciute. Se, secondo il modo di pensiero tipico dei due secoli che stiamo considerando (e ancora oggi ampiamente condiviso) lo Stato diviene sinonimo ed estrinsecazione della Nazione, uno Stato che comprenda più nazioni entro i propri confini diviene un’anomalia, un monstrum che non rientra nelle regole. Se nazioni come quella italiana e quella tedesca (e prima ancora quelle inglese, francese e spagnola) avevano demolito il sistema di stati che prima occupavano il proprio territorio (sezionandolo e impedendogli di assumere per secoli la forma che “naturalmente” avrebbe dovuto avere), si capisce come

forme imperiali come quella Austro-Ungarica rappresentavano un processo anomalo.

L'impero Austro-Ungarico nasceva nel 1867 da quello che prima era semplicemente noto come Impero Austriaco, o Impero Asburgico. Era una compagine politico-territoriale "ingombrante" tanto dal punto di vista degli equilibri politici in Europa quanto da quello meramente spaziale. L'Impero occupava una porzione importante nel cuore del continente europeo, racchiudendo, entro i propri confini moltissime identità nazionali. Non solo austriaci e ungheresi, ma anche croati, bosniaci, rumeni, bulgari, slovacchi, ucraini, polacchi, italiani, sloveni e cechi. Fino al 1867 l'etnia principalmente riconosciuta (politicamente così come a livello linguistico) era quella austro-tedesca: la classe dirigente era germanofona e la capitale dell'Impero era unica, Vienna. Il 1848 è un anno cruciale per l'intero continente, ma per l'Impero austriaco in particolare: in Ungheria scoppiano violenti moti indipendentistici successivamente repressi nel sangue con l'aiuto delle armate russe inviate dallo Zar Nicola I (anche dopo la repressione, però, la tensione resterà alta: a testimonianza di ciò nel 1853 si verifica un attentato fallito ai danni dell'allora giovane imperatore Francesco Giuseppe) (Drimmel, 1992). La traumatica esperienza ungherese avrebbe a lungo segnato le decisioni dell'imperatore, e per questo non c'è da sorprendersi se, nel 1867 (dopo la dura sconfitta subita nella guerra contro la Prussia e l'Italia l'anno prima), egli autorizza l'*Ausgleich*, ovvero la riforma che avrebbe posto sullo stesso piano l'Impero austriaco e il Regno di Ungheria (Gyáni, Rácz, Dent, 2021). Da quel momento la compagine imperiale avrebbe ufficialmente riconosciuto due identità statali e nazionali, quella austriaca e ungherese, creando l'unione fra l'Impero e il Regno. Questo provvedimento, tuttavia, lascia le altre nell'ombra. Si tratta di un compromesso, in verità, e non particolarmente riuscito: ci si rendeva conto che l'impero, nella temperie culturale che aveva caratterizzato il risveglio delle nazioni in tutta Europa, non poteva continuare ad avere la forma che fino a quel momento aveva mantenuto. Tuttavia, troppe identità restavano indietro, sostanzialmente ignorate. Questo, con il passare del tempo, avrebbe portato a tensioni sempre più forti (solo nel 1868 verrà concessa la creazione di un terzo regno all'interno dell'impero, il Regno di Croazia e Slavonia. Questa compagine territoriale, tuttavia, comprenderà all'interno dei propri confini diverse nazionalità).

C'è da chiedersi come mettere in che relazione mettere le istanze nazionalistiche con lo sviluppo del turismo nella cornice imperial-regia. Al di là di quelle che potessero essere le decisioni politiche dell'imperatore e del Reichsrat, in quegli stessi anni il mercato del turismo di massa iniziava a muovere i primi passi anche nei territori imperiali. Quegli stessi luoghi,

abitati da popolazioni profondamente differenti, erano agitati da tensioni fra nazionalità confinanti. Il turismo, in questo senso, diveniva un ulteriore terreno di scontro. In questi anni si assiste alla creazione e alla diffusione di moltissime associazioni dedicate al turismo in buona parte dell'Impero, molte delle quali legate in particolar modo ad una determinata identità nazionale. Solo per l'identità austriaca (o di lingua tedesca più in generale), ne ritroviamo ben quattro: Nordmark, Südmark, Deutscher Schulverein e Deutscher Böhmerwaldbund (Judson, 2002). Possiamo ritrovare una situazione simile anche in altre zone dell'Impero, con altre identità nazionali, come quella ceca, polacca, croata, italiana. Quand'anche non ci fossero delle associazioni così ben definite, in generale si avvertiva che anche nel tempo libero si dovesse cercare di rispettare (e rafforzare) tali differenze.

È necessario comprendere di cosa si occupavano, nello specifico, queste associazioni: i servizi offerti erano di vario tipo, e spaziavano dal proporre itinerari e guide fino al presidiare dei luoghi ritenuti attrattivi per i visitatori e organizzarli per le visite, o magari per preservarli. Il tutto, però, era accompagnato da un forte senso di nazionalismo e di esaltazione della propria nazionalità, spesso a discapito delle altre presenti all'interno dei confini dell'impero.

Un esempio di questa latente rivalità ci è offerto dalla situazione nei territori dell'attuale Repubblica Ceca: questa zona dell'impero era abitata da due nazionalità, quella tedesca e quella ceca. La prima viveva nei territori a ridosso dell'Impero tedesco (nella regione dei Sudeti, divenuta tristemente famosa nel 1938 in seguito alla Conferenza di Monaco), mentre la seconda, maggioritaria, abitava il resto della regione. Nonostante ci fosse una differenza numerica importante fra le due popolazioni, sorgono associazioni nazionalistiche di diverso tipo, tanto per la componente tedesca quanto per quella ceca, e in entrambi i casi tra queste ce ne sono alcune che si occupano di turismo (la più importante di lingua tedesca, ad esempio, era proprio la Deutscher Böhmerwaldbund). Non a caso le associazioni di cultura tedesca avevano sede a Karlsbad (l'odierna Karlovy Vary), città preferita dall'aristocrazia viennese e tedesca, mentre quelle di cultura ceca si trovavano per la maggior parte a Praga (Judson, 2002).

Particolarmente esemplificativo, ai fini di questa piccola ricerca, è un caso riportato da Pieter Judson a proposito delle sacre rappresentazioni che avvenivano nella città di Hörtitz (oggi Horiče). In questa cittadina si svolgevano, dagli inizi del XIX secolo, delle tradizionali sacre rappresentazioni dedicate alla Passione di Cristo, che pian piano divennero particolarmente apprezzate nella zona, attirando anche molti turisti. Nonostante fossero nate con il mero intento di creare dei momenti di condivisione comunitaria, presto divennero preda delle ambizioni delle associazioni che curavano il

turismo di stampo nazionalista. Infatti, un'organizzazione di lingua tedesca (il *Deutscher Böhmerwaldbund*) iniziò a guardare con interesse a queste rappresentazioni, evidenziandone il carattere nazionale. La città aveva una popolazione di cultura quasi totalmente tedesca e infatti per questo i pochi abitanti cechi non prendevano parte a queste attività (anzi, dai ricordi dell'epoca, i cittadini di origine tedesca mantenevano una composta indifferenza nei confronti di quelli di lingua ceca) (Palkovič, Janoušek, 2016). Una delle rappresentazioni più apprezzate fu quella del 1893, quando venne diretta da Josef Ammann, un professore del liceo locale. In molti arrivavano nella piccola città per assistere a questi spettacoli divenuti famosi, tanto famosi da attirare persino dei pionieri cineasti e che girarono delle riprese degli spettacoli dal vivo. Uno di questi venne persino diretto da un regista americano, William Freeman, rappresentante negli Stati Uniti della ditta francese dei Fratelli Lumière (*The Horitz Passion Play – identifikace části Hořického pašijového filmu* (1897) | *Schwarzenberská granátnická garda*», s.d.). Le riprese vennero successivamente proiettate per la prima volta a Philadelphia il 22 novembre 1897, e poi mostrate in diverse località di Canada e Stati Uniti in una serie di conferenze. È facile ritenere oggi che il reale intento dell'operazione fosse dimostrare i prodigi della neonata macchina da cinepresa; tuttavia, la scelta delle sacre rappresentazioni di Höritz come soggetto delle pellicole è emblematica in quanto fenomeno assolutamente locale.

Un altro aspetto da prendere in considerazione (in particolar modo se guardiamo al periodo storico e al luogo geografico che stiamo considerando) è quello del turismo termale. Le terme, come spesso il panorama filmico ci lascia immaginare, erano un elemento molto importante nel concetto di villeggiatura che si aveva a cavallo tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX. Esse (a differenza del caso precedentemente trattato, dove l'estrazione sociale dei visitatori era più trasversale) erano uno dei passatempi preferiti della nobiltà e dell'alta borghesia: luoghi che erano contemporaneamente centri di villeggiatura e di cura per alcune malattie respiratorie, tipicamente il flagello di quella particolare epoca. Se questo era quello che avveniva nella maggior parte dei territori europei, il caso dell'Impero austro-ungarico (e della zona balcanica in genere) era unico in quanto presenti talmente tante strutture termali da essercene di adatte a tutte le tasche: una vera e propria cultura termale era presente in quelle terre da secoli, sicuramente documentata a partire dal XV secolo (Steward, 2000). A prescindere dalla vocazione vacanziera o sanitaria delle strutture considerate, si trattava di luoghi pensati per ospitare clienti alla ricerca degli affitti e dei servizi di cura offerti solo in quelle strutture. Di primo acchito sembrerebbe strano associare questi ritrovi con luoghi dove era possibile un'azione

turistica di stampo nazionalista, ma in alcuni casi era così: queste strutture, a volte, divenivano simboli e orgoglio di una determinata nazionalità o in altri, riunendo l'intellighèntsia nazionale entro le proprie mura, creavano le condizioni per cui turisti di aspirazioni particolarmente nazionaliste scegliessero la struttura in questione per le proprie vacanze.

Se si considera il primo caso, allora si può guardare ad Abbazia (l'odierna Opatija) in Croazia, dove sorgevano delle moderne e lussuose strutture pensate per le vacanze e le cure dei più ricchi. L'inizio di questa trasformazione di una zona tutto sommato anonima fino a metà del XIX secolo, avviene negli anni Ottanta, e in particolare nel 1889, quando Abbazia diviene ufficialmente sede di una Kurort, ovvero di una spa di tipo sanitario (Muzur, Škrobonja, 2007). La costruzione della ferrovia Südbahn da lì a poco tempo non avrebbe fatto altro che agevolare i flussi di visitatori. Negli anni successivi gli istituti di Abbazia si evolsero in luoghi non solo pensati per la salute ma anche per lo svago, divenendo motivo d'orgoglio per la regione e, soprattutto, permettendo una progressiva identificazione del turismo termale nella zona dell'Adriatico con la Croazia. I ritmi di crescita della città e della zona circostante in generale furono altissimi, tanto da farla divenire in poco tempo la seconda meta turistica più apprezzata di tutto l'Impero, seconda solo a Karlsbad. Come avremo modo di vedere, queste coincidenze avrebbero fatto la futura fortuna turistica di quella zona dei Balcani anche nei decenni successivi alla caduta dell'impero. Ciò che è caratteristico del caso di Abbazia, tuttavia, è il fatto che questo luogo, come già accennato, divenne motivo d'orgoglio per i nazionalisti croati, tanto che nei primi anni del XX secolo si assiste alla fondazione di diversi gruppi e associazioni nella città che promuovevano istanze di risveglio nazionale: fra queste si ricordano una Narodni dom fondata nel 1904 e un ginnasio di lingua croata nel 1909 (Jeličić, 2022). In questo modo la città divenne un centro da cui si irradiarono nella regione idee di stampo nazionalista croato che sarebbero sopravvissute all'impero nei decenni successivi. La città, perla sull'Adriatico, era percepita come il luogo privilegiato da cui sarebbe potuta partire la rinascita della cultura e della nazione croate.

Un caso simile ma con delle differenze ravvisabili è quello di Zakopane, in Polonia. Si tratta di una piccola città polacca nella regione di Podhale, a ridosso di quello che oggi è il confine con la Slovacchia. Si tratta di una zona di carattere prevalentemente rurale, ma anche qui è avvenuto lo stesso rapido cambiamento che abbiamo visto per Abbazia: in poco tempo, a seguito della costruzione di centri termali, alberghi e altre strutture ricettive (specie per il turismo invernale), la cittadina attirò moltissime persone, divenendo famosa. Tra i visitatori c'erano spesso intellettuali e patrioti polacchi, persone che perseguivano l'obiettivo e il sogno di una

Polonia riunificata e libera (ricordiamo che, all'epoca, il territorio polacco era controllato dall'Impero tedesco a Ovest, da quello Russo a Est e da quello Austro-Ungarico a Sud). Questo gruppo di sostenitori della cultura e dell'indipendenza polacca elessero Zakopane (e le sue strutture turistiche, in particolare) come luogo privilegiato per riunirsi, rendendolo iconico agli occhi degli altri. Al fine di comprendere quanto fosse divenuta importante questa località dobbiamo considerare l'associazione, che sarebbe nata da lì a poco, tra lo *styl zakopiański* (lo stile degli edifici e delle strutture della zona) e ciò che si riteneva essere “puramente polacco”. Questo stile venne elaborato da Stanisław Witkiewicz, un pittore polacco che decise di creare, unendo elementi tipici dell'arte e dell'architettura dei Carpazi, uno stile “nazionale”, che rappresentasse la cultura polacca per secoli repressa e ignorata. Il tutto, sotto gli occhi delle migliaia di visitatori che raggiungevano la cittadina polacca (Steward, 2000).

In conclusione, possiamo dedurre quanto, nei territori dell'Impero Austro-Ungarico, il turismo fosse percepito come un'arma per rivendicare tradizioni, territori e tratti culturali. Proprio nello Stato che (nella storia europea recente) ha ospitato il più alto numero di nazionalità entro i propri confini, queste rivalità venivano esacerbate al punto di arrivare, in certi casi, anche alla violenza fisica. Si ricorda, a tal proposito, un'aggressione avvenuta ai danni di alcuni turisti di lingua tedesca e portata avanti da nazionalisti cechi a Eleonorenhain nel 1908 (Judson, 2002).

Ovviamente non mancano casi in cui queste associazioni turistico-nazionaliste venivano limitate nella propria capacità d'azione da politici locali lungimiranti che comprendevano la pericolosità del loro messaggio, ma bisogna anche sottolineare la mancanza di una linea d'azione condivisa, di un “attenzionamento” da parte della corte imperiale di una questione che risultava tra le più spinose della propria epoca, specie nei territori dell'impero asburgico.

4. La Repubblica Jugoslava e la difficile costruzione di un'identità condivisa attraverso il turismo

Nella seconda parte di questo scritto ci si dedicherà all'analisi del mercato turistico (e dei legami di quest'ultimo con il nazionalismo locale) di un'altra entità statale multinazionale che avrebbe insistito su alcuni dei territori precedentemente parte dell'Impero Austro-Ungarico, la Repubblica Jugoslava. L'impero asburgico crollò nel 1918, a seguito della fine della Prima guerra mondiale. Dalle sue ceneri sorsero una serie di Stati nazionali (come la Repubblica Austriaca, l'Ungheria, la Cecoslovacchia, quasi a

voler completare quel processo iniziato ma lasciato a metà con l'Ausgleich del 1867) e un grande Stato multinazionale che si estendeva dalla Slovenia a Nord fino alla Serbia a Sud, il Regno di Jugoslavia, guidato dalla dinastia dei Karadordević. La nuova monarchia riuniva, all'interno dei suoi confini, molte nazionalità tra cui primeggiava quella serba (ma assieme ad essa erano presenti quelle slovena, croata, bosniaca, macedone, montenegrina e altre minoritarie) (Djordjević, 1980), e si configurava come l'unione di più distretti amministrativi (nove, detti *banovine*) sancita dall'espansione del Regno di Serbia già esistente prima della Grande Guerra (non a caso, infatti, la capitale aveva sede a Belgrado). Ogni *banovina* aveva anch'essa una capitale e disegnava i propri confini, più o meno, sui territori abitati da ogni gruppo etnico.

Il nuovo Regno di Jugoslavia, quindi, si proponeva di portare avanti un progetto multinazionale (come già tentato, come si è visto, dal precedente impero asburgico) e di far convivere più nazionalità di discendenza slava, variamente caratterizzate da lingue, tradizioni e religioni differenti: un compito, come si può già immaginare, di non facile compimento. Il regno, tuttavia, ebbe vita breve: dopo l'uccisione del primo re Alessandro I (fautore di una politica dittatoriale) a Marsiglia nel 1934, e il breve regno di suo figlio Pietro, il paese fu coinvolto nei fatti della Seconda guerra mondiale, venendo invaso e occupato dalle forze dell'Asse dal 1941 al 1945. Gli anni della guerra favorirono l'emergere di gruppi armati (che si opposero o collaborarono con gli occupanti – a volte anche entrambe le cose) che si rifacevano a idee nazionaliste relative ai diversi gruppi etnici presenti entro i confini statali, così come all'ideologia comunista sostenuta da Josip Broz Tito e dai suoi partigiani. Fu proprio lui a divenire presidente della Repubblica Federale Democratica di Jugoslava, uno Stato di ispirazione socialista nato a seguito del conflitto e dissoltosi con le Guerre jugoslave degli anni Novanta. Per certi versi, la nuova struttura statale guardava la modello sovietico in quanto le precedenti *banovine* vennero sostituite da sei repubbliche federali: Slovenia, Croazia, Bosnia e Herzegovina, Serbia, Montenegro ed infine Macedonia.

Il turismo e le varie identità nazionali nei territori jugoslavi incrociarono più volte le proprie strade, sia durante la fase monarchica che durante quella repubblicana. In un primo momento la maggior parte delle dei turisti seguiva gli itinerari già famosi in epoca precedente alla Grande Guerra: spesso aristocratici serbi e provenienti da altre zone dei Balcani si recavano presso i famosi centri termali di cui si è discusso nel paragrafo precedente. In età monarchica si sviluppò una cultura turistica che guardava soprattutto alle zone balneari dell'Adriatico (che sarebbero sempre rimaste la meta principale dei turisti in Jugoslavia), alla Serbia del sud e alla

Slovenia, all'epoca le zone del Paese più amate dai visitatori (Krejić, Palić, 2020). A testimonianza dei primi passi mossi nel mercato del turismo dal neonato Stato jugoslavo si ricorda la creazione di Putnik, la prima agenzia turistica statale, e di altri gruppi di promozione del turismo come il Savez unapredenje turizma di Spalato e altri collettivi simili a Dubrovnik e Susak. Si ricorda, inoltre, l'importanza delle pubblicazioni dedicate al turismo nazionale sulla rivista *Jugoslavija*, *Jugoslavonski Turizam*, pubblicata dal 1929 in poi (Bilandzic, 2016).

Nonostante i primi passi verso lo sviluppo di un mercato turistico nazionale e internazionale siano stati mossi negli anni Venti e Trenta, gli avvenimenti della Seconda guerra mondiale vanificarono questi sforzi e il successivo cambio di regime non aiutò di certo la costruzione di un'offerta turistica ampia e variegata. Il governo comunista successivo alla caduta della monarchia non riteneva di vitale importanza lo sviluppo del turismo, in quanto il Paese era stato gravemente messo alla prova dal conflitto e dall'occupazione nazifascista. I turisti avrebbero ripreso ad arrivare in Jugoslavia in maniera lenta e graduale, e solo nel 1954 le presenze di visitatori avrebbero raggiunto quelle del 1939 (CIA, 1971). Il governo avrebbe nuovamente iniziato a guardare con interesse al mercato turistico solo nel 1962, quando Tito annunciò che l'economia jugoslava doveva, da quel momento, svilupparsi anche nel suo comparto turistico in quanto la nazione offriva dei paesaggi naturali unici (specie sul litorale adriatico) che andavano sfruttati (CIA, 1971). La politica jugoslava era consapevole del fascino che i paesaggi locali esercitavano sui turisti già prima di questa dichiarazione di Tito, ma da quel momento l'attitudine nei confronti del turismo cambiò, passando da essere un settore totalmente secondario ad esserne uno di primaria importanza, da sviluppare e sfruttare.

Il rinnovato interesse da parte del governo jugoslavo nei confronti del turismo lo si può spiegare con l'equilibrio (o disequilibrio, come andremo a vedere) che l'economia nazionale aveva trovato negli anni del dopoguerra. Inizialmente considerata parte a tutti gli effetti del blocco sovietico, la Jugoslavia si trovava in una posizione particolare a partire dal 1948, quando il Paese balcanico, pur restando uno Stato socialista, venne "scomunicato" dal Cominform, in quanto Tito (all'epoca primo ministro) aveva sostenuto il progetto di una federazione balcanica che comprendesse anche la Bulgaria e l'Albania. Questo progetto aveva scatenato le ire di Stalin in quanto avrebbe leso gli interessi sovietici nell'area, che prevedevano la permanenza di Stati indipendenti ma sotto l'indiretto controllo di Mosca; si temeva che quest'ultima potesse essere lesa dall'ambizione jugoslava. Tito, inoltre, si era dimostrato un personaggio troppo carismatico e importante perché potesse "condividere" la sua influenza nel blocco sovietico con Stalin:

questa fu una motivazione evidente ma mai esplicitata che giustificò più di altre il divorzio fra Unione Sovietica e Jugoslavia. L'elemento personale era presente e fondamentale (Jakovina, Previšić, 2020). Fino al 1953 la situazione sarebbe rimasta quella sancita cinque anni prima; solo la morte di Stalin, avvenuta il 5 marzo di quell'anno, avrebbe contribuito a distendere (anche se non totalmente) la situazione, facendo sì che tra Unione Sovietica e Jugoslavia si instaurassero dei rapporti quantomeno cordiali.

L'essere tagliata fuori dalle simpatie (e dal controllo) di Mosca, rese Belgrado una capitale con maggiore potere decisionale di molte sue pari di altri Stati dell'Est Europa: in virtù di questa consapevolezza la Jugoslavia, pur essendo un regime comunista, mantenne rapporti in egual misura con Occidente e Oriente. Questi rapporti si esplicitavano, nel concreto, in accordi commerciali: importazioni ed esportazioni. Non era sempre stato così, però: inizialmente, proprio rifacendosi al modello sovietico, l'economia jugoslava era stata modellata sul concetto di autarchia e autosufficienza. La rottura dei rapporti con Mosca, tuttavia, mise in discussione questa scelta e già nel 1952 si assiste alla promulgazione di una riforma che cambia l'assetto e l'orientamento dell'economia nazionale. Ci si apre maggiormente al commercio con l'estero (Occidente compreso): alle aziende viene concesso di investire una quota del proprio capitale in commercio con l'estero e viene sviluppato con un ampio sistema di esportazioni e importazioni. In questo meccanismo, tuttavia, si crea uno squilibrio, in quanto la Jugoslavia esportava meno di quanto importava, principalmente beni occidentali. Questa posizione se da una parte contribuiva, da un punto di vista politico, a far sì che il Paese mantenesse una posizione intermedia tra i due blocchi, dall'altra rendeva il Paese dipendente dalle importazioni, specie per quello che riguardava l'industria pesante (Sirc, 1979). Il disavanzo generato dalle importazioni rispetto alle esportazioni nel 1970 era di 1,2 miliardi di dollari l'anno (CIA, 1971). La carenza produttiva industriale interna al Paese andava compensata con delle entrate generate in maniera totalmente "domestica": in questo senso, quindi, il turismo risultava essere una fonte di entrata particolarmente adatta alla situazione economica che i decisori politici si ritrovavano a dover gestire.

Dagli anni Sessanta in poi, quindi, l'offerta turistica della Jugoslavia si ampliò notevolmente, permettendo così l'aumento del numero di turisti in arrivo nel Paese balcanico ogni anno. Se nel 1962, l'anno in cui Tito si esprime a favore di un'espansione del mercato turistico nazionale, le entrate lorde annue derivanti da quest'ultimo ammontavano a 32 milioni di dollari, già nel 1963 erano salite a 53 milioni e nel 1969 avrebbero raggiunto i 247,5 milioni: la crescita è rapida e impressionante (CIA, 1971).

In questo periodo assistiamo anche all'espansione del numero e della capienza di strutture volte ad accogliere i turisti. Gli anni Sessanta vedono la nascita e lo sviluppo di nuovi centri turistici così come di il recupero di alcuni che già esistevano: esempi interessanti sono quelli di Crvena Luka, dove un villaggio turistico viene inaugurato nel 1963 e quello di Sveti Stefan, in Montenegro, dove una struttura simile viene aperta già nel 1960, prima ancora che Tito si esprimesse sulla questione turistica (Canali, 2016). Altrettanto interessante è notare come si dà, in questo periodo, grande importanza alla formazione di architetti che progettino strutture come alberghi, casinò e simili: le università croate (in particolare quella di Zagabria, attraverso la *hrvatska škola arhitekture*) in questi anni si dedicano più che in passato alla formazione di questa tipologia di professionisti, proprio perché se ne avverte l'importanza. L'architettura jugoslava, in questo periodo, diverrà particolarmente prolifica e produrrà una propria versione dell'International style architettonico, caratterizzato da strutture lineari e semplici nel design (Canali, 2016). Questo non è un caso: la Croazia, a livello di repubblica federale, era quella che ospitava più turisti ogni anno, soprattutto in virtù del controllo quasi totale del litorale adriatico. Questa fortuna "geografica" motiva il maggiore sviluppo della repubblica rispetto alle altre; il disavanzo è particolarmente evidente quando la si confronta con la Bosnia e il Montenegro, anch'esse repubbliche federali ma decisamente più depresse per quello che riguardava il mercato turistico.

Già alla fine degli anni Sessanta, quindi, la Jugoslavia poteva contare su un comparto turistico notevole e su entrate annue non risibili. Si rende necessario ora, ai fini di rispondere alle domande da cui questa ricerca è partita, chiarire in che modo il turismo e il nazionalismo hanno interagito in questo contesto¹. In questa cornice si devono considerare principalmente due forme di turismo, il "turismo di guerra" e quello che non ruota attorno ad una tematica precisa, volto alla visita e al relax. Questa distinzione è importante in quanto, come si vedrà, ognuna delle due forme di turismo assume una forma precisa quanto entra a contatto con l'ideologia nazionalista.

Il cosiddetto "turismo di guerra" (ovvero quella fetta di mercato che ruotava attorno alla visita a musei e memoriali dedicati alla resistenza jugoslava durante la Seconda guerra mondiale) si sviluppa molto presto, già negli anni del secondo dopoguerra: l'esperienza resistenziale era estrema-

¹ L'autore ritiene importante fare una precisazione: si è consapevoli che le guerre jugoslave di fine secolo rappresentano l'esplosione violenta di sentimenti nazionalisti che erano già presenti nelle decadi precedenti. Tuttavia, questa ricerca non prende in considerazione quel periodo e quando ci si riferirà al "turismo di guerra" si farà riferimento a quella particolare forma di turismo che ruotava attorno ai memoriali e ai luoghi di combattimento della resistenza jugoslava al nazifascismo.

mente importante per la legittimazione della nuova repubblica (e lo sarà ancora di più dal 1953 in poi in quanto diviene presidente Tito, un ex capo della resistenza). In questa particolare forma di turismo i memoriali sono estremamente importanti: luoghi in cui il sacrificio e il riscatto del Paese prendevano una forma fisica e palpabile. È proprio in virtù di questa importanza che alla fine degli anni Quaranta e per tutti gli anni Cinquanta vengono costruiti numerosi memoriali nei luoghi che avevano visto scontri o massacri perpetrati dagli occupanti ai danni della popolazione locale. Tra quelli più importanti ricordiamo i monumenti di Beram (eretto nel 1951), del cantiere navale di Kraljevica (1952), di Kotorl (1954), di Kampor (1955) e di Slano (1961) (Canali, 2016). La rapidità con cui questi monumenti vengono costruiti è indicativa dell'importanza che ricoprivano agli occhi del governo centrale. Essi, pur essendo luoghi che esercitavano una certa attrattiva turistica, erano una parte fondamentale del processo di "jugoslavizzazione" delle varie repubbliche. È qui che, molto spesso, le differenze fra le diverse repubbliche federali e le varie etnie venivano accantonate di fronte al carattere nazionale degli eventi che si ricordavano. In presenza di questi monumenti si era jugoslavi prima di essere sloveni, croati, bosniaci, serbi, montenegrini o macedoni. Se pensiamo a questo allora possiamo comprendere perché questi cenotafi (e le visite organizzate che si sviluppavano attorno ad essi) fossero pensati principalmente per un pubblico nazionale, interno. L'idea era quella di creare una coscienza comune, un sentire che unisse tutti gli jugoslavi sotto un'unica bandiera. Interessante è la lettura che Marin Cetinić dà del fenomeno del turismo: esso deve essere inteso come parte integrante dell'organizzazione del lavoro. Egli era un sostenitore del turismo come mezzo per rafforzare l'unità nazionale, unendo il relax di passeggiate e pic-nic alla visita di luoghi che testimoniassero l'importanza del restare uniti, come i memoriali dei caduti che, nei suoi scritti, raccomandava di identificare e proteggere (Hannes, Taylor, 2010).

Un ultimo aspetto da considerare riguarda, invece, lo sviluppo della seconda forma di turismo che stiamo considerando, ovvero quella pensata più per il relax e lo svago. Come è immaginabile, si trattava della forma di vacanze preferita tanto dagli stessi jugoslavi quanto dai turisti stranieri. Tuttavia, esso agiva in direzione opposta rispetto ai principi che invece promuoveva il "turismo di guerra": questo perché alcune repubbliche erano decisamente più avvantaggiate di altre. Come chi legge probabilmente immaginerà a questo punto, la repubblica che più di tutte aveva sviluppato un mercato turistico florido e solido era la Croazia: alberghi, resort, spiagge e villaggi turistici costellavano l'intero litorale adriatico, quasi completamente sotto il controllo delle politiche di Zagabria. La repubblica federale croata, inoltre, era quella che riceveva maggiori finanziamenti da parte del

governo centrale proprio per i vantaggi che offriva da un punto di vista geografico e la maggiore expertise che aveva maturato nel corso dei decenni in questo particolare settore economico (ricordiamo che la Croazia era una zona scelta da molti turisti già in epoca imperiale). Un maggiore sviluppo di una repubblica rispetto alle altre non poteva che portare a rivalità e al riemergere di vecchi nazionalismi mai del tutto sopiti. Il turismo rappresentava una delle vie d'entrata principali per varie valute straniere: molte di queste erano occidentali e decisamente più forti del dinar locale (Batović, 2017); tuttavia, molte di queste riserve di denaro spesso restavano nella repubblica dove i turisti arrivavano e risiedevano per il loro soggiorno. Nella maggior parte dei casi, si trattava proprio della Croazia. Per quanto appaiano come elementi distanti, il turismo e il successo da questo punto di vista della Croazia non fecero altro che esacerbare le rivalità nei confronti delle altre etnie e repubbliche.

Si delineano così delle tendenze opposte: da una parte, dalla volontà di creare una linea comune di turismo nazionale che educi i cittadini ad un sentire comune del senso di nazione, dall'altra una serie di politiche interne alle repubbliche federali non equamente gestite dal governo di Belgrado che non facevano altro che alimentare rivalità e nazionalismi.

In entrambi i casi storici analizzati è stato possibile notare come il nazionalismo e il turismo siano più volte entrati in contatto, dando vita a scenari piuttosto variegati: il mercato turistico, infatti, poteva essere utilizzato tanto per alimentare la rivalità fra nazionalità (come si è osservato nel caso austro-ungarico), quanto per spingere all'avvicinamento quest'ultime, seppur con risultati non sempre ottimi (come nel caso jugoslavo). Centrale, nell'esperienza di entrambi gli stati osservati, si è rivelata la mancante o l'insufficiente azione da parte dei governi centrali al fine di fermare derive nazionalistiche che hanno portato, nel corso degli anni, a tensioni e fratture nel tessuto statale che non sempre è stato possibile rimarginare.

Bibliografia e sitografia

- Krumlovskagarda (s.d.), *The Horitz Passion Play – identifikace části Hořického pašijového filmu (1897)* | *Schwarzenberská granátnická garda*, testo disponibile al sito: www.krumlovskagarda.cz/film-horice/#Nov%C3%A9%20Otazn%C3%ADky%20kolem%20Ho%C5%99ick%C3%A9ho%20Pa%C5%A1jov%C3%A9ho%20filmu, data di consultazione: 30/09/2024.
- Batović A. (2017), *The Croatian Spring: Nationalism, Repression and Foreign Policy Under Tito*, I.B. Tauris, Londra.
- Berrino A. (2011), *La storia del turismo in Italia*, «Nuova informazione bibliografica», 4, pp. 803-816.

- Bilandzic L.M. (2016), *Hanns Wagula i Turistički Plakat u Hrvatskoj Između Dvaju Svjetskih Ratova / Hanns Wagula and Travel Poster in Croatia between the Two World Wars*, Radovi Instituta Za Povijest Umjetnosti, Zagreb.
- Canali F. (2015), *Il “Litorale jugoslavo. Guida e Atlante” (1966): la costruzione dei grandi complessi alberghieri. Un turismo ‘diverso’: monumenti celebrativi e nuovi complessi balneari nella Jugoslavia socialista (1955-1975)*, «ASUP - Analisi di Storia dell’urbanistica e del paesaggio», 3, pp. 1342-359.
- Cochrane E. (2013), *Florence in the Forgotten Centuries, 1527-1800: A History of Florence and the Florentines in the Age of the Grand Dukes*, University of Chicago Press, Chicago.
- Coghlan F. (1863), *Coghlan’s Handbook for Travellers in Southern Italy, Comprising Rome, Naples, and Sicily*, Trübner & Co., Londra.
- Djordjević D. (1980), *The Creation of Yugoslavia, 1914-1918*, Clio Books, Santa Barbara CA.
- Drimmel H. (1992), *Franz Joseph, Biographie einer Epoche*, Amaltea, Monaco.
- Findlen P. (2013), *The 2012 Josephine Waters Bennett Lecture: The Eighteenth-Century Invention of the Renaissance: Lessons from the Uffizi*, «Renaissance Quarterly», 66 (1), pp. 1-34.
- Gyáni G., Rác K., Dent B. (2021), *The Creation of the Austro-Hungarian Monarchy: A Hungarian Perspective*, Routledge, New York.
- Hannes G., Taylor K. (eds.) (2010), *Yugoslavia’s Sunny Side: A History of Tourism in Socialism (1950s-1980s)*, Central European University Press, Budapest.
- Jakovina T., Previšić M. (2020), *The Tito-Stalin Split – 70 Years After*, Historia 31, Ljubljana.
- Jeličić I. (2022), *I Migliori Elementi d’italianità. Local Political Power Ascension and Italianization during the First Years of Post-World War I in Volosca-Abbazia, 1918-1920*, «Acta Histriae», 30 (2), pp. 429-450.
- Judson P.M. (2002), *“Every German Visitor Has A Volkisch Obligation He Must Fulfill”: Nationalist Tourism In The Austrian Empire, 1880-1918*, «Histories of Leisure», pp. 147-168.
- Krejić Ž., Palić J. (2020), *Travel Culture in Yugoslavia, Philosophy, Sociology, «Psychology and History»*, 19, pp. 165-177.
- Muzur A., Škrobonja A. (2007), *Opatija: Spa Tradition Transforming into Modern Health Tourism?*, «Croatian Medical Journal», 48, pp. 1-25.
- Page S. (2011), *Tourism Management: An Introduction*, Routledge, New York.
- Palkovič J., Janoušek I. (2016), *200 let Hořických pašijových her / 200 Jahre Höritzer Passionsspiele*, Foto Mida, Benešov nad Černou.
- Sezgin E., Medet Y. (2012), *Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development*, testo disponibile al sito: www.intechopen.com/chapters/35520, data di consultazione: 28/09/2025.
- Sirc L. (1979), *The Yugoslav Economy under Self-Management*, Palgrave Macmillan, Londra.

- Steward J. (2000), "The SPA Towns of the Austro-Hungarian Empire and the Growth of Tourist Culture: 1860-1914", in Borsay P., Herschfelder G., Mohrmann R. (eds.), *Urban History: Aspects of European Art, Health, Tourism and Leisure since the Enlightenment*, Waxmann Verlag, Münster.
- Tvrtko J., Previšić M. (eds.) (2020), *The Tito-Stalin Split 70 Years After*. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu - FF Press, Zagreb.
- Živana K., Palić J. (2020), *Travel culture in Yugoslavia: an analysis of tourism propaganda*, «Facta Universitatis Series Philosophy Sociology Psychology and History», 19, pp. 165-177.

12. Nuovi itinerari di turismo culturale sulle antiche rotte commerciali: la Strada del vino dell'Etna

di *Isabella Frescura*

Introduzione

Il turismo legato alla fruizione culturale, negli ultimi anni mostra una significativa crescita, favorita dall'avanzare di nuove tematiche, che associate agli effetti della globalizzazione e della democratizzazione culturale, ne hanno determinato la trasformazione da fenomeno di nicchia a fenomeno di massa (Richards, 2007, pp. 1-24).

In particolare, il percorso evolutivo che ha interessato ed interessa tuttora la produzione ed il consumo turistico culturale si caratterizza per il passaggio da forme tradizionali di turismo culturale ad altre, legate alla valorizzazione di aspetti specifici dell'heritage¹ di un territorio, fino a giungere a quello che da qualche anno viene identificato come "turismo creativo".

Si è dinanzi a segnali evidenti di una trasformazione del turismo culturale, attraverso modalità di fruizione caratterizzate da una forte valenza esperienziale ed emozionale, con un rapporto nei confronti del territorio e della comunità verso cui si indirizza il consumo culturale e la vacanza.

In questa nuova accezione del turismo culturale, legata alla creatività e alla fruizione esperienziale, l'itinerario culturale offre possibilità concrete di svilupparsi come contenitore di processi creativi aderenti alle radici culturali, storiche e sociali del territorio ed in linea con le attuali tendenze.

L'estendibilità del concetto di cultura e la sua applicazione in ambito turistico lasciano spazio a cambiamenti nelle aspettative dei turisti nei confronti della vacanza. Il viaggiatore moderno è infatti alla ricerca di "nuovi turismi", di nuovi prodotti, di nuove emozioni ed attività che lo pongano al centro dell'esperienza vissuta.

¹ Con il termine Heritage, mutuato dal francese, si intende il patrimonio ereditato dal passato, sia naturale, sia culturale.

In quest'ottica, uno tra i fenomeni più interessanti degli ultimi tempi è costituito dal “turismo del vino” o “enoturismo”.

Attorno al vino sono nate nuove e più qualificanti esperienze: non solo degustazioni, visite ed eventi, ma attività outdoor tra i vigneti, esperienze di vendemmia turistica, alberghi tematici, solo per citarne alcune.

Come strumenti di sviluppo e di promozione dell'enoturismo diventano fondamentali le Strade del Vino, itinerari in cui la degustazione delle produzioni vinicole locali si abbina alla visita dei luoghi e dei territori di produzione, alla conoscenza della cultura, delle tradizioni e della gente che vive su quei territori.

1. I nuovi trend del turismo culturale: l'enoturismo

Negli ultimi decenni, con l'avvento delle tecnologie, l'innovazione applicata ad ogni settore produttivo, nonché il consumatore che diventa più cosciente ed informato, si sta sviluppando un fenomeno turistico di particolare importanza: l'enoturismo.

L'enoturismo deve il proprio significato alla parola greca *oinos* (vino) ed indica quella tipologia di turismo il cui interesse è incentrato sul godimento culturale ed enofilo del vino, del vigneto e della sua terra (Brioschi, 2009, p. 56).

Esso si basa su un percorso che le aziende, e non solo, creano per il consumatore, al fine di riscoprire il gusto della tradizione, in un contesto locale in cui la tipicità del territorio e le iniziative culturali consentono al turista-consumatore di sentirsi parte del territorio stesso, fondendosi ad esso e cogliendone ogni possibilità presente.

Il turismo enologico ha tutte le caratteristiche per essere definito un nuovo trend culturale che raccoglie tutti quei consumatori che non si legano solo all'aspetto materiale e commerciale del prodotto, ma ricercano in esso l'immaterialità e la fusione con il luogo, in modo tale da vivere una nuova esperienza sensoriale (Scacchieri, 2010, p. 11).

L'enoturista moderno è sempre più alla ricerca di nuovi prodotti tipici del territorio che visita, genuini ed autentici, che soddisfino la sua curiosità e le sue aspettative di vivere la vacanza come un'esperienza di scoperta e di conoscenza.

Il turista di oggi chiede e si informa dei prodotti e della loro qualità, è condizionato o spinto da molteplici motivazioni di acquisto e di comportamento nella scelta dei consumi, è sempre più attento alla sostenibilità e manifesta una maggiore sensibilità verso gli aspetti naturalistico-ambientali (Agazzani, 2009, p. 282).

A tal proposito, intere destinazioni, per promuovere il proprio territorio ed aumentare i flussi turistici, hanno puntato sulla valorizzazione del paesaggio naturale e la protezione degli ecosistemi circostanti, attuando politiche di sostenibilità ambientale, al fine di creare flussi turistici duraturi, con particolare attenzione alla preservazione del territorio e delle sue principali risorse (Lozato-Gotart, Balfet, 2009, p. 109).

Nell'ottica di un turismo sostenibile, anche quello del vino si configura sempre più come un elemento strategico per la valorizzazione e la promozione del territorio, oltre a rappresentare un'importante opportunità di sviluppo economico (Hall *et al.*, 2000, pp. 3-5; López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, 2011, pp. 70-73).

Da un lato, l'enoturismo contribuisce alla valorizzazione della cultura rurale e produttiva locale, rafforza nei residenti la consapevolezza dell'identità culturale e del senso di appartenenza, e favorisce – dato non trascurabile – un incremento dell'occupazione (Unwto, 2019, pp. 12-14). Dall'altro, incide positivamente non solo sulla promozione del brand territoriale e sul suo posizionamento competitivo, ma anche sulla vendita diretta dei prodotti vitivinicoli. L'enoturismo, infatti, può essere considerato non solo una “vetrina” per il territorio, ma una concreta opportunità di business su cui investire (Getz, Brown, 2006, pp. 147-150; Carlsen, Charters, 2006, pp. 13-18).

Il turismo del vino, quindi, può completare l'offerta turistica esistente, sviluppare nuove opportunità e fungere da driver per una differenziazione competitiva rispetto ad altre destinazioni, che non hanno questa peculiarità (Paniccia, Silvestrelli, Valeri, 2010, p. 300).

Vino, gastronomia e campagna delineano oggi la nuova frontiera del turismo. Il turismo del vino è in piena espansione perché costituisce l'anello di congiunzione tra arte, gastronomia ed ambiente.

Il valore dell'enoturismo in Italia ammonta nel 2024 a 2,9 miliardi di euro con un aumento del 16% rispetto al 2023. Inoltre, come dichiarato dal Ministero del Turismo l'eccellenza del vino italiano e la sua fama a livello mondiale fa sì che esso valga 14 miliardi di euro alla produzione e quasi 8 miliardi di euro di export (Osservatorio Nazionale del Turismo del Vino. 2024, p. 3).

Gli enoturisti, poi, sono viaggiatori di fascia medio-alta e per via della consistenza della loro spesa, risultano un target interessante anche dal punto di vista economico.

2. Le strade del vino

Gran parte della storia umana ruota attorno alle strade ed alle rotte marittime, che si intersecano sulla terra fino ai suoi estremi confini: la Via della Seta, la Via delle Spezie, le strade dell'ambra, la Via Appia sono solo alcune di quelle che hanno contribuito a forgiare il corso della storia, attraverso l'evoluzione culturale degli uomini che le hanno attraversate.

La strada è un percorso individuale di crescita e di ricerca, che sfocia in una visione dinamica: il fare strada, il mettersi in viaggio (Alberoni, 1964, p. 75).

Una Strada del vino collega tutte le risorse presenti in luoghi e territori ad alta vocazione vinicola, in grado di esercitare un'attrazione sulla domanda di enoturismo. Essa assume dunque una funzione istituzionale fondamentale: quella di facilitare l'incontro tra domanda turistica e offerta territoriale. Da un lato, gli attori della domanda sono rappresentati prevalentemente dai turisti, i quali percorrono itinerari tematici legati alla cultura del vino, motivati dal desiderio di vivere esperienze autentiche, enogastronomiche, culturali e paesaggistiche. Questi visitatori possono includere tanto appassionati di vino, quanto viaggiatori interessati alla scoperta del patrimonio rurale e storico del territorio. Dall'altro lato, gli attori dell'offerta includono tutte le realtà che vivono e operano lungo il tracciato della Strada del Vino, contribuendo attivamente alla costruzione dell'esperienza turistica. Tra queste si annoverano le cantine aperte al pubblico, i vigneti visitabili, i musei tematici ed i borghi storici, che rappresentano il patrimonio culturale e produttivo del territorio (Antonolo, Corigliano, 1999, p. 112).

Più in generale, una Strada del Vino collega tutte le risorse presenti in luoghi e territori ad alta vocazione vinicola, in grado di esercitare il proprio effetto sulla domanda di enoturismo.

Il prodotto ed il territorio di riferimento stanno alla base della motivazione per cui nasce una strada del vino. Attorno al prodotto, che deve essere di elevata qualità, devono emergere le peculiarità che determinano la motivazione del turista ad intraprendere un viaggio per gustare od acquistare quel prodotto (Candela, 1988, p. 119).

Una strada del vino è la sintesi di diverse componenti, che concorrono alla definizione di un patto per lo sviluppo del territorio, dandosi regole e modelli comuni di comportamento, creando quella una «rete di culture, di interessi e di volontà» (Cinelli Colombini, 1992, p. 122).

A regolamentare il fenomeno delle strade del vino ha provveduto la legge n. 268 del 27 luglio 1999, a cui hanno successivamente fatto riferimento le regioni italiane che, tra il 2000 ed oggi, si sono dotate di leggi e regolamenti attuativi per l'istituzione di Strade del Vino e di Strade dei Vini e

dei Sapori (Peroni, 1992, p. 234). Un quadro normativo che dipinge in maniera complessa il fenomeno e ha dato vita all'istituzione di ben 150 strade in Italia, con la tendenza a un'ulteriore crescita del fenomeno (Gaeta, 2012, pp. 160-165).

Lungo le strade del vino si può sviluppare un turismo non più mosso soltanto dalle caratteristiche del territorio e dal vino stesso, ma spinto da molte altre motivazioni, che, aumentando il numero delle presenze, porterebbe un ritorno economico positivo lungo tutta la strada. Un turismo non di massa, perché molte strade del vino non sono fisicamente capaci di ospitare più di tanti turisti per volta, ma allo stesso tempo un turismo non più semplicemente collegato alla cantina o alla enoteca, bensì collegato a tutte le realtà presenti lungo la strada (Pieri, 1996, p. 96).

3. Il vino e l'enoturismo in Sicilia

L'arte del vino in Sicilia ha origini antichissime e la Sicilia con i suoi 128 mila ettari di superficie vitata è la regione italiana con il più elevato patrimonio viticolo; è quella in cui si concentra la maggiore produzione in volumi di vino, superiore del 10% circa al dato medio nazionale. Il settore vitivinicolo è uno tra i più importanti per l'economia regionale, costituendo parte dell'identità del territorio siciliano (Maimone, 1999, pp. 5-10).

Questa regione è stata da sempre vocata alla coltivazione della vite, poiché già nell'era cenozoica sono state trovate tracce di ampelidi² nelle zone di Agrigento e dell'Etna, che confermano la presenza di viti selvatiche sul territorio (Manganaro, 1989, pp. 193-215).

Il primato di aver introdotto il vino in tutto il Mediterraneo ed in Sicilia spetta ai Fenici. Furono poi i Greci, intorno al VIII secolo a.C., che diedero una coltura stabile alla vite (con l'alberello egeo), introducendo anche l'ulivo ed il grano.

La produzione di vino continuò ad essere incentivata durante l'epoca romana, sia sotto la Roma imperiale, che repubblicana. Tuttavia, fu durante la dominazione bizantina e con l'avvento dell'epoca cristiana che quasi i due terzi dell'isola vennero messi a coltivazione, con l'introduzione di nuove tecniche e miglioramenti nella produzione vinicola.

Con le successive invasioni, ci fu un'alternanza nella coltivazione del vino: durante il periodo dell'invasione musulmana venne abbandonata la

² Il termine ampelidi deriva dal greco *ampelos*, che significa vite. In questo contesto indica tracce riconducibili a piante della famiglia delle Vitaceae, in particolare alla vite (*Vitis vinifera*), utilizzata storicamente per la produzione di uva e vino.

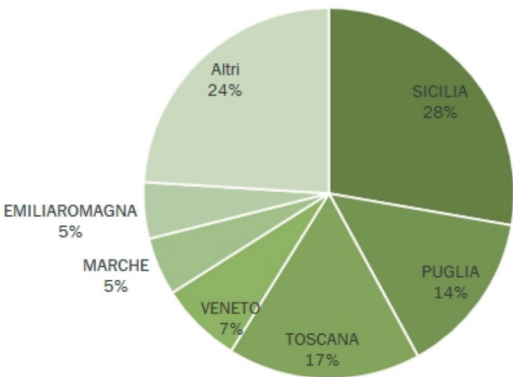
coltivazione a causa del divieto coranico, poi, durante il periodo normanno, furono gli stessi contadini ad estirpare le viti, per l'eccessiva tassazione, fino a giungere agli aragonesi ed agli spagnoli che, invece, incentivarono nuovamente lo sviluppo della vite (Atti del Simposio Internazionale sul vino, 1984, pp. 55-58).

Tuttavia, è solo dagli inizi dell'Ottocento che la produzione del vino in Sicilia registra un vero e proprio boom, grazie alla commercializzazione su scala industriale dei vini durante l'occupazione britannica. Ci fu un ulteriore arresto circa un secolo dopo, a causa della malattia della pianta, la fillossera, e poi nel 1900, a causa della massiccia migrazione verso le Americhe, che portò ad una diminuzione della forza lavoro nell'isola (Pastena, 1989, pp. 30-38).

Con il tempo, lo sforzo di molte cantine sociali, la ricerca e la sperimentazione di nuovi modelli produttivi, ha fatto sì che la realtà enologica siciliana potesse svilupparsi ed affermarsi. Oggi i produttori siciliani mirano a vini che sappiano valorizzare il territorio, vini eleganti, che portino i sapori e gli odori della terra siciliana. Una riscoperta dei vitigni in purezza, che valorizzano ancora di più l'imprenditoria enologica siciliana.

Nel 2023 il dato totale in Italia di 133mila ettari, in calo del 2% sul 2022, deriva sostanzialmente dal calo di 4900 ettari in Sicilia, ancora di gran lunga la principale regione italiana nel segmento biologico, e del Veneto (-1000 ettari). In totale sono 9 le regioni in cui le superfici bio (convertite + in conversione) sono calate e 11 quelle in cui sono cresciute; 7000 ettari persi e 4300 circa guadagnati. Il totale della superficie vitata convertita e in conversione è pari al 23% circa del totale.

Graf. 1 - Suddivisione in ettari viticoltura biologica per regione



Fonte: Numeri del Vino, 2024

Tra le regioni, la Sicilia ha avuto il maggiore incremento assoluto, con 6.332 ettari in più rispetto al 2021 (+20%). È anche la regione con la maggiore superficie bio in valore assoluto, con 37.650 ettari nel 2022, pari al 28% nazionale e a quasi il 50% della superficie regionale (Graf. 1).

Il 61% delle aziende vinicole possiede certificazioni ambientali ed il 39% produce vini da uve biologiche, mentre la quasi totalità utilizza tecniche di coltivazione a basso impatto.

L'attenzione all'ambiente costituisce anche un'importante carta da giocare sui mercati internazionali, sempre più sensibili ai problemi ambientali (AssoVini, s.d. a).

4. Le strade del vino in Sicilia

La tradizione viticola ed enologica della Sicilia, la ricchezza e la qualità delle sue produzioni, abbinate ad un territorio ricco di suggestioni per le sue bellezze paesaggistiche e monumentali, possono trovare nelle strade del vino un efficace strumento di valorizzazione e di promozione turistica.

La Regione Sicilia ha emanato la propria legge sulle Strade del vino il 2 agosto 2022, con la legge regionale n. 5, pubblicata sulla GURS (Gazzetta Ufficiale Regione Sicilia) n. 36³.

La legge è relativa alla *Istituzione delle Strade e delle Rotte del vino* e l'art. 1 definisce le Strade come: «Itinerari turistici lungo i quali insistono vigneti, cantine di aziende agricole, enoteche, musei della vite e del vino, centri di informazione e di accoglienza, aziende specializzate in produzioni tipiche di qualità, strutture turistico-ricettive, valori naturali, culturali ed ambientali. Nell'ambito delle Strade e delle Rotte del vino, la continuità territoriale fra i tratti della fascia costiera e fra le coste e le Isole minori è assicurata anche mediante l'apposizione di un simbolo identificativo della Strada e l'istituzione di centri di informazione e di accoglienza sui mezzi di trasporto marittimi, pubblici e privati, e nei porti» (Osservatorio Turistico della Regione Siciliana, 2024, p. 80).

Dall'emanazione della legge ad oggi sono state istituite in Sicilia tredici Strade del vino (Fig. 1) caratterizzate con le denominazioni derivanti dalla zona di produzione dei vini.

La Strada del vino di Marsala-Terre d'Occidente evoca quella parte di Sicilia che, più di altre, ha conosciuto, nei secoli, intrecci di culture: fenici, punici, greci, romani, arabi e poi longobardi, aragonesi, angioini e così via.

³ www.regione.sicilia.it/presidenza/contrstrat/attuazione/Leggi%20regionali/02-08-02%20n.%205.Htm.

Si considera che nell'agro marsalese la superficie vitata occupi l'80% dell'intera superficie agraria utilizzata.

Viene prodotto essenzialmente il Marsala, che è la Doc (Denominazione di Origine Controllata) riconosciuta per questa zona. Il Marsala è un vino liquoroso, ha una storia un po' particolare, in quanto può farsi risalire al 1600, quando Rubens, venuto in Italia per studiare i maestri Tiziano e Caravaggio, bevve con entusiasmo anche i vini, appassionandosi al Marsala. Fu nel secolo successivo, però, che questo vino ebbe un lancio internazionale, grazie all'intraprendenza di due uomini d'affari inglesi, i fratelli John e William Woodhouse, che caricarono parecchie botti di vino sulle navi dirette in Inghilterra ed ebbero l'idea di aggiungere alcool e mosto per evitare il processo di acetificazione. Venne così scoperto, nel 1773, il sapiente artificio, che si aggiunge alla naturale qualità di un prodotto di prim'ordine (Aa.Vv., 1981).

Fig. 1 - Le strade del vino in Sicilia



Fonte: elaborazione dell'Autrice da www.sicile-sicilia.net/it/strade-dei-vini-in-sicilia

Le dolci colline che si affacciano sul Golfo di Castellammare sono un altro dei paesaggi in cui predomina il vigneto, dando vita a vini di alta qualità. Qui nasce l'Alcamo Doc, un vino pregiato, di cui si ha notizia già nel 1549, quando uno dei sommelier della Santa Sede lo cita come uno dei vini preferiti dai Pontefici. Tuttavia è solo a partire dal 1800 che la sua notorietà si diffonde oltre i confini regionali.

La combinazione in questi luoghi fra natura, cultura e prodotti tipici offre uno splendido esempio di turismo enogastronomico valorizzato dalla Strada del vino Alcamo Doc (AssoVini, s.d. b).

La Sicilia possiede nel suo patrimonio enologico numerosi vitigni autoctoni, che, grazie alla loro caratteristiche uniche, sono oggetto di studi sempre più approfonditi.

Nel cuore della Sicilia Orientale, nella Val di Noto, famosa per i suoi splendidi gioielli barocchi, per le sue spiagge bianche, per la ricchezza di siti archeologici nasce, nel luglio del 2003, la Strada del vino della Val di Noto, che si snoda tra alcuni comuni della provincia di Siracusa (Palazzo-Lo, Noto, Avola, Pachino e Rosolini) e nel comune di Ispica in provincia di Ragusa. In questi territori si producono vini autoctoni, come l'Eloro Doc, il Nero d'Avola, il Frappato, il Moscato di Noto Doc. Quest'ultimo non deve essere confuso con il Moscato di Siracusa Doc, che è un vino antichissimo, forse il più antico della storia, che si fa risalire addirittura all'VIII-VII secolo a.C., quando si chiamava *Pollio*, in onore del mitico tiranno di Siracusa, Pollis Argivo, che lo portò con sé dalla Tracia sua regione d'origine (Guagnini, 1981, pp. 15-18).

Man mano che dal resto dell'isola ci si avvicina all'Etna, il più alto vulcano d'Europa, patrimonio dell'Umanità, il paesaggio cambia: l'aspetto delle case, l'uso dei materiali da costruzione, le coltivazioni. L'uomo ha trasformato a suo vantaggio la fascia pedemontana del vulcano con una secolare attività agricola, creando estese coltivazioni di mele, pere, nocciole, pistacchi e vigneti. Alle pendici del vulcano, grazie alle particolari condizioni climatiche, nascono vini autoctoni dalla forte caratterizzazione: il Carricante, il Catarratto a bacca bianca, il Nerello Mascalese ed il Nerello Mantellato, a bacca rossa (Cuccia, 1997).

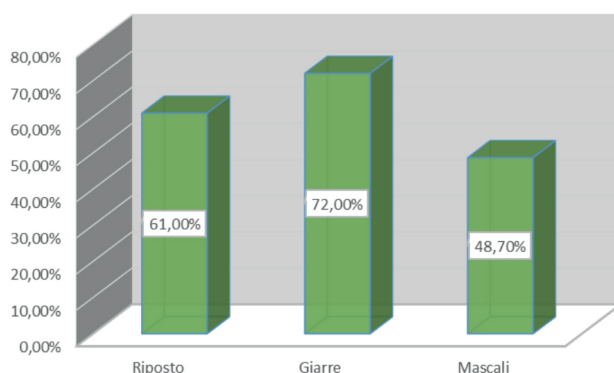
La Strada del vino dell'Etna è stata voluta dalla Provincia Regionale di Catania con lo scopo di valorizzare i terreni e le colture del territorio, le aziende vitivinicole che ne fanno parte, situate in luoghi incantevoli e l'Etna Doc, una delle massime espressioni dei vini autoctoni siciliani.

5. Traffici e commercio dei vini etnei dal porto di Riposto tra Settecento e Novecento

La produzione e il commercio del vino rappresentano sin dai tempi più remoti una risorsa fondamentale per le comunità che abitavano il territorio etneo, in particolare nella Contea di Mascali, situata sul versante orientale del vulcano. Concessa in enfiteusi dal Vescovo di Catania, la Contea divenne un centro vitivinicolo di straordinaria rilevanza, grazie all'estensione dei vigneti e a un'intensa attività commerciale che si concentrava nella rada di Riposto.

La piccola baia di Riposto, il cui nome deriva dal siciliano *U Ripostu* (“la cantina”), divenne ben presto il punto di raccolta e smistamento dei vini prodotti nelle aree circostanti, come Giarre e Mascali (Romano, 1982, pp. 27-30). Nella sola Contea, alla fine del XVIII secolo, si producevano circa 110.000 ettolitri di vino all’anno, una quantità pari alla metà della produzione odierna dell’intera regione etnea (Fresta, 1992, p. 373). Secondo i dati del Catasto borbonico del 1844, il vigneto occupava fino al 70% del territorio coltivabile in alcune aree, come a Giarre, attestando un’altissima densità viticola (Graf. 2).

Graf. 2 - Ripartizione del vigneto nella Contea di Mascali nel 1844 (Catasto borbonico)

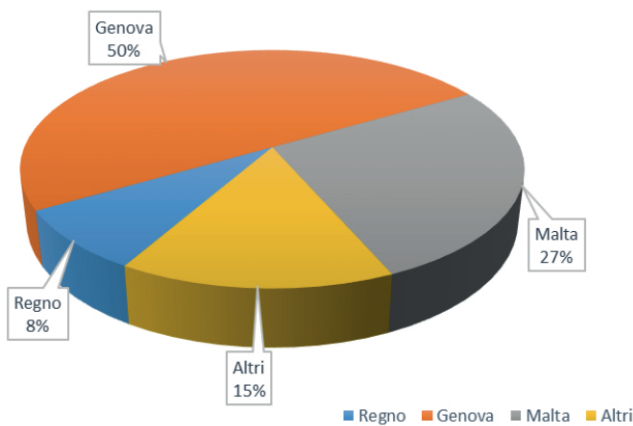


Fonte: elaborazione dell'Autrice da E. Iachello (1991, p. 43)

Dalla fine del Settecento e per tutto l'Ottocento, il porto di Riposto divenne il fulcro del commercio vinicolo regionale, esportando vino verso Genova, Marsiglia, Malta e altri porti del Mediterraneo. Le rotte commerciali, inizialmente limitate al cabotaggio costiero, si ampliarono rapidamente⁴. Nel biennio 1756-1757 si esportarono oltre 21.000 ettolitri di vino, dei quali oltre la metà destinati all'estero, mentre nel 1774-75 le esportazioni salirono a quasi 40.000 ettolitri, con oltre il 90% diretti fuori dal Regno, soprattutto verso Genova e Malta (Graf. 4). Genova assorbiva il 50% dell'esportazioni di vino e Malta il 26,8%, mentre gli altri porti esteri, ne accoglievano ben il 14,9% (Graf. 3).

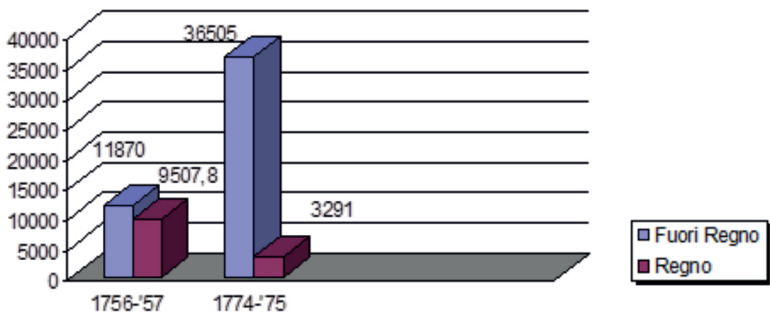
⁴ Disponiamo solo di dati relativamente agli anni 1756-57 e 1774-75 per il XVIII secolo ed agli anni 1824 e 1843 per XIX secolo (ASC - Archivio di Stato di Catania, 1824).

Graf. 3 - Esportazioni di vino in ettolitri nei bienni 1756-57 e 1774-75



Fonte: elaborazione dell'autrice da A.S. C.M., Libri della Dogana di Mare, 1756-57, 1774-75, n. 349 e n. 263

Graf. 4 - Esportazioni di vino per destinazione (valori in percentuale), biennio 1774-75



Fonte: elaborazione dell'Autrice da ASCM (1756-57)

Con l'arrivo della flotta inglese nel Mediterraneo nei primi dell'Ottocento, Riposto conobbe una fase di grande espansione commerciale, divenendo un importante punto di rifornimento per i britannici: i prezzi del vino aumentarono e il commercio si intensificò. Tuttavia, il ritiro inglese determinò una crisi di sovrapproduzione e un conseguente crollo dei prezzi. I trafficanti locali reagirono assumendo in proprio il trasporto e diversificando i carichi. Nel 1843 la marineria ripostese dominava il traffico navale, e nel 1850 le esportazioni vinicole eguagliavano quelle di Marsala (Battaglia, 1983, p. 147). L'apice si raggiunse tra la fine dell'Ottocento e l'i-

nizio del Novecento, quando la fillossera, che colpì i vigneti francesi determinò una forte domanda di vino etneo, ricercato per la sua alta gradazione alcolica, utile al taglio dei vini transalpini. In quegli anni, Riposto visse una stagione d'oro, contraddistinta da un'intensa attività marittima e da uno sviluppo economico eccezionale per un centro di modeste dimensioni.

6. Dal commercio al turismo: l'odierna Strada del Vino dell'Etna

Nonostante lo scalo marittimo di Riposto fosse diventato uno dei più importanti della Sicilia per l'esportazione del vino, tutte le operazioni commerciali avvenivano presso una rada aperta, priva di ripari naturali. Ciò rappresentava un grosso problema nei periodi in cui il mare diventava burrascoso, come in inverno, quando l'imbarco sulle navi non poteva avvenire con normalità e questo comportava pericoli, interruzioni e ritardi, con un forte aggravio dei costi (D'Agata, 1995, pp. 105-108).

Era evidente, quindi, l'opportunità e la necessità di costruire un porto a Riposto, ma questa esigenza non trovò per lungo tempo una pratica attuazione.

Nel 1889 venivano assegnati 64 milioni per lavori portuali in Italia, ma Riposto non veniva preso in considerazione. La stessa cosa avveniva nel 1893, quando Riposto fu escluso da un altro finanziamento per i porti italiani (Giannetto, 1982).

Si dovette attendere fino al 1903 per ottenere un primo finanziamento di lire 2.500.000 dal Ministero dei Lavori pubblici.

Il 5 agosto del 1906 fu posta la prima pietra per la costruzione del porto, ma fu solo negli anni Venti che i lavori vennero completati (Figg. 2-3).

Malgrado il lungo iter per la costruzione del porto, il boom economico commerciale di Riposto continuò fino agli anni Trenta del XX secolo, ma verso la fine del decennio, a causa degli eventi bellici, si crearono serie difficoltà nei movimenti commerciali, costituendo il porto di Riposto zona costiera di difesa (Torrebelli, 1997, pp. 25-27).

Nel secondo dopoguerra, Riposto, un tempo piazza vinicola e centro di fervidi commerci marittimi, presentava un quadro avvilente.

Per rilanciare l'economia del paese, sul finire degli anni Ottanta venne presa in considerazione l'idea di ristrutturare lo scalo marittimo a fini turistici, con la progettazione di una struttura aggiuntiva, idonea a ricevere barche da diporto di diverse lunghezze (Sessa, 2007, p. 51).

Le aspettative legate a quest'opera non si traducono solamente in termini di sviluppo socio-economico della città, ma riguardano anche il nuovo volto che la fascia ionica acquista, diventando snodo naturale per i collegamenti commerciali e turistici e polo di attrazione, capace di imprimere una crescita sociale ed economica alla vasta area del suo entroterra.

Fig. 2 - Primi lavori del porto, Riposto 1906/1919 *Fig. 3 - Navi al porto, Riposto 1919*



Fonte: Correnti (1985, pp. 69, 79)

È proprio da Riposto che ha inizio l'odierna Strada del Vino dell'Etna, che si snoda attraverso le colline, tra i tornanti ed i terrazzamenti che si arrampicano verso il Vulcano (Fig. 4, Fig. 5).

Un viaggio durante il quale si attraversano i territori dei Comuni di Giarre, Mascali e Santa Venerina, percorrendo un itinerario inverso a quello che, nei secoli scorsi percorrevano i carri che trasportavano le botti di vino etneo: da Castiglione, Linguaglossa, Trecastagni, Zafferana fino al porto di Riposto, dove i vini venivano immagazzinati in attesa di essere esportati.

Oggi la situazione è profondamente cambiata rispetto a qualche secolo fa. I vigneti etnei si estendono su una superficie di circa 1.100 ettari, distribuiti prevalentemente tra i 300 e i 1.000 metri di altitudine, con alcune coltivazioni che raggiungono anche oltre i 1.100 metri. Attualmente si contano circa 140 cantine consorziate, attive nei quattro versanti dell'Etna, che offrono ai visitatori lungo la Strada del Vino la possibilità di degustare vini dalle caratteristiche organolettiche differenti, legate ai diversi microclimi e suoli vulcanici (Consorzio Etna Doc, s.d.).

Riposto, noto anche come “il porto dell'Etna”, ha mantenuto – e in parte rafforzato – la propria rilevanza. Grazie a maggiori investimenti e a una gestione più strategica del settore vitivinicolo, la città può oggi rappresentare un motore per lo sviluppo di un turismo enogastronomico sostenibile, capace di coniugare valorizzazione del territorio, cultura del vino e rispetto per l'ambiente.

Fig. 4 - Mappa dell'odierna "Strada del vino"



Fonte: Elaborazione dell'autrice da Associazione Strada del Vino dell'Etna (s.d.)

Fig. 5 - Mappa dell'antica Strada del Vino



Fonte: Elaborazione dell'autrice da Associazione Strada del Vino dell'Etna (s.d.)

Conclusioni

In un mondo globalizzato, colpito dalla pandemia, dalla crisi energetica e dalle guerre, in cui l'Italia vede indebolirsi i suoi tradizionali settori produttivi: industria, manifattura e agricoltura. La sfida per generare nuova ricchezza risiede ora nel valorizzare il suo straordinario potenziale culturale, sia materiale che immateriale.

Anche la Sicilia deve proporsi sul mercato del turismo mettendo a sistema ogni segmento che può rappresentare una promozione del territorio.

Il turismo enogastronomico è in forte crescita e l'isola è in alto nella top-ten delle regioni più desiderate dai vacanzieri del turismo enogastronomico. Anche la nautica da diporto può diventare un'efficace leva per lo sviluppo locale, grazie a una stagionalità più lunga rispetto alle attività balneari.

La fascia ionica-etnea, compresa tra Taormina e Catania, con il suo clima mite tutto l'anno, può offrire ai visitatori non solo l'esperienza di un singolo centro urbano, ma un vero e proprio "pacchetto turistico completo". L'obiettivo è invertire la tendenza al degrado e al depauperamento delle risorse locali, aprendo nuove prospettive di sviluppo e di occupazione, soprattutto per i giovani.

Bibliografia

- Aa.Vv. (1981), *Grande Enciclopedia del vino. Vol. I*, Domus, Milano.
- Archivio di Stato di Catania (A.S.C.), *Fondo Intendenza borbonica, b. 1032. Stati quindicinali degli arrivi e partenze dei legni e passeggeri di Riposto, 1824, 1843*.
- Archivio Storico Contea di Mascali – A.S.C.M. (1757-1757), *Libri della dogana di mare*, 349.
- Archivio Storico Contea di Mascali – A.S.C.M. (1774-1775), *Libri della dogana di mare*, 263.
- Associazione Strade del Vino dell'Etna (s.d.), *I nostri tour*, testo disponibile al sito: www.stradadelvinoetna.it, data di consultazione: 10/12/2024.
- AssoVini (s.d. a), *Sicilia*, testo disponibile al sito: www.assovini.it, data di consultazione: 19/02/2025.
- AssoVini (s.d. b), *Strada del vino Alcamo DOC*, testo disponibile al sito: www.assovini.it/italia/sicilia/item/1166-strada-del-vino-alcamo-doc, data di consultazione: 18/11/2024.
- Agazzani D. (2009), "La comunicazione dei prodotti tipici per la valorizzazione turistica del territorio. Il caso del teatro Koinè", in Pencarelli T., Gregori G.L. (a cura di), *Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche*, FrancoAngeli, Milano.

- Alberoni F. (1964), *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna.
- Antoniolo Corigliano M. (1999), *Strade del vino ed enoturismo*, FrancoAngeli, Milano.
- Atti del Simposio Internazionale sul vino (1984), Grafiche Zanini, Bologna.
- Battaglia R. (1983), *Sicilia e Gran Bretagna. Le relazioni commerciali dalla Restaurazione all'Unità*, Giuffrè, Milano.
- Brioschi A. (2009), *Scenari di marketing del vino*, FrancoAngeli, Milano.
- Candela G. (1988), *Contributi all'analisi economica del turismo*, Clueb, Bologna.
- Carlsen J., Charters S. (eds.) (2006), *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*, Cabi, Wallingford UK.
- Cinelli Colombini D. (1992), *Le cantine idonee alle strade del vino*, Libreria Editrice Fiorentina, Firenze.
- Consorzio Etna Doc (s.d.), *Territorio*, testo disponibile al sito: www.consorzioetnadoc.it, data di consultazione: 10/11/2024.
- Correnti S. (1985), *Riposto nella storia, nell'arte e nella vita del suo popolo*, Tringale, Catania.
- Cuccia C. (1997), *Le uve da tavola in Sicilia*, «Agricoltura Siciliana», n. 4-5, (aprile-maggio), pp. 23-27.
- D'Agata D. (1995), *La marineria di Riposto*, in G. Amata, *Riposto e l'Alcantara. Un porto per lo sviluppo dell'Etna, dei Peloritani e dei Nebrodi*, CUECM, Catania.
- Fresta S. (1992), *Dalla Contea di Mascali ai comuni di Giarre e Riposto, dal 1124 al 1841*, «Memorie e Rendiconti dell'Accademia di Scienze, Lettere e Belle Arti degli Zelanti e dei Dafnici di Acireale», IV (II).
- Gaeta C. (2012), *Orientamento al mercato e strategie di marketing nel settore vitivinicolo: una cluster analysis su un campione di imprese italiane*, Università Ca' Foscari, Venezia.
- Getz D., Brown G. (2006), "Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis", in Carlsen J., Charters S. (eds.), *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*, Cabi, Wallingford UK.
- Giannetto M. (1982), *Storia della Marina di Riposto*, Circolo Ufficiali Marina Mercantile, Riposto.
- Guagnini E. (1981), *Il vino nella storia*, Domus, Milano.
- Hall C.M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Cambourne B. (2000), *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Iachello E. (1991), *Il vino e il mare. "Trafficcanti" siciliani tra '700 e '800 nella Contea di Mascali*, Maimone, San Gregorio di Catania.
- López-Guzmán T., Sánchez-Cañizares S.M. (2011), *Community-based tourism in developing countries: A case study*, «Tourism Management Perspectives», 6, pp. 69-84.
- Lozato-Giotart J.P., Balfet M. (2009), *Progettazione e gestione dei sistemi turistici*, FrancoAngeli, Milano.
- Maimone G. (1999), *La Sicilia del vino*, Clueb, Catania.
- Manganaro G. (1989), *Casa e terra a Kamarina e Morgantina nel III-II secolo a.C.*, «Parola del passato», 44.

- Numeri del Vino (2024), *I numeri della viticoltura biologica in Italiana: aggiornamento 2023*, testo disponibile al sito: www.inumeridelvino.it/2024/09/i-numeri-della-viticoltura-biologica-in-italia-aggiornamento-2023, data di consultazione: 20/02/2025.
- Osservatorio Nazionale del Turismo del Vino (2024), *Rapporto annuale 2024*, testo disponibile al sito: https://cittadelvino.com/wp-content/uploads/2024/05/240408-Nomisma_1-Valore-potenziale-enoturismo-in-Italia.pdf, data di consultazione: 18/01/2025.
- Osservatorio Turistico della Regione Siciliana (2024), *Programma Sensi Contemporanei*, Palermo.
- Paniccia P., Silvestrelli P., Valeri M. (2010), *Economia e management delle attività turistiche e culturali*, Giappichelli, Torino.
- Pastena B. (1989), *La civiltà della vite in Sicilia*, Leopardi, Torino.
- Peroni G. (1992), *Marketing turistico*, FrancoAngeli, Milano.
- Pieri R. (1996), *Cambiamenti strutturali e strategie nella distribuzione alimentare in Italia*, FrancoAngeli, Milano.
- Richards G. (2007), "Global trends in cultural tourism", in Richards G. (ed.), *Cultural tourism: Global and local perspectives*, Haworth Press, New York.
- Romano R. (1982), *Succession of the volcanic activity in the Etnean area*, «Memorie della Società Geologica Italiana», 23, pp. 27-48.
- Scacchieri A. (2010), *Vino e territorio: Tipicità del vino e gusti del consumatore*, FrancoAngeli, Milano.
- Sessa S. (2007), *Riposto, primo bacino turistico finalmente sarà completato*, «La Sicilia», LXIII (33).
- Torrebella M. (1997), *Riposto: il suo passato, il suo presente, il suo futuro*, Associazione alla Cultura, Circolo Ufficiali Marina Mercantile, Riposto.
- UNWTO – World Tourism Organization (2019), *Guidelines for the development of gastronomy tourism*, UNWTO, Madrid, testo disponibile al sito: www.unwto.org, data di consultazione: 18/11/2024.

13. *Quando il turismo arriva in periferia.* *Criticità e dibattiti da Scampia*

di Sara Iandolo

Introduzione

Questo contributo esplora lo stato attuale del fenomeno turistico nel quartiere periferico di Scampia a Napoli offrendo un'analisi di una forma emergente di turismo nelle aree urbane marginalizzate. Si tratta di un tema ancora poco approfondito nel dibattito italiano, che finora si è concentrato soprattutto sugli effetti problematici dell'overtourism nei centri storici.

Scampia, costruita negli anni Sessanta nell'ambito di un vasto programma di edilizia popolare, è presto diventata sinonimo di criminalità e degrado urbano. La sua lunga sovraesposizione mediatica e il successo della serie tv *Gomorra* hanno contribuito a rafforzare questa immagine e, simultaneamente, a suscitare fascino e curiosità turistica per il quartiere. In effetti, Scampia ha visto una recente proliferazione di tour guidati organizzati da vari attori: dalle associazioni di quartiere fino alle guide turistiche ufficiali e informali. A partire dall'osservazione partecipante di diversi tour guidati, da interviste a organizzatori, turisti e abitanti raccolte durante un anno di lavoro etnografico, il capitolo offre alcune riflessioni sulle sfumature del fenomeno turistico in questa periferia urbana, esaminando le contraddizioni, le negoziazioni, le rivendicazioni e i conflitti ad esso associati.

1. Il turismo oltre i centri storici

Il connubio tra città e turismo si è realizzato in modo strutturato a partire dagli anni Settanta, con l'avvio del processo di delocalizzazione della produzione industriale fordista che fino a quel momento aveva accompagnato gran parte dell'espansione urbana. Tuttavia, l'abbandono delle grandi industrie delle città occidentali non coincide con l'abbandono dell'apparato

industriale tout court. Oggi infatti, molti governi urbani, in linea con le politiche neoliberiste, hanno puntato sull'industria turistica come strategia di sviluppo per riconvertire e/o integrare l'economia urbana, per competere sul mercato globale nel tentativo di attrarre capitali e visitatori, promuovendo una rifunzionalizzazione dei centri storici. Il turismo, tuttavia, «è un'economia intrinsecamente espansiva, che costruisce e si appropria costantemente di nuove esperienze e nuovi luoghi» (D'Eramo, 2017, p. 69). Mentre l'egemonia dei musei tradizionali, dei monumenti e dei centri storici diminuisce, «piazze, bar e ristoranti diventano "scene urbane" attraenti anche al di là dei quartieri già tradizionalmente esposti al turismo» (Rabbiosi, 2016). In questo contesto, le periferie urbane, i cosiddetti "quartieri degradati" e quelli multiculturali diventano nuove attrazioni turistiche: «Questa trasformazione, chiamata *mise en tourisme*, si traduce nel passaggio da luoghi brutti a luoghi dotati di un racconto [...] e che offrono ai visitatori un'esperienza» (Boltanski, Esquerre, 2017, p. 44).

La letteratura accademica offre un ampio corpus di studi volto a classificare le numerose forme di turismo urbano che si stanno diffondendo oltre i centri storici. Tuttavia, emerge una prevalenza di ricerche focalizzate principalmente sul Sud globale, mentre lo stesso fenomeno nel Nord globale rimane relativamente poco esplorato. Di seguito vengono delineati i principali filoni di ricerca in questo ambito.

1.1. Il turismo degli slum del Sud globale

Nel rapporto *The Challenge of Slums* del 2002, le Nazioni Unite descrivono gli slum come aree urbane caratterizzate da abitazioni di bassa qualità, servizi inadeguati, sovraffollamento, insicurezza abitativa, povertà ed esclusione sociale. La proliferazione degli slum è attribuita alla globalizzazione e alle nuove forme di capitalismo, che hanno favorito una rapida migrazione dalle aree rurali verso quelle industrializzate, costringendo parte della popolazione a risiedere in baraccopoli informali per sopravvivere (United Nations, 2003). Il termine generico slum assume nomi e caratteristiche specifiche in base al contesto locale: ad esempio, *favela* in Brasile, *township* in Sudafrica, oppure, in Europa, *baraccopoli* in Italia, *bidonville* in Francia, *Elendviertel* in Germania, ecc. Oggi, oltre un miliardo di persone vive negli slum, soprattutto in Africa e Asia, e si prevede che entro il 2030 la popolazione residente in insediamenti informali raggiungerà i due miliardi (United Nations, 2020). Non solo gli slum sono aumentati, ma anche lo slum tourism è diventato più diffuso, con più di un milione di turisti registrati nel 2014 (Frenzel *et al.*, 2015). Il fenomeno è quindi divenuto di

massa in alcune destinazioni e un mercato di nicchia in un numero crescente di località.

Sebbene il turismo negli slum sia emerso relativamente di recente nel Sud globale, esso ha origine nel Nord globale, dove lo sguardo turistico sulla povertà urbana è ben consolidato. Secondo Seaton (2012) e Koven (2004), la pratica dello *slumming* – intesa come attraversamento di confini urbani e sociali da parte di individui privilegiati che frequentano e visitano gli slum – emerse a Londra già nel XVI e XVII secolo e si diffuse poi negli anni Trenta del XVIII secolo. Con l'avvento dell'industrializzazione, l'aumento della povertà e la segregazione sociale, lo *slumming* divenne uno strumento per comprendere e, in alcuni casi, alleviare il disagio sociale, spesso sostenuto da iniziative filantropiche e governative. Nella Londra vittoriana il fenomeno era infatti fortemente legato alla filantropia, oltre che all'esplorazione individuale e alla trasgressione sociale da parte delle élite (Koven, 2004). A Parigi, invece, figure come i *flâneur* e i *bohémien* esploravano gli slum senza finalità filantropiche, in cerca di esperienze estetiche e arricchenti attraverso il contatto con la povertà (Seaton, 2012). Fu negli Stati Uniti, a partire dagli anni Ottanta del XIX secolo che lo *slumming* diede origine a una vera e propria turistificazione degli slum (Steinbrink, 2012), evolvendo in un'attività più commercializzata e legata al *leisure*. I turisti inglesi, insieme a visitatori americani di diverse città, furono i primi a concettualizzare gli slum come attrazioni turistiche urbane, poiché rappresentavano la diversità interna della città, i contrasti della vita urbana e la sua ricchezza cosmopolita. Le visite guidate divennero sempre più comuni, e quartieri come Chinatown e Little Italy si affermarono come mete turistiche popolari. Questi tour contribuirono alla culturalizzazione della povertà, trasformando i quartieri poveri in attrazioni, esaltando l'“alterità” delle culture immigrate e spesso romanticizzando le difficili condizioni di vita. In tal modo, essi consolidarono stereotipi e gerarchie razziali, contribuendo a rafforzare strutture di disuguaglianza e pregiudizio.

Lo slum tourism attraversò una battuta d'arresto a partire dal 1940, grazie alle politiche di edilizia residenziale pubblica che migliorarono significativamente la qualità abitativa e ridussero le disuguaglianze nel periodo post-bellico (Frenzel, 2016, 2024). Tuttavia, il fenomeno è riemerso nel Sud globale negli anni Novanta ed è in costante crescita da allora. Questa ripresa è legata alla progressiva eradicazione degli slum nel Nord globale nel dopoguerra e alla rapida urbanizzazione nel Sud globale, che ha portato alla formazione di nuove aree di marginalità urbana. Inoltre, il declino del welfare post-fordista ha aggravato le disuguaglianze sociali, contribuendo alla riapparizione degli slum e allo sviluppo del turismo in queste aree. Dalle township sudafricane (Rogerson, 2004), alle favelas brasiliane

(Freire-Medeiros, 2013), fino agli slum in India (Dyson, 2012; Meschkank, 2012; Shang, Li, Ma, 2022), Thailandia (Wattanawanyoo, 2012) e altre parti del mondo, il fenomeno continua a espandersi, attirando crescente attenzione.

La letteratura internazionale ha ampiamente esplorato il complesso intreccio tra le realtà fisiche e immaginarie degli slum, nonché i dilemmi etici inerenti al turismo in queste aree. Gli slum, infatti, mettono in discussione i processi di progresso sociale e pianificazione pubblica, simboleggiano povertà e disuguaglianza, e rappresentano un forte monito di ciò che la società non vorrebbe sperimentare, sia nella realtà che nell'immaginario (Robinson, 2012).

Uno dei principali processi di *othering* (alterizzazione) nel contesto del turismo degli slum è rivolto verso la povertà. La curiosità nei confronti della povertà rappresenta un tentativo di confrontarsi con una forma particolare di diversità: «Per coloro che appartengono a una cultura che celebra il consumo e il materialismo, la povertà significa mancanza, fallimento e alterità» (Crosley, 2012, p. 242). Secondo Bianca Freire-Medeiros, «l'industria del turismo ha trasformato la povertà in un prodotto di consumo su scala globale [...] Consumiamo la povertà come una merce turistica il cui valore monetario è soggetto a un accordo tra il promotore e il consumatore, il che è un fatto completamente nuovo» (Freire-Medeiros, 2010, p. 16). Alcuni autori hanno anche evidenziato come i turisti tendano a idealizzare e a romanticizzare la povertà. Ad esempio, il lavoro di Emilie Crossley (2012) nelle aree rurali del Kenya evidenzia come i turisti tendessero a rappresentare le comunità materialmente povere come emotivamente e spiritualmente ricche, percependole quindi come felici. Anche quando venivano sottolineati gli aspetti negativi della povertà, non sembrava emergere un senso di urgenza nell'affrontarla. Al contrario, la povertà assumeva il ruolo di una forma di redenzione e riflessione sulla propria fortuna, trasformandosi in un oggetto autentico ed esotico da consumare.

Il concetto di sublime, legato allo sguardo romantico, è stato utilizzato da Robinson (2012) per descrivere un'estetica invertita in cui il dramma delle baraccopoli diventa uno spettacolo. Ross King e Kim Dovey impiegano anch'essi il concetto di sublime nelle loro analisi sullo slum tourism, concependolo come un piacere derivante dalla paura di fronte all'ignoto e all'opprimente: «Il sublime è una combinazione di ansia e piacere che proviamo quando ci confrontiamo con una minaccia potenzialmente opprimente mentre siamo in condizioni di sicurezza» (King, Dovey, 2012, p. 286). Pertanto, secondo gli autori, il piacere turistico risiede principalmente nella consapevolezza che il pericolo percepito è, in realtà, assente; il brivido è generato proprio dalla sicurezza che accompagna l'incontro con

ciò che appare travolgente. Inoltre, King e Dovey sostengono che visitare uno slum può suscitare una varietà di reazioni, tra cui piacere e timore legati al sublime, ma anche vergogna, senso di colpa, compassione e imbarazzo per la percepita invadenza. Queste emozioni possono portare i turisti a rifugiarsi nel proprio ego o, alternativamente, a impegnarsi in iniziative di cambiamento.

L'ambiguità fondamentale alla base del turismo negli slum rappresenta dunque una questione complessa e dibattuta. Da un lato, i turisti sono spinti dalla ricerca di sensazioni, assumendo rischi (spesso in contesti controllati), e dal desiderio di alimentare il proprio ego, cercando di sperimentare un senso di privilegio e di autenticare la propria umanità. Dall'altro lato, vi è un sincero intento di visitare gli slum come parte di un'azione politica più ampia, mirata a richiamare l'attenzione sulle loro precarie condizioni e a mettere in discussione la loro stessa esistenza (Robinson, 2012). Inoltre, questi diversi motivi che spingono i turisti a visitare gli slum non sono necessariamente mutualmente esclusivi: «Non solo il turismo può attirare l'attenzione sulle realtà delle condizioni degli slum ma può, si sostiene, e a seconda di come è organizzato, portare un beneficio finanziario diretto e necessario ai residenti degli slum o, più precisamente, ad alcuni residenti degli slum. Se nato dallo slum stesso, il turismo consente una linea di sviluppo che mostra una vera creatività e impresa, mentre altre opportunità economiche sono chiuse. Se imposto esclusivamente da un operatore esterno opportunistico, lo slum diventa sfruttato nel modo più crudele. In ogni caso, il turismo può incoraggiare una forma di oggettivazione e alterizzazione e agire per cementare la condizione dello slum come una realtà da preservare piuttosto che da cambiare» (Robinson, 2012, p. xvi).

1.2. Il turismo nelle periferie del Nord globale

Gli studi sul turismo nelle periferie urbane del Nord globale sono, al contrario di quanto appena visto per gli slum, frammentati e limitati. Questo divario è in parte dovuto al recente interesse accademico e dell'opinione pubblica per il turismo nei centri storici, dove temi come il sovraccollamento turistico, l'arrivo di Airbnb e l'aumento dei prezzi dominano il dibattito (Celata, Romano, 2022). Inoltre, se si esclude il fenomeno storico dello *slumming*, il turismo nelle periferie urbane europee è piuttosto recente. È stata invece analizzata più approfonditamente la trasformazione delle aree semi-periferiche, come dimostrano gli studi sul turismo etnico urbano nei quartieri multiculturali (Vaccari, 2011; Neilson, 2016): molti di questi, un tempo stigmatizzati, hanno vissuto una rivalutazione turistica, divenen-

do spazi di svago e consumo in diverse città (Rath, 2007). Alcuni autori hanno approfondito le dinamiche di rivalutazione simbolica nei quartieri stigmatizzati attraverso i processi di gentrificazione (Semi, 2004) o l'intersezione tra stigmatizzazione, gentrificazione e turistificazione (Corbillé, 2009), mentre altri hanno evidenziato il ruolo della street art come fattore di attrazione turistica nelle aree semi-periferiche e periferiche (Andron, 2018). Queste varie forme di turismo hanno generato una proliferazione di termini e concetti che riflettono una frammentazione piuttosto che una coesione del campo di studi. Tra le varie etichette emergenti, si distingue quella del "turismo fuori dai sentieri battuti", introdotto da Maitland e Newman (2009) e ripreso da Gravari-Barbas e Delaplace (2015). All'interno di questa etichetta, Hascoët e Lefort (2015) hanno analizzato il caso dei distretti settentrionali di Marsiglia, che stanno acquisendo rilevanza nell'ambito di iniziative di conservazione del patrimonio divenendo attrazioni turistiche. Tradizionalmente marginalizzati e caratterizzati da edilizia popolare e sfide socioeconomiche, questi distretti stanno vivendo oggi una trasformazione, promossa da residenti che offrono tour guidati e alloggi, intrecciando il turismo con l'attivismo sociale e progetti politici volti a ridefinire l'immagine di queste aree e a integrarle nel contesto culturale e metropolitano. Le pratiche turistiche in questi luoghi evidenziano dunque un complesso intreccio di patrimonio, attivismo locale e interessi commerciali. Un simile processo sta attraversando alcune delle banlieue parigine, come nel caso di Saint-Denis, dove una politica turistica attiva è stata adottata già negli anni Novanta (Cousin, Djament-Tran, Gravari-Babas, 2015). Nel 2016, il progetto *Destination Paris: La Ville Augmentée*, lanciato dal governo francese mirava ad ampliare l'offerta turistica oltre le aree centrali di Parigi, già sature di flussi turistici, offrendo nuovi itinerari e spazi di visita. In termini di accessibilità, lo sviluppo di infrastrutture come la metropolitana Grand Paris Express ha reso le banlieue più raggiungibili, facilitando gli spostamenti verso quartieri periferici. La loro integrazione nell'offerta turistica, tuttavia, non è stata promossa unicamente dalle istituzioni: anche associazioni locali, artisti e residenti hanno contribuito attraverso iniziative dal basso, creando offerte turistiche alternative (Gravari-Barbas, 2017).

In Italia, la ricerca su questi temi rimane piuttosto limitata. Alcuni studi si sono concentrati sul processo di patrimonializzazione nella periferia orientale di Roma (Broccolini, 2017) e sulla creazione di un museo a Tor Bella Monaca, area periferica e stigmatizzata della capitale (Cangelli, Carpenzano, 2022). Altri hanno menzionato il caso di Librino a Catania (Privitera, 2018) o condotto indagini etnografiche sugli street art tour nelle periferie di Napoli e Milano (Iandolo, Raccaneli, 2025). Tuttavia, il dibattito su queste tematiche resta ancora poco sviluppato.

2. Obiettivi e metodologia

Dall'esplorazione della letteratura, sono emerse delle lacune nel dibattito italiano sul turismo, in particolare riguardo a ciò che accade nelle periferie nazionali. Il principale obiettivo di questo contributo è esplorare un caso italiano, quello di Scampia, un quartiere periferico della città di Napoli. Nelle prossime pagine sarà analizzato il ruolo degli attori coinvolti nell'organizzazione di tour turistici nel quartiere, le impressioni dei turisti prima e dopo i tour, e i dibattiti degli abitanti riguardo al fenomeno.

La metodologia adottata è l'approccio etnografico, concepito come una immersione profonda nella vita del contesto turistico napoletano e, in particolare, di Scampia. Tra novembre 2022 e luglio 2023, l'autrice ha risieduto nel centro di Napoli e ha partecipato come "turista" a vari tour di Scampia, interagendo con circa 90 turisti e utilizzando l'osservazione partecipante e il metodo *go-along*, un ibrido tra intervista e osservazione partecipante (Kusenbach, 2003) per raccogliere le impressioni dei visitatori nel momento stesso in cui passeggiavano in quartiere. In questo periodo sono state inoltre condotte 20 interviste approfondite, 3 focus-group e 15 questionari ai turisti dopo i tour, mentre 10 interviste sono state realizzate con gli organizzatori dei tour. Da settembre a novembre 2023, trasferendosi a Scampia per raccogliere le percezioni del quartiere sul fenomeno turistico, l'autrice ha condotto 15 interviste e somministrato 84 questionari ad abitanti. A questo si è aggiunta l'analisi qualitativa di un vasto numero di prodotti culturali, come articoli di giornale, film, videoclip musicali, testi di canzoni, romanzi e libri, utile per esaminare la rilevanza della sovraesposizione mediatica sia nel contribuire al processo di stigmatizzazione, sia nel costruire intorno al quartiere un interesse turistico.

3. Il contesto: il quartiere di Scampia

La città di Napoli, dopo aver affrontato diverse crisi locali legate alla gestione dei rifiuti e all'intensificazione delle lotte tra bande camorristiche, sta ora vivendo un boom turistico senza precedenti. Considerando solo gli arrivi all'aeroporto internazionale, questi sono cresciuti da poco più di 5 milioni nel 2014 a quasi 11 milioni nel 2019 (Rossi, 2023), mentre le inserzioni su Airbnb sono aumentate del 553% tra il 2015 e il 2019, raggiungendo circa 9.000 unità nel 2023 concentrate nel centro storico (Esposito, 2023b). Tuttavia, l'industria turistica napoletana si sta espandendo in alcune aree stigmatizzate della città, come nel caso del quartiere settentrionale di Scampia. Il quartiere è stato costruito a partire dagli anni (con una mas-

siccia espansione edilizia proseguita fino agli anni Novanta) come parte di un programma di edilizia popolare nell'ambito della Legge 167/62, creato con l'intento di incoraggiare l'acquisizione di aree edificabili per l'edilizia economica e sociale. Scampia aveva infatti la funzione di alleviare il sovraffollamento del centro cittadino, fornendo alloggi popolari realizzati da diverse agenzie pubbliche e incoraggiando la costruzione di alcuni parchi residenziali del settore privato per le classi medie (Amato, 2021).

Il 23 novembre 1980 segnò una svolta cruciale nella storia del quartiere. In quella data, Napoli e gran parte della regione Campania furono colpite da un devastante terremoto che danneggiò gravemente numerosi edifici storici e residenziali, sfollando circa il 10% della popolazione cittadina – pari a 111.997 abitanti (Marelli, 2019). Le case popolari di Scampia, in gran parte incompiute e ancora non assegnate, divennero rapidamente rifugio per molti sfollati, in un quartiere che non aveva servizi e trasporti che lo collegassero con la città. In questo contesto, le condizioni abitative più gravi si riscontravano all'interno delle cosiddette Vele di Scampia. Originariamente composte da sette strutture a forma triangolare – che ricordano la forma di vele – e progettate dall'architetto Franz Di Salvo, le Vele di Scampia furono concepite con l'ambiziosa idea di incarnare i principi urbanistici fordisti europei e le utopie post-belliche, ispirate all'*Unité d'habitation* di Le Corbusier. Tuttavia, queste megastrutture furono occupate illegalmente da sfollati e senzatetto mentre i lavori di costruzione erano ancora in corso, con un conseguente drammatico aumento della popolazione residente, che passò dal 4% all'86% in pochi mesi (Marelli, 2012). Le condizioni abitative precarie, la carenza di manutenzione, l'infiltrazione della criminalità organizzata e la scarsa qualità dei materiali di costruzione trasformarono le Vele in un simbolo di fallimento urbanistico e degrado sociale, nonché in un emblema e del quartiere stesso. Esse divennero inoltre il simbolo dell'intero quartiere, nonché tra gli edifici italiani più rappresentati nella cultura popolare. Infatti, appaiono in opere come il film *Gomorra* di Matteo Garrone e sono protagoniste nella serie televisiva omonima (Brodesco, Mattiucci, 2017). Quest'ultima produzione televisiva (cinque stagioni, cinquantotto episodi trasmessi dal 2014 al 2021), racconta le vicende di una famiglia legata alla camorra, ed è lontanamente ispirata alle lotte tra bande camorristiche avvenute a Napoli e Scampia tra il 2002-2004 e il 2012-2014. Il successo internazionale di questa serie ha avuto un impatto significativo sulla diffusione e l'aggravamento dello stigma territoriale (Wacquant, 2007) associato alle Vele e all'intero quartiere. Come sottolinea Marelli nell'analisi della narrazione mediatica, «Scampia è soprattutto le Vele, che sono soprattutto crimine, che in questo luogo è soprattutto Camorra; dunque, Scampia è sinonimo di Camorra. In questa

rappresentazione, è chiaramente in atto una logica metonimica, in cui un fenomeno presente in un quartiere viene a rappresentare tutto» (Marelli, 2012, p. 251). Attualmente, rimangono in piedi solo tre Vele, poiché quattro sono state demolite tra il 1997 e il 2020 sulla spinta della lotta del comitato degli abitanti.

Negli ultimi trent'anni, sono stati intrapresi diversi interventi per migliorare le condizioni di Scampia, come l'apertura della stazione della metropolitana nel 1995, il nodo ferroviario nel 2018, il rinnovamento della piazza antistante la stazione con murales del noto street artist Jorit nel 2019, e l'inaugurazione di un nuovo campus dell'Università Federico II nel 2022. Inoltre, il quartiere ha visto la nascita di numerose organizzazioni del terzo settore, con un totale di circa 120 entità attive.

Tuttavia, il tragico evento del 22 luglio 2024, in cui il crollo di un passaggio pedonale di una delle Vele ha causato la morte di tre persone, ha profondamente scosso il quartiere e sollevato interrogativi sul suo futuro. L'edificio coinvolto nell'incidente è stato prontamente sgomberato. Esso, secondo il progetto di riqualificazione *Restart Scampia*, sarà l'unico che rimarrà in piedi come simbolo del processo di rigenerazione del quartiere e sarà destinato a ospitare uffici comunali e/o uno spazio museale con aree per le associazioni locali. Nel gennaio 2025 anche le altre due strutture sono state completamente svuotate e sono destinate ad essere abbattute¹.

4. Il turismo a Scampia

Il processo che ha portato il quartiere di Scampia a diventare una destinazione turistica, sebbene non di massa, è complesso e multidimensionale, influenzato da una combinazione di fattori mediatici, culturali, economici e sociali. Fin dalla sua nascita e, in particolare, dopo il terremoto del 1980, Scampia ha attratto un'ampia varietà di *slummers* – accademici, celebrità, politici di alto livello, fino ai presidenti della Repubblica e a due papi – che hanno attraversato le sue strade chiedendo interventi per migliorare le condizioni del quartiere e attirando così una notevole attenzione mediatica. A partire dal 2000, il quartiere ha visto un incremento di giornalisti, ricercatori e urbanisti, attratti dalle faide di camorra e dalla demolizione delle Vele. La rappresentazione di Scampia nei media popolari, in particolare attraverso il libro, il film e la serie tv *Gomorra*, ha svolto un ruolo cruciale in questa trasformazione. Iniziando con il giornalismo investigativo e

¹ I dati etnografici presentati in questo contributo sono stati raccolti prima del crollo dell'edificio, quando le tre strutture erano ancora abitate.

le critiche sociali sui problemi legati alla camorra, portati alla ribalta dal celebre libro di Roberto Saviano, la successiva cessione dei diritti a grandi produzioni cinematografiche ha ulteriormente amplificato l'esposizione del quartiere, sfruttando la sua immagine stigmatizzata per creare contenuti accattivanti e commerciabili. Anche l'industria musicale ha abbracciato questa narrativa: le Vele, simbolo emblematico di difficoltà sociali ed economiche, criminalità e degrado architettonico, sono state utilizzate come set per innumerevoli videoclip di artisti provenienti da tutto il mondo, acquisendo un valore simbolico ed economico, in particolare nel contesto della musica rap. A partire dal 2022, sono inoltre diventate lo sfondo di eventi significativi, come il mega concerto organizzato dalla multinazionale *Red Bull*, che per tre edizioni di seguito ha capitalizzato l'immagine di Scampia per conferire al festival un'atmosfera più underground. Parallelamente, numerosi *travel bloggers* e creatori di contenuti digitali hanno colto l'opportunità di monetizzare la loro esplorazione di Scampia e delle Vele, pubblicando video sui social media che enfatizzano il "degrado" e gli aspetti più controversi del quartiere. Pertanto, lo stigma associato al quartiere e la presenza delle Vele hanno ricevuto una notevole risonanza mediatica, contribuendo a trasformarle in un'attrazione per i turisti.

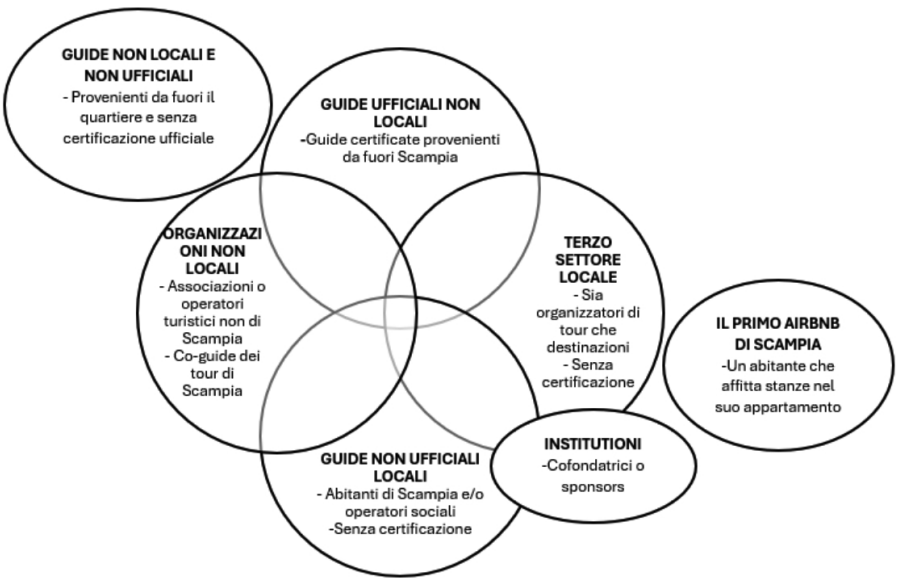
4.1. Gli organizzatori dei tour

L'enorme visibilità mediatica ha contribuito alla proliferazione di visite guidate del quartiere organizzate da vari attori, che vanno dalle associazioni locali motivate a proporre una contro-narrazione del luogo, fino alle guide turistiche, sia ufficiali che informali. Lo schema seguente (Fig. 1), illustra la complessa rete di attori, relazioni e ruoli che definiscono le dinamiche del turismo a Scampia emerse dal lavoro sul campo, divise per località (se sono o no del quartiere) e ufficialità (se hanno o no una certificazione ufficiale per esercitare il lavoro di guide turistiche, come previsto dalla legge italiana).

Partendo dall'angolo in alto a sinistra, troviamo le guide non locali e non ufficiali. Questi attori non sono del quartiere, non hanno partenariati formali con altre entità e mancano di certificazioni professionali ufficiali. Il dibattito e i conflitti attorno a queste figure sono emersi principalmente tra il 2016 e il 2017 quando alcuni tour, tra cui i cosiddetti "Gomorra tour", sono stati accusati non solo dai locali di promuovere un'immagine sensazionalistica del quartiere, ma hanno anche attirato critiche da parte di professionisti del settore turistico che denunciavano la mancanza di certificazioni ufficiali. Nonostante le critiche, vi è ancora qualcuno che organizza

tour improvvisandosi guida turistica. Ciò mette in luce l’informalità del settore e la difficoltà di controllare il fenomeno.

Fig. 1 - Interazioni tra attori locali e non locali, guide ufficiali e non ufficiali, e l’influenza del sostegno istituzionale



Fonte: elaborazione dell’Autrice

Continuando a leggere lo schema in senso orario, troviamo le guide ufficiali non locali, come operatori turistici e guide certificate che non sono residenti di Scampia. Esse hanno un legame più formale con il settore e spesso vivono grazie ai tour del centro storico, organizzando occasionalmente tour nelle periferie napoletane, tra cui Scampia. Quando si recano in quartiere però si avvalgono spesso della collaborazione di attori locali per arricchire le visite guidate ma soprattutto per acquisire legittimità. Infatti, come mi ha spiegato una guida durante un’intervista, anche questo tipo di attori sono stati contestati:

Il nostro tour non era ben accolto o compreso dai locali. È stato meglio recepito dagli estranei. Quello che proponevamo non era un tour basato su Gomorra, ma a Scampia c’è la tendenza a volere un turismo guidato dai residenti locali. Le guide turistiche non sono ben accolte perché pensano che le stiamo sfruttando. Ci è stato detto, in modo sottile, di smettere, tanto che abbiamo

interrotto anche le relazioni con alcune associazioni locali con cui stavamo collaborando. Ci chiamano “i privilegiati di Napoli” e credono che i residenti locali debbano avere opportunità di lavoro. Non siamo stati capiti (Guida turistica ufficiale, 27.02.2023, Intervista).

In questo panorama, le entità locali del terzo settore svolgono un ruolo cruciale, diventando sia organizzatori che tappe dei tour. Alcune di queste organizzazioni, oltre a fornire servizi e altre attività nel quartiere, agiscono come tour operator locali pur non essendo ufficialmente certificate. Tra queste spicca il neonato ecomuseo di Scampia, un tentativo ufficiale di gestire il fenomeno turistico dall'interno del quartiere. L'ecomuseo, inaugurato a maggio 2023, si presenta come uno spazio che racconta la storia di Scampia dal punto di vista dei suoi abitanti, valorizzando le esperienze virtuose e utilizzando diversi linguaggi espressivi e artistici, con l'obiettivo di attrarre cittadini e turisti, rompendo con le narrazioni stereotipate sul quartiere. Questi attori collaborano spesso con altre guide locali non ufficiali, ossia abitanti di Scampia privi di certificazioni ufficiali da guida (in basso al centro).

Continuando a leggere lo schema, troviamo le organizzazioni non locali (sia operatori turistici che associazioni del terzo settore). Si tratta di organizzazioni provenienti da altri contesti urbani – nazionali e non – che sono solite organizzare tour fotografici o passeggiate urbane nelle periferie di altre città e che occasionalmente estendono le loro attività anche a Scampia, collaborando con diversi attori locali e co-guidando i tour.

In basso a destra troviamo le istituzioni, che al momento sembrano avere un ruolo marginale, avendo contribuito principalmente come co-finanziatori o sponsor di alcune iniziative turistiche legate al terzo settore o alla organizzazione di alcuni progetti interni al quartiere.

Infine, un elemento interessante è la presenza del primo Airbnb a Scampia. Questo è gestito da un residente locale che affitta due stanze nel suo appartamento, mantenendo una posizione più indipendente rispetto alle altre iniziative turistiche nel quartiere e non partecipando attivamente a collaborazioni con altri attori locali.

Il costo dei tour varia generalmente tra i 20 e i 30 euro, con alcune eccezioni che arrivano fino a 100 euro, anche se meno frequenti. Ogni tour e ogni guida ha un approccio diverso: alcuni si concentrano sugli aspetti positivi del quartiere, altri offrono una panoramica completa del quartiere, mentre c'è chi permette di vedere le Vele solo dall'esterno e chi, invece, accompagna i turisti proprio all'interno delle strutture.

4.2. I turisti

I turisti di Scampia² costituiscono un gruppo variegato, proveniente da diversi paesi europei e background professionali. In generale, appartengono alla classe media e tendono a essere orientati politicamente a sinistra. Molti sono viaggiatori esperti, spinti dal desiderio di conoscere meglio Napoli e di esplorarla oltre il centro storico. Alcuni di loro hanno precedentemente partecipato a *slum tour* o visite guidate in altre periferie urbane italiane ed europee. Tra i partecipanti ai tour guidati di Scampia vi sono anche molti studenti universitari, principalmente di architettura, sociologia urbana e geografia, che visitano il quartiere come parte di attività accademiche. Oltre a motivazioni più esplicitamente educative, i principali motivi per visitare Scampia sono la volontà di confrontarsi con la rappresentazione offerta da Gomorra e vedere le Vele con i propri occhi.

Molti turisti, arrivati aspettandosi di vedere scene da film criminale o un quartiere in condizioni di degrado estremo, una volta sul posto si scontrano con un'esperienza che ridimensiona le loro fantasie. La "normalità" delle persone incontrate diventa una parola ricorrente nelle narrazioni post-visita dei turisti. Termini come "rinascita" e "desiderio di cambiamento" vengono spesso utilizzati per descrivere gli abitanti, soprattutto da coloro che durante i tour hanno interagito di più con i membri del terzo settore. Tuttavia, per molti, le Vele continuano a incarnare lo stereotipo di degrado e criminalità. Anche quando esse non vengono mostrate durante i tour, i turisti riferiscono che avrebbero voluto vederle. Quando vengono mostrate, suscitano profonde emozioni nei visitatori e soprattutto, rafforzano nel turista la consapevolezza della propria posizione privilegiata. Osservando le Vele, i turisti sperimentano l'effimerità della vita umana e rafforzano il senso di privilegio di non essere nati poveri.

La sensazione è precisamente quella di soffocare. È una sensazione di disperazione e poi l'idea che si è nati per caso. Essere nati in questo posto significa non avere speranza. Sarà bello tornare a casa nostra stasera (Turista, 14.05.2023).

Mentre il quartiere nel suo complesso viene percepito come più dignitoso e tranquillo di quanto atteso, la visione delle Vele rimane generalmente negativa.

² Per turisti di Scampia si intendono qui coloro hanno partecipato a tour guidati a pagamento da me intervistati. Non si tratta dunque di un campione rappresentativo di tutti i turisti in quanto, come notato durante la ricerca e dall'analisi di alcune recensioni di Trip Advisor, molti visitatori visitano autonomamente il quartiere, e soprattutto le Vele, senza prendere parte a un tour organizzato.

Il quartiere era... totalmente inaspettato... positivo. C'era una forza di riscatto che si poteva sentire. La si sentiva nelle persone, nei luoghi. Le Vele in realtà rimangono brutte. Secondo me è davvero un territorio perso, è un luogo che deve essere distrutto. Perché è l'unico modo per rinascere. [...] Qualcosa che viene distrutto per rinascere (Turista, 14.05.2023).

In sintesi, nonostante gli sforzi per presentare Scampia "oltre le Vele", queste rimangono il punto di riferimento simbolico per la valutazione del quartiere.

4.3. Gli abitanti

Nelle pagine precedenti si è accennato che alcuni organizzatori dei tour sono stati contestati, più o meno velatamente. Dibattiti e conflitti in quartiere intorno al turismo si concentrano principalmente sullo sfruttamento dello stigma di Scampia a fini commerciali. Alcuni residenti e attori locali si oppongono fermamente alla mercificazione dell'immagine negativa del quartiere che avviene tramite il turismo, sostenendo che tale pratica è irrispettosa nei confronti degli abitanti, in particolare quelli delle Vele. Il turismo, secondo loro, non solo perpetua lo stigma, ma è inutile per il miglioramento della zona, in quanto apporta benefici economici solo a pochi eletti, mentre la maggior parte dei residenti rimane emarginata. La metafora dello zoo è spesso usata da chi è contrario:

Portare 50, 60, 100 persone a scopi economici e, soprattutto, senza considerare la dignità di quelle donne e uomini che ci abitano, secondo me, è spregevole. Non possiamo fare un tour delle Vele come se si stesse visitando uno zoo (Attivista e abitante di Scampia, 14.02.2024).

Le guide che decidono di non far visitare direttamente le Vele ai turisti spesso si limitano a mostrarle dall'esterno o a farle vedere brevemente durante il tragitto in auto. Nonostante ciò, queste mega strutture rimangono il simbolo iconico di Scampia e vengono utilizzate nei materiali promozionali e nei loghi di qualsiasi iniziativa legata al quartiere, persino in quei progetti turistici che mirano a liberarlo dalla sua immagine negativa. Tuttavia, sebbene alcuni residenti considerino il turismo un'opportunità per attenuare lo stigma territoriale e normalizzare la presenza di visitatori in una zona a lungo percepita come pericolosa, la posizione predominante è che il turismo sia accettabile solo se contribuisce effettivamente alla rivalutazione dell'immagine di Scampia.

Se la guida turistica conosce la vera storia di Scampia, allora è giusto che venga pagata per un tour guidato. Ma se si limita a raccontare ciò che vede nei film, sono completamente in disaccordo (abitante di Scampia, questionario, 26.04.2024).

I dati riscontrano inoltre una diffusa mancanza di informazione tra gli abitanti riguardo chi siano gli organizzatori di questi tour e questo alimenta un clima di incertezza e sospetto: molti temono che tali operatori siano esterni alla comunità, interessati unicamente a capitalizzare sulla fama di Scampia legata alla serie *Gomorra*, senza una reale comprensione della storia locale e delle dinamiche sociali del quartiere. In questo contesto, gli abitanti delle Vele sono esposti ad una doppia sfida: devono quotidianamente far fronte alle difficoltà di vivere in strutture inabitabili e, al contempo, gestire gli sguardi intrusivi e oggettivanti di turisti e fotografi. Tuttavia, i residenti non restano passivi di fronte a tali sguardi; al contrario, reagiscono in modo diverso, oscillando tra la cooperazione, la resistenza aperta o più velata. Alcuni si mostrano disponibili, aprendo le porte delle loro case o posando per le fotografie, mentre altri criticano apertamente l'invasione di estranei, come accaduto in vari episodi durante la ricerca sul campo, uno dei quali ha coinvolto gruppi di studenti universitari durante un tour organizzato.

Riflessioni conclusive

Il turismo a Scampia resta un fenomeno dibattuto e controverso. Questo evidenzia come, dietro l'apparente omogeneità di un quartiere percepito dall'esterno sia come simbolo di povertà e criminalità, sia come esempio di resistenza e virtuosismo, esista in realtà una Scampia contesa. Secondo Bruner (1993), le destinazioni turistiche sono inevitabilmente luoghi di conflitto, caratterizzati da interpretazioni multiple e spesso contrastanti, modellate dagli interessi e dai valori di attori diversi.

A Scampia, il turismo non è stato lasciato interamente alle dinamiche commerciali esterne. Alcune associazioni del terzo settore hanno cercato di gestire il fenomeno dall'interno, coinvolgendo gli abitanti come guide e promuovendo narrazioni positive. Questo, insieme alle varie proteste di alcuni abitanti, ha arginato l'ondata turistica successiva al successo internazionale di *Gomorra*, limitandone lo sviluppo rispetto ad altre aree marginalizzate del Nord e del Sud globale. Se questo da un lato ha comportato una diminuzione dei conflitti locali, dall'altro ha aperto un dibattito sulla regolamentazione delle professioni turistiche, specialmente tra i lavoratori e le lavoratrici del settore. Nel caso di Scampia, l'essere locali sembra ave-

re maggiore rilevanza rispetto al possesso di una certificazione ufficiale, legittimando alcuni abitanti a trarre profitto dal guidare i turisti. Tuttavia, anche questi ultimi non sono immuni all'accusa di sfruttare le difficoltà del quartiere a scopo di lucro, una critica che continua a emergere sia tra alcuni residenti, alimentando il dibattito e i conflitti.

In conclusione, come evidenziato dalle interviste ai turisti, i tour sembrano contribuire a migliorare l'immagine complessiva di Scampia mentre rafforzano quella negativa legata alle Vele. Alcune guide ne enfatizzano i tratti più spettacolari mentre altre, non riescono del tutto a modificare la percezione stigmatizzante di questi edifici, poiché la narrazione trascende il controllo individuale di chi conduce i tour. Paradossalmente, evitare di mostrare le Vele può aumentarne il fascino, spingendo i turisti a visitarle autonomamente. I residenti a loro volta, si trovano a gestire la doppia difficoltà di vivere in strutture inabitabili e di gestire lo sguardo intrusivo dei turisti, a volte compiacendolo e a volte criticandolo duramente. La morte di tre persone a seguito del crollo di una passerella in una delle Vele ha reso ancora più evidenti tali difficoltà, amplificando negli abitanti la sensazione di essere costantemente osservati, persino nei momenti di maggiore sofferenza.

Ora resta da capire quale sarà il destino dell'ultima Vela rimasta in piedi e in che modo questa trasformazione influenzerà il turismo a Scampia. Come reagiranno gli organizzatori dei tour, gli abitanti e i turisti di fronte a questa nuova fase del quartiere?

Bibliografia

- Altamirano M.E. (2023), *Legitimizing discourses within favela tourism*, «Tourism Geographies», 23, pp. 1712-1729.
- Amato F. (2021), *Periferie Plurali: il Caso di Scampia (Napoli) Oltre gli Stigmi*, «Geography Notebooks», 4 (2), pp. 143-153.
- Andron S. (2018), *Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city*, «The Sociological Review», 66 (5), pp. 1036-1057.
- Broccolini A., Padiglione V. (2017), *Ripensare i margini: l'Ecomuseo Casilino per la periferia di Roma*, Aracne, Roma.
- Brodesco A., Mattiucci C. (2017), *Being There: Le Vele as Characters in Gomorrah*, «Journal of Italian Cinema & Media Studies», 5 (3), pp. 321-332.
- Bruner E.M. (1993), *Lincoln's New Salem as a Contested Site*, «Museum Anthropology», 17 (3), pp. 14-25.
- Boltanski L., Esquerre A. (2017), *Enrichissement*, Gallimard, Paris.
- Cangelli E., Carpenzano O. (2022), *Un museo oltre il GRA*, Rif_Lezioni, Roma.
- Celata F., Romano A. (2022), *Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities*, «Journal Of Sustainable Tourism», 1 (21), pp. 1020-1039.

- Corbillé S. (2009), *Tourisme, diversité enchantée et rapports symboliques dans les quartiers gentrifiés du nord-est de Paris*, «Genèses», 76, pp. 30-51.
- Cousin S., Djament-Tran G., Gravari-Barbas M. (2015), *Contre la métropole créative... tout contre. Les politiques patrimoniales et touristiques de Plaine Commune, Seine-Saint-Denis*, «Métropoles», 17, testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/metropoles/5171>, data di consultazione: 10/10/2024.
- Crossley E. (2012), *Poor but Happy: Volunteer Tourists' Encounters with Poverty*, «Tourism Geographies», 14 (2), pp. 235-253.
- D'Eramo M. (2017), *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Feltrinelli, Milano.
- Dyson P. (2012), *Slum tourism: Representing and interpreting "reality" in Dharavi, Mumbai*, «Tourism Geographies», 14 (2), pp. 254-274.
- Esposito A. (2023a), *Tourism-driven displacement in Naples, Italy*, «Land Use Policy», 134, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026483772300385X, data di consultazione: 11/10/2024.
- Esposito A. (2023b), *Le case degli altri. La turistificazione del centro di Napoli e le politiche pubbliche al tempo di Airbnb*, Editpress, Firenze.
- Freire-Medeiros B. (2010), *Le tourisme de la pauvreté: étude du cas d'une favela (Rio de Janeiro, Brésil)*, «Mosella 2008», 33 (1-4), pp. 15-26.
- Freire-Medeiros B. (2013), *Touring Poverty*, Routledge, London.
- Frenzel F. (2016), *Slumming it: the Tourist Valorization of Urban Poverty*, Zed, London.
- Frenzel F. (2023), "How Slumming Makes the Slum", in Mayne A. (ed.), *The Oxford Handbook Of the modern slum*, Oxford University Press, New York,, pp. 224-243.
- Frenzel F., Koens K., Steinbrink M., Rogerson C. (2015), *Slum Tourism: state of the art*, «Tourism Review International», 18, pp. 237-252.
- Gravari-Barbas M. (2017), *Tourisme de marges, marges du tourisme. Lieux ordinaires et «no-go zones» à l'épreuve du tourisme*, «Bulletin de l'association de géographes français», 94 (3), pp. 400-418.
- Gravari-Barbas M., Delaplace M. (2015), *Le tourisme urbain «hors des sentiers battus»*, «Teoros. Revue de recherche on tourism», 34, pp. 1-2.
- Hascoët Y., Lefort I. (2015), *Au détour des barres et des tours*, «Téoros», 34, pp. 1-2.
- Iandolo S. (2021), *Esperire l'alterità. Migrantour tra turismo e riqualificazione. Riflessioni a partire da un'etnografia delle passeggiate interculturali di Porta Palazzo a Torino*, «Antropologia Pubblica», 7 (1), pp. 203-214.
- Iandolo S., Raccanelli L. (2025), "Sopra i muri di periferia. Rigenerazione artistica e turismo della street art a Ponticelli (Napoli) e Corvetto (Milano)", in Cocco E., Montanari F. (a cura di), *Le immagini della città*, Il Sileno, Cosenza.
- King R., Dovey K. (2012), "Reading the Bangkok Slum", in Frenzel F., Koens K., Steinbrink M. (eds.), *Slum tourism: Poverty, power and ethics*, Routledge, New York, pp. 159-172.
- Koven S. (2004), *Slumming: Sexual and social politics in Victorian London*, Princeton University Press, Princeton.

- Kusenbach M. (2003), *The go-along as ethnographic research tool*, «Ethnography», 4 (3), pp. 455-485.
- Maitland R., Newman P. (2009), *World Tourism Cities, Developing Tourism Off the Beaten Track*, Routledge, New York.
- Marelli C.M. (2012), *Lo Spazio dei Problemi. Processi Di Spazializzazione dei Problemi Sociali: il Caso di Scampia*, Università degli Studi di Sassari (tesi di dottorato).
- Marelli C.M. (2019), *The commodification of territorial stigma: How local actors can cope with their stigma*, «Urban Research & Practice», 4 (3), pp. 243-263.
- Meschkank J. (2012), “Negotiating Poverty. The interplay between Dharavi’s production and consumption as a tourist destination”, in Frenzel F., Koens K. (eds.), *Slum Tourism. Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.
- Neilson J. (2016), *Urban Ethnic Tourism: an overview of current research and framework for Application*, «E.polis», 8, pp. 43-63.
- Privitera D. (2018), *Investigations Into Slum Tourism: Exploring a Case Study*, «International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age», 2 (2), pp. 17-36.
- Rabbiosi C. (2016), *Il turismo partecipativo a Milano. Un’analisi critica di due iniziative*, «Tourism Review», 9, testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/viatourism/300>, data di consultazione: 10/10/2025.
- Raposo O.R. (2022), *Street Art Commodification and (An)aesthetic Policies on the Outskirts of Lisbon*, «Journal of Contemporary Ethnography», 52 (2), pp. 163-191.
- Rath J. (2007), *The transformation of Ethnic Neighborhoods into Places of Leisure and Consumption*, «Working paper, Center for Comparative Immigration Studies», 144, testo disponibile al sito: https://ccis.ucsd.edu/_files/wp144.pdf, data di consultazione: 10/10/2025.
- Robinson M. (2012), “Preface”, in Frenzel F., Koen K. (eds.), *Slum tourism: Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.
- Rogerson C.M. (2004), *Urban tourism and small tourism enterprise development in Johannesburg: the case of township tourism*, «GeoJournal», 60 (1), pp. 249-257.
- Rolfes M. (2010), *Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism*, «GeoJournal», 75 (5), pp. 421-442.
- Rossi U. (2023), “Il centro storico di Napoli e il valore urbano conteso: turisticazione, beni comuni, imprenditorialità urbana”, in Varotto M., Rabbiosi C., Cisani M. (a cura di), *Oggetti, meri, beni. L'impronta materiale del movimento nello spazio. XXXIII Congresso Geografico Italiano*, Libreria Editrice Università di Padova, Padova, pp. 49-54.
- Rossi U., Vanolo A. (2010), *Geografia politica urbana*, Laterza, Roma-Bari.
- Russo A., Salerno G. (2020), *Venice as a short-term city. Between global trends and local lock-ins*, «Journal of Sustainable Tourism», 30 (5), pp. 1040-1059.
- Seaton T. (2012), “Waiting to live with common people...? The literary evolution of slumming”, in Frenzel F., Koens K. (eds.), *Slum Tourism. Poverty, Power And Ethics*, Routledge, New York.

- Semi G. (2004), *Il quartiere che (si) distingue: un caso di gentrification a Torino*, «Studi Culturali», 1 (1), pp. 83-107.
- Shang Y., Li F.S., Ma J. (2022), *Tourist gaze upon a slum tourism destination: A case study of Dharavi, India*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 52, pp. 478-486.
- Steinbrink M. (2012), *We did the slum! Urban poverty tourism in historical perspective*, «Tourism Geography», 12 (2), pp. 19-40.
- United Nations (2003), *The challenge of slums. Global report on human settlements*, United Nations, Sterling and Earthscan Publications, London.
- United Nations (2020), *World Cities Report 2020. The Value of Sustainable Urbanization*, Sterling and Earthscan Publications, London.
- Vaccari F. (2011), “Quartieri etnici e turismo urbano”, in Marra E., Ruspini E. (a cura di), *Altri turismi crescono. In Turismi aoutdoor e turismi urbani*, FrancoAngeli, Milano.
- Wacquant L. (2007), *Territorial Stigmatization in The Age of Advanced Marginality*, «Thesis Eleven», 91, pp. 66-77.
- Wattanawanyoo K. (2012), “Povert tourism as advocacy: a case in Bangkok”, in Frenzel F., Koens K., Steinbrink M. (eds.), *Slum tourism: Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.

14. The Gaze on Tourists. Participation Practices in Three Municipalities of Carnia

by *Monica Pascoli*

One of the key elements of sustainable tourism – specifically, the social pillar – is the wider involvement of local communities in the tourism development process. The participation of locals can be declined in many ways, but all move from the assumption that individuals and communities affected by public decisions should have a voice on those decisions.

The paper presents some results of a project developed within the Inter-reg Italy-Croatia Programme. From the initial stage, the project adopted a bottom-up approach based on the involvement of the local population. The aim of the research activities was the identification of cultural heritage to be integrated into the destination enhancement process, focusing on what locals consider as heritage, what are the most relevant elements and their link with the territory. Quite unexpectedly, the opinions and ideas of the locals emerged in relation to the tourist presence in the area, and to the possibility of a tourism development that is attentive to the instances of sustainability or interested in an alternative, experience-focused tourism.

After introducing the conceptual framework, in particular in regard to the concept of participation, and outlining the methodological approach adopted, the paper will focus on an unexpected criticism raised by some of the interviewees – namely, the request for recognition.

1. The context of the research: theoretical premises and objectives

1.1. Participation in tourism

«On few things do scholars agree as much as in recognising that the concept of participation itself is fundamentally equivocal, applied to often

diverse phenomena, understood and interpreted in different ways» (Barbero Avanzini, 1979, p. 18).

After almost fifty years, those considerations about participation, the polysemy of the concept and the need to circumscribe the scope of meanings remain relevant; Bianca Barbero Avanzini highlights that those features revolve around two elements: the abstract nature of the concept and its multidisciplinary use.

In the tourism sector, the debate on participation stems from the observation that, to promote sustainable development, it is necessary that destination communities are encouraged to participate in tourism planning and tourism management practices. The paradox of tourism revolves around the economic importance of the aesthetic value of the (natural and social) environment: tourism can only flourish in attractive and welcoming contexts; the greater the attractiveness of the tourist destination, the greater the risk of destroying those same elements that contributed to its development. The image of desirability and its persistence over time is the sign of a system of production and consumption that does not exhaust the resources it uses, and is thus sustainable.

The concept of sustainability applies not only to the natural environment, but also to cultural resources, which become the core of a tourism development that is attentive to the valorisation of cultural heritage, understood in a broader sense (Goodwin, 2002, p. 22).

The social dimension of sustainable development – the third pillar, alongside the environmental and economic pillars – is part of this dynamic and represents an attempt to ensure a balance between the demands of development and protection.

The social declination of the concept of sustainability finds its *raison d'être* in the principle of equity, as it was introduced in the Lanzarote Charter of Sustainable Tourism (1995). It implies (ideally) the equitable distribution of the costs and benefits of tourism development, e.g. through the provision of economic opportunities for the communities affected by tourism development projects, the attention paid to social demands and the fulfilment of ethical obligations (Prosser 1994, pp. 32-36)¹.

Haughton (1999; quoted in Maretti, Salvatore 2012, pp. 3-4), in moving from the study context of urban development, argues for the need to meet five conditions of equity as a precondition for sustainable development:

- inter-generational equity, which is future-oriented;

¹ In tourism, these ambitious goals have been translated into greenwashing practices, where the attribute “sustainable”, often combined with equally catchy concepts such as “authentic”, “traditional”, “genuine”, is a mere label.

- intra-generational equity, based on the concept of social justice and oriented towards community well-being;
- geographical equity, aimed at balancing global and local demands;
- process equity, i.e. the ability to involve all stakeholders in local decision-making processes;
- inter-species equity, which sees humans as only one of the species involved in the development process.

The transition from the reflection to the implementation of these principles, revolves around the concept of the participation of local communities in tourism development projects.

In the tourism industry, as in other areas, the concept of participation has been used so broadly and vaguely that it has ended up being unclear. In general, scholars have highlighted how the tourism industry uses the community as a resource. It is an important component of tourism, and this explains why positive development necessarily depends on strong community support (D'Amore, 1983; Inskeep, 1991). It is clear how these considerations are linked to the issue of sustainability and sustainable development: as early as the 1990s, Inskeep highlighted how an important aspect of sustainable development can be achieved through community-based tourism, i.e. community involvement in the planning and development process (Inskeep, 1994, p. 8; see also Ruiz-Ballesteros, 2017).

The promotion of the local community involvement process aims at enhancing the positive effects on the communities themselves, in terms of reducing the problems associated with tourism development and the distribution of benefits. Tourists benefit from this involvement as well: their experience improves when the welcoming process is not in the hands of the tour operators only, but the host community plays a role in it. The positive effects encompass the planners themselves, as community participation in tourism planning can support their work. The right of the community to participate in the planning of activities that affect their life is a widely accepted principle in the democratic world (Simmons 1994, p. 99). Participation is not an end in itself, but the means by which community goals are achieved (Tosun, Timothy, 2003, p. 4).

There is participation in tourism development when (Simmons, 1994, pp. 99-100):

1. The level of citizen involvement is high. This is problematic in two aspects: the number of citizens involved and the degree of participation. It is difficult to imagine a high degree of participation when confronted with very high numbers, which, in fact, prevent an effective involvement strategy.

2. Equity of participation, whereby all actors in the process have a voice and all points of view can find room for expression.
3. Efficiency of participation, which necessarily takes into account the ability of citizens to influence decisions.

2. The research context²

2.1. Conceptual framework

The project is inspired by the concept of *participation as practice*; its objective is the involvement of residents in the creation of the destination's tourist imaginary. The way a destination is represented has important consequences both on the communities and on the individuals who are the subject of such representation, whether they are «presented, represented, distorted or ignored» (Salazar, 2012, p. 9). The objective of the research is to analyse the social construction of tourist imaginary, focusing on the role played by the local community in the creation and re-creation of collective representations associated with a tangible and intangible cultural patrimony.

The construction of tourist imaginaries is an essential aspect, as it influences the tourist's choice in terms of both individual perception of a particular destination and the decision to travel to that destination: «Tourist imaginaries can be defined as spatial images that refer to the potential of a place as a tourist destination [...] They allow individuals and groups to imagine a place as a conceivable tourist destination; they create the desire, they render the place attractive, they help render travel plans concrete (by influencing both the selection of the place visited and the practices associ-

² The European Interreg Italy-Croatia Project *Excover. Experience, Discover and Valorise Hidden Treasure Towns and Sites of Adriatic Area* (2019-2022) aimed to enhance the value of minor localities characterised by a remarkable historical, cultural and landscape heritage, but visited by a relatively small number of tourists. The main aims of the project were to identify innovative ways, mainly inspired by sharing economy, to tackle tourist de-seasonalisation and direct the flow of visitors from the seaside resorts on the coast towards the inland, to discover villages, towns, and locations that are beautiful and culturally rich, but little visited. The most innovative pillar of the project, at least in 2018, when it was drafted and shared, concerned the direct involvement of local communities. The project accepted applications from local authorities wishing to undertake a process of enhancing their heritage and natural resources through the involvement and feedback of residents on what can be found in the region, with a bottom-up approach (for further information about the project see: Cozzi, D'Orazio, Pascoli 2023). I elaborated the participatory work package of the project. Responsible for the scientific part of the work package is Donatella Cozzi (University of Udine).

ated with undertaking the trip), they reduce the “distance” with the tourist destination [...] They intervene not only when choosing the destination, but also once there, directing, controlling or avoiding certain practices. If they are negative, they contribute to the avoidance of certain destinations» (Gravari-Barbas, Graburn 2012, p. 1).

Tourists, with their experiences, tourism intermediaries (agencies and tour operators), professionals who are involved in the active creation of the imaginary (DMOs), and the host community, which concretely embodies the tourism imaginary, are the key players in tourism development.

The research project aims at analysing how the creation of the imaginary is discussed and implemented in tourism, assuming that the interaction between the actors and the structure contributes to the creation of the tourism imaginary and to the definition of a shared meaning. The creation of a tourism imaginary is a negotiated activity, a constant interaction that takes on the contours of participation as practice.

Participation is not a linear process: questions such as who should be involved, to what extent and on what terms are at stake. Participation is a dynamic process from which different interests emerge. Our approach to participation is close to the “soft” declination of the concept (Gallino, 1978, p. 485), oriented towards collaboration. A normative approach to participation was avoided, and no attempt was made to adopt participation scales or evaluation tools that could “measure” the degree of agency (the power exerted). Participatory practice is embedded in the context of tourism development: the inhabitants are called to participate through their interpretation of the heritage of the place.

Participation is considered here both as a mean, i.e. as a tool through which it is possible to collect information about the heritage of the place and the community, but also as an *end* in itself, capable of opening a transformative action in the community itself (White, 1996; Cornwall, 2008). This research – of which we present some results – fits into this ideal type of participation. On the one hand, participation becomes a tool through which investigate the cultural heritage by putting the community at the centre: the inhabitants are asked to shape the narrative of their heritage, something that experts in the field and actors from outside the community usually do. On the other hand, participation is an end in itself, because it activates a new awareness and the possibility to express dissent and hostility.

People cannot be forced to participate. Participation is a voluntary act; in this project we adopted an invitation-based, i.e. externally coordinated, approach to participation. The pillars of this type of strategy are:

1. inclusion, also implemented through the involvement of individuals who are part of the community but, for various reasons, do not play any role

- in the public debate: these include the elderly, women, those who are not directly involved in tourism or hospitality activities, and people who do not perceive themselves as sufficiently skilled informed to participate;
2. the sharing of objectives and strategies;
 3. ensuring continuous communication between project partners and between partners and individuals or groups in the community.

2.2. *The fieldwork: exploring the concept of heritage*

The following reflections are based on the outcomes of fieldwork carried out in the municipalities of Paularo (2,325 inhabitants), Ovaro (1,721 inhabitants) and Prato Carnico (896 inhabitants)³.

We explored what locals consider heritage and the most relevant elements that constitute it; we looked into those elements which reveal the link between the territory and the people's feelings of attachment and belonging to it and we defined heritage as the patrimony which is handed down from the past, «a “discursive construction” with material consequences» (Harvey, 2008, p. 19). If compared to the concept of patrimony, the term heritage refers to broader meanings, strongly linked to the identity connotation and the collective memory of a particular context.

The purpose of this involvement is twofold: on the one hand, there is the desire to understand the place through the eyes of the locals, who contribute significantly to the creation of a tourist imaginary that reflects the image coming from the population. Thus, locals can maintain control over the way communities are represented.

The actions developed were aimed at those individuals who, although not directly involved in tourism, were sensitive to the issues of participa-

³ The fieldwork in the municipalities of Ovaro, Prato Carnico and Paularo lasted from July to November 2020. The meetings were mostly organised in the homes of the interviewees but also took place in public spaces. 93 people were interviewed, through unstructured and non-directive interviews that included questions about the area, mainly focusing on the opinion in relation to the place features they considered as the most interesting. Information was gathered through two techniques: individual interviews and focus groups. The choice of the interviewees was made using the snowball technique: the research did not aim at constructing a representative sample of the population of the three municipalities, but at soliciting a reflection on the significance of the cultural and natural heritage of the localities considered. It also brought together those who are active in the cultural, tourist and association spheres and involved people who, while not being linked to those spheres of interest, are bearers of a personal and family experience capable of offering an interesting perspective on the territories (D'Orazio, 2023). The original testimonies are anonymized and kept in the *Archivio Etnotesti* at the University of Udine. They are not public but can be accessed with a justified request (<https://archivioetnotesti.uniud.it>).

tion and community work (for example, through voluntary activities and support in associations) or those who were involved in community changes or were spectators of those changes.

The approach adopted in the project integrates participation from below and participation by invitation. The first emerges through activities somehow connected to tourism and created by the community itself, such as village festivals and voluntary work in groups and associations, whereas the second is developed through the work of mediators external to the community who have gathered ideas, opinions and stories from community members. The narratives collected by the project in the territories involved led to an understanding of the meaning of what is defined as heritage, something which is at the same time individual and shared. The social construction of the heritage implies relations within the community, but also the confrontation with the outside world. We did not focus on the linguistic analysis of the narratives, but exclusively on their content, thus ignoring the specific linguistic mechanisms.

Stories and narratives, as well as ideas and opinions, shape the meaning of heritage as it is experienced by the interviewees. Through narratives, we have tried to capture the characters of heritage as it was and still is experienced by locals. Stories are not just things that people say, but they are things that people have experienced; they allow us to understand the ways in which people construct identities from the *cultural materials available* (Polletta *et al.*, 2011, p. 112). The same applies to collective identities, as the stories told by groups, communities, nations create bonds of belonging and identity.

Through the narration of personal events, we collect information about the various dimensions of local attachment, about the sense of belonging to the community, but also about values and beliefs, generational relations and aspirations for the future. The stories allow us to collect the narrator's image, his/her reading and interpretation of the world around, his/her point of view. But this representation is also the result of interacting with the other, which develops in a context of exchange between narrator/interviewee and audience/researcher: the researchers are themselves part of the narrative and contribute to its construction. Narratives and social practices intersect and reconstruct the way through which cultural heritage is conceived, communicated and experienced.

The centrality we attribute to narrative has several consequences, including the necessary dialogue between narrative and other social practices: this implies the need to explore the relation between narratives and behaviours, actions and habits both from the perspective of the individual (how the subject experiences the territory and its heritage) and at a community level (how the individual lives within the community).

3. Beyond the Main Question

The research aimed to draw the links between the local perception of what is defined as heritage and its valorisation, actual or potential. The relation between heritage and tourism is often ambiguous: on the one hand, tourism can be considered an enemy of the valorisation of heritage, insofar as it transforms it into a commodity: the preservation of heritage does not necessarily imply opening to the tourist market. The expression “tourist consumption” goes to this direction: the tourist consumes, therefore destroys what is around them. On the other hand, through tourism (the relationship with another mediated through objects, photographs, narratives and environments) it is possible to make visible, but also to affirm and select one’s own identity.

The interviews were open and unstructured; although centred on the perception of heritage, the lack of directivity allowed the exploration of the critical issues that make tourism development as potentially problematic.

Lack of support from public authorities: community relations are partly marked by a certain resentment towards municipal administrations, which, according to some interviewees, have not offered support and taken due account of the work of local associations. Trust in institutions is rather low: many interviewees shared their disappointment; some emphasise the need for resolute people in the governance of the territory.

Difficulty of the residents in creating networks: the interviews indicated that locals have limited trust in the community. It has been frequently observed that people of the village tend more to criticise than to applaud. There is little vision towards the future, even considering the many resources of the place that could be developed. Moreover, it is difficult to find a common goal, even among young people: the new generations are described as lazy, indolent, uninterested in traditions: «It is difficult to involve, to have support».

Tourists themselves, towards whom a certain underlying prejudice is perceived (especially in those who choose the mountains as their “place of choice”).

After introducing, in passing, the tradition of tourist reception in Carnia, it is this last critical aspect that will be analysed.

4. And What About the Tourists?

Until the 1960s, summer hospitality within local families was common in Carnia. As it happened in several Italian regions, during summer, many

families used to offer tourist accommodation to people living in urban areas. This activity, which entailed the inconvenience of giving up the family space to make room for the guests, granted the improvement of family resources thanks to an additional economic income. In general, the management of this form of hospitality was part of women's duties, together with many other tasks, mainly related to agriculture and livestock. Even today, the memory of those practices is still present, either as experience – in the case of the elderly who have direct memory of the phenomenon – or through stories handed down within the family. This exchange allowed families from Udine, from the Friulian plain, from Trieste, but also from other Italian regions, to take a holiday, as witnessed by an interviewee: she remembers the guests from Milan, who used to spend their holidays there in order to “breathe mountain air” at modest costs, far from the most popular tourist destinations, in close contact with locals: sharing spaces also meant establishing relationships:

We used to rent them the rooms, the kitchen, the bedroom to sleep and we used to go to the attic [...] the more decorous rooms were rented to get a little money [...] the wife would stay with the children, at the weekend the husband would come [...] (interview with F, woman; conducted by F.d.O.).

All the families used to rent. My mum used to sleep in the attic to leave her room to them. There were no bathrooms, only the toilet and the pòdin, to bathe [...] (interview with R., woman; conducted by F.d.O.).

It is very difficult to reconstruct the economic impact of these activities, since it was an informal exchange; those activities left no trace because they were totally neglected by the statistics⁴.

⁴ It was in Carnia that the first *Albergo Diffuso* was implemented, a project that came to life at an important time for Friuli, shortly after the devastating earthquake of 1976, which represented a sort of symbolic watershed in the local events. The tragedy and the desire for recovery were the triggers for a debate that had to come to terms with the slow decline of communities that had begun well before. Demographic decline is one of the many distinguishing features of Carnic society, which is also marked by the gradual abandonment of the agro-sylvan-pastoral system that has always governed the life of the communities in these valleys, exclusion from industrial and economic development, and distance from tourist development centres. While this has undoubtedly saved the territory from the physical aggression that characterises much of the Italian mountains, it has, however, diminished the motivation for communities to remain in the area (Di Sopra, Fabbro, 1984, p. 14). The aim of the *Albergo Diffuso* project was to reuse the nuclei of historic town centres through the recovery of buildings with the aim of turning them into a diffuse hotel made up of individual dwellings organised for tourist accommodation; this was to experiment with an attempt at economic and social promotion, with the awareness

Today, these places are characterised by a fragmented tourist offer, a lack of entrepreneurship and an accommodation which is often inadequate for the needs of a constantly changing market.

4.1. Relations between tourists and locals

The practice of welcoming tourists into their homes is remembered in very different ways. In some cases, the memory emphasises the strength of the friendly relations that were born and strengthened over time, to the point that holidaymakers returned year after year to the same family, and still return today, even if only during the village festival.

There are also opposite memories, which tend to downplay the economic benefits of this activity, or which strongly assert that tourists did more harm than good to families. In this case, the tourist was seen as a predator, guilty of appropriating the products of the garden, or the resources of the land, such as wood or mushrooms, thus damaging the locals. The image of the tourist as a predator or, in more benevolent cases, as a marginal element in the economic life of the village persists. Even today, criticism and complaints are directed at the tourist who arrives with his car already loaded with everything he needs, unwilling to spend his money in the village:

We need to see what they leave the territory, because maybe they don't even stop for coffee because they are in a rush (interview with A., woman; interview conducted by F.d.O.).

It is, however, on the way the place is occupied that the most critical voices are raised. Village piazzas and streets have always been the centre of cultural and symbolic initiatives; they have a practical value as well as a symbolic value.

«Places and uses mutually imply each other» (Bianchi 2018, p. 160): on the one hand, the place enables the existence of a plurality of uses; on the other hand, uses make the presence of a place possible. Architectural and urban features favour some types of social interaction or prevent others.

Streets and piazzas are the outcome of a collective process. Camillo Sitte, an Austrian architect and town planner from the late 1800s, de-

of the need to coordinate planning on different levels and to involve the local population in the overall development projects of the area. In its initial conception, the project does not imagine an exclusively tourist development, but a revival of traditional activities as a whole.

scribed them as a slow collective construction, the result of varied individual relationships and a complex layering of different experiences.

In smaller villages, the distinction between private and public space is weak: doors are left open, so that relatives and neighbours can enter the house; but this does not imply that everyone who passes through those streets can feel entitled to do the same. The consequence is that it is precisely the invasion of private space that is stigmatised:

If it is a discreet tourist, if one passes by to go hiking, I don't think they [the villagers] grumble; but if they start parking on the lawns, perhaps to be mowed, in front of houses, in front of garages, and say «I'll leave it here just for a moment» (interview with F, woman; conducted by F.d.O.).

We leave the door open and find someone in the house uninvited... this annoys everyone a bit (interview with V. and T., man and woman; conducted by F.d.O.).

Similarly, public space has a rich meaning, with qualities that represent its core: silence, peace, nature, and safety are associated with those places and define their value. This meaning is also constructed through customs, practices that the presence of tourists can alter, to the point of making the place itself unrecognisable, alien:

There are days when there are a hundred and fifty tourists, whereas here there are not even a hundred inhabitants [...] as the volume occupied [...] it's not we don't want them, but it must be seen whether the territory so structured... (interview with A., woman; interview conducted by F.d.O.).

Or push the locals to reclaim its essence:

The place as it is, you cannot change it... (interview with M., man; conducted by F.d.O.).

Appreciate the silence, on a quiet street, without the noise of traffic. This summer you could just hear shouting [...] nervousness breeds nervousness. You can't be relaxed like that... (interview with A., female; conducted by F.d.O.).

If there are narrow streets, tourists complain that there are narrow streets, or that there are ups and downs in the village... (interview with G., man; conducted by F.d.O.).

However, the most interesting aspect to emerge from the interview is the disorientation that the interviewees perceive in tourists:

I find that tourists are almost all uninformed, most don't really know where they are and the history of the place. They didn't even know if it was Friuli or Veneto (interview with E., woman; interview conducted by F.d.O.).

They move in a random way, towards a more or less mountainous geographical destination, low-cost compared to Trentino or Alto Adige... Some later became aware, but afterwards [...] they are looking for any mountain place, I don't say randomly... but yes (interview with L., man; conducted by F.d.O.).

Going around to say they have been there, without grasping the full potential of the place... (interview with D., woman; conducted by F.d.O.).

Two guys arrived and wanted to do the *malga* tour in the afternoon [...] according to them it was feasible and the more you explained that it takes an hour and a half to get to the first *malga* [...] the more you explained, the less they understood. But there is one *malga* per mountain [...] you have to choose one and do it, if anything makes a connection [between two *malga*]... If they were all next to each other, the shepherds wouldn't live! They'd steal grass from each other (interview with G., woman; conducted by F.d.O.).

This absence of awareness is not tolerated because it seems to imply a lack of respect, an absence of recognition. The request for mutual recognition is the basic motivation for all individual and collective action (Crespi, 2004), and in these excerpts from interviews, it is the absence of reciprocity that exasperates; it calls into question the very identity of places, and of the communities that live in them.

4.2. *The request for recognition*

Irritation emerges towards those tourists who are unable to “recognise”. But recognise what?

Caillé (2008, p. 28) attributes three dimensions to the concept of recognition, which offer answers to three questions:

1. Who should be recognised: individuals or communities?
2. By whom?
3. What must be recognised?

Caillé responds to these questions by stating that «where we believe we see struggles for the emancipation of individuals, it turns out that these struggles are often in the name of a community of belonging, more or less real or imagined»; he then specifies that «recognition has a meaning and value only if the subjects, institutions or instances from which recognition

is expected are themselves recognised. It is necessary that the recognisers are themselves recognised [...]» (Caillé, 2008, p. 28). Finally, with regard to the problem of the object of recognition, he draws attention to the need to «know what constitutes the value of the subjects, the value they wish to see recognised» (Caillé, 2008, p. 29).

The recipients of this demand of recognition are all the *outsiders*, the hikers and tourists who, with greater or lesser awareness, decide to stay in these places.

The object of recognition revolves around the meaning of place (Ingold, 2016) and brings into play the narratives collected in the territories involved in the project, which lead to an understanding of the meaning of what is defined as heritage, which is both individual but also socially constructed, through relationships within the community, but also through confrontation with the outside world.

It is precisely through stories and narratives that the meaning of heritage as experienced by the local community takes shape: narratives dwell on the experiences that people have had, allowing us to understand the ways in which people construct identities from the available cultural materials (Polletta *et al.*, 2011, p. 112). The same applies to collective identities, as stories told by groups, communities and nations create bonds of belonging and identity. Narratives and social practices intersect and reconstruct the way cultural heritage is thought, told and experienced.

5. Final considerations: the ideal tourists

The individuals involved in the project, although not necessarily part of the tourism sector, have a clear idea of what the ideal tourist should be. What is more, they want to make their voice heard. Besides the usual complaints, that are generally shared by hosting communities that welcome peaks of tourist arrivals in a limited time of the year, the locals suffer from the perceived lack of recognition and clearly manifest irritation: they insist on being acknowledged as distinct.

The claim for recognition expressed through the criticism raised towards tourists is not made at an individual level. It is the community itself that wants to be recognised in its uniqueness: not just as any mountain resort, but as a unique, special place, with its own history, practices, traditions and, above all, a community attached to its territory.

The tourist I would like is the one who has fallen in love with the people, with the chorality that exists between the people [...]; the tourist who could choose

any other place, but chooses this one because there is chorality, the one who seeks a hospitable community, the welcoming of the local people who, even if they don't know you [...] ask you who you are, where you come from... offer you coffee [...] (interview with E., conducted by A.G.).

To attract [...] that kind of tourist, [able to] appreciate what the village is, the valley, in the most beautiful, purest way (interview with B. and L., man and woman, conducted by F.d.O.).

References

- Barbero Avanzini B. (1979), *Partecipazione sociale e partecipazione scolastica*, in «Studi di sociologia», 17 (1), pp. 18-30.
- Caillé A. (2008), *Riconoscimento e sociologia*, «Postfilosofie», IV (5), pp. 21-39.
- Cornwall A. (2008), *Unpacking 'Participation': Models, Meanings, and Practices*, «Community Development Journal», 43 (3), pp. 269-283.
- Cozzi D., D'Orazio F., Pascoli M. (2023), *Cammina sopra i miei passi: partecipazione e percezione del patrimonio culturale in tre comuni della Carnia*, Forum, Udine.
- Crespi F. (2004), *Identità e riconoscimento nella sociologia contemporanea*, Laterza, Roma-Bari.
- D'Amore L. (1983), "Guidelines to planning in harmony with the host community", in Murphy P.E. (ed.), *Tourism in Canada: Selected issues and options*, University of Victoria, Victoria, pp. 135-159.
- D'Orazio F. (2023), "Orditi e trame di una tessitura narrativa in territorio montano", in Cozzi D., D'Orazio F., Pascoli M., *Cammina sopra i miei passi*, Forum, Udine, pp. 111-149.
- Gallino L. (1978), "Partecipazione", in *Dizionario di sociologia*, Utet, Torino, pp. 485-486.
- Goodwin H. (2002), *Local Community Involvement in Tourism around National Parks: Opportunities and Constraints*, «Current Issues in Tourism», 5 (3-4), pp. 338-360.
- Gravari-Barbas M., Graburn N. (2012), *Tourist imaginaries*, «Via. Tourism Review», 1, available online at: <http://journals.openedition.org/viatourism/1188>, visited on 16/11/2024.
- Harvey D.C. (2008), "The History of Heritage", in Graham B.J., Howard P. (eds.), *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*, Ashgate, Aldershot.
- Haughton G. (1999), *Environmental justice and sustainable city*, «Journal of Planning Education and Research», 18, pp. 233-243.
- Ingold T. (2001), *Ecologia della cultura*, Meltemi, Roma.
- Inskip E. (1994), *National and regional tourism planning*, Routledge, London.
- Maretti M., Salvatore R. (2012), *The Link between Sustainable Tourism and Local Social Development. A Sociological Reassessment*, «Sociologica

- Italian Journal of Sociology online», 2, available online at: www.rivisteweb.it/doi/10.2383/38271, visited on: 16/11/2024.
- Polletta F., Chen P.C.B., Gardner B.G., Motes A. (2011), *The Sociology of Storytelling*, «Annual Review of Sociology», 37 (1), pp. 109-130.
- Prosser R., “Societal Change and the Growth in Alternative Tourism”, in Cater E., Lowman G. (eds.), *Ecotourism. A Sustainable Option?*, Wiley, New York, 1994.
- Ruiz-Ballesteros E. (2017), *Keys for approaching community-based tourism*, «Gazeta de Antropologia», 33 (1), available online at: <http://hdl.handle.net/10481/44362>, visited on 16/11/2024.
- Salazar N.B. (2012), *Community-based cultural tourism: Issues, threats and opportunities*, «Journal of Sustainable Tourism», 20 (1), pp. 9-22.
- Simmons D.G. (1994), *Community Participation in Tourism Planning*, «Tourism Management», 15, pp. 98-108.
- Tosun C., Timothy D.J. (2003), *Arguments for community participation in the tourism development process*, 14 (2), pp. 2-15.
- White S.C. (1996), *Depoliticising development: the uses and abuses of participation*, «Development in Practice», 6 (1), pp. 6-15.

15. The Potential of Digital Technology in Redefining Tourism Scenarios. A New Frontier for Senior Tourism

by *Letizia Carrera*

Introduction

From many decades, most developed countries have been facing the progressive ageing of their populations. The number of over 65 years old people is at its highest level in history, and it represents a structural trend confirmed by data presented and discussed in reports from international agencies (United Nations, 2015).

Projections suggest that the global population of individuals aged 65 and older will more than double by 2050, reaching 26% of the population (Ritchie, Roser, 2019; Robine, 2021). This significant demographic shift is producing and will continue to produce substantial social and economic consequences, that represent a fundamental challenge for public welfare policies at various territorial levels, moreover for urban areas that are closest to the daily lives of older individuals.

This quantitative evolution is accompanied by a qualitative one related to social representations of ageing and the meaning of becoming older, that involves also deep changes in self-perceptions. As consequence, older people are increasingly becoming carriers of (new) needs and, more importantly, (new) desires for experiences.

In a general redefinition the meanings of third age, these individuals not only will live longer but also expect to be healthier and more active, reflecting an increasingly recognized right to a better quality of life and thus, to an active ageing. A significant portion of the elderly population is moving away from traditional representations of old age towards a request of a recognition of their existential fullness, substantiated by culture, leisure, and socialization opportunities.

This change is what the new elderly (Eurisko, 1999; WHO, 2007) demand, without overlooking the extreme heterogeneity and diversity of

experiences and expectations among these individuals. They assert their right to quality active ageing, increasingly pressuring the public welfare system to adopt a more sophisticated concept of well-being going beyond mere healthcare to include a synthesis of physical, social, cultural, mental and emotional health (Carrera, 2020, 2024; Huang, Tai, 2003; Möller *et al.*, 2007; Zsarnoczky, 2016).

The reference is to Rowe and Kahn's (1997) model of "successful ageing" (Stowe, Clooney, 2015): social interactions, recreational activities, and various cultural experiences have a direct impact on mental functions and the overall well-being of the elderly. These factors delay ageing and reduce perceived age, thus creating virtuous cycles of participation in social extra-domestic activities.

Therefore, it becomes crucial to adopt guidelines for targeted policies that national governments and local administrations should implement to enhance the quality of life for the older people and improve their overall well-being. As highlighted by the World Health Organization's global reports on ageing and health (WHO, 1999, 2007, 2015), achieving this goal requires public policies and social strategies because, although the life expectancy of the elderly has been extended, it does not automatically lead to a healthier and more active life.

Among these opportunities, leisure time, and particularly the tourist experience, holds significant importance in responding to the growing desire for travel expressed by the older that includes the quality of cultural and social experiences and opportunities available to them (Kim *et al.*, 2015; Caradec, 2001a, 2001b; Moulaert, Paris, 2013; Bai, 2014; Buffel, Hadler, Phillipson, 2018; Cotterel, Buffel, Phillipson, 2018; Carrera, 2020). For these tourist and travel experiences, the new digital tools represent an additional opportunity to provide occasions for older individuals who increasingly assert their right to a fulfilling existence.

The role of digital technologies in supporting the travel desires and choices of older adults – though the reflections may also be extended to other groups associated with the characteristics of "social tourism" – is examined through an analysis of the evolving social representations of ageing and the self-representations of older individuals themselves. The needs and desires traditionally attributed to this demographic are progressively changing, increasingly encompassing dimensions of culture, leisure, social interaction, and holistic well-being (Carrera, 2025). Within this broader notion of well-being, the desire to travel occupies a significant place. However, it can sometimes come into conflict with the limitations associated with ageing, both in terms of the biological weakening of certain functions and, more importantly, the fears connected to such processes.

Within this complex dynamic, the potential of digital technologies is explored, not only in terms of compensating for some of the physical and cognitive limitations faced by older individuals, but more importantly, in making travel more “imaginable” and “familiar” for them. In doing so, these technologies help to alleviate some anxieties and foster conditions that enable increasingly widespread participation in tourism and travel-related choices among older adults.

1. Evolving Perspectives on the Ageing Process

Population ageing is a growing phenomenon in Europe as well as in the rest of the world. According to Eurostat, the Eu population is ageing rapidly. In 2022, people aged 65 and over was 21%, up from 16% in 2002. In the same period, there was also an increase from 3.5% to 6.1% in the population aged over 80. Projections indicate that by 2050 this percentage could increase further, with significant impacts on society and economy. The direction of the progressive ageing of the population confirms the evidence of a widespread and structural process, recognized as one of the most important challenges of our times (Moulaert, Paris, 2013; Attias-Donfut, Ogg, Wolff, 2005). Forty years ago, a clear declaration embedded in the 1983 Un Report, which emphasized the centrality of the goal of creating conditions for active ageing of the population and the necessity of territorial and institutional actors to pursue this aim¹.

Awareness of the profound changes affecting representations of old age is increasingly widespread, even at the normative level. Old age has begun to be considered not merely a residual condition compared to the active condition of individuals in the “first” and “second” ages, but rather a new phase rich in opportunities and possibilities, despite its limits and difficulties (Carrera, 2020). Old age, or rather the ageing process, an expression that highlights the dynamic dimension of this condition, is becoming an entirely new phenomenon in terms of content, possibilities, expectations, and desires (Apriceno, Levy, 2023) of culture, leisure, and socialization accessible also for the older people.

In reference to this last factor, tourism proposals, understood in a broad sense, can play a fundamental role, contributing to shaping the diverse

¹ «The policies to address the challenge of a growing, healthier, and more active elderly population, based on the vision of ageing as an opportunity to be harnessed, automatically benefit the elderly person, both materially and otherwise. Similarly, any effort to improve the quality of life of the elderly and to meet their diverse social and cultural needs enhances their ability to continue interacting with society» (United Nations, 1983, p. 16).

representations of individuals capable of desires and life planning, seeking experiences and existential fulfillment (Kim *et al.*, 2015; Nikitina, Vorontsova, 2015). It improves the stability of emotional bonds and resilience (i.e., the ability to react and withstand) to adverse events that may occur. Vacation can be interpreted as an experience that has positive effects on the individual's social sphere, with an improvement in self-esteem, interpersonal skills, and psychological well-being. Travelling allows for the discovery of new destinations and enriches one's cultural background, thus fostering an open mindset toward daily challenges (Mynn, 2006). Travel can become a source of inspiration and motivation for tourists even once they return home.

2. Wanderlust in Later Life: Travel Opportunities for Seniors

“Activity theory” has become pivotal in gerontology (Nimrod, Douglas, 2007) and has emerged as a response to criticisms of disengagement theory (Cumming, Henry, 1961)². The theory posits that continued engagement in meaningful activities is essential to maintaining well-being and life satisfaction in older adulthood. It challenges earlier deficit-based models of ageing by highlighting the positive correlation between active lifestyles and psychological, social, and even physical health outcomes. In this perspective, ageing is not solely characterized by decline, but rather by adaptation and continuity through sustained participation in social, recreational, and cultural activities. The theory has significantly influenced contemporary approaches to ageing, including the development of policies that promote active and engaged ageing across diverse populations.

In line with this theory, the new desire for an active life and the increased discretionary time available to retirees can be considered a strategic need for maintaining high levels of engagement in choices and experiences connected with life satisfaction and personal enrichment. Based on this theory, it is possible to hypothesize that the “vacation experience”, in a broader sense, a significant contribute to the overall quality of life and well-being for older individuals (Milman, 1998; Gilbert *et al.*, 2004; Letunovska *et al.*, 2020). In this scenario characterized by profound change, as observed in the last thirty years (Bartoli, 1994; 1995; Clement, 1995; Lefran-

² Cumming and Henry (1961) proposed a disengagement theory, suggesting that as part of the ageing process, elderly individuals gradually withdraw from active societal roles and leisure activities, focusing instead on inner satisfaction. This reduction in external engagements purportedly enhances life satisfaction in later adulthood.

cois, Leclerc, Polin, 1997), the tourist experience can play an important role in combining the needs for culture, leisure, and socialization opportunities, which are an important part of the new desires for well-being and active ageing. As Paolo Bortoli observes, travel can help to address psychological problems such as the loss of professional and social roles, loneliness, or apathy, and from this perspective, travel can be called true medicine for elderly individuals. These opportunities resonate with the preferences and interests of many older adults, who view travel as a valuable chance to engage in enriching and fulfilling experiences (Dolnicar, 2012)³.

These observations are supported by the growing proportion of older tourists, who increasingly opt for trips and extended travels. This demographic is becoming an increasingly important segment within the hospitality and tourism sectors, thanks to their significant numbers, greater availability of time compared to younger age groups, and higher economic resources (Fig. 1).

Fig. 1 - % Age Groups tourist population and total population 2022

	15 to 24 years		25 to 34 years		35 to 44 years		45 to 54 years		55 to 64 years		65 years and over	
	Share in tourist population	Share in population	Share in tourist population	Share in population	Share in tourist population	Share in population	Share in tourist population	Share in population	Share in tourist population	Share in population	Share in tourist population	Share in population
EU	12.3	12.4	14.9	14.1	19.9	15.7	18.3	16.8	16.7	16.1	17.8	24.8
Belgium	14.7	13.7	17.8	15.5	18.8	15.6	18.6	15.8	15.4	16.0	14.7	23.4
Bulgaria	12.5	10.7	21.2	13.7	22.9	15.9	21.4	17.7	13.2	15.6	8.8	25.4
Czechia	12.2	11.1	15.4	14.3	18.3	17.5	19.5	18.1	14.1	14.4	20.6	24.6
Denmark	16.0	14.6	18.2	15.9	14.0	13.8	14.5	15.9	15.2	15.5	22.0	24.3
Germany	13.1	11.7	16.6	14.6	16.1	14.6	14.9	15.5	19.8	17.9	19.4	25.7
Estonia	14.5	11.5	19.8	15.5	22.0	17.2	18.8	16.1	12.7	15.3	12.2	24.4
Ireland	16.5	15.9	16.0	15.0	20.6	19.1	18.2	17.2	14.1	14.0	14.6	18.7
Greece	13.0	11.6	14.8	12.1	20.4	16.3	20.6	17.8	15.6	15.9	15.7	26.3
Spain	0.7	12.1	7.8	12.8	37.5	16.8	23.9	18.9	19.0	16.1	11.2	23.3
France	12.7	14.5	14.3	13.9	16.5	15.1	17.8	15.7	16.5	15.4	22.2	25.4
Croatia	17.7	12.0	16.4	13.3	21.8	15.7	19.9	15.6	14.4	17.1	9.8	26.2
Italy	14.0	11.2	13.9	12.1	17.3	14.1	20.2	18.3	16.9	17.1	17.7	27.3
Cyprus	17.9	14.2	23.1	19.9	20.2	17.8	15.8	14.4	12.3	14.1	10.8	19.7
Latvia	14.2	11.2	17.9	14.6	20.9	16.3	17.7	16.3	15.1	16.8	14.3	24.9
Lithuania	15.7	11.2	20.8	15.0	20.1	15.7	17.6	16.6	14.8	18.0	11.0	23.5
Luxembourg	14.0	13.3	17.2	18.6	22.7	18.3	17.8	17.2	15.2	15.0	13.1	17.5
Hungary	12.2	12.1	14.2	14.9	17.2	16.7	22.4	18.3	14.7	13.9	19.3	24.0
Malta	14.2	11.1	24.0	20.7	19.9	18.5	19.5	14.2	9.4	13.4	13.0	22.2
Netherlands	15.2	14.5	17.2	15.3	12.5	14.2	19.6	15.9	12.3	16.3	23.2	23.7
Austria	13.4	12.2	17.8	15.8	17.5	15.6	18.4	16.6	16.6	17.1	16.4	22.7
Poland	16.9	11.6	17.8	15.8	23.1	19.2	16.9	15.8	13.2	15.0	12.2	22.6
Portugal	13.4	12.0	10.8	12.2	19.0	15.2	19.8	17.3	17.8	16.1	19.2	27.1
Romania	14.7	12.5	21.8	13.8	21.8	16.9	18.8	19.6	11.2	14.0	11.5	23.2
Slovenia	13.8	11.0	14.9	13.5	20.0	17.1	20.4	16.9	15.6	16.6	15.2	24.9
Slovakia	13.4	11.7	14.3	15.9	27.7	19.2	18.2	17.1	14.8	15.4	11.5	20.7
Finland	14.1	12.9	16.1	15.1	17.1	15.2	15.3	14.1	16.3	15.4	21.1	27.2
Sweden	14.4	13.6	9.8	16.9	13.2	15.3	15.3	15.4	19.1	14.3	29.3	24.6
Norway	13.9	14.5	17.8	16.7	17.7	15.8	17.7	16.5	16.3	14.6	16.6	21.9
Switzerland(*)	11.1	12.2	16.6	16.0	20.7	16.6	17.7	17.1	17.2	16.0	16.8	22.1
Albania(*)	17.5	17.3	24.0	18.8	16.6	14.2	14.8	15.1	16.4	16.4	10.6	18.3

Source: Eurostat.

³ Numerous studies in the leisure industry support activity theory, showing that high engagement in activities enhances the quality of life for elderly individuals (Fernandez-Ballesteros *et al.*, 2001; Iso-Ahola *et al.*, 1994; Menec, Chipperfield, 1997; Palmore, 1979; Riddick, Stewart, 1994; Silverstein, Parker, 2002). For example, Silverstein and Parker (2002) discovered that higher engagement in a variety of leisure activities is associated with greater life satisfaction among Swedish older adults. Similarly, Menec and Chipperfield (1997) highlighted that leisure activities mediate the relationship between perceived control and well-being, further boosting life satisfaction. As confirmed, more in general, by Lee and Tidesswell (2005), Milman (1998), Wei and Milman (2002).

Given the growing significance of this segment of the population in recent years, there is increasing attention to the potential for expanding the senior tourism market (also referred to as active aging tourism, silver tourism, age-friendly tourism, etc.). However, to achieve this goal, it is essential to understand the elderly population in all its complexity, acknowledging its categories differentiated by needs and aspirations.

As widely established in the relevant literature, it is essential to acknowledge the significant internal differentiation among individuals grouped under the “third age” label, as reflected in the choice to define them using different labels tied to age categories. However, it is important to note that age is not the most critical variable for understanding the differences between various types of older adults (Carrera, 2024). Instead, variables such as lifestyle, health status, and cultural and socioeconomic factors carry greater weight in explaining these differences. Although Eurostat data indicate a significant decline in the willingness to travel among individuals over 75 years of age, it is noteworthy that the preceding age group demonstrates a strong interest in pursuing such experiences. For example, the population aged between 64 and 75 years represents 21% of the European population over 15 years old and has a traveling percentage of 24.5% (a weighted average of 23% for overnight stays and 26% for travel in general, these data indicate that in many cases, these are trips that do not last more than a day)⁴. And, as Eurostat data further confirms (Fig. 2), both for the percentage of “non-travelers” over 65 and for those over 75, health reasons (41.4%) justify these choices rather than a lack of desire to travel (34.0%).

These data reveal that it is not so much a decline in the desire to travel, but rather health issues, which are not adequately addressed by alternative tourism offerings, that force older individuals to forgo trips, whether short or long.

This trend is expected to continue (Bai *et al.*, 2001; Lohmann, Danielsson, 2001; Schröder, Widmann, 2007; Phuong, Ths, 2019; Zavodna, 2024). The tourism industry has been aware of this potential for several years, prompting policy-makers and industry professionals to develop effective business and marketing strategies aimed specifically at attracting elderly tourists (Bai *et al.*, 2001; Sedgley *et al.*, 2011).

⁴ In contrast, over 75 people represent 12% of the European over 15 population, but only 6% of this group reports having traveled for pleasure; the most commonly cited reasons are a decline in motivation for such experiences and health issues.

Fig. 2 - Main reasons reported for not participating in tourism by age group, 2022

	Share of population not participating in tourism	Aged 15 to 64 years					Share of population not participating in tourism	Aged 65 years and over									
		Share of main reasons reported within the non participating population						Share of main reasons reported within the non participating population									
		Financial	Health	No interest	Family	Work or study		Financial	Health	No interest	Family	Work or study					
EU	33.4	44.5	9.4	20.2	14.8	26.8	54.5	28.0	41.4	34.0	10.6	3.4					
Belgium	33.2	48.2	9.6	21.0	9.7	14.3	61.7	33.8	30.1	35.0	7.2	1.6					
Bulgaria	67.8	51.7	6.3	1.9	15.0	42.6	88.5	57.7	65.9	1.5	9.8	2.7					
Czechia	21.2	34.4	15.7	22.1	13.5	14.2	38.2	13.3	58.7	38.8	(u)	(u)					
Denmark	15.2	32.6	7.7	1.1	1.5	18.1	60.0	12.1	40.6	32.0	2.8	2.6					
Germany	24.6	35.1	15.5	29.7	20.4	30.8	47.7	15.2	51.2	32.7	14.4	(u)					
Estonia	23.8	37.8	21.0	26.9	17.8	19.3	76.3	21.3	45.3	21.4	(u)	(u)					
Ireland	23.3	51.7	15.4	24.2	19.7	25.5	43.3	19.3	44.0	41.7	9.3	3.1					
Greece	49.9	62.6	5.7	13.1	14.4	24.5	73.5	43.5	(u)	50.7	27.2	8.2	1.9				
Spain	31.2	48.2	11.2	24.1	18.0	21.9	53.2	21.8	38.7	38.5	10.4	(u)					
France	19.0	44.4	8.3	19.3	10.4	14.8	28.5	24.7	43.2	36.1	8.0	1.5	(u)				
Croatia	42.4	48.9	10.1	20.3	30.3	19.7	80.7	28.6	69.0	21.7	(u)	4.6					
Italy	53.4	42.1	3.2	11.1	13.4	29.7	74.2	22.1	24.9	37.2	15.4	2.6					
Cyprus	36.2	53.2	6.0	11.8	10.6	28.0	66.9	34.1	48.9	16.0	5.9	3.4					
Latvia	34.6	38.9	8.4	35.3	14.7	28.0	66.8	23.5	56.5	41.0	5.5	(u)	(u)				
Lithuania	39.7	23.3	10.6	4.4	9.1	6.4	75.6	34.8	16.9	6.9	14.4	10.2					
Luxembourg	14.2	49.6	11.4	15.8	13.8	19.7	31.6	20.8	(u)	40.3	25.8	(u)	(u)				
Hungary	43.3	24.5	22.4	5.1	4.7	22.7	59.9	24.5	22.4	5.1	4.7	22.7					
Malta	30.1	29.0	10.1	23.6	11.4	16.3	64.2	(u)	51.0	33.4	(u)	(u)					
Netherlands	11.9	35.9	17.3	34.9	8.8	24.6	28.2	15.8	41.1	36.2	6.1	1.2					
Austria	18.8	43.7	17.1	52.4	31.3	35.0	44.7	21.1	(u)	54.1	60.0	14.8	(u)				
Poland	33.5	54.6	9.7	20.1	14.5	34.7	67.2	55.1	44.7	35.7	7.0	6.3					
Portugal	49.8	55.8	11.6	64.2	14.5	47.6	67.2	49.1	51.4	76.2	14.6	4.8					
Romania	67.5	54.2	4.6	9.7	12.1	26.8	85.9	42.4	52.1	20.4	6.0	2.3					
Slovenia	25.7	36.2	15.8	20.5	6.2	23.8	59.1	25.1	42.1	20.1	5.3	3.6	(u)				
Slovakia	31.7	49.6	18.7	22.7	35.5	11.8	66.2	30.9	65.6	(u)	15.2	(u)	14.7	0.0			
Finland	14.2	18.8	8.5	29.3	4.6	9.1	32.7	13.3	(u)	34.4	28.6	1.3	(u)	1.3	(u)		
Sweden	21.8	49.2	14.7	58.3	5.9	13.1	38.1	11.1	(u)	8.8	55.6	(u)	2.4	(u)	0.0	(u)	
Norway	9.5	34.7	5.1	15.6	8.3	18.4	17.1	10.9	33.3	26.4	0.0	3.1					
Switzerland(*)	8.6	43.4	19.5	14.1	11.5	22.2	27.5	11.6	(u)	53.3	(u)	23.1	(u)	6.5	(u)	2.2	(u)
North Macedonia(*)	56.0	55.5	3.7	7.3	12.6	25.9	77.8	23.5	51.7	21.7	8.9	0.3					
Albania(*)	43.5	69.8	3.2	3.7	6.1	16.8	63.5	50.0	38.1	7.9	2.2	2.2	(u)	1.6	(u)		

Source: Eurostat

The new and more complex representation of the ageing process has had repercussions not only on the increase in travel demands but also on the specific characteristics and content of trips, which increasingly exceed the model of health and geriatric tourism in favor of a more complex and differentiated desire for experiences and active engagement.

As expected, health tourism continues to play a significant role in tourism offerings for the elderly, with dedicated packages focused on health promotion, thermal spas (Hsu *et al.*, 2007; Tsartare, 2018; Yorulmaz, 2019), and other generic packages that, due to their characteristics, are also well-suited for this specific category of tourists.

Alongside entirely innovative travel package offerings, even traditional destinations based on the «triple S model», sun, sea, and sand (Carrera, 2024) have increasingly been rethought and redesigned to enhance the appeal of traditional packages in favor of new products centered around natural, recreational, gastronomic, and spiritual experiences (Fleischer, Pizam, 2002; Losada *et al.*, 2016). Just as has happened for other types of tourists, this shift now also applies to elderly tourists. The travel experience

is often becoming an intellectual project, serving not only to escape daily spaces but also to create a life experience and ensure emotional fulfillment (Savelli, 2004). This aligns with a “postmodern tourism model” (Sutton, House, 2003), where the imagination and the storytelling of places play a fundamental role and significantly influences the perceived attractiveness of destinations (Aime, Papotti, 2012; Bouchard, 2014, 2018; Avallone, 2019; Salazar, 2011; Marra, Ruspini, 2010; Menagaldo *et al.*, 2007). This search for the meaning of places, their authenticity, the emotions they can evoke, and the experiences they can induce leads older people to redefine the true sense of travel as an opportunity for intense experiences (Clement, 2019; Vergunst, 2008; Sgroi, 2002; Nicholson, 2001). Travels are perceived as useful for achieving intellectual and cultural experiences, acquiring new knowledge, maintaining physical fitness, relaxing, meeting new people, socializing with friends, and visiting relatives (Sakai *et al.*, 2000; Horneman *et al.*, 2002; Kim *et al.*, 2003; Sert, 2019).

The growing and diverse number of travel proposals from the tourism industry, extending beyond purely health-related “out of necessity” offerings, demonstrates how a portion of senior tourists’ demands is evolving, becoming increasingly complex and differentiated. We are entering a new phase of senior tourism 2.0 (Carrera, 2024), characterized by the assertion of a right to travel, with accessible travel options for the elderly that are not exclusively tailored to them. However, any offering must still take into account their specific needs related to physical aging. These include short trips, alternating transfers and animation activities with rest periods, choosing climatically suitable periods, constant presence of staff for various needs or problems that may arise, suitable transportation means, and comfortable accommodations. Additionally, facilities should integrate other services not exclusively reserved for elderly tourists but paying particular attention to their needs (Stončikaitė, 2022, 2023).

Alongside this new model of tourism, there exists one aimed at elderly individuals who are not self-sufficient. For this specific category of older adults, the type of offerings falls within the scope of social tourism⁵, which addresses both elderly individuals and those experiencing temporary or permanent disabilities. This form of tourism is designed to ensure the right to travel for all individuals, as outlined in the Montreal Treaty of 1996.

⁵ To grasp the extreme heterogeneity of this concept, it is essential to clarify that the reference in this case may apply to elderly individuals with reduced mobility, as well as to disabled individuals, those who have sustained fractures or other temporary impairments, and pregnant women.

3. Exploring the Role of Digital Technology in Senior Tourism

The aging population represents a new challenge for tourism, which is being addressed through innovative forms and offerings, including the use of new service technologies. In this context, digital technology, aligned with the directives of the United Nations World Tourism Organization, which identifies digital transformation as a key factor for the development of the tourism sector, can support these travel desires and choices of senior tourists, even enhancing destinations far from European countries. Both for tourism offerings specifically aimed at older adults and for more general ones that also consider them as potential recipients, the use of digital technologies is proving to have great potential, which could be further supported and expanded.

With specific reference to senior tourism, digital technology is a tool capable of influencing the possibility and quality of the tourist experience. Its functions can be grouped into three broad areas, which are distinguishable, albeit deeply interconnected: a) healthcare-supported tourism, b) remote tourism, and c) integrated tourism that combines technology and physical presence. These areas, or more correctly types, are functionally integrate, but they are considered separately for analysis reasons.

a) The first type involves the use of increasingly diversified and sophisticated digital tools to facilitate the model of tourism traditionally aimed at elderly individuals, who have largely benefited from it. Studies outline a systematic growth of medical tourism supported by smart technologies, which enable the extension of offerings. Furthermore, it contributes new insights to the existing knowledge base and lays the groundwork for enhancing smart healthcare systems and advancing the concept of smart medical tourism. The offerings have been further enriched through the construction or redevelopment of high-tech hotel complexes and resorts featuring a comprehensive range of geriatric care options, alongside the widespread adoption of telemedicine, teleassistance, and advanced technologies. These developments support the aspirations of elderly people to travel and maintain an active lifestyle, combining opportunities to take care of their health with the need to travel safely, thus favoring these choices (Nikitina, Vorontsova, 2015). Medical tourism has experienced significant growth recently, propelled by advancements in technology and the integration of stakeholders into smart healthcare systems (Shs). This study explores how Shs applications are applied to medical tourism and how network integration within Shs benefits this industry. The findings highlight several key technological applications within Shs that are expanding medical tourism, including mobile health, telehealth, blockchain technol-

ogy, cloud technology, internet of medical things (IoMT), virtual reality, and artificial intelligence. These applications provide a secure and robust framework for stakeholders involved in medical tourism.

b) The second type of digital use is represented by the potential of on-line tourism. As became evident during the travel suspension caused by the Covid-19 pandemic, virtual visits can, if innovatively implemented, generate great interest. They sometimes compensate for the difficulties related to physical travel, maximizing the quality of places, tourist attractions, and even intangible heritage. This type of travel offering is not specifically targeted and represents an option that can also be enjoyed by elderly individuals. In this case, the required prerequisite is some level of computer literacy, which varies depending on the complexity of the proposal. Examples of digital tourism offerings for seniors include virtual tours of museums, monuments, and historical sites enriched by the “presence” of expert guides sharing stories and curiosities; virtual cultural experiences such as streaming theater performances and concerts; book readings, sometimes by the authors themselves or actors who read and interpret the pages; and cooking classes with professional chefs teaching how to prepare typical dishes from different cultures. In addition to these more classic forms of travel and experience that multiplied during the pandemic, there are also wellness-oriented experiences such as meditation and yoga sessions inspired by different cultures, with instructors guiding seniors in relaxation sessions, or virtual tours of spas and wellness centers, explaining treatments and relaxation techniques used worldwide. Beyond these proposals, there are even personalized virtual journeys, as tours of botanical gardens, virtual safaris, or underwater explorations, immersive experiences using virtual reality to offer experiences like walks on tropical beaches, mountain excursions, or space travel. These experiences can also become opportunities for online socialization through organized “group virtual trips” enhancing their well-being and quality of life.

c) The third possible use of digital technology pertains to the integration of in-person travel experiences to make them more complex and engaging. Many existing proposals already show a significant impact on the quality of the tourist experience, particularly but not exclusively for seniors. Examples can include guided tours enhanced by augmented reality through apps that offer additional information during visits to museums and historical sites or other also very different places. For instance, users can point their smartphones at a piece of art to watch videos, listen to audio guides, or view 3d reconstructions. Themed city tours also utilize augmented reality, allowing tourists to hear stories, legends, and anecdotes while displaying historical images overlaid on real locations. More tra-

ditional interactive experiences, such as Qr codes, are also incorporated. Furthermore, urban gaming or “digital treasure hunts” are organized in cities or natural parks, where participants use Qr codes to uncover clues and solve puzzles, exploring the area in an engaging and interactive manner. These initiatives blend the experiential possibilities of digital resources with physical experiences, enriching travel and offering tourists new avenues for interaction and discovery.

Digital solutions can offer innovative, attractive, and constantly evolving options, allowing art cities, museums, theaters, monuments, and libraries to become part of “mixed itineraries” that leverage digital potential without depriving tourists of the “material” experience of travel and being present in the places. These models enable tourists to move beyond their role as mere consumers of tourism offerings, transforming them into “visitactors” (Klimova, 2017; Carrera, Barbuti, 2021; Carrera, 2024) capable of interacting with different contexts, easily switching from one to the other in any circumstance, to enjoy immersive experiences both analog and digital, even in locations outside the mainstream tourist flows.

Wonder Grottole can exemplify a new dimension of experiential tourism, where the core experience revolves around togetherness, relationship-building, creativity, and the exploration of new opportunities and productivity. This includes artistic residencies, communal spaces for exchange, and workshops. Such initiatives enhance the existing human and resource capital in incubating communities, which become co-protagonists in reviving and revaluing traditional and innovative practices while creating sustainable opportunities. The project’s initial impact has clearly demonstrated that this model of living site tourism yields positive outcomes for both host communities and visitors, improving quality of life and fostering new economies that stimulate significant regenerative processes in the affected areas.

In this perspective, digital technology can serve numerous functions, representing a significant element impacting the ability of older individuals to engage in tourism experiences. The main functions it can fulfill are: A) Enhanced accessibility: digital technology enables elderly individuals to research and plan their trips online, thereby facilitating access to information about destinations, accommodations, and activities. B) Personalization: digital platforms can recommend trips and activities based on the specific interests and needs of elderly individuals, making their travel experiences more relevant and enjoyable. C) Communication and sharing: social media and online communication tools allow seniors to stay in touch with their family and friends during their travels, which can enhance their sense of security and well-being. D) Online reservations: booking hotels, flights,

and other travel services online provides more convenience and flexibility to elderly individuals, allowing them to book and manage their trips at their own pace. E) Training and awareness: digital technology can provide seniors with information and training on safer and more responsible travel practices, as well as health tips while traveling, which helps reducing risks associated with tourism. F) Accessibility for specific needs: digital technologies can assist elderly individuals with specific accessibility needs in finding destinations and services tailored to their requirements, such as accessible accommodations and adapted transportation. G) Reduction of language barriers: translation apps and online communication services facilitate communication in foreign countries, making travel more enjoyable for elderly individuals who do not speak the local language. H) Safety and medical monitoring: connected health and safety tracking devices can provide peace of mind to elderly travelers and their families in case of emergencies during their trips. I) The impact on the process of constructing the imaginary of places. L) Virtual installations using various technologies to reproduce elements of national cultural heritage could support the exportation of places, cities, landscapes, and communities even far from their original contexts. M) This familiarity with places that can sometimes be perceived as dangerous could incentivize potential new travelers to experience them “in person”, redefining the possibilities, forms, and destinations of travel choices with a significant impact on local economies.

Digital technology and, obviously, possessing the appropriate digital skills are key elements that can profoundly influence, positively or negatively, the choices and perceived opportunities of individuals in relation to the tourism experience. These observations confirm findings in the literature (Asif, Fazel, 2024; Madzík *et al.*, 2023; El Archi *et al.*, 2023) and demonstrate how digital technologies and, more recently, artificial intelligence can be integrated to enhance the overall travel experience of older tourists, also for in-person travels, making it safer, more personalized, and more accessible. From this perspective, the increasing number of senior Fit (Free Independent Travelers) illustrates how older adults are overcoming the limitations of the digital age divide. They organize their own trips, search for the best options, and select their destinations online based on the available services, proposed conditions, and the specific characteristics of their desired vacation. In an increasingly widespread manner, digital tools are thus capable of creating better conditions to enable elderly individuals to travel with greater safety and well-being.

Conclusions

These reflections have underscored the impact of digital tools and services, in their various forms, on the dynamics of senior tourism. It is evident that tourism operators can adapt, refine, and customize their offerings to harness the potential of these digital resources. These private stakeholders can play a pivotal role, not only at an economic level but also in advancing the broader objective of promoting active aging and improving overall well-being. This role necessitates their integration into a local network that encompasses institutions, research centers, healthcare facilities, cultural and artistic associations, and other key players.

To effectively cater to this growing segment of tourism, it is essential to focus on specialization and targeting based on an analysis of senior tourists' characteristics. Indeed, despite their diverse backgrounds, they exhibit some common traits (Carrera, 2024; Huang, Tsai, 2003; Möller *et al.*, 2007; Zsarnoczky, 2016): a) they prioritize safety; b) they often extend their stays at destinations; c) they can travel year-round due to increased leisure time; d) they value effective communication; e) they are influenced by word-of-mouth recommendations; f) they are concerned about the accessibility of services and transportation.

Aligned with these characteristics are the possibilities presented by augmented reality technologies and other high-tech tools (Carrera, Barbuti, 2021). The integration of familiar, user-friendly, desirable, and cost-effective technologies that seamlessly fit into seniors' lifestyles could significantly enhance the usability and quality of the tourism experience.

In any case, there are critical issues that make access to the tourism experience challenging (Magdalena, Bujnowska-Fedak, Grata-Borkowska, 2015). The starting point for addressing these challenges lies in recognizing the significant internal variability within the category of older individuals, considering factors such as level of autonomy, gender, living conditions, economic, cultural and social resources and other relevant variables. These variations can greatly influence their tourist experience opportunities.

In any case, there are critical issues that make access to the tourism experience challenging, thereby shaping differing opportunities for tourism that extend beyond economic means for travel and include cultural resources. This complexity underscores the need for both quantitative and qualitative research that go beyond purely statistical data, employing differentiated methodologies (Moscardo, 2006; Kim *et al.*, 2015; Horneman *et al.*, 2002).

Finally, it is essential to highlight the critical role of the territorial network of stakeholders, and, particularly, the significant influence of local

institutions that should invest, creatively and strategically, to ensure that tourism experiences are viable also for older individuals. This should be considered as an investment rather than a mere expense.

These actions require a social and political long-term perspective and a more complex understanding of well-being (Carrera, 2025) that, on one hand (more strategically), responds to the goal of reducing the impact of the consequences of the aging process on the socio-healthcare system by delaying the decline in the health conditions of elderly individuals, and on the other hand (more ethically) ensures the full right to an active aging process and high levels of quality of life.

References

- Aime M., Papotti D. (2012), *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*, Einaudi, Torino.
- Apriceno M., Levy S.R. (2023), *Systematic Review and Meta-Analyses of Effective Programs for Reducing Ageism Toward Older Adults*, «Journal of Applied Gerontology», 42 (6), pp. 1356-1375.
- Asif and Fazel H. (2024), *Digital technology in tourism: a bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns*, «Journal of Hospitality and Tourism Insights», 7 (3), pp. 1615-1635.
- Attias-Donfut C., Ogg J., Wolff F.C. (2005), *European patterns of intergenerational financial and time transfers*, «European Journal of Ageing», 2 (3), pp. 161-173.
- Avallone A. (2019), *Immaginari per viaggiatori*, Franco Cessati Editore, Città di Castello (PG).
- Bai B., Shawn Soocheong J., Liping A.C., O'Leary J.T. (2001), *Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States*, «Journal of Hospitality and Leisure Marketing», 8 (3-4), pp. 147-168.
- Bai X. (2014), *Images of ageing in society: A literature review*, «Journal of Population Ageing», 7, pp. 231-253.
- Bartoli P. (1994), *Terza età: caratteristiche, bisogni e motivazioni del consumo turistico*, testo disponibile al sito: <https://academy.formazioneturismo.com/terza-eta-caratteristiche-bisogni-e-motivazioni-del-consumo-turistico/>, data di consultazione: 10/11/2024.
- Bartoli P. (1995), *50 & Più, turismo in ambito Fenacom*, «Annali italiani del turismo internazionale», 1 (2).
- Bouchard G. (2014), *Raison et éraison du mythe. Au cœur des imaginaries collectifs*, Boréal, Montreal.
- Bouchard G. (2018), *Social myths and collective imaginaries: Some afterthoughts*, «Philosophy and Public Issues (New Series)», 8 (3), pp. 3-15.
- Buffel T., Phillipson C. (2018), *A manifesto for the age-friendly movement: Developing a new urban agenda*, «Journal of Ageing & Social Policy», 30 (2), pp. 173-192.

- Bujnowska-Fedak M.M., Grata-Borkowska U. (2015), *Use of telemedicine-based care for the ageing and elderly: promises and pitfalls*, «Smart Homecare Technology and TeleHealth», 3, pp. 91-105.
- Caradec V. (2001a), *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement*, Nathan, Paris.
- Caradec V. (2001b), “Personnes âgées” et “objets technologiques”: *Une perspective en termes de logiques d'usage*, «Revue française de sociologie», 42 (1), pp. 117-148.
- Carrera L. (2024), *Age tourism: going beyond health and “triple S” tourism toward a new request of journey*, «Frontiers in Sociology», 9, testo disponibile al sito: www.frontiersin.org/journals/sociology/articles/10.3389/fsoc.2024.1395405/full, data di consultazione: 30/11/2024.
- Carrera L. (2025), *Age Friendly Cities. Progettare lo spazio urbano come luogo di benessere*, «Salute e Società», 2, pp. 20-35.
- Carrera L., Barbuti N. (2021), *After the pandemic. A 4.0 model for the recovery of the Cultural tourism*, «International Journal of Humanities and Social Science», 11 (4), testo disponibile al sito: www.ijhssnet.com/journals/Vol_11_No_4_April_2021/7.pdf, data di consultazione: 30/11/2024.
- Carrera L. (2020), *I nuovi anziani. Bisogni, esperienze, desideri*, Progedit, Bari.
- Clement G. (2019), *Breve trattato sull'arte involontaria*, Quodlibet, Roma.
- Clements C.J. et al. (1995), *Role of involvement in the travel decision*, «Journal of Vacation Marketing», 1 (4), pp. 337-348.
- Cotterel N., Buffel T. (2018), *Preventing social isolation in older people*, «Maturitas», 113, pp. 80-84.
- Cumming E. et al. (1961), *Growing old: The process of disengagement*, Basic Books, New York.
- Dolnicar S., Yanamandram V., Cliff K. (2012), *The contribution of vacations to quality of life*, «Annals of Tourism Research», 39 (1), pp. 59-83.
- El Archi Y., Brahim B., Moaaz K., Lóránt D. (2023), *Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda*, «Administrative Sciences», 13 (8), 184, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2076-3387/13/8/184, data di consultazione: 10/11/2024.
- Eurisko (1999), *La Nuova Terza Età*, Mondadori, Milano.
- Fernandes-Ballesteros R., Zamarrón M.D., Maciá A. (2001), *Quality of life in older adults: The paradox of well-being*, «Encyclopedia of Gerontology», 2, pp. 419-429.
- Fleischer A., Pizam A. (2002), *Tourism constraints among Israeli seniors*, «Annals of Tourism Research», 29 (1), pp. 106-123.
- Gilbert D., Abdullah J. (2004), *Holidaytaking and the sense of well-being*, «Annals of Tourism Research», 31 (1), pp. 103-121.
- Horneman L., Carter R.W., Wei S., Ruys H. (2002), *Profiling the senior traveler: An Australian perspective*, «Journal of Travel Research», 41 (1), pp. 23-37.
- Hsu C.C., Sandford B.A. (2007), *The Delphi technique: making sense of consensus*, «Practical assessment, research, and evaluation», 12 (10), testo disponibile al sito: <https://scispace.com/pdf/the-delphi-technique-making-sense-of-consensus-3xra3m43kw.pdf>, data di consultazione: 12/11/2024.

- Hsu C.H.C., Cai L.A., Wong K.K.F. (2007), *A model of senior tourism motivations. Anecdotes from Beijing and Shanghai*, «Tourism Management», 28 (5), pp. 1262-1273.
- Huang L., Tsai H.T. (2003), *The study of senior traveler behavior in Taiwan*, «Tourism Management», 24 (5), pp. 561-574.
- Iso-Ahola S.E., Jackson E.L., Dunn E. (1994), *Starting, Ceasing, and Replacing Leisure Activities Over the Life-Span*, «Journal of Leisure Research», 26 (3), pp. 227-249.
- Kim E.J., Ahn B.K., Kang C.W. (2003), *Evaluation of the nutritive value of local defatted rice bran and effects of its dietary supplementation on the performance of broiler chicks*, «Journal of Animal Science and Technology», 45 (5), pp. 759-766.
- Kim H., Woo E., Uysal, M. (2015), *Tourism experience and quality of life among elderly tourists*, «Tourism Management», 46, pp. 465-476.
- Klimova B. (2017), “Senior tourism and information and communication technologies”, in Park J., Chen S., Raymond Choo K. (eds.), *Advanced multimedia and ubiquitous engineering: FutureTech MUE 2017*, Springer, Singapore.
- Lefrançois R., Leclerc G., Polin B. (1997), *Ageing and Social Support: A Lifespan Perspective*, «Annual Review of Gerontology and Geriatrics», 17, pp. 99-130.
- Letunovska N., Kwilinski A., Kaminska B. (2020), *Scientific Research in the Health Tourism Market: a Systematic Literature Review*, «Health Economics and Management Review», 1, pp. 8-19.
- Lohmann M., Danielsson J. (2001), *Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future*, «Journal of Vacation Marketing», 7 (4), pp. 357-366.
- Losada N., Alén E., Domínguez T., Nicolau J.L. (2016), *Travel frequency of senior tourists*, «Tourism Management», 53, pp. 88-95.
- Madzík P., Falát L., Copuš L., Valeri M. (2023), *Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach*, «European Journal of Innovation Management», 26 (7), pp. 177-205.
- Marra E., Ruspini E. (2010), *Viaggi, esperienze, emozioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Menagaldo H. (2007), *Les imaginaires de la ville, entre littérature et arts*, PUR, Rennes.
- Menec V.H., Chipperfield J.G. (1997), *The interactive effect of perceived control on health and mortality among the very old*, «Journal of Gerontology: Psychological Sciences», 52B (3), pp. 118-126.
- Milman A. (1998), *The impact of tourism and travel experience on senior travelers' psychological well-being*, «Journal of Travel Research», 37 (2), pp. 166-170.
- Minnaert L. (2007), *Social tourism: a potential policy to reduce social exclusion? The effects of visitor-related social tourism for low income groups on personal and family development*, «9th Annual UTSG Conference, Harrogate 03-05 January», testo disponibile al sito: <https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/91z42/social-tourism-a-potential-policy-to-reduce-social-exclusion>, data di consultazione: 10/11/2025.

- Möller M., Alchanatis V., Cohen Y., Meron M., Tsipris J., Naor A., Cohen S. (2007), *Use of thermal and visible imagery for estimating crop water status of irrigated grapevine*, «Journal of Experimental Botany», 58 (4), pp. 827-838.
- Moscardo G. (2006), "Third age tourism", in Buhalis D., Costa C. (eds.), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*, Elsevier, Amsterdam.
- Moulaert T., Paris M. (2013), *Social policy on ageing: The case of "active ageing" as a theatrical metaphor*, «International Journal of Social Science Studies», 1, 113, testo disponibile al sito: <https://redfame.com/journal/index.php/ijss/article/view/141>, data di consultazione: 19/11/2024.
- Nicholson A. (2001), *Sea room: An island life*, HarperCollins, London.
- Nikitina O., Vorontsova G. (2015), *Ageing population and tourism: Socially determined model of consumer behavior in the "senior tourism" segment*, «Procedia - Social and Behavioral Sciences», 214, pp. 845-851.
- Nimrod G., Douglas A.K. (2007), *Reconsidering Change and Continuity in Later Life: Toward an Innovation Theory of Successful Ageing*, «The International Journal of Ageing and Human Development», 65 (1), pp. 1-22.
- Palmore E. (1979), *Predictors of successful ageing*, «The Gerontologist», 19 (5), pp. 427-431.
- Phuong N.N., Ths T.T. (2019), *Factors under the Influence of the Elderly Tourists' Motive in Vietnam: Study in Hanoi*, «The International Journal of Humanities & Social Studies», 7(3) testo disponibile al sito: www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijhss/article/view/143862, data di consultazione: 20/11/2024.
- Riddick C.C., Stewart D.G. (1994), *An examination of barriers to leisure travel for older adults*, «Journal of Travel Research», 33 (1), pp. 21-26.
- Ritchie H., Roser M. (2019), *Age structure*, testo disponibile al sito: <https://ourworldindata.org/age-structure>, data di consultazione: 20/11/2024.
- Robine J.M. (2021), *Ageing populations: We are living longer lives, but are we healthier*, «United Nations – Department of Economic and Social Affairs. Working Papers», 2, testo disponibile al sito: <https://share.google/Cq8SYUQs0n3aoTOAW>, data di consultazione: 20/11/2024.
- Rowe J.W., Kahn R.L. (1997), *Successful ageing*, «Gerontologist», 37 (4), pp. 433-440.
- Sakai M., Brown J., Mak J. (2000), *Population ageing and Japanese international travel in the 21st century*, «Journal of Travel Research», 38 (3), pp. 212-220.
- Salazar N. (2011), *Envisioning Eden: Mobilizing imaginaries in tourism and beyond*, Berghahn, London.
- Savelli A. (a cura di) (2004), *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, FrancoAngeli, Milano.
- Schröder A., Widmann T. (2007), *Leisure activities and well-being in older adults: A study of the German Senior Citizens Panel*, «Ageing & Society», 27 (4), pp. 643-660.
- Sedgley D. et al. (2011), *Tourism and ageing: a transformative research agenda*, «Annals of Tourism Research», 38 (2), pp. 422-436.
- Sert A.N., "Senior tourism in the ageing world", in Sert A.N. (ed.), *Theory and Practice in Social Sciences*, St. Kliment Ohridski University Press, Sofia, 2019.

- Sgroi E. (2002), "Viaggiatori e turisti: una strana famiglia. Saggio introduttivo", in Mazzette A. (a cura di), *Modelli di turismo in Sardegna*, FrancoAngeli, Milano.
- Silverstein M., Parker M.G. (2002), *Leisure activities and quality of life among the oldest old in Sweden*, «Research on Ageing», 24 (5), pp. 528-547.
- Sniadek J. (2006), *Age of Senior: a challenge for tourism and leisure industry*, «Studies in Physical Culture and Tourism», 13 (Supplement), pp. 103-105.
- Stončikaitė I. (2022), *Baby-boomers hitting the road: The paradoxes of the senior leisure tourism*, «Journal of Tourism and Cultural Change», 20 (3), pp. 335-347.
- Stončikaitė I. (2023), *The "inside" of ageing: Autoethnography in critical geragogy*, «Educational Gerontology», 49 (9), pp. 773-789.
- Stowe J.D., Cooney T.M. (2015), *Examining Rowe and Kahn's concept of successful ageing: Importance of taking a life course perspective*, «The Gerontologist», 55 (1), pp. 43-50.
- Sutton P., House J. (2003), *The new age of tourism: Postmodern tourism for postmodern people*, testo disponibile al sito: www.arasite.org/pspage2.htm, data di consultazione: 10/02/2025.
- Tsartsara S.I. (2018), *Definition of a new type of tourism niche: the geriatric tourism*, «International Journal of Tourism Research», 20 (6), pp. 796-799.
- United Nations (1983), *Vienna International Plan of Action on Ageing*, United Nations, New York.
- Vergunst F. (2008), *Social participation and healthy ageing: A neglected relationship*, «Canadian Journal on Ageing / La Revue canadienne du vieillissement», 27 (4), pp. 399-414.
- Wei S., Milman A. (2002), *The impact of participation in activities and frequency of visits to Florida's theme parks on older adults' psychological well-being*, «Journal of Hospitality & Leisure Marketing», 9 (1-2), pp. 127-146.
- WHO (1999), *Ageing & Health*, World Health Organization, Geneva.
- WHO (2007), *Global age-friendly cities: a guide*, World Health Organization, Geneva.
- WHO (2015), *World Report on Ageing and Health*, World Health Organization, Geneva.
- Yorulmaz M. (2019), "An overview of health tourism", in Meciar M., Gökten K., Eren A. (eds.), *Economic and business issues in retrospect and prospect*, Ijopce Publication, London.
- Zavodna L.S. (2024), *Seniors' constraints to travel: analyzing discussions on TripAdvisor*, «Current Issues in Tourism», 28 (15), pp. 2381-2397.
- Zsarnoczky M. (2016), *Innovation challenges of the silver economy*, «Vadyba», 28 (1), pp. 105-109.

Sezione 4

L'innovazione sociale nel turismo: al di là di retoriche e malintesi

16. Social Innovation in Tourism for the Inner Areas: Desire, Mirage or Nightmare?

by Olga Tzatzadaki, Maurizio Busacca

Introduction

Social Innovation in Tourism (SIT) has garnered increasing attention in recent years as a way to address the pressing socio-economic challenges faced by rural and inner areas, particularly in Mediterranean regions. As traditional tourism models often fail to adequately address the needs of these areas, Sit offers a promising framework for fostering sustainable development and enhancing local resilience. Through innovative practices, it encourages community-driven initiatives that can tackle issues as depopulation and economic decline, while also promoting cultural preservation and environmental stewardship.

This paper presents a systematic literature review on SIT, with a specific focus on ten studies related to Mediterranean inner areas. These regions, often marginalized and facing rural gentrification, risk becoming overly reliant on tourism as a development strategy, leading to phenomena such as “touristification”. While this sector can bring much-needed economic benefits, it also presents risks, such as displacing local populations, altering traditional livelihoods, and undermining local culture. Our review critically examines these dynamics, exploring how SIT can mitigate these risks and offer sustainable alternatives to rural gentrification.

Furthermore, the paper highlights the importance of using vitality as an indicator to assess the success and sustainability of tourism initiatives. Vitality refers to the capacity of a region to maintain its population, cultural identity, and economic viability in the face of external pressures. This indicator is particularly relevant in the context of depopulation, a significant challenge for Mediterranean inner areas. By leveraging SIT, these regions can potentially reverse depopulation trends and foster long-term resilience.

The review concludes by exploring the interplay between SIT, rural gentrification, and the risks of touristification, emphasizing the need for balanced, community-centric approaches to tourism development in these vulnerable areas.

1. Unpacking Social Innovation in Tourism: Insights from a Systematic Literature Review

1.1. Exploring SIT: Initiatives Discussed in Literature

Social Innovation in Tourism (SIT) has gained prominence in recent years, although its full systematisation remains incomplete (Sorensen, 2007; Hjalager, 2010, 2012; Işık *et al.*, 2019). Historically, tourism innovation research has been largely focused on technology (Wirth *et al.*, 2002; Gomezelj, 2016), overlooking the complexity of actors and networks involved in the innovation process (Trunfio & Campana, 2019; Kofler *et al.*, 2018). Additionally, the study of tourism innovation policies is underdeveloped (Hall, 2009; Hall, Williams, 2008; Hjalager, 2010, 2012), leaving key questions about emerging trends and research gaps unanswered (Işık *et al.*, 2019).

SIT reflects a broader shift in innovation models from closed, internal processes to open, community-driven approaches (Autio, Thomas, 2014; Etzkowitz, Leydesdorff, 2000). This transition moves away from siloed knowledge to open exchanges that prioritise collaboration with local communities (Chesbrough, 2003; Borghys *et al.*, 2020). Innovation has become territorially and socially embedded, relying on local knowledge and community engagement (Carayannis, Campbell, 2009; Sassen, 2000; Ramella, 2015). With this shift, SIT aligns with social innovation (SI), which focuses on addressing social challenges in novel ways (Murray *et al.*, 2010). SIT aims to create equitable systems and include marginalised communities in the innovation process (Chiodo *et al.*, 2019), with local participation playing a crucial role in ensuring fair distribution of benefits (Lopez, Ramos, 2015).

SI, though rooted in historical concepts (Borelli, Busacca 2020; Godin 2015), gained prominence in the 2010s as a strategy aligned with social investment approaches (Hemerijck, 2017; Oosterlynck *et al.*, 2019). While social investment promotes labour market participation, SI initiatives focus on entrepreneurial, collective, or grassroots activation. Both strategies, however, share a trust in the market as a means of integrating economy and society (Busacca, 2022). SI lacks a specific field of application (Mou-

laert *et al.*, 2013), instead proposing a new way of producing welfare by achieving solutions with fewer public resources (Busacca, 2019).

In the past decade, SI has also appeared in tourism innovation studies (Trunfio, Campana, 2019; Wirth *et al.*, 2022). Social Innovation in Tourism (SIT) seeks to address local challenges such as unemployment and community abandonment through new cooperation models and problem-solving strategies (Moulaert *et al.*, 2013; Neumeier, 2012). SIT initiatives provide region-specific solutions (Edwards-Schachter, Wallace, 2017), engaging society in collective action (Bock, 2016).

The aim of SIT is to redesign the relation between tourism and local communities to combat poverty and inequality by offering improved access to social, cultural, and economic resources for targeted groups (Oosterlynck *et al.*, 2019; Moulaert, McCallum, 2019). This is investigated across three levels: the needs being addressed and the beneficiaries (micro-level), the participants in the innovation process (meso-level), and governance processes that foster SI (macro-level) (Trunfio, Campana, 2019). At the micro-level, SI addresses individual and group needs through social change, influencing social capital and local development (Neumeier, 2017; Choi, Majumdar, 2015; Gallouj *et al.*, 2018). At the meso-level, SI emphasizes the involvement of diverse actors, including local communities, NGOs, and non-profits (Trunfio, Campana, 2019). At the macro-level, SI involves institutional change through new value propositions and governance models (Alegre, Berbegal-Mirabet, 2016; Polese *et al.*, 2018).

Despite increasing interest, studies on how SIT emerges and which actors are involved remain limited (Wirth *et al.*, 2022). To understand this better, a systematic literature review of 65 articles and conference proceedings was conducted, considering case studies and theoretical discussions to examine SI initiatives, actors, and processes within SIT.

The authors conducted their review sourced from Scopus and Web of Science. They employed a two-tier analysis. In the first tier (a-level), the papers were considered on their temporal, geographical, and thematic distribution. In the second tier (b-level), the focus shifted to identifying the social needs and target groups addressed by SI initiatives (micro-level), the networks of actors involved and their interactions (meso-level), and the role of local governance and institutions in supporting these initiatives (macro-level).

1.2. A and B Level Analysis: Clusters, Actors, Networks, Governance

The first paper appeared in 2007, with production increasing significantly from 2016 onwards, peaking in 2021 (12 papers). This growth

coincides with global tourism trends, particularly the rise in tourist flows starting in 2014 and the Covid-19 pandemic’s impact on tourism, with many studies focusing on domestic and proximity tourism and SI initiatives to address these challenges. Most authors were from Europe, especially Italy, and studies focused on addressing local challenges through domestic and proximity tourism. Regarding case studies, 31 were from within the EU, with a strong focus on addressing issues such as over-tourism, under-tourism, and social inequalities. Regarding Southern Europe, the majority of the papers deal with ways of triggering sustainable tourism for inner areas, which we will better discuss in the following paragraphs. Other case studies were from Asia, Latin America, and regions like South Africa and North America, where tourism is often seen as a means to combat poverty and unemployment in local communities.

The literature review identified six clusters of SI initiatives in tourism: a) ICT and technology-oriented; b) Rural tourism and ecotourism; c) Environmentally sustainable development; d) Local participation and community-based tourism (CBT); e) Cultural heritage and creative industries; f) Social entrepreneurship (Tab. 1).

Tab. 1 - Clusters of social innovations in tourism

<i>Cluster</i>	<i>N. of papers</i>
ICT and technology-oriented	10
Rural tourism and ecotourism	6
Environmentally sustainable development	14
Local participation and community-based tourism	15
Cultural heritage and creative industries	11
Social entrepreneurship	9

The findings from the b level analysis of SI initiatives in tourism reveal insights across micro, meso, and macro levels.

At the micro-level, SI initiatives align with Maslow’s hierarchy of needs, primarily addressing safety needs through employment and financial security. Community-Based Tourism initiatives enhance opportunities for co-design and decision-making, promoting both economic and social inclusion through responsible tourism (Elias, Barbero, 2021; Malek, Costa, 2015; Martini *et al.*, 2017; Nurhasanah, Van den Broeck, 2022). These initiatives further impact individuals’ needs by protecting natural resources, generating income, fostering community connections, and enhancing self-

esteem (Alegre, Berbegal-Mirabent, 2016; Batista *et al.*, 2021; Chiodo *et al.*, 2019; Corbisiero, 2021; Lopez, Ramos, 2015; Moleiro, 2021; Partanen, 2021; Trombadore, 2020; Wirth *et al.*, 2022). Additionally, rural and eco-tourism initiatives are associated with improved lifestyle and quality of life (Arboleda *et al.*, 2020; Belliggiano, 2021; Chiodo *et al.*, 2019).

The meso-level analysis examined local networks of actors, focusing on their typologies as “industrial districts” or “strategic alliances” (Inkpen, Tsang, 2005) and orientations as “bonding” or “bridging” networks (Putnam, 2001). All papers highlight the importance of local (micro) and global (macro) networks (Amore, Hall, 2016; Sørensen, 2007). While the ICT cluster emphasizes international connections, other clusters focus on local interactions (Batle *et al.*, 2018; Lopez, Ramos, 2015; Mahato, 2021; Partanen, 2022). Involved actors include public entities (administrations, universities) (Elias, Barbero, 2021; Trombadore, 2020) and private stakeholders (entrepreneurs, artists) (Milwood, 2020; Nurhasanah, Van den Broeck, 2022; Partanen, 2023), representing the “quintuple helix” model (Iaione, 2017). However, there is a knowledge gap regarding brokerage and network management processes, highlighting the need for further research on actor interactions and network dynamics (Aquino *et al.*, 2018; Wirth, 2022).

The macro-level analysis focuses on governance within tourism contexts, examining the orientation toward innovation or conservation (Della Lucia, Trunfio, 2012) and the typology of governance, whether top-down or collaborative (Sabatier, 1986). A key finding is that most papers lack detailed information on governance profiles, though this has started to change recently (Gustafsson, Amer, 2023; Horgan, Baum, 2023; Sarkki *et al.*, 2022; Tresiana, Duadji, 2022). The term “community” is often used rhetorically in relation to decision-making rights, yet it encompasses diverse social groups with varying needs, complicating genuine participation. Additionally, there is insufficient attention to conflicts arising from differing interests among actors in participative governance, indicating a knowledge gap in this area (Elias, Barbero, 2021; Wirth *et al.*, 2022; Partanen *et al.*, 2023).

2. Navigating the Complexities of Social Innovation in Tourism: Insights from Southern Europe

2.1. Social Innovation in Tourism Amidst the Challenges of Rural Gentrification

As mentioned above, 10 out of 65 papers focus on social innovation in tourism within Southern Europe. This subset highlights the unique chal-

allenges and opportunities faced by this region, where tourism plays a crucial role in economic development and community resilience.

The papers examine various aspects of social innovation, including community-based tourism, sustainable practices, and the integration of local cultural heritage into tourism initiatives. These studies underscore how social innovation can address pressing issues such as depopulation and economic disparity in inner areas. By fostering collaboration among local stakeholders and promoting inclusive decision-making, these initiatives aim to enhance both social cohesion and economic vitality. The findings contribute to a deeper understanding of how social innovation can be leveraged in Southern Europe to create more sustainable and equitable tourism models, benefiting local communities and preserving cultural identity.

In particular, case studies of inner areas in Southern Europe, particularly in Italy, France, Portugal, and Spain, illustrate the significant role of rural tourism and eco-tourism in revitalizing these regions (Chiodo *et al.*, 2019; Belliggiano *et al.*, 2021). These initiatives not only promote sustainable economic growth but also enhance local quality of life by leveraging natural resources and fostering environmental stewardship. Community-based tourism has emerged as a crucial strategy, emphasizing local engagement and empowerment, as evidenced by research from Malek and Costa (2015), Martini *et al.* (2017), Borgnet (2019), and Borgnet and Le Touzé (2021). This approach encourages residents to participate actively in the tourism process, allowing them to share their cultural heritage, traditions, and unique experiences with visitors.

Cultural heritage, in particular, serves as a powerful tool for attracting tourists and enriching the visitor experience. Several studies (Morales Yago *et al.*, 2018; Moleiro, 2021; Splendiani *et al.*, 2022) highlight how the preservation and promotion of local history, architecture, and traditions not only draw attention to these inner areas but also foster a sense of pride among local communities. This cultural engagement is essential for sustainable tourism development, as it helps create a distinctive identity for these regions.

In these countries, where tourism constitutes a key component of national GDP, integrating rural tourism, community-based initiatives, and cultural heritage provides a promising framework for economic resilience and social cohesion. By focusing on sustainable practices and local involvement, these case studies demonstrate how inner areas can navigate the challenges of depopulation and economic decline, transforming potential obstacles into opportunities for growth and renewal.

Nevertheless, in these papers, the authors often overlook the potential risks of tourism as a solution to unemployment and depopulation in in-

ner areas. While tourism is frequently positioned as a tool to revitalize struggling communities and create job opportunities, the nuanced consequences of this growth are not adequately addressed. The emphasis tends to be on the immediate economic benefits, with little consideration for the long-term effects on social structures and local cultures. This gap in the literature is concerning, as it is crucial to recognize that the influx of tourists and related developments can lead to issues such as gentrification and displacement of long-time residents. The focus on attracting visitors can sometimes overshadow the needs of local populations, exacerbating inequalities rather than alleviating them. Furthermore, the reliance on tourism as a primary economic driver can create vulnerabilities, particularly during periods of crisis, such as the Covid-19 pandemic, which highlighted the fragility of tourism-dependent economies.

Various scholars have extensively examined the potential risks associated with tourism development and its implications for local communities. Giovanni Semi and Marta Tonetta (2021) highlight that while tourism can drive economic growth, it also poses significant risks that can adversely affect social cohesion and the well-being of residents. Simone Tulumello and Giovanni Allegretti (2021) further elaborate on how unchecked tourism expansion can lead to environmental degradation and strain local resources, ultimately compromising the quality of life for native inhabitants.

A central concern in this discourse is gentrification, a process identified by Ruth Glass (1964) as the transformation of neighbourhoods due to increasing property values and an influx of wealthier residents, often at the expense of long-standing local communities. In rural settings, this phenomenon takes on a distinct form known as rural gentrification. Several scholars (Parsons, 1980; Solana-Solana, 2010; Alonso González, 2017) have explored how rural gentrification can reshape demographic landscapes, as affluent newcomers displace local residents in pursuit of more desirable living conditions.

More recently, the concept of tourism-driven rural gentrification has emerged, emphasizing the dual role of tourism as both a catalyst for economic development and a contributor to social displacement. Xu *et al.* (2021) and Ma *et al.* (2024) consider how tourism can accelerate gentrification processes, particularly in rural areas that were previously overlooked. This research highlights the nuanced relation between tourism and gentrification, illustrating how the very developments aimed at attracting visitors can inadvertently lead to the exclusion of local populations.

The implications of these findings are profound. They underscore the need for a more sustainable approach to tourism that prioritizes the needs and rights of local communities. As tourism continues to be a vital sector

for many economies, particularly in regions where it constitutes a significant portion of GDP, the challenge remains to balance economic benefits with social equity. By adopting policies that foster community engagement and protect residents from displacement, stakeholders can work towards a model of tourism that not only enriches the local economy but also preserves the cultural and social fabric of the area.

2.2. *Tourism and the Ambivalences of Inland Areas*

Filippo Barbera (2024) and Barbera and Dagnes (2022) have highlighted the bourgeois, colonizing, and stereotypical nature of the constructed image of rural, inland and marginal areas. According to the authors, these areas are often aggregated into a single, undifferentiated entity characterized as picturesque spaces to be protected and promoted, where the bourgeoisie and urban elites project their desire to escape from the routines, hardships and pressure of daily life. As a result, these inland areas become places of retreat, where second homes are purchased to provide a refuge during pleasant seasons. Consequently, mountainous regions fill up in summer and empty out in winter, when snow renders them inhospitable, while coastal areas become targets of real estate speculation during the summer weeks, facilitated by platforms for short-term rentals.

This perspective offers a valuable starting point for critically examining the discursive production presented in the literature on Social Innovation in Tourism (SIT) reviewed in the previous sections of this chapter. This body of work tends to depict tourism as an opportunity, often overlooking the associated risks. Tourism is portrayed as a means of economic development, aimed at creating jobs and generating resources for environmental conservation, elements considered essential for maintaining a viable community in these areas. However, these elements alone are insufficient. Without the necessary infrastructure for daily life – such as schools, pharmacies, civil registries, shops, parks, and social spaces – these areas remain uninhabitable and merely commodities for affluent tourists (Arcidiacono *et al.*, 2019).

To further explore these dynamics, it is useful to briefly discuss three case studies that remain underexplored in literature. The Tuscan countryside has become a prime destination for affluent British and American tourists who have settled in traditionally agricultural areas known for high-quality wine and olive oil production. This has resulted in a blend of local farming communities and new “villagers”, often digital nomads, artists, intellectuals, and entrepreneurs. Setenil de la Bodega, a pueblo blanco in the Sierra of Cádiz, has leveraged extensive marketing campaigns to attract

visitors, highlighting its unique rock-hewn architecture and thriving wine and agricultural production. However, the town itself has become almost exclusively tourism-oriented. Lastly, the Alpago area, located between Belluno and the Cansiglio plateau, has recently developed a tourism model centred around outdoor activities, wellness, and gastronomy, appealing to both affluent international visitors and fast-paced local tourism.

In part, this phenomenon has emerged due to a lack of capacity – or willingness – to recognize and accept the ambivalences it generates. The first ambivalence lies between the preservation of places and traditions and their commodification for tourists. When the former become fetishized or stereotypical souvenirs, the latter shifts from valorisation to the exploitation of the intrinsic value embedded in places and their traditions. The second ambivalence concerns the social composition of residents. These areas are inhabited by affluent tourists and holidaymakers alongside local workers with modest incomes derived from labour-intensive jobs, each group embodying different lifestyles, economic statuses, and levels of power. Integrating these social networks, which tend to develop along parallel lines due to the temporality of the tourist experience, becomes essential to prevent resource conflicts, where economic power from tourism clashes with the rootedness of the remaining locals. The third ambivalence pertains to the polysemy of the beautiful landscape. The marginal yet beautiful place is a simplified construct of images and perspectives that different actors hold about the same area. For some, it is a natural place that challenges residents, while for others, it is a wild sanctuary that dignifies nature: two contrasting visions of the same place, which is at once beautiful and harsh, brutal and natural, hostile and welcoming.

Conversely, this has led to the commodification and aestheticization of tradition, turning these territories into a “reserve” for a reflective middle or upper class seeking alternative destinations to replicate tourism dynamics. Moreover, this approach renders marginal places invisible, as they struggle to assert themselves within the frameworks of cultural and tourist commodification and aestheticization. Such areas are then depicted as in need of subsidies or revitalization strategies to make them attractive.

According to Barbera (2024), the solutions lie elsewhere, particularly in activities related to providing essential goods and services for the general well-being of the population: housing, education, elder care, healthcare, energy, and the local economy. After decades of neglect, these solutions require substantial investments in social innovation, which are challenging to produce due to the structural limitations of marginal areas, such as distance from services, a sparse economic framework, a weak democratic fabric, and fragile institutions, all of which are the antithesis of what is

necessary for innovation to flourish. Consequently, the everyday liveability of these places is crucial to empowering innovators.

The relation between strong and weak areas, centres and peripheries, and rural, mountain, and urban areas thus become central to envisioning forms of polycentric governance that avoid bureaucratic regionalism and instead embrace virtuous forms of municipalism. Here, enhancing and reforming public administration could be the cornerstone of a new territorial protagonism that meets the growing demand for human-centred places. This does not mean that everyone will move to small villages, but rather that the forms of interdependence between villages and cities will evolve.

Recognizing the ambivalence outlined above leads to a final reflection, balancing between recommendation and aspiration. To prevent tourism from becoming a tool for exploiting places, it is crucial to acknowledge that their developmental trajectories depend on the ability to build generative, rather than extractive, relations between actors (individuals, organizations, collectives), actants (technologies, infrastructures, ecosystems), and institutions (economic, political, socio-cultural) (Barbera, 2024). Only in this way can a territory cease to be a mere context or container of action or a physical space to be shaped according to objectives and become a vital agent in processes of transformation and social inclusion.

2.3. Vitality as Creative Fulfilment and Collective Flourishing

Vitality, in the context of tourism and local development, navigates the complex ambivalences inherent in preserving the authenticity of places while simultaneously accommodating their economic potential (Sacchetti, Campbell, 2022; Nogués-Pedregal, 2020). The tension between maintaining cultural traditions and commodifying them for tourist consumption often risks reducing rich heritages to superficial attractions, thereby undermining their intrinsic value (MacCannell, 1973; Cohen, 1988). This dichotomy is mirrored in the socio-economic disparities within these communities, where affluent tourists and seasonal residents coexist with local workers who sustain the region through labour-intensive and often underpaid employment (Williams, Shaw, 1998; Ioannides, Petridou, 2016). These parallel social networks, if left unintegrated, can lead to conflicts over resources and cultural capital, driven by competing claims and differing visions of the same place (Mosedale, 2016; Bianchi, 2003). Moreover, the perception of a landscape's beauty is inherently subjective; what is seen as a challenging and resilient home for some may be romanticized as an untouched sanctuary for others (Urry, 1995; Edensor, 2006).

Vitality is defined as the capacity of an actor or a collective of actors to initiate and sustain actions that reflect their creativity and are aligned with both personal growth and the well-being of others (Sacchetti, 2022). It embodies the idea that true fulfilment and self-actualization arise from spontaneous, authentic actions that emerge naturally, without any pretension or coercion. This form of creativity is rooted in a genuine love for what one does and leads to both personal fulfilment and broader societal benefits (Maslow, 1963). It is driven by a dual motivation: a desire to address limitations or challenges (“what’s wrong”) and the imaginative capacity to envision new possibilities (“what’s right”). Unlike traditional problem-solving, vitality and creativity do not necessarily follow a rational or structured path but can manifest as “peak experiences”, moments of profound engagement and insight that transcend ordinary consciousness (Richards, Wilson, 2006). Self-realization through creativity transcends the traditional inner-outer dichotomy. Instead of a clear division between the internal and external worlds, the individual actively integrates and shapes external circumstances to reflect their authentic self. This dynamic interaction suggests that vitality is not simply about achieving external success or accumulating resources, but about the harmonization of personal aspirations with collective well-being (Duxbury, Richards, 2019).

Vitality is crucial for sustainable tourism development, as it embodies the ability of individuals and communities to engage actively and creatively in shaping their tourism experiences (Bramwell, Lane, 2013). When local communities feel empowered and inspired, they contribute their unique perspectives and talents, resulting in more authentic and enriching experiences for visitors (Cole, 2006). Vitality fosters cultural preservation, as engaged communities are more likely to share and protect their heritage, transforming tourism into a vehicle for cultural exchange rather than exploitation. Furthermore, it promotes innovative and sustainable practices that benefit both the environment and the economy, enabling communities to adapt to changing tourism trends and challenges (Duxbury, Richards, 2019). Ultimately, by prioritizing vitality, tourism development can enhance the overall quality of life for residents while creating meaningful and responsible experiences for tourists (Bramwell, Lane, 2013).

Importantly, the concept of vitality should not be conflated with competitiveness or material wealth. A firm may be highly competitive, yet lack vitality if its operations systematically undermine the potential and opportunities of its people. Similarly, an environment rich in resources may still lack vitality if its inhabitants are unable to express their creative potential or initiate meaningful actions, even when such actions could benefit both themselves and their communities (Richards, Wilson, 2006).

In alignment with sustainability principles, vitality must be understood within an ethical framework that excludes actions harmful to oneself, others, or society. Actions that contribute to vitality should therefore be nurturing and generative, promoting a sense of flourishing in respect of both the individual aspirations and the collective good. This perspective shifts the focus from merely economic or competitive metrics to a more holistic view of development, where vitality is measured by the ability to foster environments in which individuals and communities can thrive creatively and sustainably (Bramwell, Lane, 2013).

Conclusions

The potential of Social Innovation in Tourism offers a promising avenue for revitalizing Mediterranean regions facing challenges like unemployment and depopulation for its inner areas, offering new possibilities for local communities while also protecting them from the risks of rural gentrification. Initiatives such as community-based tourism and eco-tourism can foster economic growth, social cohesion, and cultural preservation. By engaging local communities and encouraging them to take ownership of their tourism resources, these initiatives can lead to more equitable and inclusive distribution of benefits.

However, it is important to recognize the risks associated with tourism-driven gentrification. While tourism can attract financial investment and promote development, it can also result in the displacement of residents and the erosion of community identity. Scholars have noted that the influx of tourists can drive up property values, pushing out long-term residents in favour of short-term accommodations and tourist-centric facilities, thus disrupting the social fabric of these areas and undermining the community values that tourism aims to support.

Moreover, the assumption that tourism can universally address economic and social issues is problematic. A successful model in one region may lead to “disneyfication” in another, where authenticity is sacrificed for commercial purposes. This risk underscores the need for context-sensitive tourism strategies that respect the unique identities and cultural heritage of each area. Stakeholders – including policymakers, local governments, and community members – must critically evaluate existing tourism models to avoid creating shallow, commodified experiences that fail to reflect local realities.

The goal of sustainable tourism development should be to enhance the overall vitality of local communities. This means ensuring that the eco-

conomic benefits of tourism do not come at the cost of social and cultural integrity. A truly sustainable approach involves creating environments where local voices are prioritized and where tourism strategies contribute not just to economic resilience but also to social well-being. Vitality in this context refers not only to economic health but also to the social, cultural, and environmental aspects that shape a community's quality of life. Sustainable development must, therefore, strive to balance attracting visitors with preserving the unique characteristics that define a place.

Studies of tourism in rural and inner areas reveal the complexities and paradoxes inherent in leveraging tourism for development. As discussed above, tourism can be a desire, promising economic growth and cultural preservation, yet it can also become a mirage, offering only the illusion of prosperity while commodifying and displacing the very communities it aims to support. In some cases, it may even turn into a nightmare, exacerbating inequalities and disrupting local social fabrics.

Effective development strategies must go beyond short-term tourism gains, focusing instead on strengthening local infrastructure and fostering inclusive social and economic networks. Recognizing and addressing ambivalences – such as the tension between preservation and commodification, as well as the disparities between affluent visitors and local residents – is essential. By fostering generative rather than extractive relationships among all stakeholders, tourism can become a driver of sustainable and inclusive development, truly benefiting both residents and visitors alike.

References

- Alegre I., Berbegal-Mirabent J. (2016), *Social innovation success factors: hospitality and tourism social enterprises*, «International Journal of Contemporary Hospitality Management», 28 (6), pp. 1155-1176.
- Alonso González P. (2017), *Heritage and rural gentrification in Spain: The case of Santiago Millas*, «International Journal of Heritage Studies», 23 (2), pp. 125-140.
- Amore A., Hall, C.M. (2016), *From governance to meta-governance in tourism? Re-incorporating politics, interests and values in the analysis of tourism governance*, «Tourism recreation research», 41 (2), pp. 109-122.
- Arboleda C.A., Arias C.M., Pérez E.O., Correa P. (2020), *Social innovation as a strategy to strengthen community rural tourism*, «Revista Venezolana de Gerencia», 25 (89), pp. 92-104.
- Aquino R.S., Lück M., Schänzel H. A. (2018), *A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 37, pp. 23-32.

- Arcidiacono D., Barbera F., Bowman A., Buchanan J., Busso S., Dagnes J., Williams K. (2019), *Economia fondamentale: l'infrastruttura della vita quotidiana*, Einaudi, Torino.
- Autio E., Thomas L.D. (2014), "Innovation ecosystems: Implications for innovation management?", in Dodgson M., Gann D.M., Phillips N. (eds.), *The Oxford Handbook of Innovation Management*, Oxford University Press, Oxford.
- Barbera F. (2024), *Le piazze vuote. Ritrovare gli spazi della politica*, Anticorpi-Laterza, Bari.
- Barbera F., Dagnes J. (2022), "Bruttitalia: la vita quotidiana dove i turisti non vogliono andare", in Barbera F., Cersosimo D., De Rossi E. (a cura di), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Roma, pp. 10-18.
- Batista L.F., Santana J.C., Brito S.F., Correia U.É., Maracajá K.F. (2021), *Educação Ambiental em Iniciativas de Turismo de Base Comunitária: Uma Congruência para Inovação Social*, «Turismo e Hospitalidade», 13 (4), testo disponibile al sito: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/9086/pdf>, data di consultazione: 20/09/2024.
- Batle J., Orfila-Sintes F., Moon C.J. (2018), *Environmental management best practices: Towards social innovation*, «International Journal of Hospitality Management», 69, pp. 14-20.
- Belliggiano A., Bindi L., Ievoli C. (2021), *Walking along the sheeptrack... rural tourism, ecomuseums, and bio-cultural heritage*, «Sustainability», 13 (16), 8870, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/13/16/8870, data di consultazione: 20/09/2024.
- Bianchi R.V. (2003), *Place and power in tourism development: Tracing the complex articulations of community and locality*, «Journal of Sustainable Tourism», 11 (5), pp. 409-427.
- Bock B.B. (2016), *Rural marginalization and the role of social innovation; a turn towards nexogenous development and rural reconnection*, «Sociologia Ruralis», 56 (4), pp. 552-573.
- Borelli G., Busacca M. (a cura di) (2020), *Society and the City: The Dark Side of Social Innovation*, Mimesis International, Milano.
- Borghys K., Van Der Graaf S., Walravens N., Van Compernelle M. (2020), *Multi-stakeholder innovation in smart city discourse: Quadruple helix thinking in the age of "platforms"*, «Frontiers in Sustainable Cities», 2, pp. 1-6.
- Borgnet Y. (2019), *From uncertain space: Spatial trajectory of a social innovation "by withdrawal". Study of the composition of the association of lodges and huts in Queyras (Hautes-Alpes, France)*, «Journal of Alpine Research - Revue de géographie alpine», 107 (2), testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/rga/6081>, data di consultazione: 18/09/2024.
- Borgnet Y., Touzé M.L. (2021), *Transition du tourisme et improvisation. (Anti-)innovations sociales dans les vallées de la Valpelline et d'Ollomont (Vallée d'Aoste)*, «Géocarrefour», 99 (1), testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/geocarrefour/19523>, data di consultazione: 21/09/2024.
- Bramwell B., Lane B. (2013), *Sustainable tourism: An evolving global approach*, «Journal of Sustainable Tourism», 21 (1), pp. 1-4.

- Busacca M. (2019), *Innovazione sociale. Città, politiche e forme di ricostruzione del mercato*, Bruno Mondadori, Milano.
- Busacca M. (2022), *Social investment e innovazione sociale: il welfare europeo di fronte a una svolta?*, «Sociologia e Ricerca Sociale», 129, pp. 33-62.
- Carayannis E.G., Campbell D.F. (2009), “Mode 3” and “Quadruple Helix”: toward a 21st century fractal innovation ecosystem, «International Journal of Technology Management», 46 (3-4), pp. 201-234.
- Chesbrough H.W. (2003), *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*, Harvard Business Press, Brighton.
- Chiodo E., Fantini A., Dickes L., Arogundade T., Lamie R.D., Assing L., Salvatore R. (2019), *Agritourism in mountainous regions – Insights from an international perspective*, «Sustainability», 11 (13), 3715, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/agritourism, data di consultazione: 25/09/2024.
- Choi N., Majumdar S. (2015), “Social Innovation: Towards a Conceptualisation”, in Majumdar S., Guha S., Marakkath N. (eds.), *Technology and Innovation for Social Change*, Springer, New Delhi.
- Cohen E. (1988), *Authenticity and commoditization in tourism*, «Annals of Tourism Research», 15(3), pp. 371-386.
- Corbisiero F. (2022), *Urban social innovation practices: the case of Rione Sanità in Naples*, «Territorio», 99, pp. 73-78.
- Della Lucia M., Trunfio M. (2012), “Embedded governance, knowledge management e capitale sociale per la sostenibilità delle destinazioni. Il caso delle destinazioni montane emergenti”, in Trunfio M. (a cura di), *Modelli e best practice per la competitività e la sostenibilità delle destinazioni italiane*, Enzo Albano Editore, Napoli.
- Duxbury N., Richards G. (2019), “Cultural sustainability in small cities: Urban contexts and possibilities”, in Duxbury N., Richards G. (eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Edensor T. (2006), “Sensing tourism: Representing, encountering and performing tourist spaces”, in Minca C., Oakes D. (eds.), *Travels in paradox: Remapping tourism*, Rowman & Littlefield, Lanham MD.
- Edwards-Schachter M., Wallace M. (2017), “Shaken, but not stirred”: sixty years of defining social innovation, «Technological Forecasting and Social Change», 119, pp. 64-79.
- Elias S., Barbero A.C. (2021), *Social innovation in a tourist coastal city: a case study in Argentina*, «Social Enterprise Journal», 17 (1), pp. 44-62.
- Etzkowitz H., Leydesdorff L. (2000), *The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations*, «Research Policy», 29 (2), pp. 109-123.
- Galloj F., Rubalcaba L., Toivonen M., Windrum P. (2018), *Understanding social innovation in services industries*, «Industry and Innovation», 25 (6), pp. 551-569.
- Glass R. (1964), *London: Aspects of change*, MacGibbon and Kee, London.
- Godin B. (2015), *Innovation contested: The idea of innovation over the centuries*, Routledge, London.

- Gomezelj D.O. (2016), *A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism*, «International Journal of Contemporary Hospitality Management», 28 (3), pp. 516-558.
- Gustafsson C., Amer M. (2023), *Forsvik, Sweden: Towards a People-Public-Private Partnership as a Circular Governance and Sustainable Culture Tourism Strategy*, «Sustainability», 15 (5), 4687, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4687, data di consultazione: 23/09/2024.
- Hall C.M. (2009), *Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: never the twain shall meet?*, «Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events», 1 (1), pp. 2-18.
- Hall C.M., Williams A.M. (2008), *Tourism and innovation*, Routledge, London.
- Hemerijck A. (2017), *The uses of social investment*, Oxford University Press, Oxford.
- Hjalager A.M. (2010), *A review of innovation research in tourism*, «Tourism Management», 31 (1), pp. 1-12.
- Hjalager A.M. (2012), *Innovation policies for tourism*, «International Journal of Tourism Policy», 4 (4), pp. 336-356.
- Horgan D., Baum T. (2023), *Addressing dereliction and devaluation in urban tourism: the case of Cork, Ireland*, «International Journal of Tourism Cities», 9 (1), pp. 70-94.
- Iaione C. (2017), *The right to the co-city*, «The Italian Journal of Public Law», 15 (1), testo disponibile al sito: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3017184, data di consultazione: 23/09/2024.
- Inkpen A.C., Tsang E.W. (2005), *Social capital, networks, and knowledge transfer*, «Academy of Management Review», 30 (1), pp. 146-165.
- Ioannides D., Petridou E. (2016), «Contingent labor and the global tourist industry», in Mosedale J. (ed.), *Neoliberalism and the Political Economy of Tourism*, Ashgate, Farnham.
- Işık C., Günlü Küçükaltan E., Taş S., Akoğul E., Uyrun A., Hajiyeve T., Turan B., Dirbo A. H., Bayraktaroğlu E. (2019), *Tourism and innovation: A literature review*, «Journal of Ekonomi», 1 (2), pp. 98-154.
- Kofler I., Marcher A., Volgger M., Pechlaner H. (2018), *The special characteristics of tourism innovation networks: The case of the Regional Innovation System in South Tyrol*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 37, pp. 68-75.
- López A., Ramos D. (2015), *Innovation in services: The case of rural tourism in Argentina*, «Emerging Markets Finance and Trade», 51 (3), pp. 635-646.
- MacCannell D. (1973), *Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings*, «American Journal of Sociology», 79 (3), pp. 589-603.
- Ma X., Su W. (2024), *Local government intervention in tourism-driven rural gentrification: Types and interpretative framework*, «Tourism Management», 100, 104828, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517723001103, data di consultazione: 20/09/2024.
- Mahato S.S., Phi G.T., Prats L. (2021), *Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 49, pp. 396-406.

- Malek A., Costa C. (2015), *Integrating communities into tourism planning through social innovation*, «Tourism Planning & Development», 12 (3), pp. 281-299.
- Martini U., Buffa F., Notaro S. (2017), *Community participation, natural resource management and the creation of innovative tourism products: Evidence from Italian networks of reserves in the Alps*, «Sustainability», 9 (12), 2314, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/9/12/2314, data di consultazione: 21/09/2024.
- Maslow A.H. (1963), *The need to know and the fear of knowing*, «Journal of General Psychology», 68, pp. 111-125.
- Milwood P. (2020), *Social responsibility and the SDGs: vignettes of Caribbean tour operators*, «Worldwide Hospitality and Tourism Themes», 12 (3), pp. 275-292.
- Moleiro D. (2021), *Territorial cooperation networks, based on social innovation processes as new models of hospitality: The case of the historic houses*, «Journal of Tourism and Development», 36 (2), pp. 229-244.
- Morales Yago F.J., Martínez Puche A., Martínez Puche S. (2018), *Las fiestas de origen histórico como instrumento para fomentar el turismo en un espacio de frontera del Sureste peninsular*, «Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles», 76, pp. 247-275.
- Mosedale J. (2016), *Neoliberalism and the Political Economy of Tourism*. Farnham, Ashgate, Surrey, GB.
- Moulaert F. (ed.) (2013), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Moulaert F., MacCallum D. (2019), *Advanced introduction to social innovation*, Edward Elgar Publishing Cheltenham.
- Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. (2010), *The Open Book of Social Innovation*, London, Young Foundation/NESTA, London.
- Nogués-Pedregal A.M. (2020), “Culture, tourism and development: The critical turn”, in Nogués-Pedregal A.M. (ed.), *Culture and Society in Tourism Contexts*, Emerald Publishing Limited, Bingley.
- Neumeier S. (2012), *Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research*, «Sociologia Ruralis», 52 (1), pp. 48-69.
- Nurhasanah I.S., Van den Broeck P. (2022), *Towards a sustainable metamorphosis of a small island tourism: dynamizing capacity building, alternating governance arrangements, and emerging political bargaining power*, «Sustainability», 14 (12), 6957, testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/14/12/6957, data di consultazione: 25/09/2024.
- Oosterlynck S., Novy A. (eds.) (2019), *Local social innovation to combat poverty and exclusion: a critical appraisal*, Policy Press, Cambridge-Oxford.
- Parsons D. (1980), *Rural gentrification: The influence of rural settlement planning policies*, University of Sussex, Brighton.

- Partanen M. (2022), *Social innovations for resilience – Local tourism actor perspectives in Kemi, Finland*, «Tourism Planning & Development», 19 (2), pp. 143-163.
- Partanen M., Kettunen M., Saarinen J. (2023), *Community inclusion in tourism development: young people's social innovation propositions for advancing sustainable tourism*, «Tourism Recreation Research», 50 (1), pp. 58-73.
- Polese F., Botti A., Grimaldi M., Monda A., Vesci M. (2018), *Social innovation in smart tourism ecosystems: How technology and institutions shape sustainable value co-creation*, «Sustainability», 10 (1), testo disponibile al sito: www.mdpi.com/2071-1050/10/1/140, data di consultazione: 24/09/2024.
- Putnam R. (2001), *Social capital: Measurement and consequences*, «Canadian Journal of Policy Research», 2 (1), pp. 41-51.
- Ramella F. (2015), *Sociology of economic innovation*, Routledge, London.
- Richards G., Wilson J. (2006), *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?*, «Tourism Management», 27 (6), pp. 1209-1223.
- Sabatier P.A. (1986), *Top-down and bottom-up approaches to implementation research: a critical analysis and suggested synthesis*, «Journal of Public Policy», 6 (1), pp. 21-48.
- Sacchetti S. (2022), *The vitality of people*, in «Proceedings of the Annual IPE Conference (International Initiative for Promoting Political Economy)», Conference Paper, testo disponibile al sito: <https://euricse.eu/wp-content/uploads/2023/11/WP-132-THE-VITALITY-OF-PEOPLE-AND-PLACES.pdf>, data di consultazione: 23/09/2024.
- Sacchetti S., Campbell C. (2022), *Developing inclusive and sustainable tourism through community action and social enterprise*, «Journal of Sustainable Tourism», 30 (1), pp. 50-67.
- Sarkki S., Jokinen M., Heikkinen H.I., Nijnik M., Melnykovich M., Kluvánková T. (2022), *“Going out to get in”. Roles of forest conflicts in bottom-linked environmental governance progressing toward socio-political innovations*, «Environmental Policy and Governance», 32 (6), pp. 478-491.
- Sassen S. (2000), *Spatialities and Temporalities of the Global: Elements for a Theorization*, «Public Culture», 12 (1), pp. 215-232.
- Semi G., Tonetta M. (2021), *Marginal hosts: Short-term rental suppliers in Turin, Italy*, «Environment and Planning A: Economy and Space», 53 (7), pp. 1630-1651.
- Solana-Solana M. (2010), *Rural gentrification in Catalonia, Spain: A case study of migration, social change and conflicts in the Empordanet area*, «Geoforum», 41, pp. 508-517.
- Sørensen F. (2007), *The geographies of social networks and innovation in tourism*, «Tourism geographies», 9 (1), pp. 22-48.
- Splendiani S., Forlani F., Picciotti A., Presenza A. (2023), *Social innovation project and tourism lifestyle entrepreneurship to revitalize the marginal areas. The case of the Via Francigena cultural route*, «Tourism Planning & Development», 20 (5), pp. 938-954.

- Tresiana N., Duadji N. (2022), *Developing forest coffee cultural tourism and historical heritage megalitic sites in social innovation governance: How does it work in a sustainable way?*, «Journal of Environmental Management & Tourism», 13 (4), pp. 1036-1046.
- Trombadore A. (2020), *Green revitalization of historical settlements for responsible tourism in mediterranean areas: the multiscale approach of VIVIMED project and the experience of Albergo Diffuso*, «IOP Conference Series: Earth and Environmental Science», 452 (1).
- Trunfio, M., & Campana, S. (2019), *Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda*, «Journal of Destination Marketing & Management», 14, 100370, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X1830430X, data di consultazione: 20/09/2024.
- Tulumello S., Allegretti G. (2021), *Articulating urban change in Southern Europe: Gentrification, touristification and financialisation in Mouraria, Lisbon*, «European Urban and Regional Studies», 28 (2), pp. 111-132.
- Urry J. (1995), *Consuming places*, Routledge, London.
- Williams A.M., Shaw G. (1998), "Tourism and the environment: Sustainability and economic restructuring", in Ioannides D., Debbage K. (eds.), *The economic geography of the tourist industry*, Routledge, London.
- Wirth S., Bandi Tanner M., Mayer H. (2023), *Social innovations in tourism: Analysing processes, actors, and tipping points*, «Tourism Geographies», 25 (5), pp. 1322-1340.
- Xu Y., Wang C., Zhang T. (2021), *Tourism-led rural gentrification: Impacts and residents' perception*, «Tourism Review», 77 (1), pp. 256-270.

17. Torri, turisti, tortellini: Bologna fra trasformazione e turistificazione

di *Letizia Montalbano*

Introduzione

In questo contributo cercherò di collegare alcune riflessioni sulla situazione turistica pre e post pandemica di Bologna, città il cui valore soprattutto immateriale è ancora leggibile nelle sue mura intrise di storia, cultura e umanità. Quest'aura tramandata attraverso generazioni rischia oggi una repentina trasformazione tramite un fenomeno che la sta turbinosamente attraversando, moltiplicando in maniera esponenziale desideri e bisogni di un popolo molto più di passaggio di quello che da sempre ne caratterizza strade, case e piazze. Se infatti il nomadismo studentesco si è poi spesso tramutato in bolognesità, oggi l'overtourism minaccia di turbare seriamente un equilibrio millenario, moltiplicando scenari di gentrificazione, speculazione immobiliare, foodification che generano fenomeni difficilmente gestibili in una fase delicata e complessa come quella che caratterizza il cambiamento di una comunità locale.

L'articolo intende esplorare dinamiche attuali e potenzialità per una visione ecosistemica condivisa tramite quell'apertura all'alterità che da sempre caratterizza il tessuto urbano di molte città italiane, oltre una generica sostenibilità della risorsa turismo che rischia di celare le criticità sotto una coltre di ineluttabilità. Per fare ciò mi focalizzerò in particolare sulle esperienze dello spazio pubblico e privato attraverso la loro rappresentazione, al fine di evidenziare in relazione al diritto di vivere liberamente la città, le caratteristiche di espulsione, estrattivismo, monofunzionalità, e consumismo. L'accesso e l'inclusione intesi come possibilità di una libera fruizione degli spazi pubblici urbani da parte di tutte le abitanti e gli abitanti, sono considerati come diritti inalienabili per la vita urbana e come condizione fondamentale per l'esistenza stessa della città, come afferma Lefebvre: «Il

diritto alla città si presenta come forma superiore dei diritti, come diritto alla libertà, all'individualizzazione nella socializzazione, all'habitat e all'abitare. Il diritto all'opera (all'attività partecipante) e il diritto alla fruizione (ben diverso dal diritto alla proprietà) sono impliciti nel diritto alla città» (Lefebvre, 1968, p. 44).

La possibilità di un'autentica condivisione dei luoghi comuni costituisce la cartina di tornasole di un processo democratico che salvaguardi realmente il diritto alla città. Ricongiungersi al senso del luogo attraverso spazi relazionali flessibili diventa allora questione prioritaria e ineludibile, pena una crescente anomia che opacizza e uniforma differenze e identità. Non tutto è infatti più a nostra disposizione e sarà l'immaginario ad assumere un ruolo diverso nella nostra scoperta del mondo. Oggi più che gli spazi contano le esperienze e se il turismo può fare la differenza, diventando l'ago della bilancia, in alcuni casi rischia di farlo a discapito di quella prossimità ultimamente tanto decantata.

I contesti urbani andrebbero comunque considerati come spazi relazionali sempre in costruzione (Massey, 2005), in equilibrio tra rivalorizzazione turistica e vivibilità, mercificazione e diritto all'abitare, omologazione e attenzione alla diversità. Solo così si potranno attuare delle politiche urbane centrate sulla coesistenza e sulla condivisione oltre ogni retorica partecipativa. Al fine di tentare una lettura dei nessi fra le diverse istanze, che aiuti ad avere un quadro complessivo per meglio comprendere le attuali trasformazioni, si è scelto di procedere nell'esplorazione di questo processo attraverso osservazioni partecipate e colloqui in profondità.

1. Il senso del luogo

Da qualche tempo Bologna è stata toccata dalla magica bacchetta del turismo che sembrerebbe trasformare la fisionomia di molte città italiane, alleviando i problemi di un'economia nazionale sofferente e riportando l'Italia ad una sua vocazione precipua. Vale forse la pena di andare a vedere più da vicino un fenomeno che avanza rischiando di frammentare il suo tessuto socio-antropologico rendendola irriconoscibile agli occhi dei suoi stessi abitanti.¹ Quali gli strascichi filamentosi che l'onda montante (e montata) del turismo si porta dietro? Sembrerebbe infatti che questo mo-

¹ «A Bologna tra gennaio e marzo 2024 si è registrato un incremento di presenze del 6% rispetto allo scorso anno e del 10,5% rispetto a cinque anni fa. Il tema del turismo è poi tornato al centro del dibattito locale in seguito all'articolo pubblicato sul *New York Times* in cui Bologna viene definita "un mangificio"» (Mag, 2024, s.n.).

vimento tellurico con tutta la sua potenza trasformatrice di usi e costumi consolidatisi in anni se non addirittura secoli come nel caso di Bologna, sia inarrestabile (Fig. 1)².

Fig. 1 - Le chiavi della Città



Fonte: Google, 2024

Bologna è da sempre culla di lenta, tranquilla e soprattutto regolare accoglienza che solo in determinati periodi lasciava il posto a gente diversa per motivi e tempi precisi e prefissati: infatti tradizionalmente erano le fiere campionarie ed i congressi ad attirare gruppi tendenzialmente omogenei.

Il prezzo da pagare in nome di vantaggi che si riverserebbero sulla città, è forse l'aspetto più ambiguo o meno chiaro del fenomeno: l'ineluttabilità dei costi/benefici con effetti collaterali che il turismo trascina, pena la fuga verso altri lidi. Se da un lato infatti i visitatori diventano il fulcro del tessuto economico con considerevoli ricadute sul costo della vita per i residenti, dall'altro la crisi degli alloggi generata dal proliferare degli affitti

² «Confabitare, l'associazione dei proprietari immobiliari, stima che a Bologna ci siano oltre 4.000 appartamenti destinati al turismo, e secondo uno studio di *Housing Anywhere*, piattaforma online per l'affitto a medio termine, nel 2024 la città ha registrato il più alto aumento dei prezzi di locazione in Europa, con un incremento del 20,2% per l'affitto di una stanza singola, che ora costa mediamente 720 euro al mese» (Papa, 2024, s.n.).

brevi crea una forbice sempre più ampia tra le fasce deboli della popolazione e quelle più abbienti.

In una città universitaria come Bologna questo si riflette sugli studenti che, per effetto della polarizzazione, sono trasformati da risorsa vitale e culturale in voce di mercato (city-users)³. Una perdita antropologica destinata a cambiare drasticamente il senso del luogo visto che il *genius loci* di Bologna si è rafforzato nel corso dei secoli anche e soprattutto grazie alla sua comunità studentesca che ha impresso alla città l'inconfondibile marchio di dinamicità e vitalità universalmente riconosciuto. Bologna è la città in cui giovani da tutto il mondo si incontrano. La sua università, la più antica dell'occidente, e la sua posizione nevralgica (principale snodo autostradale e ferroviario italiano) hanno negli anni fatto sì che si creasse il mito del "paese dei balocchi", che l'amministrazione locale cerca di mantenere in vita e coltivare, organizzando eventi culturali di larga portata, tollerando la *malamovida* e dispensando licenze a bar e ristoranti. Il fatto che durante la pandemia i giovani siano stati largamente ignorati dalle istituzioni è stato un fattore decisivo dell'inasprimento dei rapporti tra residenti e studenti. Privati di qualsiasi luogo di aggregazione, da quelli istituzionali quali le aule universitarie, le biblioteche e le sale studio, a quelle più informali come i bar e i caffè, i cinema e i teatri, i ragazzi e le ragazze appena arrivati in città e quindi bisognosi e desiderosi di crearsi una propria comunità, si sono riversati nelle strade e nelle piazze nell'unico modo ormai consentito nel centro storico di Bologna: attraverso il consumo.

La città neoliberista ha una struttura che non favorisce l'incontro ma lo impedisce rendendo le presenze invisibili perché omologate. Ad esempio uno studente non può più studiare o consumare il panino portato da casa sulla panchina sotto l'albero, perché il bar appena aperto ha posizionato un tavolo proprio lì accanto, impedendo l'uso spontaneo e autogestito. Un processo espulsivo ed estrattivo avallato da un'amministrazione occupata in grandi progetti ma apparsa meno interessata a fornire elementi di reale vivibilità a "tutta" la città attraverso scambi relazionali e luoghi realmente inclusivi piuttosto che produrre acronimi di sostenibilità/modernità adducendo ragioni progressiste a scelte discutibili che negli ultimi dieci anni hanno consacrato Bologna al consumo, al turismo low-cost basato sul cibo

³ «Eventi come l'ultima alluvione dimostrano, invece, che esistono due forme di ricchezza che difficilmente possono coesistere: quella generata dall'economia turistica, che si concentra nelle mani di pochi e sfrutta e impoverisce i territori con la consueta logica estrattiva, e quella dell'energia giovanile e studentesca, progressivamente allontanata dalle politiche turistiche, ma capace di rafforzare il tessuto vitale della città e attivarsi nei modi più originali anche nei momenti più difficili» (Papa, 2024).

e sul divertimento *cheap*: *spritz*, taglieri e tortellini assurti a simbolo cittadino⁴.

Insomma basterebbe forse osservare un po' meglio, come sostiene Jane Jacobs (2009, p. 3), «come le città funzionino nella vita reale, perché questo è l'unico modo per capire quali principi urbanistici e quali metodi d'intervento possano giovare alla vitalità sociale ed economica della città, e quali invece tendano a mortificarla».

2. Oltre la città usa e getta

2.1. Il senso del linguaggio per la città che cambia

Un sistema che negli ultimi anni ha per l'appunto consacrato la città al consumo. Si veda, per esempio, come titolava un articolo del giornale locale *Bologna Today*: «Residenti contro i *dehors*: Sconcertante bulimia commerciale - Un appello di oltre 14 realtà del centro storico» (*Bologna Today*, 2023), stigmatizzando le infinite proroghe post lockdown che hanno accompagnato le proteste dei residenti sulla commercializzazione selvaggia dello spazio pubblico e le sue derive. Secondo uno studio della Camera di Commercio, dal 2009 al 2022 le attività di ristorazione a Bologna sono cresciute del 47% e in centro si contava ormai un'attività gastronomica ogni 37 abitanti.

Al contempo, i centri sociali, quei pochi luoghi di aggregazione gratuiti che esistevano, sono stati sgomberati e relegati a zone remote della città. Non è un caso che il celebre street artist Blu abbia deciso di far troneggiare una sorta di tortellino al posto dell'occhio di Sauron, nel graffito allegorico che ha creato sulla facciata dello storico centro Sociale XM24 prima che venisse sgomberato nel 2018, nonostante la mobilitazione capillare da parte della popolazione locale e non solo. Blu aveva poi cancellato il suo murale nel 2016, per protestare contro la mercificazione della street-art che prevedeva la rimozione e l'esposizione dei graffiti sparsi per la città nel Museo della Storia. Graffiti rimossi come aveva fatto nel 2014 a Berlino per protestare contro la gentrificazione del quartiere di Kreuzberg (Fig. 2).

⁴ L'espansione incontrollata delle economie di piattaforma indebolisce le amministrazioni locali. L'assenza di un intervento coordinato con le amministrazioni centrali aggrava la situazione, erodendo la fiducia nella capacità di orientare lo sviluppo turistico verso modelli più sostenibili.

Fig. 2 - Le due Torri nel Graffito di Blue alla Bolognina



Fonte: Google, 2024

2.2. Storytelling

La Bolognina, quartiere storicamente popolare e multiculturale, diventa così l'esempio emblematico della politica urbanistica fuori dalle mura dell'amministrazione bolognese⁵: «Proprio qui, infatti, sorge la nuova avveniristica sede del Comune, accanto è stato costruito il nuovo complesso della Trilogia Navile, di fronte a quest'ultimo, nella stessa strada, un'altra trasformazione ha riguardato l'ex edificio Telecom. L'edificio era stato occupato da 280 persone nell'autunno 2014, dopo dodici anni di inutilizzo. Sfrattato dieci mesi dopo, è stato venduto a The Student Hotel, una società olandese di alberghi per studenti facoltosi costruiti in varie città europee, inaugurati nell'autunno del 2020» (Ruggeri, 2022).

Poco distante è stata ricostituita, attiva attraverso innumerevoli proposte di attività aggregative, la rinnovata casa di quartiere "Katia Bertasi" con cucina, corsi, ed eventi vari fra cui il doposcuola per bimbi migranti. Controverso invece l'uso dello *storytelling* a proposito della confinante Tettoia Nervi, spiazzo coperto antistante l'ex mercato ortofrutticolo, che, in disuso e abbandonata per molti anni, è stata ristrutturata grazie ad un finanziamento del ministero. Rinominata piazza Lucio Dalla ed adibita a spazio per spettacoli musicali, sport, arti performative inaugurato nel

⁵ Rischiando di «generare una rivisitazione e un mutamento dello status quo dando vita a processi di partecipazione meramente simbolica e figurativa» (Arnstein, 1969, p. 217).

2022. Così viene interpretata l'appropriazione del nome Di Mondi per il torneo sottratto agli storici organizzatori che commentano: «Il Torneo Dimondi sul festival di piazza Dalla [...] ripete una dinamica dicotomica che tutela le esperienze formali e dotate del marchio istituzionale e sussume quelle informali e autogestite, sgomberandole, appropriandosene o talvolta dimenticando come si chiamano, a seconda delle necessità dettate dallo storytelling del momento. Noi continueremo a concepire gli spazi cittadini non come city users (più o meno paganti), ma come activist* che vogliono organizzarli, risignificarli e creare reti dal basso. Manteniamo i presidi sulla città e sui nostri nomi» (Zic Notes, 2022).

Come sostiene David Harvey (2008, p. 23): «Il diritto alla città è, quindi, molto più di un diritto di accesso individuale alle risorse che la città incarna: è un diritto a cambiare noi stessi, cambiando la città più secondo il desiderio del nostro cuore. Si tratta, inoltre, di un diritto collettivo e non individuale, poiché il cambiamento della città dipende inevitabilmente dall'esercizio di un potere collettivo sui processi di urbanizzazione».

2.3. Le parole sono importanti

Il processo di “foodification”, e “alcoholification”, intrapreso approfittando delle specificità socio-demografiche della zona universitaria ha creato una valvola di sfogo per la frustrazione accumulata dai più giovani durante l'emergenza sanitaria, ma ha anche creato un circolo vizioso di abbandono e mercificazione dello spazio pubblico che non sembra arrestarsi. «C'è l'idea di una città usa e getta, per cui lo spazio pubblico non importa a nessuno e questo è motivo di dolore per chi abita qua»; questo uno dei commenti sulla vivibilità raccolti attraverso i colloqui con gli abitanti.

Così accade nel centro di Bologna, come la maggior parte dei centri storici investiti dal vento del turismo accessibile che il viaggiare low cost ha provveduto a diffondere con conseguenze che vanno ben oltre l'idea di democratizzazione del turismo su larga scala. Un'idea poi rivelatasi quanto mai fallace e soggetta alle più ampie derive consumistiche ed estrattive (Semi, 2015; Gainsforth, 2019; Stein, 2019; Tozzi, 2020; Kern, 2022).

Se il dilagare delle piattaforme per le locazioni turistiche a prezzi relativamente contenuti è stato inizialmente uno strumento utile a far sì che molti potessero conoscere da vicino parti del pianeta ad un certo punto un corto circuito ha oscurato il dialogo, rendendo quanto mai effimero e volatile quel contatto e soprattutto togliendo spazio ai residenti, in particolare quelli più fragili e meno garantiti che avevano comunque fino a quel momento il diritto di godere di quelle parti e di quegli scorci della città divenuta improvvisamente poco accessibile ai più (Fig. 3).

Fig. 3 - Il Cinema Ritrovato



Fonte: Google, 2024

A che punto è la città? Si chiede a questo proposito il gruppo bolognese della rivista *Gli Asini*: «Bologna è da sempre associata al “buon governo”, una parola che evoca esperienze concrete di governo locale ma anche rappresentazioni mitiche. Oggi quella parola ha perso ogni significato ed è stata sostituita da formule puramente retoriche: parole ricorrenti nel discorso pubblico, come partecipazione e rigenerazione urbana, o l’evocazione di modelli di sviluppo apparentemente promettenti sul piano economico e occupazionale (la città del cibo, la città del turismo), hanno un significato opposto a quello evocato e nascondono la subordinazione e l’impotenza dei poteri pubblici. Queste retoriche e le pratiche che le accompagnano rendono difficile interpretare la rapida trasformazione della città. Ricostruire il pensiero critico e l’intelligenza collettiva è quindi un compito urgente» (Mascagni, 2018).

A questa mancanza di consapevolezza ed acriticità diffusa contribuiscono non poco, secondo Giovanni Semi, le macchine di rigenerazione urbana che utilizzano diversi descrittori post-politici, ovvero quel tipo di lessico che non può essere soggetto a nessuna forma di critica fra cui “bellezza”, “green” e “partecipazione” (Semi, 2024). L’autore invita quindi a «chiedersi da chi è partecipato un progetto di rigenerazione urbana e soprattutto, in quale fase: gli abitanti del quartiere vengono coinvolti attivamente in quella iniziale o viene chiesto loro solo di scegliere il colore delle panchine?» – panchine che nel caso di Bologna sono state completamente eliminate dal centro per evitare che vi sostino i clochard – «Un ulteriore termine è

“smart”. Chiediamoci chi si avvantaggia di simili svolte tecnologiche e dove vanno a finire i dati che vengono raccolti. In conclusione, chi vede questi descrittori elencati a colori scintillanti su un progetto di rigenerazione urbana che interessa il suo quartiere dovrebbe preoccuparsi» (cfr. Sesana, 2023).

3. Questa casa (*non*) è un albergo

«Il tramonto della modernità ha fatto riaffiorare il culto, mai davvero spento, del Genius Loci, che nel momento in cui l'apertura sul mondo andava sempre più intrecciandosi a un processo di concitata globalizzazione, ha riproposto i valori della identità locale e della differenza [...] In tale prospettiva, l'abitare ha rivendicato tutta la primitiva estensione semantica del verbo: esso comprende e amministra non solo la “casa”, ma, in un progressivo ampliamento il suo ambiente naturale, la sua geografia, la sua storia» (Vitta, 2008, p. 45).

Questa estensione del concetto casa è stata percepita e sperimentata durante la pandemia quando ci si è dovuti rendere conto del valore degli spazi che ci circondavano per la nostra esistenza quotidiana. Se poi la casa diventa un albergo la trasformazione agisce anche dall'interno perché questo passaggio cambia la sua funzione. Airbnb si autoalimenta proprio sulla presunta condivisione di spazio in nome di esperienze diversificate e presentate come diverse ma in realtà sfrutta la possibilità che gli inquilini hanno di risolvere almeno in parte i valori immobiliari gonfiati, trasformando il problema nella sua soluzione e cioè un flusso di entrate che può coprire una parte dei costi (Stein, 2020). Come afferma Sarah Gainsforth, la crescita esponenziale di Airbnb «è avvenuta in un contesto di recessione economica, di precarizzazione del lavoro, di contrazione dei salari, di aumento del costo della vita e di emergenza abitativa diffusa. In questo scenario, Airbnb si presenta come una soluzione a un problema che di fatto contribuisce a creare. [...] La possibilità di un guadagno rapido offerta a utenti “ordinari” ha prodotto l'interiorizzazione di un modello di speculazione che, prima dell'avvento della piattaforma, era prerogativa di attori professionali e impersonali. Insomma con Airbnb siamo diventati tutti speculatori» (Gainsforth, 2020, pp. 35-36).

Airbnb è infatti cresciuto nel contesto della sharing economy, divenendo poi un esempio paradigmatico della sua parabola e trasformazione in *platform capitalism*. «Valutiamo l'opportunità di regolamentare gli affitti brevi gestiti da piattaforme come Airbnb per prevenire la lievitazione dei prezzi delle case, che può alla lunga portare all'espulsione dei ceti popolari dai

centri urbani e rendere proibitivi i costi della frequenza delle migliori università» (Boeri, 2024) (Fig. 4).

Fig. 4 - Protesta contro l'overtourism in Piazza Maggiore a Bologna



Fonte: Google, 2024

Una nuova ottica di condivisione e di turismo etico e sostenibile sembra provenire da Fairbnb, una piattaforma cooperativa per il turismo con varie sedi fra cui Bologna presso DumBo⁶, che finanzia iniziative e progetti locali che intende dare valore alle persone e allo sviluppo dei territori invece che al profitto⁷.

3.1. Dislocare per gentrificare?

Come sostenuto da Saskia Sassen, le città globali stanno subendo una metamorfosi preoccupante: da centri di inclusione a vettori di omogeneizzazione. La “cultura aziendale” globale, promossa da una nuova élite internazionale, sta erodendo la diversità culturale e sociale che storicamente ha plasmato il tessuto urbano (Sassen, 1999). Nel suo saggio *La gentrifi-*

⁶ https://dumbospace.it/portfolio_page/fairbnb-coop/, data di consultazione: 31/01/2025.

⁷ Su questa scia di sostenibilità si inserisce anche il piano di Bologna Città 30 che cambia le regole di velocità urbana portandole da 50 a 30 km orari (<https://bolognacitta30.it/>, data di consultazione: 01/02/2025).

cation è inevitabile e altre bugie, Leslie Kern si chiede come definire la gentrificazione, un processo complesso che comporta la sostituzione di una comunità con un'altra, sollevando interrogativi su classe, opportunità economiche e possibili contromisure (Kern, 2022). Alcuni autori si sono soffermati sulla correlazione fra gentrificazione e turistificazione e sulle differenze fra i due fenomeni, giungendo a considerazioni diverse sull'influenza e la ricaduta che la prima opera sulla seconda e viceversa (Gotham, 2005; Barata-Salguiero, Mendes, Guimaraes, 2017; Gravari-Barbas, 2017; Sequera, Nofre, 2018; Cocola-Gant, 2018)⁸. Manuel De la Calle Vaquero ha affrontato il problema partendo dalla mercificazione degli edifici turistici che sostituiscono quelli residenziali mutando l'ecosistema sociale dei quartieri, chiarendo come il turismo in ambito urbano generalmente non crea il proprio spazio, ma rifunzionalizza e ridefinisce lo spazio preesistente, in particolare quello dei centri storici (De la Calle Vaquero, 2019).

4. L'equivoco della città vetrina

A questo punto diventa ineludibile la ricerca di un antidoto alla città vetrina che mostra quanto di più appetibile per dei consumatori veloci e distratti dal luccichio di scenografie urbane, erette ad uso e consumo di un turismo estrattivo, se non predatorio sicuramente stereotipato.

In questo alveo si colloca ad esempio tutto il comparto alimentare di una città come Bologna che oggi vede estremizzato uno dei suoi poli di attrazione cioè il cibo, che diventa il vettore dominante dell'identità cittadina. È innegabile che la filiera alimentare sia stata sempre parte del patrimonio immateriale della città ma la sproporzione dell'offerta, ormai diventata oggetto di critica sui giornali internazionali (Cucci, 2024), porta inevitabilmente a pensare come indice di ineluttabile monocultura alle vetrine di vecchie botteghe storiche, svuotate e riempite di cibo e di specialità locali come richiamo per turisti affamati di esperienze gastro-alimentari⁹: «Ristoranti, locali e hotel sfrattano le botteghe, in 5 anni spariti 140 negozi nel centro» (Nannetti, 2024).

⁸ Kevin Fox Gotham (2005) ha teorizzato l'idea della gentrificazione turistica definendola come il processo di trasformazione socio-spaziale di un quartiere della classe media in un'area, benestante e selettiva, caratterizzata da un aumento esponenziale di attrazioni e attività turistiche.

⁹ Non a caso un'esperienza discutibile e discussa ormai giunta al termine come quella di FICO sia stata riproposta con il nome di Grand Tour. Altri svantaggi sono le distorsioni nella localizzazione dei negozi e delle categorie di vendita con l'emergere di ristoranti orientati al gusto dei turisti, ad esempio gli "Spaghetti Bolognese". In crescita il numero di residenti che preferisce spostarsi in periferia per gustare la vera cucina bolognese.

La sostituzione veloce e apparentemente indolore, ci induce a pensare che in una società in transizione sono questi i bisogni che accomunano tutti senza snaturare l'identità di una città che col cibo ha sempre vissuto un connubio perfetto. D'altronde si può sempre obiettare che il fenomeno consisterebbe semmai nel caso contrario: come se a Murano invece dei vetri si vendessero salumi e a Burano formaggi al posto dei merletti. Ma qualunque paradosso non basta a fornire la città di anticorpi contro l'invasione incontrollata della *foodificazione* (Food Affairs, 2024). Come avverte Zygmunt Bauman: «Gli spazi di interesse pubblico sfuggono all'ambito della vita per così dire “localizzata”, gli stessi luoghi stanno perdendo la loro capacità di generare e di imporre significati all'esistenza; e dipendono in misura crescente dai significati che vengono loro attribuiti e da interpretazioni che non possono in alcun modo controllare [...] I centri nei quali vengono prodotti i significati e i valori sono oggi extraterritoriali e avulsi da vincoli locali – mentre non lo è la stessa condizione umana che a tali valori e significati deve dar forma e senso» (Bauman, 2000, p. 4).

5. Zeitgeist o Genius Loci? Immaginari turistici e contesti urbani

Quali sono le possibilità e le ipotesi per creare e condividere strade che siano in grado di convergere verso un futuro di apertura all'alterità intesa come fonte inesauribile di accrescimento non solo di beni e consumi? In *Think like a common*, David Bollier sottolinea quanto l'appello dei beni comuni stia nella sua promessa di autodeterminazione locale. Le persone li vedono come un modo per valorizzare e proteggere i loro contesti locali, dato che l'identità di una comunità è inevitabilmente legata alla sua geografia, ai suoi edifici, alla sua storia e ai suoi leader. È lì che le persone imparano e sviluppano un senso più pieno di umanità e di responsabilità ecologica (Bollier, 2014). È necessaria, innanzitutto, una nuova visione che non si limiti ad enfatizzare sempre e comunque i risvolti economici, una comprensione della differenza tra spazio urbano e spazio urbanizzato e una maggiore consapevolezza dei rischi che comporta il ciclone turismo.¹⁰ Questa considerazione del contesto urbano come realtà in evoluzione fortemente connessa a tutti gli altri agenti del territorio circostante può portare ad

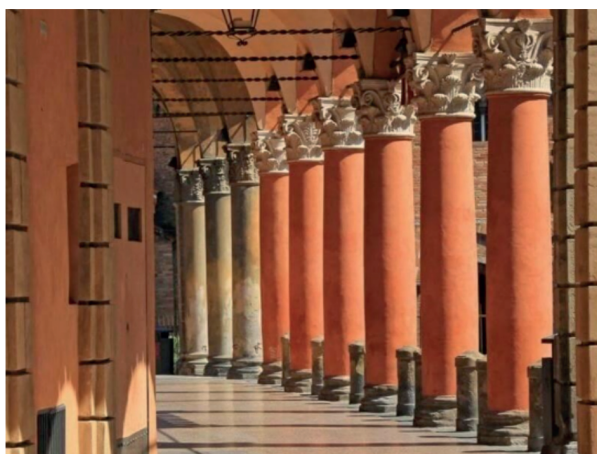
¹⁰ Uno sguardo trasversale «diventa ancora più importante e necessario quando il viaggio è apparentemente dietro l'angolo, quando queste culture ci appartengono territorialmente e culturalmente ma rischiano di allontanarsi dal nostro vissuto e dalla nostra quotidianità in maniera esponenziale con l'eventualità che la velocità degli oggetti diventi oggettivazione della velocità e niente ci venga restituito sul piano dell'immaginazione e dell'identità» (Montalbano, 2012, p. 478).

un concetto di sostenibilità turistica di una città che cambia, ma soprattutto si rinnova conservando memoria del suo passato (Ricoeur, 1949).

Pensiamo anche a quanto, in altre realtà internazionali, si cerchi di alleggerire l'eccessivo carico turistico sulle città più attrattive creando nuove correnti di interesse e di scoperta verso poli vicini e costruendo infrastrutture ad hoc per raggiungerle facilmente. O come le politiche urbane di Berlino, Barcellona, Parigi e Vienna stiano mutando cercando di regolamentare fenomeni altrimenti difficilmente arginabili.

Il turista è ancora «un ricercatore di esperienza cosciente e sistematico, di un'esperienza nuova e diversa, di un'esperienza di differenza e di novità»? (Bauman, 1999, p. 44). Cosa rende un'esperienza indimenticabile, aumentando e alimentandola memoria e la consapevolezza dei luoghi che abbiamo attraversato rendendoci più responsabili, rispettandone l'identità e la complessità senza indulgere in banali semplificazioni offerteci da un mercato sempre più compulsivo e indifferente alla stratificata storia del territorio che ci circonda (Fig. 5)?

Fig. 5 - I portici di Bologna, patrimonio Unesco



Fonte: Google, 2024

Come sottolinea Bodei (1991, p. 117), «l'*Erfahrung* è possibile solo quando esiste un'esperienza accumulabile, che si sedimenta lentamente con il tempo, che aiuta nel viaggio della vita. Quando questa esperienza viene schiacciata sul presente, perché il passato non insegna più nulla o perché l'allargarsi dell'orizzonte delle aspettative restringe lo spazio dell'espe-

rienza, allora si punta all'*Erlebnis*, al godimento immediato del senso, alla consumazione dell'esperienza in una sorta di rapido flash, allora si ha fame di esperienze». Tra le priorità che possono favorire un cambiamento ne emergono specificamente alcune:

- rispettare le differenze che hanno una specifica identità riconosciuta (mix di abitanti);
- favorire il mantenimento e la costruzione di una dimensione di appartenenza e di ulteriore identità che non annulli quella originaria;
- sostenere la creazione di condizioni di contesto favorevoli dal punto di vista spaziale e strutturale ma anche sociale, relazionale ed economico;
- stabilire connessioni solide con le Comunità dei Quartieri e della Città;
- aumentare l'agibilità degli spazi fruibili anche interstiziali a disposizione di ciascun cittadino;
- porre un'attenzione rinnovata all'edilizia pubblica;
- essere consapevoli della sottile linea rossa esistente fra Dislocare e Svuotare e dei rischi di reificazione che oltrepassarla comporta;
- considerare la visione condivisa della città come un delicato ecosistema urbano da proteggere e mantenere nel suo equilibrio secolare.

6. Costruire collettivamente la città arbitrando il conflitto

Per Susan Sontag le fotografie, al contrario delle parole, non danno l'impressione d'essere interpretazioni della realtà, ma frammenti della realtà stessa: «La fotografia è diventata uno dei principali meccanismi per provare qualcosa, per dare una sembianza di partecipazione» (Sontag, 1972, p. 8). La multiformità e la varietà sono da sempre sintomi di un tessuto urbano vitale e interconnesso e spesso i social ci restituiscono immagini di città che rimandano ad epoche diverse come nel caso delle torri di Bologna, facendo galoppare la fantasia e riallacciandoci al passato in un immaginifico quanto potente paragone tra le torri e lo skyline di Manhattan. Nella realtà questo stesso fenomeno ha evidenziato la fragilità di un territorio messo a dura prova da una mobilità eccessiva che rischia di minare le fondamenta stesse delle strutture medioevali. Questi due aspetti si combinano nella ricerca di un immaginario che pur stimolando connessioni fra antico e contemporaneo offrano al contempo soluzioni strutturali per una mobilità non invasiva o peggio destrutturante.

Come sostiene Jaime Lerner: «Ogni città dovrebbe dare priorità a tre questioni che hanno un grande impatto sulla qualità della vita urbana, iniziando a trovare risposte che sosterranno la nostra società a lungo termine: mobilità, sostenibilità e socio-diversità» e poi afferma «le città

devono offrire speranza, non disperazione. Un senso di identità condivisa, il sentimento di riconoscimento e di appartenenza a un luogo specifico, migliora la qualità della vita. Una città deve fornire punti di riferimento con cui le persone possono relazionarsi e connettersi: fiumi, parchi, edifici pubblici. Tali spazi raccontano storie e proteggono i ricordi, proprio come un diario o un ritratto di famiglia. [...] Il progetto di una città deve essere una costruzione collettiva, un sogno condiviso, in modo che un senso di corresponsabilità informi i nostri sforzi. Ciò non significa che il consenso debba essere raggiunto a ogni passo del cammino: la ricerca del consenso assoluto può portare a uno stato di paralisi. La democrazia non è consenso, ma un conflitto permanente che la società deve arbitrare con grande sensibilità. Le politiche a lungo termine dovrebbero essere adattate attraverso un feedback costante da parte delle persone» (Lerner, 2015).

7. Universi molteplici e mondi vitali

Il turismo può avere a che fare con la scoperta di nuovi mondi vitali? Un approccio consapevole, tramite nuove percezioni del luogo può condurre verso traiettorie impreviste. Come reagire dunque a un fenomeno del genere? Non certo ostacolando o addirittura respingendo il flusso turistico. Sarebbe controproducente, per molte ragioni (Jacobs, 1961). Salvaguardare l'“identità” di Bologna non può implicare una chiusura, una sorta di “congelamento”, le comunità continuano a produrre significato solo se riescono a trasmettere il senso del loro percorso attraverso una narrazione leggibile e visibile a tutti e condivisibile attraverso l'incontro con l'altro (Fig. 6) (Levinas, 1961; Aime, 2012; Stavridis, 2016). Piuttosto si può pensare ad alcune forme di intervento, non necessariamente collegate in maniera diretta al fenomeno turismo, che però esercitino una sorta di “drenaggio”, di contenimento dello stesso, per non lasciarsi travolgere dall'ineluttabile ed evitare la frammentazione.

L'antinomia infatti non può costituire un blocco ma un'ulteriore spinta alla ricerca di un dialogo costruttivo fra gli attori coinvolti, evitando qualsiasi oggettivazione del corpo sociale, consapevoli di un ambiente costituito da un mosaico di soggetti diversi che associa gli spazi pubblici, liberi e accessibili alle tre qualità delle città: urbanità, diversità e alterità. Ricercare insieme (Sennett, 2012) gli strumenti di costruzione comunitaria (Geddes, 1904; Mumford, 1938; Bauman, 2001) capaci di restituire agli abitanti la “città in evoluzione” (Geddes, 1904) non solo tramite strategie adattative ma ripensarla attraverso un processo condiviso che coinvolge la società nella sua complessa, stratificata e sfaccettata trasformazione.

Fig. 6 - Visita guidata in piazza Santo Stefano



Fonte: Google, 2024

Avviare un processo di risignificazione degli spazi attraverso una rinnovata consapevolezza e un riacquisito spirito critico che non respinge istanze diverse solo perché dissonanti né cerca di assimilarle attraverso una uniformità omologante. Un processo continuo in cui teorie e pratiche si incontrano e le parti in causa collaborino al recupero dell'identità della città, questo dovrebbe essere il linguaggio della politica nel suo farsi cittadinanza attiva. Facile a dirsi, sicuramente meno facile a farsi.

Ma forse vale la pena rifletterci, come suggerisce Daniel Innerarity (2008), secondo cui l'azione politica è inestricabilmente legata alla creazione di una comunità, a un legame umano carico di significato, un concetto che implica inevitabilmente il rifiuto di qualsiasi forma di dominio o di cancellazione della diversità. La sua più legittima aspirazione è quella di alimentare un'immagine positiva della convivenza, capace di rigenerarsi costantemente attraverso l'ottica di un agire comune.

Bibliografia

- Aime M., Papotti D. (2012), *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*, Einaudi, Torino.
- Arnstein S. (1969), *A ladder of citizen participation*, «Journal of the American Planning Association», 35 (4), pp. 216-224.
- Barata-Salgueiro T., Mendes L., Guimarães P. (2017), "Tourism and Urban Changes: Lessons from Lisbon", in Gravari-Barbas M., Guinand S. (eds.),

- Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*, Routledge, London.
- Bauman Z. (2007), *Consuming Life*, Polity Press, Cambridge UK.
- Bauman Z. (2000), *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. (1999), *La società dell'incertezza*, Il Mulino, Bologna.
- Bodei R. (1991), "Erfahrung/Erlebnis. L'esperienza come viaggio, l'esperienza come vita", in Russo V. (a cura di), *La questione dell'esperienza*, Ponte alle Grazie, Firenze.
- Boeri T. (2024), *Cittadini nel mondo*, testo disponibile al sito: www.rivistaeco.com/2024/11/15/cittadini-nel-mondo/, data di consultazione: 30/01/2025.
- Bollier D. (2014), *Think Like a Commoner: A Short Introduction to the Life of the Commons*, New Society Publishers, Gabriola Island.
- Bologna Today (2023), *Residenti contro I dehors: «Sconcertante bulimia commerciale»*, 20 gennaio, testo disponibile al sito: www.bolognatoday.it/cronaca/dehors-residenti-proteste-centro.html, data di consultazione: 06/03/2025.
- Cocola-Gant A. (2018), "Tourism gentrification", in Lees L., Phillips M. (eds.), *Handbook of Gentrification Studies*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham and Northampton, pp. 281-293.
- Cucci B. (2024), *New York Times processa Bologna: «Inferno turistico, il cibo si è preso tutto»*, 9 agosto, testo disponibile al sito: www.ilrestodelcarlino.it/bologna/cultura/new-york-times-bologna-inferno-turistico-3c922870, data di consultazione: 01/02/2025.
- De la Calle Vaquero M. (2019), *Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate*, «Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles», 83, 2829, pp. 1-40.
- Food Affairs (2024), *Il New York Times processa Bologna: «Inferno turistico, il cibo si è preso tutto»*. *La giornalista replica*, 12 agosto, testo disponibile al sito: www.foodaffairs.it/2024/08/12/il-new-york-times-processa-bologna-inferno-turistico-il-cibo-si-e-preso-tutto-sindaco-lepore-un-insulto-la-giornalista-replica/, data di consultazione: 13/03/2025.
- Gainsforth S. (2019), *Airbnb città merce. Storie di resistenza alla gentrificazione digitale*, DeriveApprodi, Roma.
- Gainsforth S. (2020), *Oltre il turismo. Esiste un turismo sostenibile?* Eris, Torino.
- Geddes P. (2015), *Cities in Evolution: An Introduction to the Town Planning Movement and to the Study of Civics*, Williams & Norgate, London.
- Gotham K.F. (2005), *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*, «Urban Studies», 42 (7), pp. 1099-1121.
- Gravari-Barbas M. (2017), "Super-gentrification and hyper-touristification in Le Marais, Paris", in Gravari-Barbas M., Guinand S. (eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*, Routledge, London.
- Kern L. (2022), *La Gentrificazione è inevitabile e altre bugie*, Treccani, Roma.
- Harvey D. (2012), *Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution*, Verso, London.
- Harvey D. (2008), *The right to the city*, «New Left Review», v. 53, pp. 23-40.

- Jacobs J. (2000), *Vita e morte delle grandi città*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Innerarity D. (2008), *Il nuovo spazio pubblico*, Meltemi, Milano.
- Lefebvre H. (2014), *Il diritto alla città*, Ombre Corte, Verona.
- Lerner J. (2015), *How to build a Sustainable City*, «The New York Times», 7 dicembre, testo disponibile al sito: www.nytimes.com/2015/12/07/opinion/how-to-build-a-sustainable-city.html, data di consultazione: 10/03/2025.
- Levinas E. (1984), *Etica e infinito*, Città Nuova, Roma.
- MAG (2024), *Nuovo numero di A&P: voce alle città, la parola alle pratiche*, testo disponibile al sito: <https://magverona.it/2024/10/nuovo-numero-di-ap-voce-alle-citta-la-parola-alle-pratiche>, data di consultazione: 10/03/2025.
- Maci I. (2016), *Arun Sundararajan: «Sharing economy, vi spiego perché tutto ruota intorno alle startup»*, 3 ottobre, testo disponibile al sito: www.economyup.it/innovazione/arun-sundararajan-sharing-economy-vi-spiego-perche-tutto-ruota-intorno-alle-startup/, data di consultazione: 30/01/2025.
- Mascagni P. (2018), *«Bologna: a che punto è la città?» Il libro per sfatare la retorica del buongoverno*, 19 aprile, testo disponibile al sito: www.ilfattoquotidiano.it/2018/04/19/bologna-a-che-punto-e-la-citta-il-libro-per-sfatare-la-retorica-del-buongoverno/4302534/, data di consultazione: 30/01/2025.
- Massey D. (2005), *For Space*, SAGE, London.
- Montalbano L. (2012), «Turismo relazionale integrato: occasione per nuovi percorsi tra luoghi ed identità in trasformazione», in Naselli F. (a cura di), *Animare un'alternativa allo sviluppo. Il turismo per uno sviluppo relazionale integrato*, FrancoAngeli, Milano, pp. 471-482.
- Norberg-Schulz C. (1992), *Genius Loci. Paesaggio Ambiente Architettura*, Electa, Milano.
- Mumford L. (1954), *La cultura delle città*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Nannetti F. (2024), *Overtourism a Bologna: «Ristoranti, locali e hotel sfrattano le botteghe, in 5 anni spariti 140 negozi del centro»*, 11 agosto, testo disponibile al sito: corrieredibologna.corriere.it/notizie/cronaca/24_agosto_11/bologna-ristoranti-locali-e-hotel-sfrattano-le-botteghe-in-5-anni-spariti-140-negozi-nel-centro-e6ae9e39-4b75-43af-adac-e20307412x1k.shtml, data di consultazione: 12/03/2025.
- Papa S. (2024), *Bologna e il turismo nel disastro*, testo disponibile al sito: <https://lucysullacultura.com/bologna-e-il-turismo-nel-disastro/>, data di consultazione: 09/03/2025.
- Ricoeur P. (1984), *Temps et récit*, Seuil, Paris.
- Ruggeri D. (2022), *Bologna, la città più progressista d'Italia?*, 13 dicembre, testo disponibile al sito: www.dinamopress.it/news/bologna-la-citta-piu-progressista-ditalia/, data di consultazione: 20/02/2025.
- Sassen S. (2003), *Le città nell'economia globale*, Il Mulino, Bologna.
- Semi G. (2015), *Gentrification. Tutte le città come Disneyland?*, Il Mulino, Bologna.
- Semi G. (2023), *Breve manuale per una gentrificazione carina*, Mimesis, Milano.
- Sennett R. (2018), *Building and Dwelling: Ethics for the City*, Allen Lane, London.

- Sequera J., Nofre J. (2018), *Shaken, not stirred: New debates on touristification and the limits of gentrification*, «City», 22 (5-6), pp. 843-855.
- Sesana I. (2023), *Che cosa si nasconde sotto la patina “carina” delle nostre città*, testo disponibile in <https://altreconomia.it/che-cosa-si-nasconde-sotto-la-patina-carina-delle-nostre-citta/>, data di consultazione: 20/02/2025.
- Sontag S. (1972), *Sulla fotografia. Realtà e immagine nella nostra società*, Einaudi, Torino.
- Stavridis S. (2016), *Common Space: The City as Commons*, Zed Books, London
- Stein, S. (2019), *Capital City: Gentrification and the Real Estate State*, Verso, London.
- Sundararajan A. (2016), *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, MIT Press, Cambridge MA.
- Tozzi L. (2020), *City Killers. Per una critica del turismo*, Libria, Melfi (PZ).
- Vitta M. (2008), *Dell’abitare. Corpi spazi oggetti immagini*, Einaudi, Torino.
- Zic Notes (2022), *Nervi dei nostri nervi*, 22 febbraio, testo disponibile al sito: <https://zic.it/nervi-dei-nostri-nervi/>, data di consultazione: 12/03/2025.

18. Nova Gorica-Gorizia: New Identities for the European Capital of Culture 2025

by *Moreno Zago*

In 2025, Nova Gorica (Slovenia) and Gorizia (Italy) has become the European Capital of Culture. Since the challenging years after the World War II, the two cities have always found ways to dialogue, cooperate, and jointly solve problems, thanks in part to the presence of a Slovenian community that played a crucial role in bridging relations with the institutions of what was then Yugoslavia, now Slovenia. Over the past three decades, the intense activity in cross-border cooperation has been an opportunity to promote new modes of interaction and governance. A significant expression of this is the European Grouping of Territorial Cooperation Gect/Ezts GO. The surrounding region boasts a wealth of natural, historical-cultural, and linguistic-identity resources. The bid book *GO! Borderless*, for the two cities' candidacy, highlighted the projects supporting its cross-border nature. The main goal of the project is to improve the quality of life for residents by focusing resources on creating a new cultural, tourist, economic, and educational entity, aimed at boosting investments and economic development and attracting tourist groups interested in cultural experiences.

This contribution analyses the strengths and weaknesses of the tourist supply, the sentiment of current and potential tourists, and the opportunity of the event to strengthen the touristic image of the territory and the cities themselves: multilingual, green, young, innovative, and rich in knowledge. First, the contribution attempts to define the meaning of "local cross-border community" and discusses its issues with event management from a tourism perspective, including its current and future identity and sense of belonging.

1. The European Capitals of Culture

The European Capital of Culture is an initiative launched by the European Union to showcase the richness and diversity of cultures across Europe. Each year, cities are selected to hold this title for a one-year period, during which they host a multitude of cultural events with a strong European dimension. The initiative, which began in 1985, has grown to become one of Europe's most prominent cultural events, reinforcing the sense of community among Europeans (Kiran, 2013).

This prestigious title has rejuvenated numerous cities by driving redevelopment and expanding cultural offerings, thereby creating lasting benefits for local societies. Each city uses this opportunity to display its unique cultural assets and to forge a lasting impact that transcends the tenure of the title (Lamour *et al.*, 2022; Urbančíková, 2018). For example, Italy has seen several cities designated as European Capitals of Culture, each using the title to showcase its rich cultural heritage and contemporary cultural dynamism, and to promote cultural, social, and economic development: Florence (1986) celebrated its Renaissance art and architecture, reinforcing its status as a key cultural hub; Bologna (2000) highlighted its cultural heritage and contemporary artistic scene; Genoa (2004) merged its rich maritime history with modern culture, which contributed to the city's revitalization and boosted its cultural sectors; Matera (2019) emphasized sustainable tourism and showcased its unique landscape and history through various cultural events and installations. Cities awarded this title not only have the chance to regenerate their areas but also enhance their international image and benefit from increased cultural tourism.

Nova Gorica in Slovenia and Gorizia in Italy, designated as the European Capitals of Culture for 2025, present a unique instance where two geographically proximate and historically intertwined cities from different countries collaborate to host the title. Their joint candidacy highlights significant themes of cross-border cooperation and cultural exchange, demonstrating how culture can bridge national boundaries and foster mutual understanding. Their designation is an excellent opportunity for these cities to enhance their cultural profiles, encourage tourism, and promote a shared cultural identity across the border.

2. Gorizia and Nova Gorica

Gorizia and Nova Gorica are two cities that embody the complex history of European borders and cultural identities. Situated at the crossroads

of Italy and Slovenia, their story is a vivid illustration of division and unity, reflecting the broader geopolitical shifts in Europe over the past century (Bellavite, 2024; Gasparini, Zago, 1998; Strizzolo, Zago, 2022).

Historically, Gorizia was part of the Austro-Hungarian Empire, renowned for its picturesque landscapes and as a melting pot of Latin, Slavic, and Germanic cultures. Following World War I and the dissolution of the empire, the Treaty of Saint-Germain (1919) awarded most of the territory to Italy, positioning Gorizia as a crucial border city against the newly formed Kingdom of Yugoslavia. The city's strategic importance continued through World War II, after which the geopolitical landscape dramatically shifted once again. The Paris Peace Treaties of 1947 redrew the borders, placing Gorizia within Italian territory, while Nova Gorica was founded in 1948 on the Yugoslavian side, directly across the new border. This division was emblematic of the Iron Curtain that divided Europe into East and West during the Cold War. Nova Gorica was initially envisioned as a socialist showcase, a new town symbolizing renewal and progress under the Yugoslav regime (Kuzmin, 2006; Medved, Velušček, 2004). Over time, it developed its own identity, distinct yet always intimately connected with Gorizia, as families, friends, and economic life continued to intertwine across the border.

By the 1960s, the Italian-Yugoslav border was known as Europe's most open frontier, and the high volume of traffic greatly improved relations between the two neighbouring nations (Gubert, 1972). This era was marked by the collaborative efforts of the mayors of Gorizia and Nova Gorica, Michele Martina and Jožko Štrukelj, who in 1967 were invited to Berlin by Willy Brandt to discuss their joint initiatives – a testament to their effective cooperation (Fornasir, 2020). A way of working together that has also characterised subsequent administrations, sometimes to solve problems linked to local contingencies but increasingly to give voice to wide-ranging territorial cooperation, made up of innovative projects in all sectors of science, governance, health, the economy, tourism, the enhancement and protection of the cultural and natural heritage, mobility, etc. The 1960s also saw the founding of the Institute for Central European Cultural Encounters (1966) and the Institute of International Sociology in Gorizia (1968), later joined by the Slovene Research Institute (1974-76). The fall of the Iron Curtain and Slovenia's accession to the European Union in 2004 marked a significant turning point for both cities. The Schengen Agreement (2007) facilitated the removal of border controls, allowing for easier movement of people and goods.

Gorizia and Nova Gorica epitomize the concept of border cities, which are characterized by their placement on the boundaries of national fron-

tiers, presenting unique challenges and opportunities. Border cities often face issues related to governance, as differing laws and regulations across borders can complicate administration, economic activity, and daily life (Schultz, 2021). Today, Gorizia and Nova Gorica present a specific case of two cities in two different countries, living side by side, yet gradually stitching together their urban fabric and cultural life. Joint cultural projects and social initiatives are common, aiming to foster a sense of shared community and regional identity. The cities co-host events, share public services, and collaborate in various sectors from education to transportation, effectively functioning as a single European city.

The creation of the European Grouping of Territorial Cooperation (Gect/Ezts GO) in 2011 among Gorizia, Nova Gorica, and Šempeter-Vrtojba has further facilitated dialogue and collaboration, enabling more streamlined and effective cooperation across borders (Aa.Vv., 2018). It is a legal entity created under European Union law to facilitate and promote cross-border, transnational, or interregional cooperation (Regulation Ec n. 1082/2006 of the European Parliament and of the Council and in the amendments introduced by Regulation (Ec) n. 1302/2013). These groupings are designed to enable regional and local authorities and other public bodies from different EU member States to work together on shared projects and services across national borders.

The primary purpose of a Egtc is to overcome legal and administrative barriers that can hinder cooperation across borders. By having its own legal personality, a Egtc can manage projects, own property, employ staff, and ensure legal and financial management of cross-border cooperation initiatives. The creation of a Egtc is encouraged by the EU to strengthen cohesion between European regions, improve citizens' quality of life, and make territorial cooperation more effective and oriented towards concrete results. For the Ecoc, the Gect/Ezts GO will invest more than €8 million to finance projects, events and initiatives that will last until 2026 and beyond, attracting both the public and investors, plus an additional €70 million from the Slovenian Government and €130 million by the Autonomous Region Friuli Venezia Giulia only for Gorizia and the surrounding territory aimed at re-developing the castle area, improving access to the city, enhancing bicycle routes, upgrading public spaces, expanding parking facilities, etc.

3. GO! Borderless

The designation of Nova Gorica and Gorizia as the European Capital of Culture for 2025 is a testament to their successful collaboration and

mutual enrichment. This title is seen as an opportunity to showcase their unique cultural landscape, which harmoniously blends Italian and Slovene influences, and to model the possibilities of cross-border cooperation and cultural exchange. Their story is not just about geographical proximity but is deeply rooted in the resilience and adaptability of their people, who have navigated the challenges of political changes and border dynamics (Valussi, 2000). It highlights the power of cultural and community ties in overcoming divisions, symbolizing a bridge between nations and cultures in modern Europe. The announcement of Gorizia and Nova Gorica winning the title in December 2020 came at a time of painful separation experienced by the two cities due to the new barriers erected by the authorities to contain the spread of the Covid-19 epidemic.

Under the motto “GO! Borderless”, the cities plan to embody this prestigious title through storytelling, intertwining memories of the past with visions of a friendly future, while building an effective cultural strategy to sustainably improve the quality of life of the entire frontier zone. The epicentre of the events will be the Europe Square, the square of the two Goricas since 2004, successfully representing the cohabitation of cultures along the frontier. The planned activities aim to revitalize urban spaces, explore the common heritage of the frontier, and acquire knowledge in the field of cultural production, which is, in its essence, limitless and boundless, resonating with the fundamental values of European culture. Over 600 cultural events are set to take place in 2025, along with more than 60 projects.

The GO!2025 bid book for the candidacy of Nova Gorica-Gorizia outlines strategic objectives that include: establishing a cultural and creative centre with a shared system for transborder cultural production; revitalizing cultural heritage sites and modernizing transborder heritage; creating a strong cultural tourism model for the region with a unified brand; and positioning Nova Gorica as an innovative city where culture becomes the main force for the development of the border area (Aa.Vv., 2020).

The proponents intend for these aims to translate into a transborder conurbation – a green, vital, sustainable city open to Europe and the world, dynamic and entrepreneurial. A city aimed at creating and maintaining a pleasant, happy, and creative environment for its citizens and a lighthouse of solidarity and collaboration beyond every kind of border (*ibidem*).

The intention is to reverse the course of economic decline:

- by activating a new cultural ecosystem that rests on the values of conurbative development, in an international, multilingual, and innovative cultural climate with original thinking;
- capable of building a solid ground for regional development plans and related international calls, developing tourism, and a shared city brand;

- leaving a legacy of a transborder European city made up of Nova Gorica and Gorizia, green, vibrant, and with a high quality of life, innovative and with an entrepreneurial spirit, uniting in a platform for all types of innovation, art with technology, culture, and economy, and promoting cultural entrepreneurship with European and international links (*ibidem*).

4. Tourism in the Area and the Benchmarking Analysis: How It Went in Other Cultural Capitals

The towns of Gorizia and Nova Gorica are situated within an hour's drive from a significant number of tourist attractions, including six Unesco sites, several art cities, and destinations for active or slow tourism (itineraries in contact with nature, cycling routes, food, and wine). This strategic location makes them an ideal base for exploring an extended area, which becomes more attractive as the area offers good connections for daily visits to destinations of greatest interest and conveys strategic location as a factor of tourist attractiveness.

Total arrivals in the province of Gorizia are approximately 450 thousand (1,779 thousand overnight stays), while in Nova Gorica they are about 87 thousand (176 thousand overnight stays). For both areas, the foreign presence exceeds 70%. As far as the province of Gorizia is concerned, incoming tourism is mainly from abroad, with a concentration in the famous seaside resort of Grado, amounting to 70%. Moreover, there is a strong seasonality, with 90% of attendances concentrated between June and September. Even though the accommodation offer in the city of Gorizia alone is evaluated positively by reviewers, it is inadequate in terms of total capacity and the level of offer to welcome large flows of visitors arriving in the city on the occasion of GO!2025. The wide provincial and regional offer present can, in part, make up for the lack of accommodation facilities in Gorizia. From the point of view of sentiment analysis, the destination "Collio and Gorizia" receives very positive ratings in terms of overall (accessibility, organization, availability, etc.) and individual perception (gastronomic, physical, naturalistic, artistic experience, etc.) and quality of services (guide services, organization of events, catering services, typical products, staff) (Camera di Commercio Venezia Giulia-Uniontrasporti, 2022).

The analysis of the trend of post-event flows of the previous European Capitals of Culture shows how in many cases, the long wave of the event and its media resonance are not by themselves sufficient conditions to

maintain consistent (and growing) tourist flows in the long term (Falk, Hagsten, 2017; Garcia, Cox, 2013; Mavrin, 2024). Generally, the literature does not provide clear evidence of individual elements that are able to attract tourism specifically to a Capital of Culture. The increase in tourist arrivals and presences may depend on a variety of factors including cost, destination cultural supply, accessibility of area. The studies show that hosting the European Capital of Culture, although leading to an average increase in overnight stays of 8% during the year of the event, does not stimulate tourist demand in subsequent years. Arrivals and presences grow in the year of Ecoc, but the increase is not such as to be able on its own to trigger a process of economic and social development.

On the basis of a number of cases analysed, it emerges that the cities that have succeeded in translating the short-term “boost” effect of Ecoc into interesting but sustainable tourist numbers in subsequent years are those that have developed a specific strategy of territorial development and promotion, and the implementation of specific events. For this organization to have long-term effects, however, it is not enough to aim at increasing the number of tourists, overnight stays, and the length of stay but tourists must be offered new types of experiences that also involve them on an emotional level, moving from a traditional tourist offer to a model of experiential tourism through which tourists do not just visit places but interact with people, experience history and traditions in search of activities with a strong personal, spiritual, social, and intellectual impact. It is therefore necessary for the territory to work on its distinctive skills, both to respond to the needs of thematic and/or more niche tourism, and to offer a proposal suited to the new ‘long tourism’ trends, also by leveraging the territory’s high quality of life to attract digital nomads and holidaymakers.

5. Challenges in Integration

The projects implemented by the two cities have not only enhanced the territory but also created networks of cooperation among economic, cultural, institutional, and citizen operators, thereby developing a sense of belonging to a wider area than just their “backyard”.

One of the objectives of the two cities is to strengthen the common sense of belonging to the cross-border area, thanks to the Ecoc events. The “practice” of the border, that is, the ease with which one decides to cross a border and “experience” what lies beyond, creates the preconditions for the development of a cross-border identity where what lies beyond the border is no longer seen as a foreign and fearful land but as a space made up of

places in which one can feel at home. By projecting outwards and thus towards partial or total openness with the neighbouring system, borders have become increasingly penetrable and irrelevant, giving rise to a cross-border space that fosters that cross-border identity mentioned above. In the past, the practice of the border consisted mainly of small trade and leisure opportunities. Today, it has matured into collaborations between public institutions, companies, associations, and ethnic-linguistic communities. These collaborations encompass macro-interests that concern strategic choices for the area: the management of ports, road and logistical structures, the environment, and the coordinated image of the Upper Adriatic, whose impacts have positive repercussions on economic operators and citizens.

Recent research (Zago, 2019) indicates that people living along the borders exhibit a strong cosmopolitan feeling, expressing a positive attitude towards cross-border locations (about one in three residents). Border towns have become a meeting point for different economies and cultures (fairly-very much agree, 72%), with a significant percentage of the population agreeing that this has enabled different ethnic groups to coexist and created a culture of tolerance (61%). Ethnic-linguistic minority communities are perceived as an important element of identity, strategic in creating strong links with border cities. Indeed, an important role in the creation of links between the two cities has been played by the Slovene community in Gorizia. Numerous economic and cultural organizations of the Slovene minority in Gorizia interface with European, state, and local institutions both in Italy and in Slovenia, and their presence is also manifested through the press, radio, television, and schools of all levels – tools that contribute to the preservation and diffusion of the Slovene language and identity in the territory (Bogatec, Vidau 2016; Bufon, 2019; Marušič, 2007). The community of Italians considers the Slovene community an important element of identity (57% to the fairly-very much agree), strategic in creating strong links with the city of Nova Gorica (47%) and in the dialogue with the Italian community (45%), with the conviction that also in the future, the two communities will continue to act in a climate of collaboration (65%).

The abolition of border controls has also been an advantage for cross-border mobility. For more than 40% of the sample, the abolition of controls had a positive impact on their cross-border travel habits. That is, it was an incentive to take advantage of the opportunities that the border territory could offer. Slovenia's accession to the European Union (2004) and later to the Schengen area (2007) brought benefits. The opening of borders has had a very positive impact on consumption for everyday needs (68%) and on business and entrepreneurial activities (48%), on opportunities for study (47%), and work (46%).

6. Cross-Border Sense of Belonging

A previous study (Sessa *et al.*, 2021) and a World Café held in 2023 with students from my course in Cross-border Relations and Local Development at the Master's degree in Diplomacy and International Cooperation at Gorizia and from Nova Gorica focused on strengthening the sense of cross-border belonging, particularly among young people. This event highlighted several key freedoms affecting quality of life and the sense of belonging, illustrating both opportunities and challenges faced by residents:

- students frequently crossing between Italy and Slovenia do not view the border as a barrier, experiencing the area as a cohesive space (Freedom of living the space “other”);
- living near permeable borders provides varied economic opportunities for residents of both countries, though disparities in wages and purchasing power influence consumer behaviour (Satisfying personal life needs);
- key challenges include improving public transport links and managing rising housing costs driven by tourism. While the elimination of border controls has eased travel delays, the lack of integrated cross-border public transport systems still makes non-car travel challenging, underscoring the need for better coordinated transport infrastructure to support both daily commuting and tourism (Mobility across borders);
- strengthening cross-border economic ties in sectors such as eco-tourism, local food production, and cultural activities, along with synchronized labour policies, could expand job prospects, especially for the youth. Integrating these markets can also drive-up demand for cross-border cultural events and foster growth through educational and research collaborations (Personal Development and Flourishing);
- Italian students are keen to learn Slovene, and Slovenians are similarly motivated to learn Italian, recognizing that language proficiency is key to overcoming cultural barriers (Linguistic Inclusivity);
- enhancing multilingual training programs and boosting cross-border civic engagement are crucial for nurturing the coexistence of diverse identities and cultures (Enhanced Identity and Civic Participation);
- collaborative management of environmental resources across the border can help tackle issues like climate change and pollution, which affect the region universally (Environmental Health and Sustainability).

These findings highlight the complex interplay of economic, social, and environmental factors in cross-border regions, emphasizing the need for integrated policies and collaborative efforts to enhance the living conditions and identity of the border communities. Furthermore, from the point of

view of the advantages and disadvantages that the event could have on the cross-border territory, it emerged that:

Advantages of hosting the European Capital of Culture:

- the Ecoc event provides cities with the opportunity to showcase and revitalize their cultural heritage. This often involves the restoration of historical sites, development of new cultural facilities, and promotion of local arts and traditions (Cultural Revitalization);
- Ecoc greatly increases cities' international profile. This visibility can attract future investments and events, and it often leads to sustained tourism growth even after the designated year (International Visibility);
- Ecoc leads to a surge in visitors, which boosts local tourism and related businesses. This increased footfall can provide significant economic benefits to the hospitality sector, including hotels, restaurants, and shops (Increased Tourism);
- the influx of tourists and the development of cultural infrastructure can create new jobs and stimulate the local economy. This may include both direct employment opportunities in tourism and culture, as well as indirect job creation through related services and industries (Economic Development and Job Creation);
- many cities use the Ecoc as an opportunity to regenerate and redevelop urban areas. This can lead to improved infrastructure, enhanced public spaces, and better quality of life for residents (Urban Regeneration);
- the preparations and festivities associated with the Ecoc can foster a stronger sense of community pride and cohesion. Residents often participate in the cultural activities, which can improve social bonds and civic pride (Community Pride and Cohesion).

Disadvantages of hosting the European Capital of Culture:

- while the Ecoc can bring short-term economic benefits, these may not always be sustainable in the long term. Some cities struggle to maintain the momentum and the facilities created for the event (Short-Term Focus);
- there can be a diversion of resources from other needy areas of cities development to focus on Ecoc activities. This might lead to neglect of long-term urban planning and investment in broader city needs (Resource Allocation);
- the regeneration projects and influx of tourists can lead to gentrification. Rising property values and living costs may displace long-term residents, altering the social fabric of neighbourhoods (Gentrification and Displacement);
- while enhancing cultural offerings is a core goal, there can be too much focus on appealing to international tourists at the expense of lo-

- cal needs and culture, potentially leading to commercialization of local traditions (Cultural Overemphasis);
- the sudden increase in tourists can strain local transport systems and public services, potentially leading to overcrowding and lower quality of service for residents (Pressure on Local Infrastructures).

In conclusion, while hosting the European Capital of Culture can offer significant benefits and opportunities for a city, it also requires careful planning and management to mitigate potential downsides and ensure that the positive impacts are sustainable beyond the event year (Tab. 1) (Veselinović, Škrbić Alempijević, 2023).

Tab. 1 - Swot analysis of Ecoc GO! 2025 for local residents

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
– Freedom of living the space “other”	– Mobility across borders not well supported
– Satisfying personal life needs	– Over short-term focus
– Linguistic inclusivity	– Unbalanced resource allocation
– Community pride and cohesion	– Cultural overemphasis
– Cultural revitalization	– Pressure on local infrastructures
– Urban regeneration	
– International visibility	
<i>Opportunities</i>	<i>Risks and threats</i>
– Personal development and flourishing	– Rising housing costs
– Enhanced identity and civic participation	– Gentrification and displacement
– Educational and research collaborations	– Economic disparities
– Economic development and job creation	– Environmental challenges because of increased tourism and urban expansion
– Long-term tourism growth	– Dependence on external factors
– Sustainable infrastructure development	
– Increasing tourism	

Conclusion

The year of Nova Gorica and Gorizia as the European Capital of Culture represents a unique opportunity to rethink the urban context: modern, smart, and accessible, with a focus on digital services, social and environmental sustainability, and the ability to enjoy cultural heritage. The Ecoc year is also significant to enhance the external perception of Goricas, to support the growth of new entrepreneurship, to stimulate social involvement, and to foster a sense of territorial belonging.

The success of this year as the European Capital of Culture will largely depend on how effectively Nova Gorica and Gorizia can work to

not only increase tourist inflow but also to solidify a vision of territorial development. It is hoped that the two administrations will seize the opportunity presented by the GO! Borderless 2025 event and with the new European cross-border programming to develop a vision, if not of a common city – a somewhat utopian idea barring some geopolitical reconfiguration – at least of a conurbated city (Gasparini, 2021). The cross-border territory represents a laboratory for research and experimentation for forms of collaboration between different realities in terms of culture, ethnicity, and economic and administrative affiliations, which must be valued but also supported with the development of a feeling of cross-border belonging, a ‘common feeling’ for a shared territory that is still lacking. What still needs to be worked on is the consolidation of a stable and widespread border culture that shapes local identity. This means feeling something different and original compared to others, a sense of identity that is distinctive and enriching.

This is the direction in which future studies should focus in order to understand how culture can become an engine for regenerating the identity of a community that perceives itself as cross-border and what the different mechanisms that strengthen the sense of belonging, social cohesion and economic growth can be. The enhancement of the common historical and cultural heritage also through digital innovation for the creation of a shared identity, the promotion of cultural diversity as a stimulus for intercultural dialogue, active participation in cultural events, workshops and art laboratories for the strengthening of social cohesion, the implementation of cross-border cultural projects as an instrument of local diplomacy, the development of tourism as an opportunity for new generations to remain in the area thus become the partial suggestions to regenerate the identity of a cross-border community, creating connections between people, enhancing the common heritage and promoting sustainable and inclusive development.

References

- Aa.Vv. (2018), *Verso una strategia per lo sviluppo dell'area transfrontaliera del Gect GO*, Isig-Gect Go, Gorizia.
- Aa.Vv. (2020), *Go! Borderless. Nova Gorica-Gorizia, candidatura a Capitale europea della cultura*, Comuni di Nova Gorica-Gorizia, testo disponibile al sito: www.go2025.eu, data di consultazione: 10/09/2024.
- Bellavite A. (2024), *Gorizia Nova Gorica. Due città in una*, Ediciclo, Portogruaro.

- Bogatec N., Vidau Z. (a cura di) (2016), *Una comunità nel cuore dell'Europa*, Carocci, Roma.
- Bufon M. (2019), *Lo spazio con/diviso: l'Alto Adriatico: un'area di contatto europea tra conflitti e integrazione*, Aracne, Canterano.
- Camera di Commercio Venezia Giulia-Uniontrasporti (2022), *Masterplan Offerta Ricettiva GO!2025 Capitale Europea della Cultura. Analisi, scenari e proposte per il settore turistico-ricettivo*, testo disponibile al sito: www.vg.camcom.gov.it, data di consultazione: 08/09/2024.
- Falk M., Hagsten E. (2017), *Measuring the impact of the European Capital of Culture programme on overnight stays: evidence for the last two decades*, «European Planning Studies», 25 (12), pp. 2175-2191.
- Fornasir N. (2020), *L'esperienza dei sindaci Martina e Štrukelj*, testo disponibile al sito: www.icmgorizia.it, data di consultazione: 12/09/2024.
- Garcia B., Cox T. (2013), *European Capitals of Culture: success strategies and long-term effects*, European Union, Bruxelles.
- Gasparini A. (2021), *Scenari per la città nuova di Gorizia/Gorica*, «Futuribili», 1-2, pp. 289-338.
- Gasparini A., Zago M. (a cura di) (1998), *Gorizia, Nova Gorica e le aree di confine italo-slovene. C'è un futuro di integrazione differenziata?*, Isig, Gorizia.
- Gubert R. (1972), *La situazione confinaria*, Del Bianco, Udine.
- Kiran K.P. (2013), *The cultural politics of Europe. European Capitals of Culture and European Union since the 1980s*, Routledge, London.
- Kuzmin D. (2006), *Nova Gorica. Nascita di una città*, «Isonzo-Soča», 70-71, pp. 8-15.
- Lamour C. et al. (2022), *European Capitals of Culture and cross-border urban cohesion*, Ceccut, testo disponibile al sito: www.ceccut.eu, data di consultazione: 11/09/2024.
- Marušič B. (2007), *Il vicino come amico realtà o utopia? La convivenza lungo il confine italo-sloveno*, Mohorjeva družba, Gorizia.
- Mavrin J. (2024), *European Capital of Culture and sustainable tourism: challenges, trends and perspectives*, «Tourism», 1, pp. 20-34.
- Medved A., Velušček N. (2004), *Mesto na travniku. La città sul prato*, Kinoatelje, Gorizia-Nova Gorica.
- Schultz H. (2021), *Twin towns on the border as laboratories of European integration*, «Futuribili», 1-2, pp. 195-212.
- Sessa C. et al. (2021), *Quality of Life measurements and methodology: development of a case study for measuring TQoL in the cross-border region Slovenia-Croatia-Italy*, Espon, testo disponibile al sito: archive.espon.eu, data di consultazione: 10/09/2024.
- Strizzolo N., Zago M. (2022), «Gorizia-Nova Gorica: progettazione, riconoscibilità e conurbazione transfrontaliere», in Mortara A., Scramaglia R. (a cura di), *La rinascita delle città come opportunità economica e sociale tra realtà, percezione e speranze*, Lumi, Milano.
- Urbančíková N. (2018), *European Capitals of Culture: what are their individualities?*, «Theoretical and Empirical Researches in Urban Management», 4, pp. 43-55.

- Valussi G. (2000), *Il confine nord-orientale italiano*, Isig, Gorizia.
- Veselinović J., Škrbić Alempijević N. (2023), *Future-making in the European Capitals of Culture. Rijeka and Nova Gorica compared*, «Etnološka Tribina», 46, pp. 77-97.
- Zago M. (2019), “Vivere e praticare il confine: identità, convivenze e collaborazioni a Gorizia ai tempi di Schengen. Risultati di una survey locale”, in Čok S., Škarabot A. (a cura di), *Dietro, a ridosso, oltre il confine*, Slori, Trieste.

Sezione 5

*Coste e montagne sotto assedio:
nuove prospettive e metodologie
nella gestione turistica delle aree naturali protette*

19. Tourism Beyond the City Center: Agriculture-Related Tourism as a Sustainable Development Alternative

by *Antòn Freire Varela*

Introduction

In the context of a growing global population reaching historic highs and an accompanying increase in urbanization, cities are becoming increasingly crowded, with more than half of the world's population now residing in urban areas. In the context of a global demographic shift from rural to urban areas and the subsequent decline of traditional agriculture, there have been significant structural changes to food production. The aim of this transformation has been to supply large urban centers with a consistent supply of affordable, low-quality food. This has involved the homogenization of crops and food products, resulting in the same raw materials being distributed globally. Another consequence of the expansion of industrial agriculture is the loss of biodiversity, which can be attributed to the prioritization of large farms that cultivate more productive and high-yielding varieties. This selection results in the neglect of cultivars that may be less efficient but are deeply embedded in the cultural and traditional practices of a particular region.

Conversely, in these continuously evolving urban ecosystems, an increasing number of individuals are aligning their food and consumer preferences with trends that advocate a reconnection with the rural world. This is evidenced by the growing demand for organic, seasonal, and locally sourced products. These trends encompass the entirety of the production chain, enabling numerous small and medium-sized farms to prioritize the cultivation of superior-quality cultivars and specialized products. This often entails the recovery of seed varieties and/or products and processing that would otherwise be lost.

Furthermore, the rediscovery of agricultural landscapes, frequently threatened by urban expansion and construction, has become a crucial

aspect of citizen well-being, supporting the resilience of farms that have managed to resist the encroachment of urban development.

In these urban contexts, immersed in a multitude of growth processes that extend city boundaries not only along the surrounding agricultural territory but also globally through the myriad of economic and communication networks that connect international metropolises (Castells, 1991; Sassen, 2018), peri-urban agriculture serves as a vital resource for the sustenance of urban biodiversity, embodying originality and proximity. It acts as the custodian of a tradition and history that is intrinsic to the city and its citizens, yet often overlooked by institutions.

As it will be shown in this paper, in addition to its historical and cultural significance, urban and peri-urban agriculture represents a vital asset for numerous urban territories, offering citizens a range of services, including the provision of fresh, high-quality food and the preservation of natural ecosystems.

As urban areas have become increasingly permeable and diverse, the population has also become more heterogeneous, allowing for the identification of a wide range of city users. A significant portion of this phenomenon can be attributed to the exponential growth of international tourist flows, which were partially disrupted during the pandemic but have recently resumed, leading to a surge in urban tourism. In many cities, these tourism-driven systems have become a primary economic resource, giving rise to a monoculture of tourism that has brought about tangible economic and social challenges. While many of these urban centers are experiencing congestion due to high levels of tourism, peri-urban regions where agriculture remains a significant activity offer a potential avenue for the development of sustainable, inclusive, and resilient tourism ecosystems. These ecosystems could be established through collaboration between the various stakeholders in the area, with a focus on utilizing local natural, cultural, and agricultural resources to create a tourism product. Consequently, one of the primary components of a tourism-based economy in these regions is agriculture. By leveraging the multifunctional potential of farms, it is possible to foster their role as catalysts for socioeconomic advancement in peri-urban areas, which are frequently marginalized and grappling with challenges such as poverty and crime.

The principal objective of this study is to examine the existing relationship between peri-urban agricultural areas and the city in a complex urban context where tourism has assumed a progressively significant role, as exemplified by the city of Naples. Following years of intense controversy that negatively impacted the city's reputation, Naples has recently experienced a resurgence in popularity among major international tourist markets, at-

tracting millions of visitors every year. This exponential growth of tourism has precipitated a multitude of changes within the Neapolitan urban ecosystem, many of which are not inherently beneficial. While tourism has given rise to neighborhoods that were historically marginalized and submerged in processes of social exclusion by the hand of organized crime, as is the case of Rione Sanità (Corbisiero, 2021), it has also favored the touristification of the historic center and the concomitant increase in prices of products and services to the local population. In light of the growing influx of tourists into the Neapolitan urban center, it is imperative to consider the city as a whole and explore alternative models of tourism that prioritize areas with significant potential, such as peri-urban agricultural zones. This approach could facilitate the development of projects aimed at redeveloping these areas through the creation of a sustainable tourism product that is grounded in the territorial and community resources.

This research aims to examine the interaction between peri-urban agricultural communities and the city, with a focus on tourism activities, proposing that peri-urban space serves as a crucial interface between urban and rural environments. To investigate this relationship, a socio-territorial analysis was conducted based on a case study in the northern outskirts of Naples. This analysis utilized secondary data and Geographic Information Systems (GIS) to geographically represent and understand the communities in relation to the wider urban area. The findings of this research emphasize the untapped potential of these peri-urban spaces, both in terms of agricultural production and the cultural and natural heritage they preserve.

However, the research also uncovers numerous critical challenges, including administrative neglect and socio-economic and environmental fragility, which reveal the complexity of peri-urban ecosystems. The heterogeneity of these areas further complicates their development, indicating the need for nuanced governance strategies that account for their distinctive characteristics. Moving beyond traditional models of urban planning that rely on a binary city-countryside framework, this study repositions the peri-urban area as a complex landscape requiring thorough consideration.

By introducing the tourism dimension within peri-urban agricultural contexts as a pivotal tool for sustainable development, the research highlights the potential for fostering reconnections between the rural and urban worlds, ultimately enhancing social ties between farmers and urban residents.

1. Urban Peripheries and Peri-urban Agriculture

The development and growth of urban centers, along with the relationship between the city and the countryside, have been and continue to be the subject of study by numerous academics. These scholars employ the tools and theoretical perspectives appropriate to their respective disciplines to examine the diverse spheres of urban development and the consequences of this process on the surrounding rural ecosystem.

The sociological study of urbanization and urban-rural dynamics has its roots in the work of Weber (1958) and positivist authors such as Comte or Spencer (1989). With the establishment of urban sociology as a distinct field of study, numerous scholars have engaged with this subject matter. One illustrative example is that of Herbert Gans (1967), who conducted a study of the formation of a new residential area in the suburbs of New York. His findings revealed the existence of an intriguing community that exhibited characteristics similar to those observed in urban centers. Consequently, he was able to challenge the prevailing stereotypes associated with American suburbs at the time, which were often depicted as monotonous dormitory zones. Gans' work has served as a source of inspiration for numerous researchers who have employed a similar approach to analyze the myriad transformations that urban suburbs have undergone over time (Ren, 2021). The urban periphery is no longer merely a demarcation line between urban and non-urban areas, a zone of conflict, inequality, and inadequate services. The urban context is a significant factor influencing the dynamics observed in these areas. It is not uncommon to find impoverished urban centers and affluent suburbs, which challenges the traditional association of suburbs with lower urban value and deviant conditions (Targetti, 2022). This is why many scholars have come to view the term "periphery" as vague and unrepresentative of the diversity of these areas. While maintaining many of the socioeconomic differences between the city center and the suburbs, the development of the polycentric city has led to these areas becoming poles of attraction with new connotations and social identities within them. This has made it much more complex to identify city boundaries (Nuvolati, 2018; Stefanizzi, 2019). In light of the novel internal and global dynamics that cities are confronted with, it is crucial to underscore the fact that urban peripheries are constituted by a multitude of heterogeneous territorial, landscape, and socioeconomic contexts (Corbisiero, 2022).

One of the activities developed by peri-urban communities that has attracted the attention of many academics and institutions is agriculture. However, the Food and Agriculture Organization of the United Nations notes that the scientific community has yet to reach a consensus on a uni-

fied definition of peri-urban agriculture, given the diverse range of agricultural practices and spatial contexts in which it is practiced (FAO, 2022). In light of these considerations, peri-urban agriculture is defined by a number of characteristics, including the size of production units and their legal status. However, it is primarily distinguished by two key attributes: its geographical location within city limits and the associated competition for land resources. This context also presents opportunities for enhanced access and interaction with urban populations (Opitz *et al.*, 2016; De Zeeuw, 2004). It is also important to emphasize the advantages that peri-urban agriculture can offer if integrated into urban planning. Rao *et al.* (2022) demonstrate how the characteristics of peri-urban agriculture align with the Sustainable Development Goals (SDGs) of the United Nations 2030 Agenda. This illustrates how it can contribute to enhancing the quality of life in urban areas, for instance by providing high-quality food, reducing the carbon footprint through shorter supply chains, or creating employment opportunities for vulnerable communities.

The development of peri-urban agriculture is often associated with a range of benefits, including the provision of ecosystem services. In summary, as outlined by Daily (1997), these are the constraints and processes through which natural ecosystems and the plant and animal species that shape them provide for and meet the needs of humans. The relationship between agriculture and ecosystem services is symbiotic. Agricultural systems are capable of producing different ecosystems, including those that provide food, prevent erosion, and offer recreational and tourism opportunities. However, they are also dependent on key ecosystem services for the development of agricultural activities, such as pollination and the moderation of extreme events (Mazzocchi, Marino, 2011). Furthermore, recent studies have emphasized the significance of preserving peri-urban agriculture to enhance food security and nutrition. This can be achieved through the promotion of accessible and economical sources of fresh produce, facilitating local economic development through short supply chains (Marino *et al.*, 2023). Furthermore, peri-urban agriculture has also the potential to foster social cohesion. This is pointed out by the integration of migrants into Lisbon's peri-urban agricultural regions, which has led to the strengthening of social and cultural ties (Cabannes, Raposo, 2013). In the context of the pandemic, peri-urban agriculture was identified as a crucial component of the food supply chain, leading to the promotion of the protection of peri-urban agricultural spaces and related services by various administrative bodies (Corsi *et al.*, 2023). Moreover, several authors highlighted the role of peri-urban agriculture in urban greening, carbon footprint reduction, and the promotion of circular and sustainable economic

systems, including organic production and waste reduction (Brinkley, 2012; Craviotti, 2022; Serra *et al.*, 2018).

Additionally, its market approach is always conditioned by the peri-urban context. Rather than focusing on the production of large-scale commodities, it emphasizes the provision of non-commodity outputs and services to the community that are not directly related to the production of agricultural goods (Anzoise, Ferretto, 2020). In a similar vein, Giarè *et al.* (2016) propose a classification of peri-urban farms based on the utilization of land, labor, and capital. In terms of their focus, traditional farms concentrate on conventional agricultural practices, whereas adaptive farms diversify into non-farm activities in order to capitalize on the processes of urbanization. Reactive farms, on the other hand, invest in multifunctional activities with the objective of developing agricultural diversification, for example through the introduction of agritourism. These choices result in not only a transformation of production structures but also of farm strategies, with changes observed in production orientations, diversification activities, sales methods, and income composition, demonstrating a notable ability to adapt to the peri-urban environment. This has resulted in peri-urban farms frequently prioritizing multifunctionality and diversification of their activities, capitalizing on their proximity to urban areas and markets. This has led to the formation of connections with urban centers through the provision of products and services, including those related to tourism (Song *et al.*, 2022).

2. Alternative Food Networks and Tourism

These connections between peri-urban farms and the city through tourism are part of the Alternative Food Networks (AFNs), a multifaceted set of agri-food systems organizations. These networks provide an alternative to the conventional market by facilitating different kinds of connections between producers and consumers based on trust and equity (Barbera, Dagnes, 2016). AFNs originated in Europe but have proliferated globally, manifesting in diverse forms. As previously discussed, tourism constitutes a crucial aspect of this network, primarily manifesting as food and wine tourism. This sector plays a pivotal role in connecting a range of stakeholders, from producers to consumers, thereby fostering more equitable and inclusive territorial development (Thomas-Francois *et al.*, 2017).

Food and wine tourism is a growing phenomenon, especially in rural and peri-urban areas, where multifunctional farms offer tourism experiences that combine agriculture and hospitality. The World Tourism Organi-

zation defines it as a type of tourism activity in which travelers participate in experiences related to local food and wine (UNWTO, 2019). This form of tourism includes not only authentic culinary experiences, but also visits to local producers, festivals, and cooking classes. According to Hall and Sharples (2003), food and wine tourism is characterized by visits to producers and tasting venues with the primary intention of immersing oneself in the flavors and culinary traditions of a region.

The significance of food and wine tourism is evident in its multifaceted spatial implications. As Nair (2021) notes, food and wine play an integral role in the tourism experience, serving as a conduit between local products and local culture. This not only serves to promote local agriculture and support the community economy, but also has a positive impact on the entire value chain, which includes producers, restaurateurs, and tourism businesses. In addition, Mora *et al.* (2021) indicate that the provision of high-quality local products has the potential to enhance the image of a tourist destination, leading to increased visitor expenditure and the diversification of the rural economy. From a sustainability perspective, Everett and Aitchison (2008) posit that food and wine tourism contributes to economic, social, and environmental goals by supporting regional identity and preserving cultural heritage. Additionally, it promotes local development and regeneration of the socio-cultural fabric, with increasing tourist interest in sustainable practices, as evidenced by Galati *et al.* (2021).

In terms of the food and wine tourism value chain, a range of actors are involved, including restaurateurs and farmers. Effective governance is essential to facilitate collaboration among these various stakeholders. Stone *et al.* (2021) caution that the absence of formal networks among farmers, restaurateurs, and tourists may impede the advancement of this form of tourism. It is therefore imperative that stakeholders engage in collaborative networking in order to generate shared benefits.

Conversely, an examination of urban tourism dynamics reveals the tendency for tourism in urban settings to develop in specific areas of the city where the majority of tourist flows converge, creating concentrated zones of activity and service provision for tourists, often referred to as “tourist bubbles” (Cohen, 1972; Jaakson, 2004). This hyper-specialization results in a gradual shift in the traditional economic and social fabric of these neighborhoods toward new forms that align with the demands and needs of tourists. This process can lead to phenomena such as overtourism (Dodds, Butler, 2019; Goodwin, 2021). This process engages a multitude of stakeholders, including public administration, tour operators, airlines, and travel agencies. It frequently relies on large numbers to justify the disproportionate growth of tourism in cities (Montanari, 2020).

Overtourism in urban centers is related to a number of other processes, including the “disneyfication” of urban areas (Bryman, 2004), the gentrification (Glass, 1964; Gant, 2016), and the “foodification” of urban spaces (Loda *et al.*, 2020). These processes have been occurring in an increasing number of cities over time. The management of tourist influxes varies considerably from one urban center to another. The phenomenon is now associated with major urban tourist centers such as Venice (Seraphin, 2018), Madrid and Barcelona (Crespi-Vallbona, Domínguez-Pérez, 2020), or New Orleans (Gotham, 2005). Over time, academics and local governments have sought to identify and implement strategies for managing the significant influx of tourists in urban centers, with the aim of addressing the phenomenon of touristification (Milano, 2018). Some of these measures involve giving greater prominence to urban areas with less impact from the tourist activity, which are often located in the peri-urban fringes of cities. One of the most frequently employed strategies is decentralization, which entails redirecting tourist flows to newly designated, less massively populated urban areas, thereby alleviating congestion in overcrowded city centers. Such strategies have been developed in cities such as Amsterdam (Sibrijns, Vanneste, 2021) and Madrid (Calle Vaquero *et al.*, 2018), yet they represent only a subset of the available options. In cities such as Barcelona (Mansilla, Milano, 2022) or Paris (Gravari-Barbas, Jacquot, 2019), place-making initiatives have been undertaken by public and private actors with the objective of attracting new visitors to neighborhoods that have historically been underrepresented in tourist flows, redeveloping existing urban spaces, and reinterpreting their functions.

In some cities, such as Lisbon, the diversion of tourist flows to peripheral areas has contributed to the regeneration of neighborhoods that were previously unaffected by tourist flows, delivering new functions and connotations (Brito, Zarrilli, 2023). In other contexts, however, overtourism has led tourists to avoid crowded and overpriced areas, instead opting for accommodation facilities situated at a distance from the city center (Celata, 2012). These circumstances, in conjunction with the investment of numerous suburban centers in the attraction of tourists, may precipitate a transformation in the geography of urban tourism, with the fragmentation of tourist flows (Spirou, Judd, 2014).

The creation of a tourist offer in the peripheral areas of the city has the potential to enhance the territory and improve the socioeconomic conditions of the population of peri-urban areas, particularly those experiencing social marginalization (Ríos, 2019). However, several scholars have highlighted the potential consequences of redirecting tourist flows to these areas. This shift could lead to the commodification of poverty and the

replication of extractive practices, with minimal involvement of the local population, as in the case of Brazilian favelas (Freire-Medeiros, 2009; Frisch, 2012). Furthermore, it could also trigger gentrification processes, which would result in the displacement of the original residents of these neighborhoods (Stors, 2020).

One potential avenue for stimulating responsible development dynamics in suburban areas of cities through tourism is proximity tourism. This can be defined as the intersection of tourism and daily life, involving the exploration and search for otherness and novelty in geographic settings close to one's place of residence (Jeuring, Díaz-Soria, 2017).

The crisis resulting from the Covid-19 pandemic has demonstrated the fragility of a tourism system based on long-distance travel, a practice that also contributes to the ongoing climate change by emitting significant amounts of polluting gases. Consequently, this mode of tourism could contribute to the creation of a more sustainable tourism model that would promote social and territorial cohesion, especially in peri-urban environments (López Sánchez *et al.*, 2021).

3. Naples: Peri-urban Agriculture Between Cementation and Tourism

As we can see, peri-urban space and the agrarian activities in this context are a topic of study by the scientific community from a variety of academic perspectives. In this case, a sociological study of peri-urban agricultural communities and their links with the city has been done. A study area was selected in the northern suburbs of Naples, where the influence of peri-urban agriculture is significant. The potential for tourism to serve as a unifying force between the urban center and these peripheral communities was also considered. Accordingly, a socio-territorial analysis of the area has been conducted, along with a mapping of the various tourist activities.

This research employs a two-pronged methodology. Primarily, it entails an analysis of secondary data sourced from a range of open-access databases, including the official website of the Municipality of Naples, the Italian Ministry of Finance, and the data provided by Inside Airbnb. Secondly, the use of a Geographic Information System (GIS) to represent the data obtained and to highlight the bidirectional relation between the territory and the variables under investigation.

Starting with a description of the case study, the northern suburbs of Naples exemplify a mosaic sequence (Forman, 1995), wherein agricultural land is intermingled with urbanized zones and brownfield sites. This fragmented landscape is the result of a sudden and uncontrolled urbanization

process, which was influenced by a number of factors. First and foremost, the robust demographic pressure that has been a hallmark of the post-war era, driven by substantial migratory flows from the surrounding rural areas, has been a pivotal factor. Additionally, the significant loss of housing units following the 1980 Irpinia earthquake, which rendered a considerable portion of the city center's buildings uninhabitable, has further contributed to the urban landscape's fragmentation. In response to this situation, a significant portion of the current Neapolitan suburbs has its origins in public housing initiatives, promoted by public administrations with the objective of addressing the considerable demand for housing. However, it is also the product of a series of unauthorized construction projects, the majority of which have been subject to the influence of the local Camorra organization.

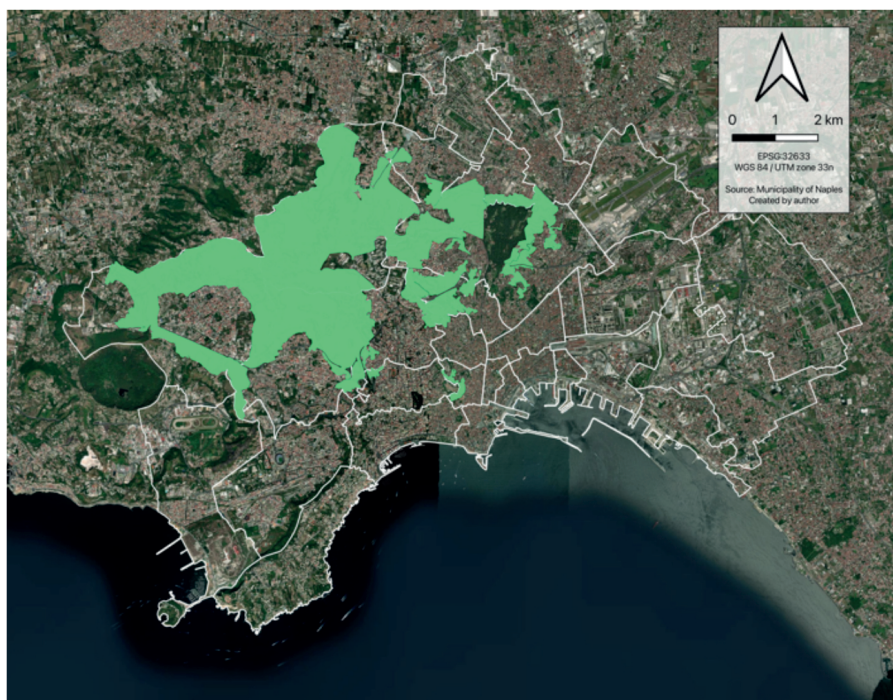
The project of building a suburb capable of satisfying the housing needs of the population, providing it with a new, decent space with basic services and facilities such as schools, social centers, or parks, has not succeeded in reversing the situation of degradation that characterized and still characterizes the Neapolitan suburbs. This is evidenced by the persistence of numerous inefficiencies and the clearly isolated location of these suburbs from the urban center. This has led to the emergence of so-called “gated communities” (Acierno, 2007). In recent years, however, a number of public-private initiatives have been launched with the aim of regenerating some suburbs. In many cases, these initiatives have been funded by national and European institutions, as evidenced by the Recovery Plan (Sgambati, 2023).

The municipality of Naples currently has in force a comprehensive plan of 2004 that does not provide for further land consumption. This plan resulted in the creation of the *Parco Metropolitano delle Colline di Napoli* (PMCN, in English: Metropolitan Park of the Hills of Naples), which was established with the intention of preserving green areas that have resisted the wild urbanization that occurred during the second half of the twentieth century. This area encompasses over 2,000 hectares and it constitutes a significant portion of the northern suburbs of the city, where agricultural activity remains a prominent feature. There is a variety of landscapes, including agricultural areas where Mediterranean crops such as vines, orchards, and olive groves are cultivated, as well as significant wooded regions that serve as the city's primary green spaces. Moreover, some areas serve as genuine connectors between the city and the suburbs, extending even to spaces within the historical center of Naples (Fig. 1).

Despite the current administrative inactivity of the PMCN, its original objective, as stated in its founding documents, remains the same: to preserve and restore the physical integrity and cultural identity of the area

through the protection and enhancement of its various resources. These include peri-urban agriculture and the various *masserie* (a traditional agricultural unit of southern Italy) that are distributed throughout this area. Furthermore, the Park Authority, in accordance with its regulations, strives to safeguard and conserve the natural characteristics of the region. Its efforts extend beyond the mere preservation of natural, biological, and geomorphological elements to encompass the promotion of economic activities and local employment, the advancement of educational, training, and interdisciplinary scientific research initiatives, and the development of activities pertaining to culture, recreation, and tourism, all of which are based on compatible environmental functions.

Fig. 1 - PMCN park area (marked in green)



Source: author's elaboration

The city of Naples has experienced a period of exponential growth in tourism over the past decade, which has resulted in notable shifts in its urban overall dynamics. This growth is both a consequence and a catalyst

of the city's rebranding following the 2008 waste crisis instigated by organized crime, which reshaped its image from one of filth and danger to that of a cultural and welcoming destination. This transformation was facilitated by the advent of a new global brand, comprising a collection of images and narratives that were promoted by the film and publishing industries. Consequently, Naples has become the backdrop for numerous successful national and international films and series, thereby further enhancing its appeal (Schiano, 2021).

The influx of tourists has also initiated preliminary urban renewal processes in the historic center, frequently driven by local neighborhood associations and small entrepreneurs, as evidenced by initiatives in the Rione Sanità. Nevertheless, the accelerated growth of tourism has prompted concerns, with an increasing number of voices warning about the adverse effects of overtourism and the touristification of the center. This phenomenon is reflected in other cities, such as Venice and Barcelona, where the privatization of public spaces and capital accumulation have created significant challenges.

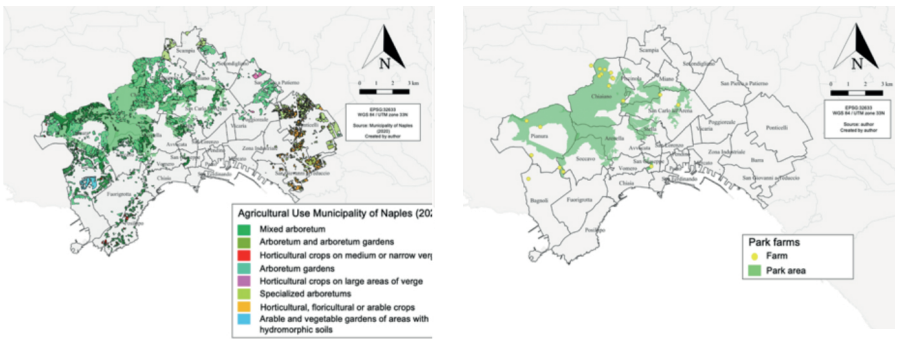
The contemporary characteristics of Naples' tourism context illustrate a complex interplay between growth and sustainability. Naples is a city where touristification has been largely shaped at the community level, with limited intervention from local administrations or large corporate actors. This grassroots development has contributed significantly to the local economy, effectively transforming the historic center into a prominent tourist destination. However, as the city begins to show signs of overtourism, it becomes evident that the influx of tourists not only promotes economic activity but also leads to the commodification of Naples' unique characteristics. This phenomenon presents a facade of authenticity that masks deeper structural issues affecting the local population.

4. Can Peri-Urban Agriculture Be an Alternative?

Naples, despite being one of most populated Italian cities and a key metropolitan area in Europe, has successfully retained a significant agricultural presence within its boundaries. The agricultural landscape is distinguished by remarkable diversity, with up to eight distinct crop varieties coexisting in a limited geographical area. The city is predominantly characterized by mixed arboretums and vineyards, as well as arboreal gardens of high structural complexity (Fig. 2). In the *Parco Metropolitano delle Colline di Napoli* (PMCN), these same crops reflect the typical agricultural patterns observed on the northwestern slopes of the city. However,

the expansion of urban areas has resulted in significant losses of agricultural land, with numerous areas within the PMCN exhibiting indications of neglect and abandonment. Despite the PMCN being characterized by a small-scale type of agriculture, predominantly oriented towards self-consumption, 19 farms were identified within the park area, which serves to demonstrate the strong presence of this activity (Fig. 3).

Fig. 2 - Agricultural Land Use in Naples Fig. 3 - Park Farms
(2020)



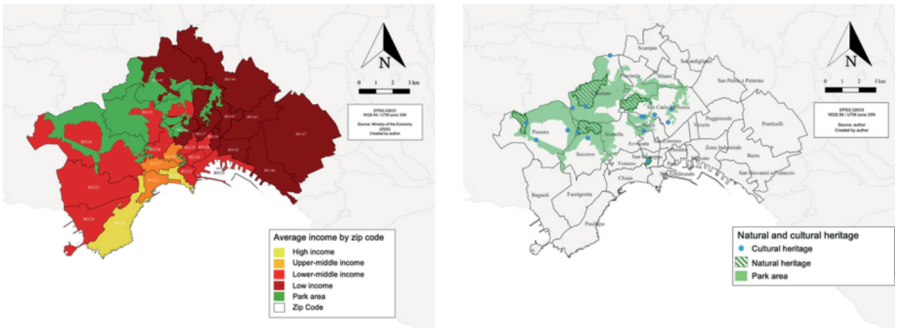
Source: author's elaboration

The preservation of these agricultural resources is of paramount importance for the maintenance of the landscape, the environment, and the socio-economic well-being of Naples. Effective management of the PMCN is essential to ensure the conservation of the valuable agricultural heritage, including the historically significant terraced landscapes, which are threatened by a combination of their inherent characteristics and limited profitability. It is imperative that local administrations prioritize the revitalization of these terraced areas, as they have the potential to serve as significant tourist attractions, akin to regions such as the Amalfi Coast and the Langhe-Roero in Piedmont, where terraced landscapes enhance the appeal of wine tourism. By capitalizing on its distinctive agricultural resources, Naples can reconcile urban expansion with the conservation of its diverse agricultural heritage, thereby promoting sustainable tourism and community well-being.

Although characterized by a small-scale type of agriculture, mostly oriented towards self-consumption, it was possible, through mapping, to show the strong presence of this activity in the PMCN area, with the 19 farms I mentioned before. Their geographical distribution revealed a concentra-

tion in the Chiaiano area, which was home to ten of them. Another notable concentration is on the western periphery of the PMCN, in close proximity to the Campi Flegrei regional park. This area is particularly conducive to viticulture. Additionally, a number of farms situated in proximity to the PMCN boundary were incorporated into the study due to their strategic location and integration into the surrounding landscape.

Fig. 4 - Average Income by zip code Naples (2022) Fig. 5 - Heritage of the Park



Source: author's elaboration

To analyze the socioeconomic reality of the City of Naples, the income indicator disaggregated by zip code, as depicted on the map of the municipality, was used (Fig. 4). The data were divided into four income brackets: high (€48,000-€36,000), medium-high (€36,000-€29,000), medium-low (€29,000-€19,000), and low (<€19,000). The highest income areas, such as Chiaia and Posillipo, exhibit average incomes of €47,919 and €46,364, respectively. Conversely, only five of the city’s 25 zip codes fall into the high-income brackets. The remaining areas exhibit incomes below €29,000, with the lowest observed income at €13,500.

The PMCN exhibits considerable socioeconomic heterogeneity. A significant portion is situated in lower-middle income areas (€29,000-€19,000), and it also encompasses some of the city’s most economically disadvantaged areas, with incomes below €19,000. It should be noted, however, that the PMCN also encompasses more affluent areas, such as Vomero, where the average income is €36,947. The lower-middle-income areas are primarily situated in the western portion of the city, as well as in the historic center. In contrast, the poorest areas are located in the northern and eastern suburbs of Naples.

From a patrimonial perspective, the park area is replete with points of cultural interest, predominantly architectural in nature (Fig. 5). These include the aforementioned *masseria*, which bear testament to the regional agricultural heritage, as well as numerous noble villas, which offer insight into the area’s past as a country retreat for numerous Neapolitan noble families. In addition to the cultural heritage, the PMCN also encompasses significant natural areas, which are home to valuable ecosystems of great fragility, including chestnut groves and streams.

Fig. 6 - Airbnb units in Naples (2022)

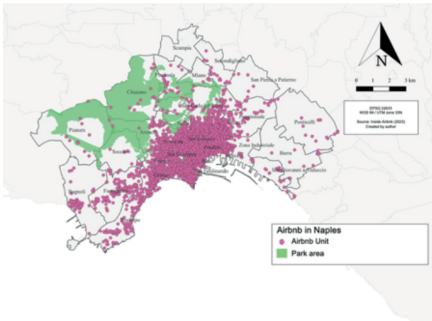
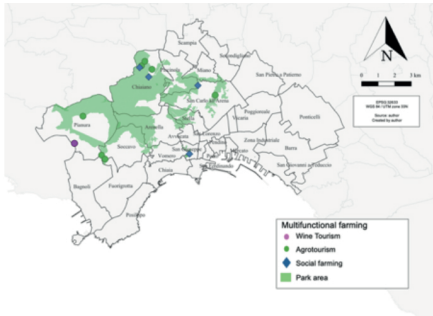


Fig. 7 - Multifunctionality of park farms



Source: author’s elaboration

In order to map tourist flows and ascertain whether the park area is contributing to the growth of the tourism in the city, the Airbnb units in the municipal area were considered (Fig. 6). The city center shows a considerable concentration of tourist apartments, with the majority of the over 10,000 Airbnb units in Naples situated within its perimeter. Upon examination of the PMCN area, it becomes evident that there is a dearth of tourist accommodations, with the centrally located Vigna di San Martino being the sole exception. This dearth of tourist infrastructure suggests that the park is largely overlooked as a tourist destination. The data further show that there is no notable correlation between the park’s agricultural operations and the city’s tourism patterns. Therefore, although the park is not entirely isolated, tourists generally prefer other city areas for their stays

Conversely, to gain deeper insight into the park’s relationship with the city’s tourist flows, the activity of each farm in the area was examined individually. Of the 19 farms that were mapped, only 7 opted not to pursue multifunctionality, instead focusing on traditional agricultural activities. Of the remaining 12 farms, 7 have adopted an agritourism model, 3 have initi-

ated social agriculture initiatives, 1 has introduced wine tourism offerings, and another has established an educational farm (Fig. 7). This illustrates the willingness of farms to engage with the public and explore new sources of revenue through multifunctional activities.

Concluding Remarks

This study required a sociological analytical approach that differed from the usual interpretive models of urbanism and the city-countryside dichotomy. Instead, a socio-territorial analysis was carried out that took into account the different dimensions that shape the peri-urban space. By acknowledging these categories, it is possible to perceive the landscape in its totality and complexity, without succumbing to a sectoral logic that would otherwise favor or discriminate against certain elements in the interpretation of the landscape. For example, the tourism dimension, which was previously overlooked by those who studied peri-urban areas or rural development policies, has been included and studied here.

The excessive consumption of land and the prevalence of illegal construction have resulted in the fragmentation of the peri-urban landscape of Naples. This has led to the isolation of only a few hectares where peri-urban agriculture and natural areas coexist. These remaining spaces serve as authentic and indispensable ecological patterns (Forman, 2002), and thus warrant central consideration in land policy. The ecosystem value of these spaces is not only critical for biodiversity but also essential for ensuring that the local community retains its right to the city (Lefebvre, 1968). As this analysis demonstrates, the PMCN represents an underutilized asset within the city's tourism landscape. Despite the recent revitalization of tourism in Naples, it is not currently included in the local offer.

The PMCN regeneration, in conjunction with the implementation of a comprehensive tourism program that incorporates the park's agricultural sector, has the potential to establish it as a viable alternative tourism destination within the Naples region. However, it is imperative to refrain from implementing negligent and simplistic policies that merely decentralize tourist flows. Instead, it is imperative to promote community-based forms of tourism that safeguard the interests of local people. This is essential to avoid the reproduction of the same neoliberal logics that disfigure many touristized city centers, including that of Naples, generating complex housing crises and the deprivation of much of the urban space for the local population. The intention must be to develop a proximity tourism model, capable of challenging the limitations of the current tourism model by focusing

on a socio-ecological transition (Cañada, Izcara, 2021). This model has the potential to build on resources such as peri-urban agriculture, thereby encouraging the involvement of the local population and facilitating equitable development in this historically neglected region.

Ultimately, there is a growing necessity to concentrate analytical efforts on intermediate stages of food exchange and short supply chain experiences (Paül *et al.*, 2014; Sonnino, 2016). This approach aims to ascertain the most effective strategies for fostering consumption patterns that will have a beneficial impact on the city as a whole, including areas of peri-urban agriculture.

This work makes a valuable contribution to the study of peri-urban agriculture areas as tourism spaces. It stresses their potential to become a sustainable and proximate alternative to current extractive tourism models. Moreover, the adoption of a socio-territorial perspective has enabled the discernment of the particularities inherent in these regions.

Rather than a superficial examination of potential tourism resources associated with peri-urban agriculture, this study contemplates the multifaceted characteristics that contribute to the complexity of the peri-urban terrain, emphasizing the necessity for targeted policies that can effectively address its manifold challenges. Nevertheless, further research is required to gain a more nuanced understanding of peri-urban farming communities. This necessitates a more comprehensive approach that takes into account the multifaceted social structures involved in the production, distribution and consumption of agroecological goods.

References

- Acierno A. (2007), *Periferie napoletane: Recinti di insicurezza*, «Planum», testo disponibile al sito: https://media.planum.bedita.net/00/f6/antonio_acierno.pdf, data di consultazione: 10/11/2024.
- Anzoise V., Ferretto M. (2020), *Oltre il dualismo città/campagna*, «Meridiana», 98, pp. 155-176.
- Barbera F., Dagnes J. (2016), *Building alternatives from the bottom-up: The case of alternative food networks*, «Agriculture and Agricultural Science Procedia», 8, pp. 324-331.
- Barone G. (1989), *Mezzogiorno ed egemonie urbane*, «Meridiana», 5, pp. 13-47.
- Brinkley C. (2012), *Evaluating the Benefits of Peri-Urban Agriculture*, «Journal of Planning Literature», 27 (3), pp. 259-269.
- Brito M.L., Zarrilli L. (2023), *The Role of Tourism in the Regeneration of Peripheral Neighbourhoods: A Comparison Between Alcântara (Lisbon) and Bagnoli (Naples)*, «GeoJournal of Tourism and Geosites», 49 (3), pp. 1134-1143.

- Bryman A. (2004), *The Disneyization of Society*, Sage, New York.
- Cabannes Y., Raposo I. (2013), *Peri-urban agriculture, social inclusion of migrant population and Right to the City*, «City», 17 (2), pp. 235-250.
- Calle Vaquero M., Ferreiro Calzada E., Mendoza de Miguel S. (2018), *Concentration and de-concentration of tourist activity on the urban space. Reflections on Madrid*, «Polígonos. Revista De Geografía», 30, pp. 143-170.
- Cañada E., Izcara C. (2021), *Turismos de proximidad: Un plural en disputa*, Icaria Editorial, Barcelona.
- Castells M. (1991), *The Informational City: A New Framework for Social Change*. Centre for Urban and Community Studies, University of Toronto, testo disponibile al sito: <https://utoronto.scholaris.ca/items/2c3a251a-3df6-4d89-afel-e2f89fae81aa>, data di consultazione: 28/10/2024.
- Celata F. (2012), *Suburban hotels and the atomization of tourist space in large cities: The case of Rome*, «Working Paper del Dipartimento di Metodi e Modelli per l'Economia il Territorio e la Finanza», 102, pp. 1-19.
- Cohen E. (1972), *Toward a Sociology of International Tourism*, «Social Research», 39 (1), pp. 164-182.
- Corbisiero F. (2020), «Il turismo fa bene alle comunità? Il caso del Rione Sanità a Napoli», in Milano P., Bernieri A. (a cura di), *Curacittà Napoli: Salubrità e natura nella città collinare*, QuodLibet, Macerata, pp. 169-176.
- Corbisiero F. (2022), *Periferia a chi?*, «Il foglio dell'Umanitaria», II (1), pp. 39-42.
- Corbisiero F. (2022), *Urban social innovation practices: the case of Rione Sanità in Naples*, «Territorio», 99, pp. 73-78.
- Corsi S., Dell'Ovo M., Dezio C., Longo A., Oppio A. (2023), *Beyond food: Framing ecosystem services value in peri-urban farming in the post-Covid era with a multidimensional perspective. The case of Cascina Biblioteca in Milan (Italy)*, «Cities», 137, 104332, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275123001440, data di consultazione: 10/10/2024.
- Craviotti C. (2022), *Debates on the construction of an alternative food system in periurban spaces. The experience of a national consultation table in Argentina*, «Journal of Rural Studies», 94, pp. 399-407.
- Crespi-Villabona M., Domínguez-Pérez M. (2021), *The consequences of touristification in the center of large cities. The case of Madrid and Barcelona*, «Ciudad y Territorio», 53, pp. 61-82.
- Daily G.C. (1997), «Introduction: What Are Ecosystem Services?», in Daily G.C. (ed.), *Nature's Services: Societal Dependence on Natural Ecosystems*, Island Press, Washington DC.
- De Zeeuw H. (2004), *The development of urban agriculture: Some lessons learnt*, «International Conference on Urban Agriculture, Agri-Tourism, and City Region Development» (keynote paper), RUAF, Beijing.
- Dodds R., Butler R. (2019), *The phenomena of overtourism: a review*, «International Journal of Tourism Cities», 5 (4), pp. 519-528.
- Everett S., Aitchison C. (2008), *The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England*, «Journal of Sustainable Tourism», 2 (16), pp. 150-167.

- FAO (2022), *Urban and peri-urban agriculture sourcebook*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.
- Forman R.T. (1995), *Some general principles of landscape and regional ecology*, «Landscape Ecology», 10 (3), pp. 133-142.
- Forman R.T. (2002), “The missing catalyst: Design and planning with ecology”, in Johnson B.T., Hill K. (eds.), *Ecology and design: Frameworks for learning*, Island Press, Washington DC.
- Freire-Medeiros B. (2009), *The favela and its touristic transits*, «Geoforum», 40 (4), pp. 580-588.
- Frisch T. (2012), *Glimpses of Another World: The Favela as a Tourist Attraction*, «Tourism Geographies», 14 (2), pp. 320-338.
- Galati A., Testa R., Schifani G., Migliore G. (2021), *Tourists’ motivation toward culinary destination choice: targeting Italian tourists*, «Journal of Foodservice Business Research», 26 (4), pp. 647-668.
- Gans H. (1967), *The Levittowners: Ways of Life and Politics in a New Suburban Community*, Columbia University Press, New York.
- Gant A.C. (2016), *Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront*, «Sociological Research Online», 21 (3), pp. 112-120.
- Giarè F., Henke R., Vanni F. (2016), *I processi di diversificazione nelle aziende periurbane: Casi di successo a confronto*, «AgriRegioniEuropa», 44 (marzo), testo disponibile al sito: <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/44/i-processi-di-diversificazione-nelle-aziende-peri-urbane-casi-disuccesso>, data di consultazione: 10/10/2024.
- Glass R. (1964), *London: Aspects of Change*, MacGibbon & Kee, London.
- Goodwin H. (2021), *City destinations, overtourism and governance*, «International Journal of Tourism Cities», 7(4), pp. 916-921.
- Gotham K.F. (2005). *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans’ Vieux Carre (French Quarter)*, «Urban Studies», 42 (7), pp. 1099-1121.
- Gravari-Barbas M., Jacquot S. (2019), *Mechanisms, actors and impacts of the touristification of a tourism periphery: the Saint-Ouen flea market, Paris*, «International Journal of Tourism Cities», 5 (3), pp. 370-391.
- Hall C.M., Sharples L. (2003), “The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste”, in Hall C., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Cambourne B. (eds.), *Food tourism around the world*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 1-24.
- Jaakson R. (2004), *Beyond The Tourist Bubble? Cruiseship Passengers in Port*, «Annals of Tourism Research», 31 (1), pp. 44-60.
- Jeuring J., Diaz-Soria, I. (2017), *Introduction: proximity and intraregional aspects of tourism*, «Tourism Geographies», 19 (1), pp. 4-8.
- Lefebvre H. (1968), *Le droit à la ville*, Anthropos, Paris.
- Loda M., Bonati S., Putilli M. (2020), *History to eat. The foodification of the historic centre of Florence*, «Cities», 103. Testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275119313186, data di consultazione: 10/10/2024.
- López Sánchez M., Linares Gómez del Pulgar M., Tejedor Cabrera A. (2021), *Perspectives on proximity tourism planning in peri-urban areas*, «European Planning Studies», 30 (12), pp. 2456-2473.

- Magnier A. (2019), *Die Stadt e la teoria contemporanea della città*, «Società Mutamento Politica», 10 (20), pp. 85-93.
- Mansilla J.A., Milano C. (2022), *Becoming centre: Tourism placemaking and space production in two neighborhoods in Barcelona*, «Tourism Geographies», 24 (4-5), pp. 599-620.
- Marino D., de Gennaro B., Tassinari P. (2023), *Cibo e servizi ecosistemici come paradigma delle nuove relazioni urbano rurali*, «Quaderni di AISSA – Associazione Italiana delle Società Scientifiche Agrarie» 4, pp. 24-36.
- Mazzocchi G., Marino D. (2011), *L'agricoltura al centro del dibattito sui servizi ecosistemici: trade-off e strumenti di gestione*, «RRN Magazine», 4, pp. 16-20.
- Montanari A. (2020), *Covid-19 as an opportunity to tackle the phenomenon of overtourism in European historic centres: the case of Rome*, «Il Capitale Culturale», 11, pp. 285-305.
- Milano C. (2018), *Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido*, «PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural», 18 (3), pp. 551-564.
- Mora D., Solano-Sánchez M.Á., López-Guzmán T., Moral-Cuadra S. (2021), *Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination*, «International Journal of Gastronomy and Food Science», 25, 100405, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1878450X21001049, data di consultazione: 15/10/2024.
- Nair B. (2021), *The Synergy of Food and Tourism: A New Recipe for Regional Tourism Development*, «African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure», 10 (1), pp. 214-221.
- Nuvolati G. (2018), *Vieni, vieni in città, che stai a fare in campagna?*, «AIS Journal of Sociology», 12, pp. 11-26.
- Opitz I., Berges R., Piorr A., Krikser T. (2016), *Contributing to food security in urban areas: Differences between urban agriculture and peri-urban agriculture in the global North*, «Agriculture and Human Values», 33 (2), pp. 341-358.
- Paül V., McKenzie F., Araújo N., Rodil X. (2014), “Alternative food networks or agritourism? The “vegetable tourism” experience in the Barcelona peri-urban area (Catalonia, Spain)”, in Kim D.C., Firmino A.M., Ichikawa Y. (eds.), *Globalization and New Challenges of Agricultural and Rural Systems*, Nagoya University Press, Nagoya.
- Rao N., Patil S., Singh C., Roy P., Pryor C., Poonacha P., Genes M. (2022), *Cultivating sustainable and healthy cities: A systematic literature review of the outcomes of urban and peri-urban agriculture*, «Sustainable Cities and Society», 85, 104063, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221067072200381X, data di consultazione: 16/10/2024.
- Ren X. (2021), *Suburbs and urban peripheries in a global perspective*, «City & Community», 20 (1), pp. 38-47.
- Ríos H. (2019), *Tourist trails in peripheral city areas*, «African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure», 8 (3), testo disponibile al sito: www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_61_vol_8_3__2019.pdf, data di consultazione: 20/10/2024.

- Sassen S. (ed.) (2018), *Cities in a world economy: Sociology for the 21st century*, Sage Publications, London.
- Schiano P.G. (2021), *Dallo stigma al brand: Processi di turistificazione e rappresentazioni dello spazio urbano a Napoli*, Alma Mater Studiorum - Università di Bologna (tesi di dottorato).
- Seraphin H., Sheeran P., Pilato M. (2018), *Over-tourism and the fall of Venice as a destination*, «Journal of Destination Marketing and Management», 9, pp. 374-376.
- Serra P., Saurí D., Salvati L. (2018), *Peri-urban agriculture in Barcelona: outlining landscape dynamics vis à vis socio-environmental functions*, «Landscape Research», 43 (5), pp. 613-631.
- Sgambati S. (2023), *The interventions of the Italian Recovery and Resilience Plan: Sustainable development*, «TeMA - Journal of Land Use, Mobility and Environment», 16 (2), pp. 461-468.
- Sibrijns G.R., Vanneste D. (2021), *Managing overtourism in collaboration: The case of "From Capital City to Court City", a tourism redistribution policy project between Amsterdam and The Hague*, «Journal of Destination Marketing & Management», 20, 100569, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X21000172, data di consultazione: 13/10/2024.
- Song B., Robinson G.M., Bardsley D.K. (2022), *Multifunctionality and path dependence: Farmer decision-making in the peri-urban fringe*, «Journal of Rural Studies», 96, pp. 64-77.
- Sonnino R. (2016), *The new geography of food security: Exploring the potential of urban food strategies*, «Geographical Journal», 182 (2), pp. 190-200.
- Spirou C., Judd D.R. (2014), *The Changing Geography of Urban Tourism: Will the Center Hold?*, «disP - The Planning Review», 50 (2), pp. 38-47.
- Stefanizzi S. (2019), «Le periferie urbane nella città contemporanea: Il caso di Milano», in Nuvolati G., Bernardi M., Bottini L. (a cura di), *Urbana 2019: città e periferie*, Feltrinelli, Milano.
- Stone M.J., Migacz S., Wolf E. (2021), *Learning through culinary tourism and developing a culinary tourism education strategy*, «Journal of Tourism and Cultural Change», 20 (1-2), pp. 177-195.
- Stors N. (2020), *Constructing new urban tourism space through Airbnb*, «Tourism Geographies», 24 (4-5), pp. 692-715.
- Targetti U. (2022), *Città, periferia e diseguaglianze*, «La città ideale 2.0», 1, pp. 9-25.
- Thomas-Francois K., von Massow M., Joppe M. (2017), *Service-oriented, sustainable, local food value chain: a case study*, «Annals of Tourism Research», 65, pp. 83-96.
- Weber M. (1958), *The city*, Free Press, New York.
- World Tourism Organization (2019), *UNWTO Tourism Definitions*, UNWTO, Madrid.

20. *Tourisme de masse et surtourisme dans l'après crise Covid-19*

de *Philippe Clairay*

Introduction

En pleine crise Covid, le 26 juin 2020, quatre chercheurs en tourisme français publient une tribune dans un grand journal français, *Le Monde*, dont voici les premiers mots: «Osons le dire: la transition écologique et le tourisme responsable sont incompatibles avec la massification des voyages. C'est cette incompatibilité structurelle qui nous pousse à appeler de nos vœux un green new deal du tourisme, pour une transition progressive vers un tourisme soutenable». Pour ce faire, il conviendrait de profiter de la crise du secteur pour conditionner les aides publiques à un changement de stratégie des entreprises et des territoires. Quatre ans plus tard, ces bonnes résolutions semblent bien lointaines... Le tourisme est une contradiction économique et culturelle, par essence. De sa naissance élitiste et saisonnière à son apogée dans les années 1960-2000, le tourisme est une culture, pleine de contradictions, qui a tendance à détruire l'objet même qu'elle souhaite promouvoir.

Pourtant, le tourisme n'est pas né déprédateur, il l'est devenu. C'est le tourisme de masse, répondant à des besoins de loisirs nés de la civilisation industrielle occidentale, qui est devenu un Léviathan. C'est alors qu'il s'est mis à consommer de l'espace, à polluer l'air la terre et la mer (par les déplacements induits et par l'effort constructif nécessaire à sa finalité). Voici un des paradoxes du tourisme moderne, ouvert à tous, qui a permis à un grand nombre, puis à un très grand nombre de personnes de se rendre sur le littoral, à la montagne ou dans des villes au patrimoine remarquable.

Aujourd'hui, dans une société qui a déjà retrouvé l'ensemble de ses moyens après la crise Covid-19, le tourisme semble poursuivre son essor «comme si de rien n'était». Nous montrerons que c'est d'ailleurs tout le paradoxe de cette période post-Covid: de bonnes résolutions sans lende-

main. Et même si à cette première crise, s'est ajouté l'impensable guerre en Ukraine, qui a débuté en février 2022, deux ans plus tard, en 2024, le tourisme a quasiment atteint ses niveaux d'avant crise Covid.

Pourtant, des questions essentielles au fonctionnement-même de nos économies se posent aujourd'hui: celles de la consommation d'énergie, du coût énergétique des déplacements, de leur pollution. Le tourisme étant un grand consommateur d'énergie, et donc un grand pollueur, est donc très exposé aux critiques, mais aussi aux adaptations. Nous sommes donc à ne pas s'y tromper, dans une vraie période charnière. Ces dernières années ont émergé des thématiques maintenant en plein essor, autour du tourisme lent (thème de notre dernier congrès), autour du tourisme vert, local et donc plus durable, dont les vertus seraient principalement une expérience du voyage plus agréable, et une moindre empreinte carbone. Mais j'emploie le conditionnel. Car la réalité est bien différente.

1. Du tourisme de masse et surtourisme: un glissement sémantique?

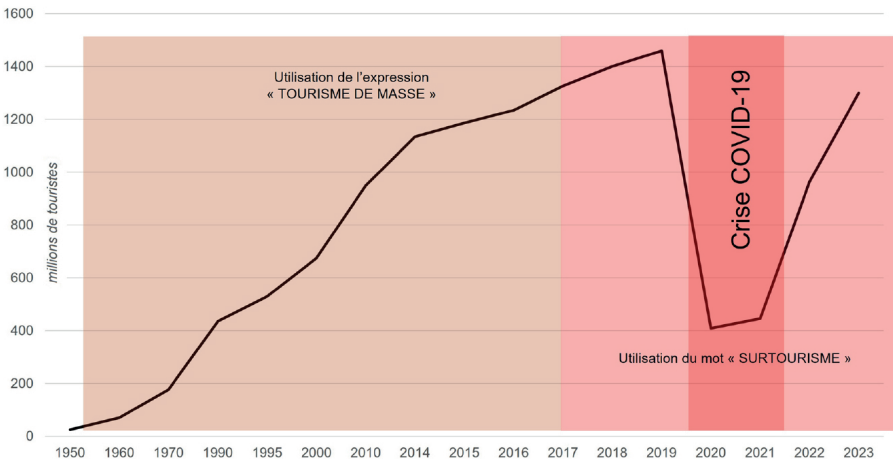
En France, ce sont principalement des géographes, et de rares sociologues, qui animent les débats sur l'actualité du tourisme. En tant qu'historien, il m'a semblé intéressant de voir en quoi ce qui était réellement nouveau dans ce rejet du touriste, et d'un certain point de vue, de l'Autre. Ce thème du surtourisme n'est pas nouveau, il est plus historique que le récit que nous en font aujourd'hui les médias. Le surtourisme, qui fera en 2025 son entrée dans le dictionnaire de langue française Le Robert, définit le moment de tension où les flux touristiques dépassent un seuil de tolérance de la population locale... Mais lequel? De quoi parle-t-on quand on évoque le «surtourisme»? D'un tourisme de masse du vingt-et-unième siècle? Le mot est utilisé en France depuis environ 2017, juste avant la crise Covid. On utilise auparavant l'expression «tourisme de masse».

Lors de chaque crise sociale, politique et après les conflits armés qui se sont succédé en Europe durant le dernier siècle, le tourisme a fait preuve d'une plasticité remarquable: les flux touristiques s'adaptent, se redistribuent, à défaut de se réinventer. Car en réalité, le tourisme ne se réinvente pas. Il est, depuis le départ, associé aux notions de voyage, d'ailleurs, d'autres modes de vie, bref, de rupture... quand en réalité, il est grégaire, convenu, et finalement peu inventif¹. La massification des flux, qui débute dans l'im-

¹ C'est tout le paradoxe offert par le guide de voyage Lonely Planet: *Voyagez hors des sentiers battus*. Le dire, c'est déjà en compromettre toute l'originalité.

médiat après-guerre a été appelée «tourisme de masse». Sous ce vocable peu flatteur, il permettait une démocratisation des vacances, et l'accès au voyage à un plus grand nombre, répondant à une demande croissante (Graph. 1).

Graph. 1 - Les chiffres mondiaux du tourisme 1950-2023



Source: WTO, 2024, graphique de l'auteur

Ce graphique démontre bien l'essor incroyable du nombre de personnes ayant voyagé entre 1950 et nos jours. Néanmoins, dès les années 1960 et 1970, on se plaint déjà des dégâts du tourisme de masse, des plages bondées et des constructions anarchiques et moches balafrant le paysage mais permettant cet accueil d'une masse de touristes. C'est le cas sur la Côte d'Azur, à la fin des années 1960, dans une période d'hyper construction du littoral. L'ouvrage *La Côte d'Azur assassinée?* de 1971 est un extraordinaire condensé de tout ce qui peut être reproché au tourisme de masse: bétonnisation de la Côte d'Azur et plus largement marbellisation du littoral français.

La tension est donc déjà bien présente, et elle s'accroît encore dans les années 1990 et plus encore 2000, quand la réalité du réchauffement climatique et l'essor anarchique du tourisme se confrontent sur des territoires littoraux fragilisés. Le phénomène touche d'abord les côtes méditerranéennes, les plus prisées d'Europe. Chacune des crises internationales des cinquante dernières années remet en cause le tourisme. La crise du pétrole des années 1970, celle du 11 septembre, celle du Covid-19, entre autres. A chaque fois, articles et livres dénoncent la massification, qui serait donc

une déprédation sans limites. L'artificialisation du littoral est déjà décrite, mais en d'autres termes (Fig. 1).

Fig. 1 - Mandelieu: un exemple de bétonnisation littorale



Source: La Côte d'Azur assassinée?, 1971

Avec l'utilisation du mot *surtourisme*, c'est la même critique est réitérée aujourd'hui, même s'il ne s'agit plus de s'opposer à des constructions neuves, mais au mitage d'AirBnB dans les centres villes touristiques.

Une récente étude du géographe français Rémy Knafou met en lumière l'apparition récente du mot *surtourisme*, vers 2017-2018 en France, et qui est depuis la fin de la crise Covid-19, est utilisé très fréquemment dans les articles de presse. L'effet d'amplification médiatique, et la paresse journalistique sont à l'œuvre et l'expression est aujourd'hui employée régulièrement, parfois à bon escient, souvent sans discernement. Pour Rémy Knafou: «L'évocation du *surtourisme* alimente l'historique procès du tourisme des classes populaires» (Knafou, 2023, p. 6) pire encore il juge que «Dans les lieux touristifiés, dont Venise est l'exemple le plus célèbre, l'évocation récurrente du *surtourisme* par les autorités et les médias qui y font écho ne sert qu'à entretenir un écran de fumée dissimulant une inaction délibérée, d'où l'inexorable progression des locations touristiques de courte durée contre lesquelles aucune mesure n'a été prise jusqu'à présent».²

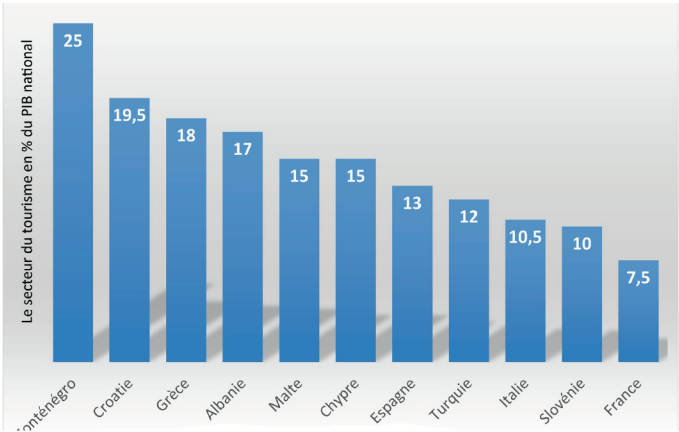
² Venise est un bel exemple de ville devenant de plus en plus un simple décor, et une coquille vide (Daum, Girard, 2018, pp. 219-220).

Pour autant, les modèles sociologiques (pourtant anciens) de la diffusion du fait touristique par distinction/imitation à travers les différentes strates de la société occidentale (Boyer, 2004)³, demeurent efficaces encore aujourd’hui, même dans ce contexte de tourisme *post-massification*⁴. Mais les processus sont beaucoup plus rapides.

2. Surtourisme et autochtones: de la cohabitation... à l'exaspération

C’est en Europe du Sud, dont l’économie repose pour une grande part sur l’activité touristique que la pression est la plus importante (Graph. 2).

Graph. 2 - La dépendance au tourisme des principaux pays d'Europe circumméditerranéens



Source: WTO, graphique de l’auteur

³ «Le tourisme du 20^e siècle celui du grand nombre n’a pas engendré réellement de nouveaux discours ni renouveler la vision du monde point il a renforcé le schéma de développement touristique avec ces trois phases d’invention de la distinction-diffusion, et appropriation des modèles par les couches inférieures, puis nouvelles inventions de distinction. Plus forte est l’imitation, plus grand est le besoin d’innover, comme dans la mode (l’analogie s’impose). D’élite ou de masse, le tourisme jette le même défi à tous les agents et lieux de tourisme. Pour eux, l’enjeu est de conserver et de renforcer des positions dans un domaine fluctuant ou rien n’est définitivement acquis» (Boyer, 2004, p. 42).

⁴ Ce paradoxe apparent a toujours accompagné l’histoire du tourisme, qui, comme la notion de progrès, s’accompagne obligatoirement d’un revers de médaille.

En Croatie, les recettes du tourisme international représentent plus de 20 % de la richesse créée en un an (le produit intérieur brut). Sur les vingt-sept pays membres, la France n'arrive qu'en 19^{me} position concernant sa dépendance aux revenus du tourisme international.

Le sociologue français Jean Viard dans la préface d'un livre opportunément intitulé *Voyage au pays du surtourisme* (Lainé, 2024) 10, évoque «la rupture de la pandémie de 2019» et considère que la crise Covid fut une tragédie créatrice de nouveaux usages. Mais je ne partage pas ce point de vue car pour le moment, nous sommes dans une phase de crise vis-à-vis de la question. En de nombreux endroits, les habitants des lieux les plus fréquentés expriment leur mécontentement face à cette invasion incontrôlée, tandis que la manne financière apportée par les touristes peine à compenser les dommages collatéraux. Les prix de l'immobilier s'envolent, l'emploi se concentre dans les emplois saisonniers et mal rémunérés, l'environnement se détériore, les villes se transforment en musées, en parcs d'attractions ou en lieux de consommation constante. La régulation devient un impératif.

Les populations locales évoquent souvent un sentiment d'effacement, de déclassement vis-à-vis du touriste, davantage privilégié et respecté qu'eux-mêmes. L'Espagne est particulièrement touchée, outre Barcelone où les problèmes sont bien connus et où l'on peut lire sur de nombreux graffitis anti-touristes peints par les habitants excédés: *Tourist go home* etc. Bien sûr, plus le pays dépend du tourisme, plus l'enjeu est important.

On peut évoquer les Baléares, où l'industrie du tourisme représente 45% du PIB local. En 2023, ces îles ont accueilli 14,4 millions⁵ de touristes, faisant de l'archipel la deuxième région d'Espagne en termes d'accueil de touristes. Et de nouveaux records sont attendus pour 2024. Ainsi l'île de Majorque est submergée et les habitants sont de plus en plus nombreux à rejoindre les manifestations de mécontentement (Fig. 2).

Le point commun de toutes ces îles, villes ou sites, est la gentrification touristique, qui a débuté il y a une vingtaine d'années (Gotham, 2005; Gravari-Barbas, 2017), et qui s'est considérablement accélérée depuis la crise Covid-19. Enfin, toujours en Espagne, dans la ville côtière de Malaga, les habitants ont recouvert les murs et les portes d'autocollants portant des inscriptions telles que «Putain, rentre chez toi» (*A tu puta casa*) et «Ça pue le touriste!» (*Apestando a turista*) (Fig. 3).

⁵ Sur les 85 millions accueillis dans toute l'Espagne.

Fig. 2 - «Majorque n'est pas à vendre», manifestation contre le surtourisme en 2023



Source: Reuters, 2023

Fig. 3 - Malaga campagne d'affichage dénonçant le surtourisme dans l'immobilier local

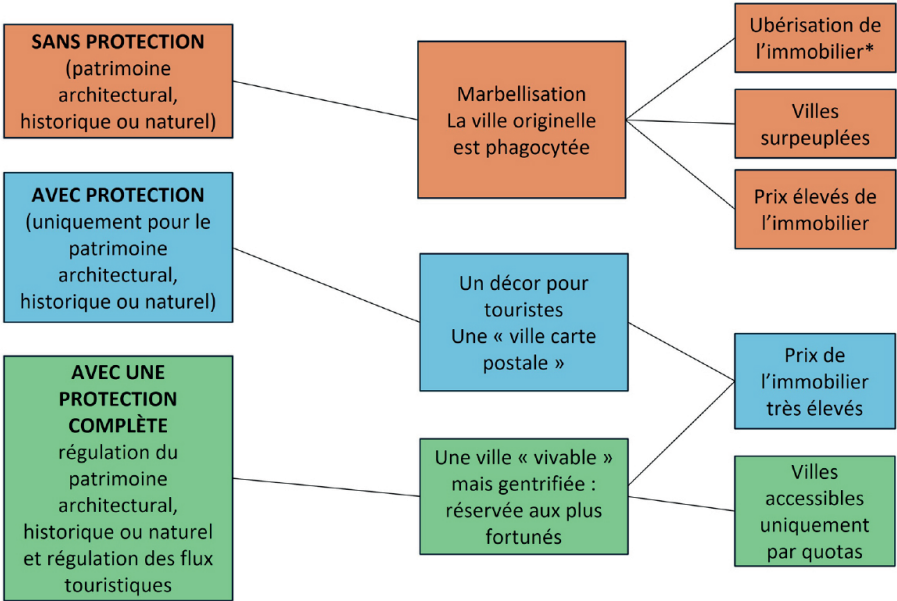


Source: La Opinión de Málaga, 2024

Exposées au surtourisme, les conséquences pour les villes sont d'autant plus graves qu'elles sont petites et leur fréquentation disproportionnée (Fig. 4).

C'est le cas bien connu de Venise ou Dubrovnik. Mais là encore: ne parle-t-on pas toujours de la même chose, avec seulement un changement d'échelle et donc un dépassement de seuil de tolérance. Car déjà, sur les côtes méditerranéennes lorsque les stations climatiques puis balnéaires ont été inventées sur le littoral méditerranéen français, les pêcheurs locaux et les activités traditionnelles liées à la mer ont été expulsés du paysage pour des raisons de pression immobilière et de pratiques de loisirs inadaptées à la subsistance de cette économie pourtant originaire. Le bateau de pêche devient un élément de décor de carte postale... et l'ancien pêcheur, est réifié, il devient un objet pittoresque sur les photos de vacances.

Fig. 4 - Effets du surtourisme selon les solutions de protection adoptées



* Chaque particulier devient entrepreneur immobilier et «airbnbize» son bien

Parallèlement, la plupart des habitants d'origine quittent les lieux. Ils ne peuvent pas suivre la hausse du prix de l'immobilier. Les plus riches des habitants d'origine sont les seuls à pouvoir rester, ainsi que les proprié-

taires dont les parcelles peuvent être évaluées. On assiste à une gentrification rapide des quartiers touristiques les plus prisés, et du point de vue des habitants restants, à une ubérisation de l'immobilier hors saison: c'est le phénomène de la coquille vide qui prévaut: les villes balnéaires sont de simples décors, vidés de toute vie indigène. Face aux déprédations des touristes, certaines villes méditerranéennes comme Kotor (Monténégro), Dubrovnik (Croatie) et même Venise (Italie), ont été menacées par l'Unesco du retrait de la liste du patrimoine mondial de l'humanité.

Dans une récente publication, le géographe Rémy Knafo montre que la surmédiation du concept de «surtourisme» est en partie liée à des acteurs marchands du tourisme qui, suivant des logiques de distinction, ont eu intérêt à le promouvoir pour mieux faire commerce de l'évitement des foules. Alertant aussi bien sur les dangers d'une captation de l'imaginaire des vacances par l'univers marchand que sur les risques d'une attitude à la fois tourismophobe et touristophobe qui condamne par principe les pratiques touristiques des classes populaires, le géographe montre pourquoi la notion de surtourisme est implicitement liée aux débats autour de la surconsommation (Knafo, 2023).

C'est ce qu'explique aussi J.-C. Gay⁶ dans son récent ouvrage *Tourismophobie: du tourisme de masse au surtourisme explique combien au cœur de cette tourismophobie, d'hier à aujourd'hui*, il y a la question de la masse et les stratégies de distinction entre ceux qui s'autodésignent voyageurs et les touristes. Il rappelle aussi que le débat actuel sur le surtourisme n'est qu'un avatar plus contemporain de la tourismophobie qui a en réalité accompagné toute l'histoire du tourisme (Gay, 2024)⁷.

⁶ La tourismophobie est le rejet de l'industrie touristique et de ses partenaires institutionnels et commerciaux, par des habitants d'un territoire, qui se sentent – légitimement ou non – dépossédés de leurs droits, avantages et paisibilité (AFP, 2017).

⁷ Ce thème est-il réellement nouveau? Jean-Didier Urbain exprime il y a trente-cinq ans, en citant un texte de Maurice Barrès de 1911, *En Italie*, toute la défiance de certains écrivains face aux touristes, par nature «2sots et stupides», au comportement grégaire. Puis, de mouton, il est assimilé à un chien, évoluant en meute... «L'image se transforme. Au défilé bêlant et innocent des origines succède l'indiscrétion et la bruyante grossièreté de l'aboïement. Le touriste devient dangereux. [...] de proche en proche, la quiétude élitaine de l'espace de voyage est troublée» (Urbain, 1991, p. 39). L'image n'est donc pas neuve. Le touriste, individu, est donc devenu une masse, et il est réifié. C'est la théorie du touriste-marchandise du sociologue allemand Hans Magnus Enzensberger. Il devient en quelque sorte, un produit de la civilisation industrielle.

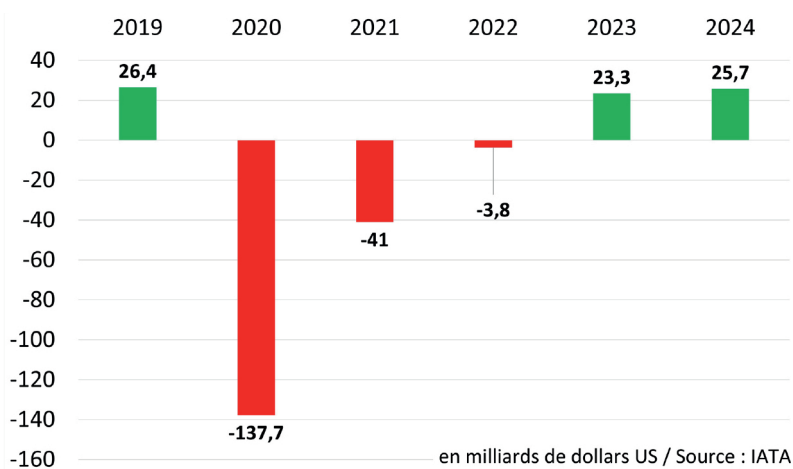
3. Les principaux vecteurs du surtourisme post-Covid

Deux secteurs sont en très forte croissance, l'aérien, que nous aborderons rapidement, et le secteur des croisières, qui impacte plus particulièrement la Méditerranée (Fig. 5).

3.1. Transport aérien: une forte croissance post-COVID

Après bien des promesses de sobriété, énoncées pendant la pandémie, les voyages aériens ont repris de plus belle. Les compagnies aériennes, très éprouvées par la crise sanitaire, ont retrouvé une croissance forte: le transport de passagers par avion a retrouvé en 2023 (4,29 milliards), soit 94,1% de son trafic mondial de 2019. Le transport aérien est en très forte croissance, que la phase de revenge travel post pandémie ne peut suffire à expliquer aujourd'hui. En 2024, avec 4,7 milliards de passagers attendus, le secteur va connaître la plus forte année de son histoire. L'IATA, association internationale du transport aérien, s'attend à ce que les revenus de l'industrie atteignent un niveau historique de 964 milliards de dollars en 2024, car 40,1 millions de vols sont prévus pour l'année, soit 1,2 million de vols de plus qu'en 2019, avant la pandémie (Graph. 3).

Graph. 3 - Pertes et bénéfices nets de l'industrie du transport aérien 2019-2024



Source: IATA, 2023

Selon l'IATA, les compagnies aériennes commerciales devraient terminer l'année avec un bénéfice net de 23,3 milliards de dollars, après avoir essuyé des pertes de 3,8 milliards de dollars en 2022, des résultats nettement supérieurs aux prévisions d'origine. En décembre de l'année dernière, l'IATA avait prédit que les bénéfices de 2023 seraient très limités, prévoyant un revenu net de seulement 4,7 milliards de dollars pour l'ensemble de l'industrie. L'IATA s'attend à ce que les revenus de l'industrie atteignent un niveau historique de 964 milliards de dollars en 2024, car 40,1 millions de vols sont prévus pour l'année, soit 1,2 million de vols de plus qu'en 2019, avant la pandémie.

Lorsque l'on regarde l'ensemble des statistiques disponibles sur le secteur aérien, on se rencontre d'une extrême progression tant en volume de passagers transportés, qu'en quantité d'avions en cours de fabrication ou commandé. Cette tendance est en totale contradiction avec ce qui vient d'être dit sur des volontés de consommer moins de voyager mieux encore faut-il dire ce que ça veut dire. Et voilà un autre des paradoxes du tourisme post-Covid, qui aspirerait pourtant à plus de soutenabilité?

3.2. Les croisières en Méditerranée: comme si de rien n'était...

Le bassin méditerranéen est le «berceau de notre civilisation européenne... et du tourisme moderne» (Daum, Girard, 2018, p. 238). C'est aussi un des principaux territoires sillonnés par des bateaux de croisière. L'étude des croisières est un bon moyen de se rendre compte à quel point nous sommes loin des bonnes résolutions prises durant et après la crise Covid-19.

La carte présentée montre le nombre de navires de croisière et le nombre de touristes croisiéristes accueillis dans les principaux ports de Méditerranée. Le constat est édifiant, les chiffres sont colossaux.

En plus du tourisme de masse, les bateaux de croisière engendrent une pollution de masse des paquebots géants: un bateau de croisière expulse la même quantité de soufre que l'équivalent d'un million de voitures par jour⁸. À la pollution de l'air, s'ajoutent les rejets des eaux usées déversées

⁸ Question au Sénat français, 8 juin 2023, JO du Sénat du 08/06/2023 p. 3607. «Les expertises dressent un constat alarmant. Un bateau de croisière expulse la même quantité de soufre que l'équivalent d'un million de voitures par jour. En mer, les teneurs en soufre admises pour les paquebots sont jusqu'à 1500 fois plus élevées que celles autorisées pour les voitures, c'est-à-dire 1,5% contre 0,001% pour les véhicules. Un navire de croisière arrêté à quai pendant une heure émet autant de pollution qu'environ 30 000 véhicules roulant à 30 km/h. Le fioul lourd utilisé par les paquebots contient 3000 fois plus de soufre que

dans les océans (eaux grises). Ainsi pour un paquebot de 4300 passagers, 1.9 millions de litres d’eaux usées soit 442 litres d’eaux usées par personne par jour. Quant aux déchets solides, on évalue la quantité produite à 19 tonnes par jour, environ 4.4 kg par passager. Les conséquences environnementales sont donc énormes, et font, par exemple, du port de Barcelone le port le plus pollué d’Europe.

Fig. 5 - Carte du nombre de navires et de touristes dans les principaux ports méditerranéens en 2023



Source: réalisation de l’auteur

À Venise: «l’image de l’un des nombreux bateaux de croisière qui traversent le canal de la Giudecca devant la place Saint-Marc est devenue un autre symbole du surtourisme» (Bertocchi, Camatti, 2022, p. 109, traduit par l’auteur).

Face à cette catastrophe écologique, plusieurs solutions ont été mises au point: un carburant moins polluant (qui ne sert qu’à environ dix-pour-cent des paquebots), construire des installations permettant un raccordement à l’électricité des navires à quai (pour empêcher le fonctionnement des ma-

le diesel automobile. En 2018 en Europe, 94 paquebots émettaient dix fois plus de dioxyde de soufre que 260 millions de voitures» www.senat.fr/questions/jopdf/2023/2023-06-08_seq_20230023_0001_p000.pdf

chines à mazout), parfois mêle l'éloignement des installations portuaires (Barcelone), etc. Mais la meilleure solution demeure le contingentement, à l'image de Venise⁹ qui n'accueille plus que 230 bateaux de croisière dans le port de Marghera depuis le 1^{er} août 2021.

4. Des solutions au surtourisme

4.1. Favoriser ou restreindre?

Les solutions restent à inventer, car elles font appel au courage politique face à une économie du tourisme plus que florissante. Les solutions vont d'une désaisonnalisation, solution très ancienne (Boyer, 1963), à la mise en place de quotas, parfois une taxation (seule ou avec quotas) et jusqu'à la solution extrême qui est l'interdiction temporaire ou définitive de fréquentation du lieu à protéger. Aujourd'hui comme le rappelle dans son ouvrage de 2024 la journaliste Linda Lainé: «Dans les villes comme en pleine nature, les quotas fleurissent¹⁰. Parce que destinations et populations locales se sentent asphyxiées. Une saturation, ressentie ou bien réelle, relayée à foison par des articles et autres reportages» (Lainé, 2024, p. 50).

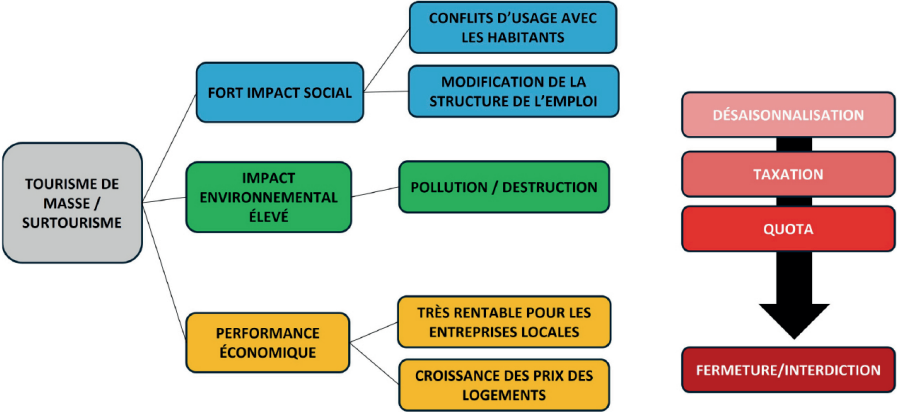
Dans certaines villes, les solutions afin de se prémunir du surtourisme, sont différentes selon leur niveau de protection. Parfois la reconnaissance au patrimoine mondial UNESCO est en jeu. Mais quelle que soit la solution mise en place, si le bâti est préservé, la vie des habitants demeure à chaque fois bouleversée. Or les grands oubliés du tourisme ce sont justement les habitants.

Voici enfin deux exemples récents de mise en place de restriction au surtourisme, le premier concerne un site naturel français, le second, la ville de Venise.

⁹ En moyenne 1,4 million de touristes venaient par les bateaux de croisière, sur les 30 millions de personnes visitant Venise annuellement avant la crise du Covid-19. Depuis la mise en place de quotas en 2021, ils ne sont plus que 500.000. De plus, les navires ne sont plus autorisés à passer par le canal de la Giudecca.

¹⁰ La mise en place des quotas est parfois complexe. Ainsi en Corse, suite à une mauvaise saison touristique 2023, les politiques locaux, en charge de ce sujet, et les professionnels du tourisme ont préféré reporter l'application de ce quota aux îles Lavezzi (Lainé, 2024).

Fig. 6 - Impact du surtourisme et gradient des solutions



Source: réalisation de l'auteur

4.2. Sugiton: le contingentement

En France, dans la région de Marseille, la calanque de Sugiton (Guillou, 2022), pourtant difficile d'accès, était extrêmement fréquentée durant l'été, par les touristes et les locaux. Plus de 3000 personnes avaient même été comptabilisée durant un long week-end de mai 2022 (Ascension). L'écrin verdoyant de la calanque avait particulièrement souffert du piétinement, sans compter la pollution de la mer et des abords. Sa disparition était en jeu.

Depuis la saison 2022, l'accès est contingenté à 400 personnes par jour, et se fait par réservation (Quotas, 2023). Cet exemple de mise en place de quotas a été reproduit dans d'autres points du littoral français de la Méditerranée: îles Lavezzi (Corse), Porquerolles et d'autres calanques de Marseille. Le slogan adopté par le parc régional des calanques est «Réserver, c'est préserver».

4.3. Venise: la taxation

Après le contingentement du nombre de navires de croisières à Venise¹¹, la ville a mis en place, depuis le 25 avril 2024, une taxe de 5 € appliquée

¹¹ En 1960, il y avait 150.000 vénitiens et environ 60.000 visiteurs par an. Fin 2023, on compte à peine 50.000 habitants à l'année et 120.000 touristes par jour en haute saison. En 2008, 12.000 lits étaient destinés au tourisme, fin 2023, c'est plus de 50.000.

pour les touristes à la journée. Les résultats seront à observer très soigneusement car cette solution ne concerne que les visiteurs à la journée (excursions) et non les personnes qui y ont un hébergement pour un plus long séjour ils payent en effet une classique taxe de séjour. Pour le moment elle ne s'applique que durant 29 jours entre avril et juillet (Kawal, 2024). Pour toutes ces villes, le problème est plus ancien.

Ainsi un article publié dans *Courrier international*, intitulé *Le tourisme de masse étouffe Barcelone* datant de 2018 pose déjà toutes les problématiques qui semblent aujourd'hui exploser (*Courrier International*, 2018). Durant le grand confinement de 2020, en pleine pandémie, les habitants de toutes ces villes aujourd'hui touchées par le surtourisme ont redécouvert leur environnement pourtant si familier: on a joué au ballon dans les rues de Dubrovnik. Son maire, Mato Frankovic, a récemment annoncé son intention d'abaisser le quota des visiteurs à 4000 touristes par jour cette année, contre plus de 8000 aujourd'hui. Il est probable que la résistance aux effets du tourisme de masse et au surtourisme soit moindre qu'avant la crise sanitaire (AFP, 2020).

«Reconnaître la spécificité de nos villes d'art signifie comprendre que des réglementations spécifiques sont nécessaires afin d'affecter concrètement la gestion des flux touristiques, du commerce et du tourisme de court séjour, en élevant le niveau et en équilibrant les besoins des visiteurs avec ceux des résidents. Ce n'est que grâce à l'introduction de nouveaux instruments réglementaires nationaux que Venise, Florence et toutes les autres villes d'art italiennes resteront vivantes et surtout viables en termes de travail et de vie sociale, tout en défendant l'excellence artisanale, économique, gastronomique et vinicole que le monde nous envie», déclarait Simone Venturini, conseiller pour le tourisme et le développement économique de la municipalité de Venise, en 2021 (Carlon, 2022). Ces villes ultra touristiques ne retrouveront qu'à l'été 2023 les chiffres de fréquentation du 2019.

Les mots ont changé, et la préoccupation est nettement plus importante qu'avant.

Conclusion

Les débats et articles actuels autour d'un surtourisme qui aurait immédiatement suivi la crise Covid-19 lors d'une phase dite du *revenge travel*, sont souvent caricaturaux. En observant plus subtilement l'état des lieux, plusieurs autres questions se posent: par exemple celle du seuil de tolérance au tourisme, et plus particulièrement aux touristes. La phase trau-

matissante du confinement a durablement marqué les sociétés occidentales, et il est possible que la quiétude des villes et plages au «bon temps du confinement» ait permis à de nombreuses populations locales une redécouverte des lieux qu'ils habitent pourtant chaque jour. Ainsi cette prise de conscience des fragilités de ces lieux (patrimoniaux, espaces naturels) rendrait aujourd'hui plus insupportables les hordes de touristes, eux-mêmes par nature, irrespectueux pour ne pas dire sauvages. C'est pourtant oublier que le tourisme est avant tout une économie florissante. Car il semble que ce soit l'économie-même du tourisme qui est remise en cause: tout ne peut se résumer à une croissance financière. La crise du Covid-19 aura peut-être permis d'y réfléchir. Enfin, il ne faut pas oublier le non-public de ceux qui ne partent pas, et qui en France, représente encore 40% de la population. Eux doivent, non par conviction, mais souvent par nécessité économique: "renoncer au voyage". D'autres en font une philosophie de la décroissance touristique: le renoncement à partir¹². Un récent livre très intéressant évoque cette nouvelle tendance, qui mêle souci écologique et éthique de la déconsommation (Moice, 2024). Mais vingt ans plus tôt, Marc Boyer insistait aussi sur une autre catégorie qui elle, ne peut pas faire le choix de partir: le public des non-partants (Boyer, 2011), qui représentaient alors et représentent encore aujourd'hui environ 30 à 40% de la population en France. Ils demeurent toujours les grands oubliés du tourisme.

Poser la question du surtourisme, c'est donc poser la question de «qui voyage?». C'est implicitement faire comprendre que «certains» auraient plus le droit de voyager que d'autres: ceux qui ne polluent pas, ceux qui respectent les populations autochtones, mais aussi et surtout, ceux qui en ont les moyens¹³. Décrier le surtourisme, c'est dénier aux plus modestes d'entre les touristes le droit de voyager et donc s'opposer à la démocratisation des vacances et du départ. Il y a donc deux façons de voir les choses: du point de vue du touriste, qui doit s'adapter ou renoncer, et du point de vue de l'entité réceptrice, qui doit réguler ou interdire. La pression touristique, la question de la désaisonnalisation de l'activité touristique, la question de la main-d'œuvre touristique, toutes ces problématiques existaient avant le Covid. Leur terminologie change, mais ces problèmes sont en réalité intrinsèques à l'activité touristique. Ce sont nos sociétés qui ont évolué, et qui arrivent à un carrefour historique où, pour des questions environne-

¹² Le cruise *bashing* et le *flygskam*, pourtant médiatisés, semblent n'avoir que peu de répercussions sur les chiffres, en constante croissance...

¹³ Qui est parti durant la pandémie de Covid se réfugier sur nos rivages : les plus riches et ceux qui avaient des connaissances en terres protégées des villégiatures maritimes.

mentales et éthiques, des choix brutaux sont à faire: ainsi «voyager, ou ne pas voyager, telle est la question»¹⁴.

Ce n'est pas le tourisme qui doit être mis en cause, mais son économie, au final archaïque, en totale désynchronisation face aux attentes contradictoires contemporaines. En conclusion, comme le travail en son temps, le tourisme serait-il devenu aujourd'hui, plus qu'un signe de libération, une nouvelle aliénation?

Bibliographie

- AFP (2017), *Les raisons de la tourismophobie (et quelles solutions sont envisagées)*, huffingtonpost.fr, 17 août, texte disponible sur le site: www.huffingtonpost.fr/international/article/les-raisons-de-la-tourismophobie-et-quelles-solutions-sont-envisagees_106579.html, date de consultation: 12/01/2025.
- AFP (2020), *Quand les touristes s'en vont, les locaux récupèrent leurs villes*, «Le Point», 23 mai, texte disponible sur le site: www.lepoint.fr/monde/quand-les-touristes-s-en-vont-les-lo72caux-recuperent-leurs-villes-23-05-2020-2376620_24.php, date de consultation: 11/02/2025.
- Bertocchi D., Camatti N. (2022), "Chapter 6: Tourism in Venice: mapping overtourism and exploring solutions", in van der Borg (ed.), *A Research Agenda for Urban Tourism*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham UK.
- Boyer M. (1963), *Le caractère saisonnier du phénomène touristique: ses conséquences économiques*, La Pensée Universitaire, Aix-en-Provence.
- Boyer M. (2004), *Le tourisme de masse*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Boyer M. (2011), *Ailleurs, histoire et sociologie du tourisme*, L'Harmattan, Paris.
- Carlson V. (2022) *Venezia, dall'overtourism al no tourism: analisi dell'impatto della pandemia di Covid-19 sulle percezioni del turismo*, Università di Padova (tesi di laurea magistrale).
- Clairay P. (2020), *The end of seaside resorts*, «Sustainable Mediterranean Construction», 4, pp. 36-40.
- Courrier International (2018), *Le tourisme de masse étouffe Barcelone*, 26 juin, texte disponible sur le site: www.courrierinternational.com/article/le-tourisme-de-masse-etouffe-barcelone, date de consultation: 10/02/2024.
- Cousin S., Réau B. (2009), *Sociologie du Tourisme*, La Découverte, Paris.

¹⁴ Le sociologue Salvatore Monaco explique bien comment «la vie des post-millennials est fortement caractérisé par l'usage de nouvelles technologies» (Monaco, 2019, p. 95). La résultante ultime de cette présence de plus en plus intense de la technologie dans le tourisme en est le voyage virtuel: «[il] permet de faire front aux obstacles de diverses natures, comme les limitations économiques, la peur du voyage, des calamités naturelles qui rendent impraticable l'accès à une destination déterminée, les attaques terroristes, qui ont ces dernières années redessiné la carte des destinations» (*ibidem*) (traduction de l'auteur).

- Daum T., Girard E. (2018), *Du voyage rêvé au tourisme de masse*, CNRS Editions, Paris.
- Gay J.C. (2024), *Tourismophobie: du tourisme de masse au surtourisme*, Université Côte d'Azur, ISTE éditions, Londres.
- Gotham K.F. (2005), *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans Vieux Carré (French Quarter)*, «Urban Studies», 42 (7), pp. 1099-1121.
- Gravari-Barbas M. (2017), "Super-gentrification and Hyper-tourismification in Le Marais, Paris", dans Gravari-Barbas M., Guinand S. (dir.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*, New York, Routledge.
- Guillou C. (2022), *Sites naturels sur réservation: face au surtourisme, la France entre dans l'ère des quotas*, texte disponible sur le site: www.lemonde.fr/economie/article/2022/08/11/sites-naturels-sur-reservation-face-au-surtourisme-la-france-entre-dans-l-ere-des-quotas_6137732_3234.html, date de consultation: 10/01/2025.
- IATA (2024), *Annual Review 2024*. Texte disponible sur le site: www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2024.pdf, date de consultation: 10/01/2025.
- Kawal P.A. (2024), *Venise expérimente un ticket d'entrée à 5 euros pour lutter contre le surtourisme*, «Le Monde», 27 avril, texte disponible sur le site: www.lemonde.fr/economie/article/2024/04/27/venise-experimente-un-ticket-d-entree-a-5-euros-pour-lutter-contre-le-surtourisme_6230281_3234.html, date de consultation: 15/02/2025.
- Knafou R. (2023), *L'évocation du surtourisme alimente l'historique procès du tourisme des classes populaires*, «Le Monde», 6 août.
- Lainé L. (2024), *Voyage au pays du surtourisme*, L'Aube, La Tour-d'Aigues.
- Monaco S. (2019), *Sociologia del turismo accessibile*, PM Edizioni, Varazze (SV).
- Morice J. (2024), *Renoncer aux voyages. Une enquête philosophique*, PUF, Paris.
- Quotas (2023), *Marine et océans*, 26 juillet, texte disponible sur le site: <https://marine-oceans.com/actualites/ces-sites-qui-se-protagent-face-au-surtourisme/>, date de consultation: 15/02/2025.
- Richard R., Bartoli C. (1971), *La Côte d'Azur assassinée*, Editions Roudil, Paris.
- Urbain J.D. (1991), *L'idiot du voyage, histoires de touristes*, Plon, Paris.
- Violier P., Duhamel P., Gay J.C., Mondou V. (2021), *Le tourisme en France*, ISTE éditions, Londres.

21. The fate of marginalized maritime communities in the development of tourism.

Governance Challenges of Natural Protected Areas in the Surin and Lipe Islands, Thailand

by *Emilio Cocco, Emanuela Diodati*¹

Natural protected areas on islands often face a dual challenge: safeguarding coastal communities at risk of displacement from their marine environments, while simultaneously fostering their empowerment by cultivating productive relationships – particularly with incoming tourists.

This chapter considers this challenge looking at two insular, natural protected areas in Thailand. Starting from a reflection on the political and legal partitioning of the oceans, the analysis extends to the transition between land and sea for these communities. It maintains a focus on islands as unique spaces where the ideological construction of the land-sea divide is revealed. Following an analysis of tourism in Thailand in relation to the political and cultural promotion of the concept of “Thainess” (being Thai), the chapter discusses findings from research on two case studies of indigenous communities residing within Thailand’s national parks – the Moken of the Surin Islands and the Urak Lawoi of Lipe Island in the Andaman Sea.

This study draws on ethnographic and qualitative data gathered during fieldwork conducted between January and March 2024². In conclusion, broader reflections will be offered on the lessons that these case studies provide for a maritime and oceanic sociological approach to emerging is-

¹ This essay is the result of joint work and constitutes joint intellectual property. However, the chapters 1, 2, 3, and 6 can be attributed to Emilio Cocco, the chapters 4 and 5 can be attributed to Emanuela Diodati.

² The field research was conducted through a collaboration between the Adriatic Research Unit of the Department of Communication Sciences at the University of Teramo and colleagues from Chulalongkorn University, Bangkok, as part of the “Mare Sacro” project (DOI: 10.13140/RG.2.2.36546.18887). During this step, we collected 40 semi-structured interviews, including photo-stimuli (5 photos) and 12 cognitive maps (Lynch method). Additionally, we kept an ethnographic journal and produced a collection of nearly 500 photographs and 22 drawings created by children from the local school on the Surin Islands. We would like to thank Prof. Jirayudh Sinthuphan, for his precious support.

sues, framed within the perspective of political ecology in the Mediterranean as a potential global model

1. The Partitioning of the Sea and Marginalized Coastal Communities

In exploring the social practice of the sea, the geographer Philip Steinberg, author of the seminal work *The Social Construction of Ocean Spaces* (2001), provides a comprehensive analysis of use, representations, and regulations of oceanic space from 1450 to the present. He observes that, since the advent of premodern civilizations, the nature of territoriality has evolved in relation to how societies are structured. Specifically, territoriality has been employed by ruling classes to determine which people and resources fall under their control. Limiting access to certain spaces, therefore, becomes an expression of social hierarchy. Steinberg's work offers a deconstruction of ocean space, tracing its socio-historical development. For instance, by quoting Braudel and Hugill, he highlights the role of ocean navigation in the creation of a world asymmetry, with special regards to the Portuguese caravel as an autonomous instrument (combining range, security and profitability) for global navigation, facilitating maritime independence from land (Steinberg, 2001, p. 8).

The oceanic dimension is portrayed as an extension of the Mediterranean, a sea between lands, utilized as a tool of stewardship. Steinberg contrasts this interpretation with two ideal-typical models of ocean representation. The first is the Indian model, where the ocean exists entirely outside society, perceived as a wholly extra-social space. An example is an Indian ship captain who, upon leaving land, enters a metaphysical realm, detached from terrestrial norms and ordinary laws. The second model is the Micronesian perspective, in which the sea is fully integrated into social life. In this framework, oceanic "places" are also living spaces, where events such as weddings and funerals occur at sea. The Mediterranean model, as previously mentioned, occupies an ambivalent middle ground between these two interpretations, depicting the sea as simultaneously "outside" and "within" society. In this context, a ship captain possesses the power of life and death, yet the Mediterranean model also emphasizes temporality, movement, and freedom. This model facilitates projections overseas while maintaining connections between lands and other seas. This interplay distinguishes the Mediterranean model from the Indian one, where the notion of colonization or creating a "new world" is fundamentally inconceivable. In the Mediterranean, crossing the sea signifies a rite of passage, traceable to ancient Greek colonialism and extended to the global ocean.

Steinberg's work aligns with the views of Egede (2019), who argues that scholars from developing countries, such as Anand, Ajomo (cited in Churchill, Simmonds, Welch, 1973), and Rembe (1980), have endorsed the notion that traditional maritime law was Eurocentric, serving the interests of dominant maritime powers. Egede refers to the "codification" of the sea, achieved through three United Nations Conferences on the Law of the Sea (UNCLOS I, II, and III), culminating in the formal ratification of customary practices and prior debates about the use of the sea. The 1982 Montego Bay treaty significantly redrew the map of 70% of the planet (Deloughrey, 2017) by delineating the boundaries of marine areas and defining internal and international waters (Beurier, 2008).

Of particular interest is the establishment of Exclusive Economic Zones (EEZs), originating in 1945 when the Truman Proclamation asserted US jurisdiction over resources within two-hundred nautical miles of its coast. This marked a notable extension of state boundaries, albeit without full sovereignty, triggering a global wave of EEZ claims. Widener (2018), drawing from Skladany, Belton, and Clausen (2005), characterizes EEZ policies as "oceanic imperialism", wherein nation-states (and large corporations) exploited this opportunity to dominate the maritime commons.

It can thus be argued that human activity has contributed to the degradation of marine life, driven by how the sea is globally represented and institutionalized – as an empty, containable entity, external to terrestrial society, ripe for exploration and exploitation. Furthermore, international maritime policies often fail to equitably reflect the interests of all nations and populations involved or are neither comprehensible nor actionable by local communities and marine ecosystems.

Marine protected areas (MPAs) exemplify this issue. Created to mitigate the ecological impact of economic exploitation, approximately 9,000 MPAs exist across one hundred and fifty nations. Despite their intent to preserve natural environments, 94% of MPAs still permit extractive activities, including fishing (Costello, Ballantine, 2015). Such measures align with the broader logic of ocean mapping and sovereignty extension rather than adhering to the intrinsic fluidity of the sea ("liquid ontology" as Steinberg describes it). Establishing rigid boundaries within dynamic ecosystems raises questions about efficacy. Marine fauna migrates, driven by currents, rendering fixed exclusion zones impractical.

Moreover, as noted by Cocco and Diodati (2024), MPAs often discriminate against maritime populations, particularly indigenous and traditional fishing communities. Although MPAs do not entirely prohibit fishing, they promote scientific, educational, and artistic activities, fostering "peopled seas" – socialized maritime spaces where human interaction with the sea is

explicit (Gray *et al.*, 2017). Nonetheless, certain communities are excluded under ecological, scientific, or aesthetic pretensions. Caribbean populations (Deloughrey, 2017), who inhabit the sea with rich regional historiographies and ancestral memory, face displacement driven by land-centric economic exploitation and sovereignty expansion.

These dynamics also emerge in the present case study, where nomadic and semi-nomadic maritime populations in the Andaman Sea (Indian Ocean) face relocation, confinement to land, and nationalization under the pretext of environmental protection and tourism development.

2. Islands and Land/Sea Transitions

The dynamics described above reveal that beneath the apparent distinction between terrestrial and maritime spaces lies a more multifaceted reality, which is animated by symbolic exchanges that shape a much more fluid and ambivalent land-sea imaginary. While not always explicitly articulated, this imaginary remains latent, surfacing within the semantics or the ambiguous and contradictory zones of political, legal, and economic practices.

Notably, inversions and mimetic mechanisms emerge, leading to historical perceptions that frame territorial seas as a form of land: a *sui generis* solid space, divisible and appropriable in political and administrative terms, as well as exploitable economically and logistically. Conversely, the mainland is symbolically “destabilized” (Aresu, 2013), losing its foundational nature within a network of oceanic exchanges and interdependencies. This exposes territories to waves and flows – whether financial, migratory, touristic, or epidemic – echoing familiar semantic frameworks.

Territories thus acquire qualities of liquidity, transforming into smooth, continuous, and isomorphic spaces (Farinelli, 2007), susceptible to strategies of ethnic and cultural homogenization as well as boundary partitioning based on cognitive and political mapping (Scott, 2009). These strategies were extensively applied during the age of “discovery” and overseas colonization. The ocean, as a medium of colonization, generated asymmetries and racial and cultural hierarchies, patterns that also permeate Mediterranean spaces (Blais, Deprest, 2012).

As a consequence of the binary conceptualization of land and sea – along with the ensuing symbolic exchanges and semantic inversions – islands and archipelagos become detached micro-continents. On one hand, they serve as metaphors for minority subjugation in a biopolitical spatial framework that creates enclaves, ghettos, and linguistic, religious, and political “islands” within the national terrestrial expanse. This dynamic

can be observed in cases like Israel and other ethnolinguistically and religiously conflicted states (Petti, 2007), but it extends beyond such contexts.

Simultaneously, islands and archipelagos, once vital and dynamic points of oceanic connectivity in a world governed by winds and maritime currents (Hau'ofa, 1994; 1998; Jolly, 2007), became remote and isolated with the advent of steam navigation (Gillis, 2004). They transformed into places of confinement, incarceration, and military garrisoning or, conversely, into tourist paradises, precisely because of their remoteness. Thus, the island becomes an exception, triggering processes of creative governance where it is treated both as part of the national territory and as an entity apart from it. This duality permits states of suspension, ranging from reduced taxation to the limitation of constitutional rights (Baldacchino, 2010).

This ambivalence, as Gillis (2014) highlights, can only be unravelled by recognizing that an island is not simply a miniature mainland but a place with a distinctive relation to the sea; an ecotone, a transitional zone where two different ecosystems (marine and terrestrial) coexist and interact. This interplay shapes a particular sense of place (Lowe, 2006), revealing the sea's capacity to function not merely as an external medium of communication but as a social space in itself (Lambert, Martins, Ogborn, 2006).

In this context, natural and marine protected areas established on islands play a crucial role in bridging terrestrial and aquatic realms. These areas confront the complexities of the “peopled sea”, engaging with the interactions between local maritime communities and those from inland or overseas. Consequently, protected areas face the dual challenge of safeguarding coastal communities at risk of displacement from their marine environments, while simultaneously fostering empowerment through productive engagement, particularly with incoming tourists.

In line with this, our contribution draws from ethnographic and qualitative data collected during a fieldwork conducted between January and February 2024. The study focuses on two indigenous communities living within Thailand's national parks: the Moken of the Surin Islands and the Urak Lawoi of Ko Lipe in the Andaman Sea. These case studies illuminate the intricate process of social transformation occurring “between land and sea”, where “sea people” navigate a complex web of variables, including natural parks, industrial fisheries, and tourism-driven entrepreneurship.

Before delving into the case studies, we will first outline the development of tourism in Thailand, with particular emphasis on the intersection of tourism, culture, and politics.

3. Thainess and Tourism in Thailand

The relation between tourism and national identity in Thailand is complex and rich with political and cultural implications. It also represents an example of economic growth driven by targeted policies and the enhancement of cultural and natural resources. Thailand has emerged as one of Southeast Asia's most popular tourist destinations, thanks to a combination of natural beauty, historical heritage, and the renowned warm hospitality of its people (Henkel *et al.*, 2006; Cohen, 2008). Tourism began to expand significantly in the 1960s, coinciding with the national political stabilization and the opening to international trade (Verschuur, 2019; McDowall, Wang, 2009; Kontogeorgopoulos, 1998). The governmental initiative to promote Thailand as the “Land of Smiles” had a significant impact on the nation's global perception. A key factor in the success of Thai tourism has been infrastructure development. The construction of international airports, roads, and rail networks has facilitated access to remote areas, diversifying the tourism offerings. Simultaneously, private sector investments led to the creation of luxury resorts, budget hotels, and a wide range of recreational activities, catering to an increasingly segmented tourist market. The promotion of cultural and religious festivals further enhanced Thailand's appeal. Events such as Loy Krathong and Songkran attract millions of visitors each year, fostering interaction between tourism and tradition. Thai cuisine, with its diversity and international reputation, has also become a significant draw for travellers.

A further fundamental aspect of tourism development is the concept of Thainess, the essence of Thai cultural identity. Through tourism policies, the government has used tourism as a tool to reinforce and promote a unified and idealized vision of national culture. Thainess is reflected not only in the promotion of local traditions and practices but also in the narrative of an authentic and harmonious Thailand, where historical heritage and religious beliefs play a key role in shaping national identity (Farely, 2016; Nilsen, 2012).

It is important to note that Thailand, known as the “Land of the Free” (*Meuang Thai* or *Prathet Thai*), emerged in the 1930s as the successor state to the Kingdom of Siam. This period was marked by nationalist tendencies that led to a top-down “Thaification” of national life, reflecting the country's hierarchical structure, politically and morally guided by the monarchy and court society. The belief that being Thai and sharing Thainess (*Kwam Pen Thai*) is distinctive and exceptional stems primarily from Thailand's unique status as the only Southeast Asian nation never colonized by European powers. Over time, this belief has been reinforced by national

pride in belonging to a superior civilization, founded on obedience, loyalty, respect for hierarchy, as well as cuisine, language, sports, health, and etiquette.

According to anthropologist Pinkawe Launggamsri, Thainess represents the collective identity of the Thai people based on three political and cultural pillars: language, Buddhism, and the monarchy (Farrelly, 2016, p. 332). This trinity – nation, religion, and king (*Chat, Sasana, Phramahaksat*) (Fig. 1) – reflects a paternalistic ideology in which the king acts as the political and spiritual father of the nation, responsible for creating “moral citizens” based on the Buddhist path (*Whiti Put*), which is equated with the Thai path (Whit Thai) to happiness and good governance. This ideology holds that, regardless of circumstances, Thailand is inherently good (*Muang Thai ni dee*).

Fig. 1 - Images of Thai identity in a Moken school in the Surin Islands



Source: image of the authors, February 2024

In a nation that has oscillated between authoritarianism and democracy over the decades, the notion of Thainess has been constantly reinterpreted and adapted to the historical needs, often marked by significant contradictions. Today, the Land of the Thai or Tai (depending on the political or ethnic connotation) reflects a considerable geographic and cultural diversity. This includes various indigenous ethnic groups, long-term immigrant com-

munities, historical refugees, nomadic populations, semi-permanent tourists, and digital nomads. These groups are represented in the permanent Decoding Thainess exhibition at the Museum of Siam in Bangkok.

Through Thainess, the state has used tourism as a political tool to strengthen and promote a unified and idealized national culture. As a result, it is not only reflected in the promotion of local traditions but also in the narrative of an authentic, harmonious Thailand, where historical and religious elements play a defining role in national identity. However, the idealized notion of Thainess inevitably encounters deviations from traditional standards. They emerge in through bottom-up counter-narratives that deconstruct conservative cultural and social norms (in terms of dress, cuisine, and customs). Additionally, linguistic, religious, and ethnic diversity often struggles to integrate into a political and cultural system that resists recognizing diversity as a positive value, viewing it instead as a deviation from the karmic order, which aligns societal happiness and tranquillity with obedience to hierarchical, monarchical, and patriarchal Buddhist precepts.

The category of *glum noi* signifies minorities, but primarily in religious terms (Muslims, Animists, Christians), alongside unofficial categories such as *farang* (Persians/Europeans), *kheak* (Indian subcontinent immigrants and Malay Muslims), and *jin* (Chinese immigrants from the Jin dynasty). In the case of sea nomads, their integration is framed through the category of *chom glum noi* (animists), without acknowledgment of their lifestyle or existence in the Museum of Siam's permanent exhibition.

In this context, tourism intersects with conflicts between public and private actors over the control and exploitation of natural resources. The state promotes infrastructure development, attracts tourists, and protects the environment as part of the national heritage. Thainess remains central to international tourism promotion, reinforcing the national image and associated values. However, marginalized minorities and those who do not fit into the national Thainess framework are politically and culturally excluded, often re-emerging as secondary elements for tourist consumption. In essence, those who cannot “become Thai” may instead become commodities for tourism, or in the worst cases, remain invisible (Sattayanurak, 2023).

This identity construction process is not without contradictions, not to mention the challenges posed by mass tourism, such as beach erosion and coral reef degradation. Overcrowding in some destinations has raised concerns about the sector's sustainability. In response, the Thai government has implemented sustainable tourism policies, including the temporary closure of islands and marine parks to allow ecosystem recovery. Some of these policies directly impact the communities studied in our research.

4. The Moken of the Surin Islands

The Moken of the Surin Islands live in northern Thailand, 70 kms from the coast, on Ko Surin Tai, the first island beyond the border with Myanmar. Separating the two countries is the Mu Ko Surin National Park, whose boundaries represent the maritime frontier (Fig. 2).

Access to the national park is challenging unless one joins tourist companies, which typically offer pre-scheduled tours without opportunities to freely explore the Ko Surin area, which remains under strict government control. Staying on the islands for more than two days is impossible for tourists. However, our research team was able to extend our stay through affiliation with the “Sacred Sea” research project, in collaboration with the Adriatic Research Unit of the University of Teramo and Chulalongkorn University in Bangkok. This partnership enabled us to obtain permission from the Thai government to spend ten days inside the national park. We entered the park through the Sabina Operator group, whose speedboat is the only one making a daily trip to the islands from the port of Kuraburi.

Fig. 2 - Local tourist map of the Surin Islands showing snorkeling destinations



Source: collected on site by the authors in February 2024

Specifically, we stayed on Ko Surin Nuea, while the Moken community, known as Ao Bon Yai Village or Morgan, is located on Ko Surin Tai. To reach it, we crossed a stretch of sea via a longtail boat, typically owned by the Moken, who regularly transport tourists or park staff between islands. Only the Moken live on Ko Surin Tai, which lacks internet and mobile phone coverage, except for a radio station at the school.

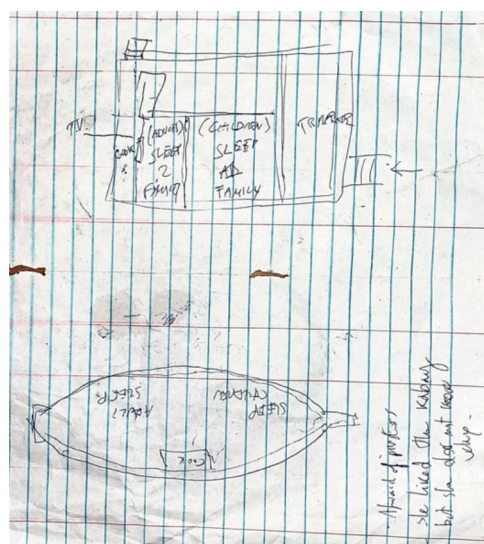
The research protocol involved visiting the village twice a day to conduct twenty-one semi-structured interviews (using photo-stimuli) in Morgan, nine interviews with key informants working within the park, six cognitive maps (Lynch maps), and daily photographic documentation resulting in about one hundred photos, twenty of which were taken by the Moken. Additionally, twenty-two drawings were created by children in the community. When developing Lynch maps, a significant challenge emerged: the Moken's spatial knowledge is experiential rather than cartographic. They do not typically draw maps, relying instead on direct experience to navigate their environment. In most cases, we sketched the islands, and interviewees later marked reference points on these depictions.

Another bias factor into the research was the tight control by the park authority over Ko Surin. From the moment we were identified as a foreign investigative group accredited by government agencies, we were assigned a local ranger as our liaison. This ranger accompanied us during our movements and acted as a translator. His presence facilitated navigation within the community and helped locate interviewees (the Moken rarely refuse interactions with rangers, who are familiar with all long-term residents of Morgan). However, the presence of an institutional figure representing authority sometimes inhibited open responses. In certain cases, interviewees explicitly mentioned this constraint when possible.

The village, expanding due to migration from Myanmar, was structured during our stay into four rows of houses, divided into two groups separated by a few meters. In this open space, there is a *lobòn*, a wooden structure representing ancestors, akin to a totem. Two large trees, surrounded by stalls for tourists, stand nearby, along with an exhibition showcasing Moken customs and history for temporary visitors. On the left side of this area, new populations from Myanmar are settling, with fifteen wooden houses. On the right side, there are sixty-two houses arranged in four rows, the first and largest of which faces the sea. At the end of these rows, there is a small field, grassy areas, and a primary school, the only educational facility on the Surin Islands. Behind the houses, piles of waste accumulate, extending to some surrounding areas. Paths such as Chock Madah traverse the forest, connecting different parts of the island. Following the 2007 tsunami, the Morgan village is the only inhabited area on Ko Surin Tai.

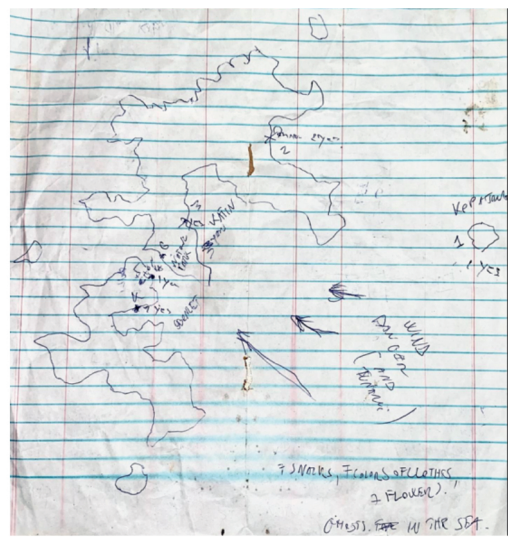
Ethnographic research and interviews revealed that the interplay between socio-spatial transitions between land and sea has led to unique outcomes. The impact of mass tourism, though limited to day visitors taking breaks from snorkelling, has triggered a process of indigenization among the Moken (further amplified by media representations). Morgan village resembles a human zoo, where tourists in swimwear wander freely, invading private spaces, taking photos, and occasionally purchasing jewellery and crafts made by the Moken. While the Moken do not resent tourism, as it generates income (as specified in many interviews), many experience discomfort with this commodification, feeling like museum exhibits rather than citizens. It seems that they, like Thailand’s natural heritage, are considered part of the country’s treasures rather than its populace. This sentiment was reinforced by the ranger accompanying us, who frequently made comments such as, «Do you think the trees or the Moken are more important?», «Thailand was here before the Moken», «The Moken cannot have dogs because they conflict with the monkeys that are part of the national park», and «The Moken used to fish turtles, but now they cannot because the turtles belong to the national park (the Moken or the turtles? Editor’s note)». He also remarked, «You can ask them questions, but don’t expect much because, you know... they don’t think».

Fig. 3 - Structure of a kabanga and a Morgan village house



Source: sketches made by Emilio Cocco during an ethnographic interview, February 2024

Fig. 4 - Lynch cognitive map of the Surin Islands



Source: sketch completed by a Moken interviewee assisted by the authors of the chapter

Tourism development has drawn the Moken into the market economy, though not as primary actors. Besides selling crafts, some work for the national park. However, traditional sea-related knowledge and practices are gradually fading as fishing and navigation are increasingly restricted by park regulations. Problems related to waste production, especially plastic, alcohol abuse, and child labor further highlight the critical impacts of tourism on the Moken’s transition between sea and land (Fig. 3 and Fig. 4).

5. The Urak Lawoi of Lipe Island

Ko Lipe is located in southern Thailand, near the border with Malaysia (Fig. 5). Although part of the Tarutao Archipelago, it does not fall within the boundaries of the eponymous national park, which includes the nearby islands of Ko Rawi and Ko Adang. The Urak Lawoi living on Lipe proudly identify themselves as Chao Lay (sea people). Unlike the Surin Islands, Lipe is a fully developed island that hosts many tourists. While access to the Surin Islands National Park is strictly controlled, fishing and boat travel (both speedboats and long-tail boats) are unrestricted in the waters around the smallest island of the Tarutao Archipelago.

During our stay on Lipe, we encountered no restrictions from the national park authorities, with the possibility to move freely and conduct interviews without oversight or control. However, the language barrier became more pronounced. This was partly because, unlike on the Surin Islands, where our role was explicitly defined from the outset, our identity on Ko Lipe remained ambiguous – we were seen as *farang* (Europeans, Caucasian) who were not exactly tourists but also not long-term residents like other Europeans or Americans known to the Chao Lay. This ambiguity made initial encounters with the community challenging. However, by staying at a guesthouse run by Chao Lay, we were able to connect with the local schoolteacher, who introduced us to several interviewees.

Fig. 5 - Local tourist map of Koh Lipe Island



Source: collected on site by the authors in February 2024

We also met a Portuguese woman who has lived on Ko Lipe for twenty years and is well-integrated into the Urak Lawoi community. Accompanied by her, or by presenting ourselves as her friends, we managed to collect twenty-one interviews. When our gatekeeper was present, she often led the interviews, sometimes openly expressing the belief that the Urak Lawoi were not capable of providing adequate answers on their own. Despite this, the interviews were open and informal, using the same techniques as on the Surin Islands, with spontaneous participation and commentary from

various individuals. The process was further facilitated by the fact that almost all Chao Lay speak English. When necessary, they themselves would bring in others to assist with translation, allowing us to conduct interviews using the snowball method, which helped expand our network of contacts.

On Lipe, the Urak Lawoi inhabit four villages, none of which are located on the beach. In the absence of national park oversight, tourist resorts have legally purchased or displaced local populations from their traditional settlements, pushing them further inland.

All Urak Lawoi families, like the Moken, own a boat and generally have more financial resources (Fig. 6 and Fig. 7). Most possess passports and identity cards, unlike many Moken who still hold a “zero card”, an identity document that does not confer full citizenship. However, unlike the Morgan village on the Surin Islands, which sits by the shore, no one on Lipe lives on the beach. In some cases, construction projects have even obstructed the paths leading from villages to the shore. Notably, the expansion of one resort forced children to take a long detour to reach the school, which is located near the water.

There is no strict ranger presence or military/police confinement on Lipe, but tourist development and excessive construction have deprived the Chao Lay of maritime space and resources. The lack of environmental protection laws has simultaneously enabled the Chao Lay to become active participants in tourism, with some even becoming entrepreneurs. Villages have merged with recreational and hospitality businesses. The island is home to educational and healthcare facilities (including a clinic and hospital) that are absent on the Surin Islands. Educational programs on Lipe also recognize Urak Lawoi identity, incorporating studies of their history and traditions into the curriculum.

Pollution and waste management are growing concerns on Lipe, particularly in relation to marine areas. The heavy presence of beachfront resort without wastewater treatment or waste disposal systems sometimes renders Lipe’s waters unsuitable for swimming, in stark contrast to the crystal-clear waters of the surrounding archipelago.

According to the Urak Lawoi, the quantity of fish has noticeably declined over time. Additionally, access to potable water becomes problematic during peak tourist seasons. On several occasions, it was reported that the goods used by the Urak Lawoi community were nearly depleted due to the high consumption by nearby resorts.

sociology should focus on the processes of territorialization and maritime governance, interpreting the sea through the dialectic between the striated forms of capitalist societies and the smooth spaces of the oceans.

From this perspective, maritime and ocean sociology can also contribute to the debate on the confinement and control of physical and social spaces. Expanding on the ideas of Steinberg and Hannigan, we can affirm that the construction of modern nation-states entails a radical “terrestrialization” of maritime social relations (commerce, migration, exploration, fishing, transport, etc.). The development of land-based infrastructure and the concentration of capital and population on land support the creation of the cultural and territorial exclusivity that characterizes modern, continental nation-states (Ballinger, 2007). At the same time, the “modern turn” marks the “elocation” of global society to the oceans, which become spaces of circulation, political conflict, and identity formation. As a result, the ocean infiltrates terrestrial society, transforming national space into a fluid social and material context from which social islands (Pitt, 1980), enclaves, and archipelagos (Petti, 1997) emerge, surrounded by “liquid territories” – confined by their association with the culturally homogenous space of the nation (Cocco, Dimpfelmeier, 2016).

In the same vein, discussing the Mediterranean Sea and its relation with Europe, Stefano Boeri describes maritime space as a stage where «an increasing number of networked channels transport stable flows of goods and people» (Boeri, 2006, p. 51). This author argues that Mediterranean populations remain trapped in these channels, forced to adopt predefined, rigid, and exclusive identities: the fisherman, the illegal immigrant, the soldier, the sailor, the tourist. Each of these roles imposes restrictions on maritime mobility to the point that «the fact that the sea is traversed at different levels and times of day by mutually invisible individuals leads us to conclude that the Mediterranean is “solidifying”» (*ibidem*).

From the perspective of maritime and oceanic sociology – which this chapter aims to integrate – it is essential to investigate the symbolic exchanges and semantic inversions between land and sea, revealing the ideological nature of the land/sea distinction. This approach aligns with the “blue turn” (Cocco, Diodati, 2024), a shift that has influenced various interdisciplinary fields (Deloughrey, 2017; Helmreich, 2018; Peters, Steinberg, 2019) and, while originating in North America, has found interesting parallels other world regions (Janiszewski, Sosnowski, 1984; Bryniewicz, 2004; Wang, 2006; Ning'er 2011; Brugidou, Clouette 2018; Kim, 2022; Grasmeyer, Kolodziej-Durnas, Sowa, 2022; Domergue, 2023). This shift has sparked a rich debate on the relation between the sea and society and

it finds particularly fertile ground in Southeast Asia, where the maritime dimension plays a crucial role (Rhoads, 2023; Cheva-Isarakul, Sperfeldt, 2023; Hoogervorst, 2012). The diverse coastal and insular contexts highlight the conflict between public and private development interests, mediated by environmental protection institutions and the traditional lifestyles of indigenous communities, including sea nomads (Ivanoff, 2002; Arunotai, 2007, 2012; Suzuki, 2018). Similarly, the Mediterranean region exhibits comparable geopolitical and geo-economic characteristics, with overlapping social dynamics involving divergent and often conflicting interests (Cassano, 2005; Horden, Purcell, 2010; Braudel, 2017; Matvejevic, 2020). Issues related to the fate of traditional maritime communities, such as small-scale fisheries, intersect with concerns about illegal immigration, human trafficking, policing, and NGO activities. These intersections often reveal a logic of control and surveillance governed by prohibitive codes that play a vital role in frontier regions.

In maritime border areas such as the Mediterranean and the Andaman Sea, boundaries are crucial variables in the competition between private economic interests and security measures aimed at protecting populations in a biopolitical sense (Battaile, 1933; Foucault, 1994; Agamben, 1995). Consider the plight of migrants who arrive and are placed in bureaucratic limbo, like the sea nomads of Thailand, often referred to as “Stateless at Sea” (Human Right’s Watch, 2015) or the struggles of small-scale fishing communities, caught between the pressures of tourism, large corporations, and environmental conservation interests – the latter often overlapping with political and cultural hegemonies promoted by economically dominant groups (Bennet, Govan, Satterfield, 2015).

In this context, tourism plays a pivotal role in both decision-making and impact, and a global approach to these issues – through the lens of sociology “with” the sea – offers a highly relevant framework for understanding these dynamics.

References

- Agamben G. (1995), *Homo Sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Einaudi, Torino.
- Ajomo M.A. (1973), “Third world expectations”, in Churchill R., Simonds K.R., Welch J., *New directions in the law of the sea - Collected Papers*, 3.
- Aresu A. (2006), *Filosofia della navigazione*, Bompiani, Milano.
- Arunotai N. (2007), *Moken traditional knowledge: an unrecognised form of natural resources management and conservation*, «International Social Science Journal», 58, pp. 139-150.

- Arunotai N. (2012), *Hopeless at Sea, Landless on Shore: Contextually the Sea Nomads' Dilemma in Thailand*, «AAS Working Papers in Social Anthropology», 31 (1), pp. 1-27.
- Baldacchino G. (2010), *Island Enclaves. Offshoring, Creative Governance and Subnational Island Jurisdictions*, McGill-Queen's University Press, Montreal.
- Ballinger P. (2007), "La frantumazione dello spazio adriatico", in Cocco E., Minardi E. (a cura di), *Immaginare l'Adriatico. Contributi alla riscoperta sociale di uno spazio di frontiera*, FrancoAngeli, Milano.
- Battaile G. (1933), *La Structure Psychologique du Fascisme*, «La Critique Sociale», 10, text available on: www.pileface.com/sollers/pdf/structure-psy-fascisme.pdf, visit date: 20/01/2025.
- Bennett N.J., Govan H., Satterfield T. (2015), *Ocean grabbing*, «Marine Policy», 57, pp. 61-68.
- Blais H., Deprest F. (2012), *The Mediterranean, a territory between France and Colonial Algeria: imperial constructions*, «European Review of History: Revue européenne d'histoire», 19 (1), pp. 33-57.
- Boeri S. (2006), "Liquid Europe, Solid Sea", in de With W. (ed.), *Territories. Builders, Warriors and other Mythologies*, KunstWerke, Berlin.
- Braudel F. (2017), *Il Mediterraneo. Lo spazio, la storia, gli uomini, le tradizioni*, Bompiani, Milano.
- Brugidou J., Clouette F. (2018), *AnthropOcean: Oceanic perspectives and cephalopodic imaginaries moving beyond land-centric ecologies*, «Social Science Information», 57 (3), pp. 359-385.
- Cassano F. (2005), *Il pensiero meridiano*, Laterza, Roma-Bari.
- Cheva-Isarakul J., Sperfeldt C. (2023), *Citizenship and statelessness among mobile maritime populations: the case of the Moken in Thailand*, «Citizenship Studies», 27 (4), pp. 530-547.
- Cocco E., Dimpfelmeier F. (2016), *I confini nel mare*, L'Harmattan Italia, Torino.
- Cocco E., Diodati E. (2024), *Ripensare la Ocean Governance. La gestione degli spazi marittimi nella prospettiva della sociologia blu*, «Rivista trimestrale di scienze dell'amministrazione», 1 (1), pp. 1-28.
- Cohen E.H. (2008), *Explorations in Thai Tourism. Collected Case Studies*, Emerald, Bingley.
- Costello M.J., Ballantine B. (2015), *Biodiversity conservation should focus on no-take Marine Reserves*, «Science & Society», 30, pp. 507-509.
- Deleuze G., Guattari F. (1987), "Theories on smooth and striated spaces", in Deleuze G., Guattari F., *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Deloughrey E. (2017), *Submarine futures of the Anthropocene*, «Comparative Literature», 69 (1), pp. 32-44.
- Domergue S. (2023), *La maritimization, regard croisé*, «Études caribéennes», 55, text available at: <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/27009>, visit date: 10/01/2025.
- Egede E. (2019), "Law of the sea", in Marlin-Bennett R. (ed.), *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*, Oxford University Press, Oxford.
- Farinelli F. (2007), *L'invenzione della Terra*, Sellerio, Palermo.

- Farrelly N. (2016), *Being Thai: A Narrow Identity in a Wide World*, «Southeast Asian Affairs», pp. 331-344.
- Foucault M. (1994), *Eterotopia: luoghi e non-luoghi metropolitani*, Mimesis, Milano.
- Gray N.J. (2017), *Human Dimensions of Large-scale Marine Protected Areas: Advancing Research and Practice*, «Coastal Management», 45 (6), pp. 407-415.
- Gillis J.R. (2004), *Islands of the Mind*, Palgrave Macmillan, New York.
- Gillis J.R. (2014), *Island Studies*, «Island Studies Journal», 9 (1), pp. 155-166.
- Grasmeier M.C., Kolodziej-Durnas A., Sowa F. (2022), *Maritime Space and Society*, Brill, Leiden.
- Hannigan J. (2017), *Toward a Sociology of Oceans*, «Canadian Review of Sociology», 1, pp. 8-27.
- Hau'ofa E. (1994), «Our Sea of Islands», in *The Contemporary Pacific*, VI (1), pp. 147-161.
- Hau'ofa E. (1998), *The Ocean in Us*, «The Contemporary Pacific», 10 (2), pp. 391-410.
- Helmreich S. (2018), *Massive Movie Waves and the Anthropic Ocean*, «Social Science Information», 57 (3), pp. 494-521.
- Henkel R., Henkel P., Agrusa W., Agrusa J., Tanner J. (2006), *Thailand as a tourist destination: Perceptions of international visitors and Thai residents*, «Asia Pacific Journal of Tourism Research», 11 (3), pp. 269-287.
- Hinshiranan N. (2000), *We the Sea People*, Chulalongkorn University, Bangkok.
- Hoogervorst T.G. (2012), *Ethnicity and Aquatic Lifestyle: Exploring Southeast Asia's past and present Seascapes*, «Water History», 4 (3), pp. 245-265.
- Horden P., Purcell N. (2010), *The Corrupting Sea: A Study of Mediterranean History*, Blackwell, Oxford.
- Human Right's Watch (2015), *Stateless at Sea. The Moken of Burma and Thailand*, text available at: www.hrw.org/report/2015/06/25/stateless-sea/moken-burma-and-thailand, visit date: 13/01/2025.
- Ivanoff J. (2002), *Rings of Coral: Moken Folktales*, White Lotus, Huai Yai.
- Janiszewski L., Sosnowski A. (1984), *Socjologia morska. Wybór zagadnień*, Zakład Narodowy im Ossolinskich, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź.
- Janiszewski L. (1994), *Morze i społeczeństwo. Ogólny zarys teorii marynizacji*, «Roczniki Socjologii Morskiej/Annals of Marine Sociology», IX, pp. 7-24.
- Jolly M. (2007), *Imagining Oceania: Indigenous and Foreign Representations of a Sea of Islands*, «Contemporary Pacific», 19 (2), pp. 508-545.
- Kim S.K. (2022), «Toward an Ocean of Hybridisation: East Asian Connections», in Kolodziej-Durnas A., Sowa F., Grassmeier M.C. (eds.), *Maritime Space and Society*, Brill, Leiden.
- Kontogergopoulos N. (1998), *Tourism in Thailand: Patterns, Trends and Limitations*, «Pacific Tourism Review», 2, pp. 225-238.
- Lambert D., Martins L., Ogborn M. (2006), *Currents, Visions, and Voyages: Historical Geographies of the Sea*, «Journal of Historical Geography», 32 (3), pp. 479-493.

- McDowall S., Wang Y. (2009), *An Analysis of International Tourism Development in Thailand: 1994-2007*, «Asia Pacific Journal of Tourism Research», 14 (4), pp. 351-370.
- Matvejevic P. (2020), *Breviario mediterraneo*, Garzanti, Milano.
- Nilsen M. (2012), *Negotiating Thainess: Religious and National Identities in Thailand's Southern Conflict*, Centre for Theology and Religious Studies, Lund University.
- Ning'er S. (2011), *Emerging Research in Marine Sociology in China*, «Labour and Management in Development Journal», 134, 104777, text available at: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308597X21003882, visit date: 15/02/2025.
- Peters K., Steinberg P.E. (2019), *The Ocean in Excess: Towards a More-than-wet Ontology*, «Dialogues in Human Geography», 9 (3), pp. 293-307.
- Petti A. (1997), *Arcipelaghi e enclave. Architettura dell'ordinamento spaziale contemporaneo*, Mondadori, Milano.
- Pitt D. (1980), *Sociology, Islands and Boundaries*, «World Development», 8, pp. 1051-1059.
- Rhoads E.L. (2023), *Citizenship Denied, Deferred and Assumed: A Legal History of Racialized Citizenship in Myanmar*, «Citizenship Studies», 27 (1), pp. 38-58.
- Rembe N.S. (1980), *Africa and the International Law of the Sea: A Study of the Contribution of the African States to the Third United Nations Conference on the Law of the Sea*, Martinus Nijhoff, Amsterdam.
- Robinson D.F., Drozdowski D. (2016), *Hybrid Identities: Juxtaposing Multiple Identities against the "Authentic" Moken*, «Identities. Global Studies in Culture and Power», 23 (5), pp. 536-554.
- Sattayanurak S. (2023), *The Thai Middle Class and the Dynamics and Power of Conservative Ideology in Thai Society and Politics*, «Southeast Asian Studies», 12 (Supplementary Issue), pp. 43-104.
- Scott J.C. (2009), *The Art of Not Being Governed: An Anarchist History of Upland Southeast Asia*, Yale University Press, New Haven.
- Skladany M., Belton B., Clausen R. (2005), *Out of Sight & Out of Mind: A New Oceanic Imperialism*, «Monthly Review», 56, pp. 14-24.
- Steinberg P.E. (2001), *The Social Construction of Ocean Spaces*, Cambridge University Press, Cambridge UK.
- Suzuki Y. (2018), *Sea People in Transition: Change in Moken Identity after the 2004 Indian Ocean Tsunami*, «Proceedings of the 13th International Conference on Thai Studies», pp. 1820-1830.
- Verschuur X. (2019), *The Impact of Tourism on the Livelihood Strategies of the Moken "Sea Gypsies"*, Wageningen University (M.A. Thesis in International Development Studies).
- Widener P. (2018), *Coastal People Dispute Offshore Oil Exploration: Toward a Study of Embedded Seascapes, Submersible Knowledge, Sacrifice, and Marine Justice*, «Environmental Sociology», 4, pp. 405-418.
- Wang S. (2006), *Sociological Interpretation on Marine Environmental Problems*, «Studies in Dialectics of Nature», 8, pp. 4-6.

Sezione 6

*“Tracce di futuro”:
nuove sfide per il rilancio delle Aree Interne*

22. Il modello del Community Hub: una potenziale opportunità di sviluppo per le Aree Interne

di Caterina De Benedictis, Silvia Scarafoni, Jacopo Sforzi

Introduzione

Le aree interne italiane coprono circa il 60% del territorio nazionale e ospitano circa il 22% della popolazione. Questi territori sono caratterizzati da un'elevata fragilità demografica, un limitato accesso ai servizi essenziali e una scarsa capacità di attrarre investimenti e risorse. La politica ha riconosciuto la necessità di interventi mirati per queste aree, come ad esempio la Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), orientata a migliorare la qualità di vita in questi territori. Tuttavia, nonostante gli sforzi istituzionali e i dati in leggero miglioramento (Membretti *et al.*, 2023), la capacità delle aree interne di attrarre e trattenere popolazione resta una sfida aperta.

Negli ultimi decenni, il progressivo abbandono delle aree rurali in Italia ha portato a una serie di dinamiche socioeconomiche allarmanti, come il declino demografico, l'invecchiamento della popolazione e la diminuzione delle opportunità lavorative. Questo fenomeno si lega a una storica condizione di marginalità, che queste aree hanno sofferto a causa della loro distanza dai principali centri di offerta di servizi essenziali, quali istruzione, sanità e mobilità (Barca, Casavola, Lucatelli, 2014). Il risultato è un impoverimento sia economico che culturale, in particolare per le nuove generazioni, che tendono ad abbandonare queste zone in cerca di migliori prospettive di vita nelle aree urbane (Openpolis, 2023).

In questo contesto di declino, accanto alle numerose progettualità dal basso sviluppatesi dal desiderio delle comunità locali di sperimentare soluzioni innovative di sviluppo, si è assistito, a partire dagli anni successivi alla crisi economica del 2007-2008, all'emergere di numerose forme di auto-organizzazione delle comunità locali. Queste iniziative – nuove sia negli aspetti organizzativi e negli ambiti di intervento sia nel modo in cui cercano di coinvolgere non singole categorie ma la società civile nel suo

complesso – nascono con l’obiettivo di fornire risposte alternative ai bisogni locali. Tra queste esperienze, la ricerca Euricse ha identificato quelle che definisce come comunità intraprendenti, cioè «tutte quelle pratiche di trasformazione sociale frutto di processi di organizzazione dal basso attuati da gruppi di persone o organizzazioni che si attivano all’interno del proprio territorio per sperimentare collettivamente soluzioni innovative di sviluppo socio-economico» (Euricse, 2022, p. 9). Sono stati individuati vari tipi di comunità intraprendenti (imprese di comunità, community hub, portinerie di quartiere, empori solidali, food coop, CSA, patti di collaborazione, comunità energetiche) che, pur diversi per le tematiche di cui si occupano, i contesti in cui operano e le modalità in cui si sviluppano – condividono tre elementi fondamentali: i) sono risultato di un processo di auto-organizzazione della comunità (o parte di essa) (*auto-organizzazione*); ii) migliorano la sostenibilità sociale ed economica della comunità locali nelle quali nascono e operano, e non solo dei soci dell’organizzazione (*beneficio comunitario*); iii) si basano sulla partecipazione attiva di (potenzialmente) tutti i membri della comunità, senza nessun tipo di esclusione, coinvolgendo i soggetti interessati nella gestione dell’organizzazione e/o nel finanziamento e realizzazione delle sue attività (*partecipazione comunitaria*). In sintesi, rappresentano modelli di innovazione sociale (Murray et al., 2010; European Commission, 2013) in grado di generare opportunità di sviluppo attraverso il coinvolgimento attivo delle persone che vivono in questi territori.

Tra le varie forme di comunità intraprendenti, alcune si caratterizzano per una natura maggiormente imprenditoriale (come le imprese di comunità), orientata a creare contemporaneamente valore sociale ed economico, mentre altre sono più orientate al “prendersi cura” del proprio territorio e dei suoi abitanti, tramite percorsi di aggregazione e socialità (come i community hub).

Partendo da queste premesse, il presente lavoro si propone di indagare le potenzialità dei *Community Hub* come strumento per contribuire all’avvio di nuovi percorsi di sviluppo locale grazie alla loro capacità di aggregare differenti risorse materiali e immateriali (Euricse, 2024). Da un lato, essi utilizzano risorse materiali (immobili abbandonati o sottoutilizzati, patrimonio storico-ambientale, infrastrutture, ecc.) per avviare attività, progetti e servizi per la comunità. Dall’altro, valorizzano risorse immateriali (conoscenze tacite e codificate, accesso a nuove informazioni, reti di relazioni interne/esterne della comunità, ecc.) attraverso il coinvolgimento attivo dei giovani, l’ascolto della comunità, la co-progettazione e la creazione di percorsi di gestione aperti a tutti i membri (persone fisiche e giuridiche) della comunità.

Grazie a questa duplice capacità di agire sul piano fisico e sociale, i community hub non solo offrono nuovi servizi per la comunità e opportunità di lavoro, ma possono anche innescare processi di valorizzazione del capitale territoriale (Camagni, 2008) e promuovere l'empowerment della popolazione locale (Pigg, 2002).

Attraverso un'analisi qualitativa basata su interviste semi-strutturate e un caso studio approfondito, si cercherà di comprendere come questi spazi possano contribuire alla creazione di nuove forme di socialità, lavoro e coesione territoriale. Il caso del Dolomiti Hub, unico Community Hub situato in un'area interna, offrirà l'occasione di esplorare le opportunità che questi modelli possono generare in questi territori e le sfide nell'implementarli.

1. I Community Hub: cosa sono e cosa fanno

Facendo riferimento alla ricerca Nuvap (2023), i Community Hub sono definiti come “spazi di comunità”, ovvero esperienze che, attraverso il riuso di spazi abbandonati o sottoutilizzati, innescano processi di rigenerazione tanto urbana quanto sociale, configurandosi come veri e propri servizi di welfare territoriale.

I Community Hub si caratterizzano per la loro capacità di raccogliere al loro interno attività, servizi e soggetti eterogenei, offrendo un ventaglio molto ampio di opportunità di inclusione, aggregazione e socializzazione alla popolazione locale. Oltre a combinare al loro interno diverse funzioni, risultano modelli altamente flessibili, capaci di adattarsi alle esigenze mutevoli dei contesti in cui operano, proprio grazie alla partecipazione della comunità locale alla gestione dei suoi spazi e delle attività. Operano quindi in un'ottica di co-creazione e abilitazione di progettualità (Euricse, 2022), ovvero di supporto e stimolo alla nascita e allo sviluppo di iniziative locali per incrementare capacità e coesione sociale (Alteri, 2021). In questo senso, i community hub appaiono come luoghi multifunzionali a servizio della comunità, che offrono e producono servizi di prossimità non solo “per” la comunità, ma soprattutto “con” la comunità (Locality, 2016).

Grazie alla loro capacità di coinvolgimento attivo e di dialogo con i vari attori locali (enti pubblici, privati, del Terzo Settore e singoli cittadini), i Community Hub riescono a innescare iniziative integrate di rigenerazione urbana (Calvaresi, 2018), in cui i servizi e le attività sono costruite per rispondere ai bisogni specifici delle rispettive comunità locali. Non si limitano però a promuovere la rigenerazione urbana come trasformazione fisica e spaziale della città, ma contribuiscono attivamente anche alla rigenerazione sociale, culturale ed economica dei luoghi in cui operano. Questo progres-

sivo avvicinamento tra rigenerazione urbana e rigenerazione sociale, come evidenziato in altri studi sulla rigenerazione urbana (Galdini, 2008), ha portato a un ripensamento dello spazio pubblico, concretizzandosi nella nascita di nuovi spazi abilitanti, ovvero spazi capaci «di raggiungere una pluralità di obiettivi che sembrano sempre più necessari per le nostre città contemporanee: favorire l'inclusione sociale, rafforzare la fiducia e il capitale sociale, promuovere cittadinanza attiva e capacitazione, favorire la creazione di reti di prossimità territoriale, promuovere la cura e la responsabilità verso il territorio» (Cancellieri, 2019, p. 121).

I Community Hub, in questo contesto, si propongono come attori capaci di trovare nuove risposte imprenditoriali ai bisogni delle comunità e alle sfide dello sviluppo (Euricse, 2022). Nello specifico, attraverso la valorizzazione di risorse condivise e la costruzione di relazioni comunitarie, i community hub si pongono come realtà capaci di promuovere modelli di sviluppo economico e sociale inclusivi, contribuendo, come ad esempio le imprese sociali, «ad individuare il rapporto adeguato tra l'uso dello spazio da un lato, e lo stile di vita, le identità, i bisogni, e l'economia di una comunità, dall'altro» (Sacchetti, 2015, p. 63).

I Community Hub possono essere, quindi, considerati come degli “attivatori sociali” e promotori di processi di rigenerazione community-led, nei quali elaborare «istanze collettive, capaci di produrre e orientare le opzioni di cambiamento» (Avanzi *et al.*, 2016, p. 44). Diventano quindi «porti urbani da cui partire per una nuova navigazione» (Calvaresi, Lazzarino, 2018b, p. 92), orientata a un nuovo modo di pensare il welfare e di gestire lo spazio urbano. Essi, infatti, costruiscono «progettualità polisemiche, a cavallo fra gli ambiti dello sviluppo di comunità e della riqualificazione urbana» (Calvaresi, Lazzarino, 2018a, p. 77), assumendo forme e funzioni diverse che spaziano dalla fornitura di servizi di welfare ad attività orientate allo sviluppo d'impresa e alla creazione di lavoro fino a diventare «arene in cui sperimentare e formare la capacità politica “di tutti”» (Cognetti, 2018, p. 55).

1.1. I Community Hub in Italia: una fotografia del fenomeno

Il fenomeno dei Community Hub è in continua espansione in Italia, mostrando una crescita significativa sia in termini numerici (86 nuovi tra il 2021 e il 2023) sia di riconoscimento all'interno delle politiche locali (Euricse, 2024), sebbene la distribuzione sul territorio nazionale sia attualmente disomogenea sia in termini geografici che di aree urbane e rurali (Fig. 1).

Fig. 1 - I Community Hub in Italia: distribuzione regionale a dicembre 2023



Fonte: Sforzi, De Benedictis, Scarafoni, 2024

Dal punto di vista della distribuzione geografica, a dicembre 2023, i Community Hub risultano presenti prevalentemente nel Nord (71,7%), meno nel Sud e nelle Isole (20,8%) e ancor meno nel Centro (7,5%) (Sforzi, De Benedictis, Scarafoni, 2024). Per quanto riguarda, invece, la distribuzione tra aree urbane e rurali, si evince come la quasi totalità delle esperienze sul territorio nazionale si collochi tra le prime (Euricse, 2022) e, ad oggi, sembra esserci solo un caso in aree rurali: Dolomiti Hub. Le ragioni di questa distribuzione possono essere molteplici, ma la scarsa presenza nelle aree rurali potrebbe essere legata a una tendenzialmente minore densità abitativa e presenza di infrastrutture e servizi (Barca, Casavola, Luca-telli, 2014) rispetto alle aree urbane, che presentano maggiori opportunità di accesso a risorse e reti di collaborazione, fondamentali per il successo dei Community Hub. Tuttavia, considerando l'incremento della capacità delle aree rurali, comprese quelle più periferiche, di essere laboratori di sperimentazione sociale (Carrosio, 2019) dove produrre nuovi modelli di sviluppo, esse possono configurarsi come terreno fertile per l'implementazione di iniziative come i Community Hub.

2. Metodologia

Questo contributo si inserisce in un progetto più ampio condotto da Euricse (2022) sulle Comunità Intraprendenti. Tra le diverse esperienze analizzate, è stato approfondito anche il modello del Community Hub. Nella prima fase della ricerca, per fornire una panoramica sul fenomeno, è stato costruito un database con le principali informazioni sui Community Hub attivi in Italia. In particolare, si è provveduto alla loro definizione, a comprenderne la distribuzione geografica, il periodo di costituzione, le forme giuridiche degli enti gestori, nonché principali settori di attività.

La seconda fase della ricerca ha previsto la realizzazione di 14 interviste semi-strutturate, con l'obiettivo di approfondire alcuni elementi specifici: (i) i modelli di governance e i meccanismi attraverso cui operano; (ii) le modalità e gli strumenti utilizzati per coinvolgere la comunità locale e finanziare le attività; (iii) i fattori contestuali che favoriscono la loro nascita e consolidamento. La richiesta di partecipazione è stata inviata a tutti i community hub mappati dalla ricerca Euricse, ma solo 14 hanno accettato l'intervista. Di conseguenza, la composizione del campione è avvenuta per auto-selezione determinata dalla disponibilità dei rispondenti.

Infine, la terza fase della ricerca è stata dedicata alla realizzazione di 5 studi di caso, volti ad approfondire ulteriormente i temi emersi nella fase precedente ed analizzati utilizzando l'osservazione partecipante e l'intervista semi-strutturata. Queste ultime sono state rivolte non solo ai soggetti gestori degli spazi, ma a tutte le persone che vi ruotano attorno, come volontari e beneficiari dei servizi.

Il presente contributo, attraverso uno studio di caso singolo (Dyer, Wilkins, 1991; Yin, 2003), si focalizza sul Dolomiti Hub che, come si diceva prima, è l'unico Community Hub oggi presente in aree rurali. Lo studio è stato realizzato attraverso l'analisi dei documenti (statuto, rapporti interni, progetti realizzati, social media, ecc.) di Dolomiti Hub e due interviste semi-strutturate della durata di circa un'ora, finalizzate non solo a esplorare il contesto socio-istituzionale del territorio in cui opera, gli obiettivi e le modalità operative ma soprattutto a comprendere le difficoltà e i punti di forza dell'implementazione di tale modello in un'area interna del Veneto.

3. Il caso studio: Dolomiti Hub

Dolomiti Hub è un Community Hub situato a Fonzaso, un piccolo comune montano della provincia di Belluno, nato con l'obiettivo di promuo-

vere innovazione sociale e culturale in un'area afflitta da spopolamento e difficoltà economiche.

L'idea prende forma poco prima dello scoppio della pandemia da Covid-19, in risposta a una serie di riflessioni dei fondatori riguardanti il futuro delle generazioni più giovani in un contesto montano caratterizzato da crescente spopolamento e da un declino nei servizi essenziali. La crisi climatica e la necessità di preservare le aree montane sono stati fattori altrettanto rilevanti nella riflessione iniziale, evidenziando l'importanza di questi territori come presidi ambientali e sociali. Dolomiti Hub nasce, quindi, da una duplice esigenza: da un lato, la volontà di creare nuove opportunità per le generazioni future, dall'altro il desiderio di rigenerare alcuni degli spazi inutilizzati presenti nella regione, come i numerosi capannoni industriali dismessi che caratterizzano il Nord Est italiano. Lo spazio, infatti, si trova all'interno di un opificio industriale – riqualificato proprio da Dolomiti Hub – che si estende per 1400 metri quadrati nella zona industriale di Fonzaso.

Dolomiti Hub non si limita ad offrire spazi fisici per coworking o eventi culturali, ma nel corso del tempo ha sviluppato una gamma di servizi consulenziali, in particolare nella comunicazione e nella rigenerazione urbana. Un esempio è il lavoro recente svolto con una scuola locale, dove Dolomiti Hub ha facilitato un processo partecipato per la rigenerazione di spazi comuni. Inoltre, vengono fornite consulenze ad associazioni su temi come ricerche di mercato e sondaggi, oltre a organizzare campi estivi, cinema per bambini e altri eventi culturali. In sintesi, gli spazi e i servizi offerti all'interno del Community Hub includono un coworking, aule formative, cinema, teatro e aree dedicate alla ristorazione, che rappresentano una componente fondamentale sia per la sostenibilità economica del progetto, rappresentando una delle fonti di finanziamento dell'organizzazione, che per la creazione di spazi di socializzazione rivolti alla comunità.

3.1. La struttura organizzativa

Nello svolgimento delle sue attività, Dolomiti Hub impiega sia professionisti che volontari, i cui talenti sono valorizzati in base alle loro competenze e disponibilità. Si tratta dunque di una struttura organizzativa flessibile, che permette di mantenere vivo – pur nel pieno riconoscimento della difficoltà che questo approccio flessibile comporta – uno spirito collaborativo e dinamico.

Uno dei punti cardine del progetto è stato l'adozione della qualifica di impresa sociale, configurandosi quindi come un «soggetto giuridico privato

e autonomo dalla pubblica amministrazione, che svolge attività produttive secondo criteri imprenditoriali (continuità, sostenibilità, qualità), ma che persegue, a differenza delle imprese convenzionali, una esplicita finalità sociale che si traduce nella produzione di benefici diretti a favore di una intera comunità o di soggetti svantaggiati» (Borzaga, Zandonai, 2009, p. 3).

Questa scelta è stata motivata dall'obiettivo di «coniugare una logica imprenditoriale orientata al profitto con una forte dimensione etica e comunitaria» (Intervista a Dolomiti Hub). L'Hub, infatti, è una APS (Associazione di Promozione Sociale) e una SRL con qualifica di impresa sociale per gestire meglio le risorse e le attività. L'APS facilita il coinvolgimento di volontari e progetti più comunitari e permette di avere all'interno dell'organizzazione un maggior numero di volontari; l'impresa sociale permette di affrontare aspetti pratici, come la gestione del personale o la partecipazione a bandi pubblici, con maggiore flessibilità rispetto a un'associazione. Questa scelta ha permesso di gestire meglio le diverse anime del progetto e di garantirne una sostenibilità economica.

L'organizzazione interna di Dolomiti Hub è volutamente fluida e collaborativa, con un approccio che valorizza la creatività e la partecipazione dei membri della comunità, pur mantenendo una struttura solida e ben definita.

3.2. Il volontariato e il coinvolgimento della comunità locale

L'evoluzione del volontariato all'interno di Dolomiti Hub ha subito un cambiamento significativo. Se nei primi tempi l'energia era focalizzata sulla creazione fisica dello spazio e sulla strutturazione del progetto, negli anni il gruppo si è consolidato, con una partecipazione più attiva e orientata alla gestione quotidiana. La costruzione del progetto ha coinvolto diverse figure esperte che hanno fornito suggerimenti su come progettare gli spazi e le attività. Per quanto oggi Dolomiti Hub conti 17 dipendenti, principalmente impiegati nel settore della ristorazione, la partecipazione volontaria rimane un pilastro fondamentale e attorno all'Hub ruotano circa 20 volontari attivi e 50 *hubbers*. Questi includono pensionati, persone impegnate in altre professioni che dedicano il loro tempo libero al progetto, e giovani coinvolti tramite iniziative di servizio civile o stage scolastici.

Oltre a queste persone che collaborano in maniera continuativa, un elemento centrale è il coinvolgimento attivo della comunità locale. Il progetto mira a diventare un «punto di riferimento per tutti i cittadini, indipendentemente dal loro background sociale o culturale» (Intervista a Dolomiti Hub). In particolare, i fondatori sottolineano l'importanza di raggiungere

anche coloro che non frequentano abitualmente i circuiti culturali tradizionali, «come gli operai che vengono a mangiare e che scoprono, in modo informale, le attività culturali proposte» (Intervista a Dolomiti Hub). Basti pensare che tra il 2020 e il 2021, secondo quanto riferito da Dolomiti Hub, è stato realizzato un calendario di 78 attività ed eventi culturali sia in presenza che online (ad esempio, spettacoli teatrali, proiezioni cinematografiche, laboratori per bambini, presentazioni di libri) che sono riusciti a coinvolgere oltre 1.900 persone in presenza e oltre 41.000 persone online.

È questo il punto di forza e, di conseguenza il successo, di Dolomiti Hub: creare legami tra persone e gruppi diversi, dal semplice avventore al partecipante attivo, stimolando una dimensione di cittadinanza attiva inclusiva delle diverse anime che compongono la comunità. Questo processo è supportato da attività di co-progettazione e da partenariati con altri attori locali e nazionali, che rafforzano la dimensione di rete del progetto. Un esempio significativo di questa sinergia è rappresentato dal progetto Sinfonia 50, che prende ispirazione dalla Tempesta Vaia del 2018 e che ha l'obiettivo di stimolare una riflessione profonda sulla sostenibilità e sul cambiamento climatico. Finanziato dal programma Next Generation EU dell'Unione Europea, il progetto coinvolge partner come Legambiente Treviso, Lo Stato dei Luoghi e l'associazione di volontariato Tutti in Campo. La collaborazione tra i diversi attori ha portato all'ideazione di quattro appuntamenti che cercano, attraverso installazioni artistiche, di attivare un dialogo con la comunità locale sui temi della sostenibilità ambientale e della cura del patrimonio montano.

3.3. Limiti e opportunità

La nascita e lo sviluppo del Dolomiti Hub hanno comportato sfide diverse, sia tecniche che relazionali, tipiche di un contesto marginale e caratterizzato da una bassa densità di popolazione. La sfida tecnica principale è stata legata alla rigenerazione e riqualificazione di spazi in un territorio dove

I comuni, spesso piccoli, hanno poche risorse umane e capacità tecniche per affrontare complesse questioni burocratiche o giuridiche (Intervista a Dolomiti Hub).

Dal punto di vista sociale, l'impegno maggiore è stato creare una comunità inclusiva in uno spazio polifunzionale. Poiché l'hub non è solo un luogo per mostre, né solo uno spazio di coworking o un bar (Intervista a Dolomiti Hub).

Inoltre, non si rivolge solamente a specifici target della popolazione; l'obiettivo è sempre stato quello di coinvolgere un'ampia gamma di persone. Tuttavia, in un contesto di bassa densità abitativa, intercettare un pubblico eterogeneo è complesso, soprattutto in un periodo storico in cui le reti di protezione sociale risultano in generale sempre più indebolite (Bauman, 1999). In particolare, il target più complesso da coinvolgere è rappresentato dai giovani, che spesso vivono fuori dal territorio per motivi di studio o lavoro, ma che sono considerati una risorsa importante per la sua vitalità. I giovani non sono solo destinatari di politiche, ma sono considerati veri e propri portatori di cambiamento, energie rinnovabili, esperienze acquisite all'estero, e soggetti attivi che sperimentano e imparano sul campo (Forum Disuguaglianze e Diversità, 2018). La loro presenza, quindi, rappresenta un fattore propulsivo determinante per il dinamismo e lo sviluppo delle comunità locali, e il loro coinvolgimento è essenziale per stimolare una rinnovata vitalità territoriale.

Al contrario, le famiglie e gli anziani rappresentano un pubblico più stabile e numeroso, in particolare i pensionati, che hanno bisogno di essere coinvolti in attività stimolanti dal punto di vista sociale e culturale, così da innescare processi di invecchiamento attivo che favoriscano l'inclusione sociale nel lungo periodo.

Uno degli aspetti che comunque risulta tra i più complessi Hub è la creazione di una comunità partecipativa. Rispetto a un bar o a uno spazio culturale più tradizionale, Dolomiti Hub richiede, infatti, un coinvolgimento attivo da parte dei suoi utenti.

Non si tratta solo di consumare un caffè o partecipare a un evento, ma di entrare in uno spazio che promuove l'interazione e la collaborazione. Questo può risultare difficile in un contesto locale in cui il modello sociale tradizionale, come il classico "bar del paese", è orientato verso l'anonimato e la distanza sociale (Intervista a Dolomiti Hub).

Per quanto Dolomiti Hub si proponga di creare legami e coinvolgere le persone in una logica di sviluppo di comunità (Squillaci, Volterrani, 2021) chiedendo loro un impegno personale e partecipativo, questa dinamica rappresenta una sfida in una piccola comunità dove tutti si conoscono. Il coinvolgimento personale, infatti, può essere visto come un

onere aggiuntivo, con le persone che si sentono osservate o giudicate per la loro partecipazione (o mancanza di essa). Costruire una cultura della partecipazione richiede quindi tempo e pazienza, oltre a un processo di educazione e sensibilizzazione della comunità locale (Intervista a Dolomiti Hub).

Nelle aree rurali, come quella in cui opera Dolomiti Hub, il rischio è organizzare eventi con una partecipazione ridotta, talvolta solo una decina di partecipanti, nonostante l'impegno di settimane nella loro realizzazione.

Ciò richiede una dedizione straordinaria e una capacità di resistenza non comune, qualità che emergono in chi lavora in questi spazi rigenerati. Questa esperienza sottolinea la differenza tra le aree rurali e le grandi città: mentre nelle metropoli le normative possono essere più elastiche, permettendo una maggiore sperimentazione, nelle piccole comunità esiste una maggiore attenzione e sensibilità verso il contesto locale (Intervista a Dolomiti Hub).

Tuttavia, è proprio in questi contesti che può emergere una forte intraprendenza civica, frutto di una progettualità condivisa e di una comunità che si prende cura attivamente del proprio territorio.

Dolomiti Hub non è solo un centro culturale, ma un vero e proprio presidio di resistenza civica (Intervista a Dolomiti Hub).

In un contesto in cui i servizi pubblici spesso non riescono a rispondere alle esigenze della comunità, come evidenziato dalla mancanza di supporto educativo per bambini con bisogni speciali o dall'assenza di servizi estivi, spazi come Dolomiti Hub si pongono come soluzioni integrative, capaci di offrire opportunità e supporto che vanno oltre le attività culturali. Questo approccio, però, pone una sfida strutturale: la difficoltà di rendere sostenibili iniziative che richiedono risorse umane e finanziarie costanti. Un ostacolo incontrato, infatti, è la sostenibilità economica. La ristorazione e altre attività accessorie, come l'organizzazione di eventi culturali, sono vitali per garantire la sopravvivenza del progetto, ma non sempre sufficienti. Lo spazio deve dunque costantemente cercare nuove forme di finanziamento, attraverso bandi pubblici o sponsorizzazioni private.

Dolomiti Hub, attraverso la creazione di uno spazio multifunzionale che ospita attività culturali, sociali e imprenditoriali, ha dimostrato di essere in grado di favorire la nascita di nuovi progetti e reti di collaborazione, con l'obiettivo di intervenire positivamente sulle dinamiche di declino demografico e socio-economico. L'aspetto chiave del suo successo, infatti, è stato il suo approccio flessibile e adattivo. A differenza delle tradizionali politiche di sviluppo che spesso si basano su modelli predefiniti e rigidi, il Community Hub è stato in grado di rispondere in maniera dinamica ai bisogni locali, co-creando soluzioni con i membri della comunità.

Nonostante tutte le difficoltà incontrate, a distanza di cinque anni dalla sua fondazione, Dolomiti Hub ha ottenuto importanti risultati nel creare uno spazio che combina cultura, innovazione sociale e sostenibilità eco-

nomica in un territorio marginale. Sebbene sia ancora presto per valutare l'impatto a lungo termine del progetto, il lavoro di coinvolgimento e di co-progettazione con la comunità locale si sta rivelando fondamentale per la sua riuscita.

In prospettiva, uno degli obiettivi principali di Dolomiti Hub sarà quello di rafforzare la sua rete di collaborazioni a livello regionale e nazionale, aumentando la replicabilità del modello in altre aree rurali d'Italia.

La sfida sarà continuare a mantenere un equilibrio tra sostenibilità economica e impatto sociale, senza compromettere la missione originaria del progetto (Intervista a Dolomiti Hub).

4. Principali risultati emersi

Il caso di Dolomiti Hub offre una visione approfondita sulle dinamiche di rigenerazione nelle aree rurali, dove la combinazione di vincoli istituzionali, limitate risorse economiche e un contesto comunitario fortemente radicato genera un mix unico di sfide e opportunità. Questi spazi rappresentano un modello di resistenza civica e culturale che può contribuire a rilanciare questi territori avviando nuovi percorsi di sviluppo locale, oltre che fungere da esempio per altre realtà simili.

4.1. I Community Hub come potenziali co-produttori di servizi pubblici

Analizzando il caso di Dolomiti Hub e gli obiettivi che si pone, è fondamentale guardare al modello del Community Hub come ad un soggetto collettivo che, in partnership con la pubblica amministrazione, è in grado di offrire servizi di prossimità e risposte più rapide ai bisogni della comunità. Questa capacità di rispondere in maniera flessibile e immediata, a differenza dei tempi più lunghi della macchina amministrativa, può contribuire a colmare il divario tra istituzioni e cittadini, rigenerando non solo degli spazi, ma anche il tessuto sociale del territorio. Attraverso luoghi di interazione sociale con i Community Hub le persone possono acquisire la convinzione di essere protagonisti di una pratica di innovazione, provando a realizzare risposte a domande che non ne hanno trovate altre soddisfacenti, o perché ignorate o per decapacitazione istituzionale (Laino, 2018, p. 98).

Tuttavia, affinché questi hub possano realmente rappresentare una «esperienza di abilitazione sociale» (Calvaresi, Lazzarino, 2018, p. 77) e diventare un motore di empowerment collettivo (Pigg, 2002) e di sviluppo

locale, è fondamentale che vi sia un riconoscimento istituzionale del loro valore e un sostegno strutturale più solido, sia a livello economico che in termini di politiche pubbliche. Infatti, oggi «la sfida riguarda dunque il riconoscimento che la publicness è inerente alle attività erogate dal soggetto che si candida a gestire un Community Hub e non è riferita alla sua natura giuridica» (Calvaresi, Lazzarino, 2018, p. 84).

Un tema chiave emerso riguarda la co-progettazione delle azioni da realizzare sul territorio con tutti i suoi attori, pubblici e privati. Una co-progettazione che, però, deve essere

vista non come una creazione di lobby territoriali o interessi specifici, ma come uno strumento per favorire processi di innovazione e sostenibilità, sia ambientale che sociale (Intervista a Dolomiti Hub).

Secondo Dolomiti Hub, la crisi istituzionale e tecnica che si riscontra oggi potrebbe essere scardinata proprio attraverso la valorizzazione di spazi come il Dolomiti Hub, che

fungono da “aratro”, ossigenando i territori e portando nuova linfa (Intervista a Dolomiti Hub).

I Community Hub, dunque, non sono solo luoghi fisici ma piattaforme di azione collettiva, dove le strategie di gestione degli spazi presenti sul territorio possono essere elaborate e attuate con il coinvolgimento diretto delle comunità. Questo approccio partecipativo non solo aumenta l'efficacia delle politiche territoriali, ma rafforza anche il senso di appartenenza e identità, permettendo agli abitanti di riscoprirsi attori “capaci”, in grado di partecipare al processo di rigenerazione e recupero degli spazi e servizi che appartengono alla dimensione collettiva (Lefebvre, 1970).

4.2. Diventare comunità di luogo

Nel corso del dialogo con Dolomiti Hub, emerge in maniera chiara l'idea del Community Hub come luogo di relazione, interazione e inclusione, un luogo di “scambio” piuttosto che uno spazio riempito di significati e identità condivise. In questo senso, i Community Hub sono «spazi in cui si dà la possibilità dell'alterità radicale e insieme dell'infinita prossimità, indipendentemente dalla condivisione di un valore o di un fondamento» (Pasqui, 2018, p. 25).

Per quanto un territorio possa essere caratterizzato da una bassa densità di popolazione, non sempre è indispensabile puntare sulla formazione di

una comunità fortemente identitaria e omogenea, con il rischio involontario di dare vita a comunità chiuse ed esclusive, rivolte solo a particolari soggetti. Al contrario, i Community Hub, come dimostra il caso analizzato, sono spazi fluidi, aperti e privi di una connotazione specifica, permettendo la circolazione di idee e relazioni senza l'obbligo di appartenenza. Questa apertura si dimostra fondamentale soprattutto in aree rurali dove, proprio a causa di un tessuto sociale spesso frammentato, c'è una maggiore necessità di flessibilità nell'aggregare le diverse risorse sparse sul territorio. I Community Hub, in tal senso, si configurano come luoghi di animazione sociale ove, essendo spesso agiti da una narrazione densa e romantica del territorio (e della comunità), si prova a lavorare tentando di non essere schiacciati dalla pervasiva cultura della prestazione (Chicchi, Simone, 2017).

In sintesi, l'obiettivo, in questo quadro, è generare luoghi che diano la possibilità di stare insieme senza necessariamente essere una comunità nel senso tradizionale del termine, quanto piuttosto una "comunità di luogo", fondata sul fatto che le persone, condividendo lo stesso luogo di vita, scelgono liberamente di cooperare per migliorare la propria qualità di vita.

4.3. L'empowerment collettivo nelle aree rurali

Nonostante l'assenza di servizi fondamentali negli ambiti della sanità, dei trasporti e dell'istruzione, le aree rurali come quella in cui sorge Dolomiti Hub non devono essere percepite come periferiche, ma piuttosto come territori con potenzialità inesprese (Prezioso, 2018), che offrono opportunità per un nuovo tipo di abitabilità futura (Barbera, Cersosimo, De Rossi, 2022). La marginalità, infatti,

non si riferisce tanto a una condizione oggettiva, ma a una percezione data dalla mancanza di attenzione da parte delle istituzioni (Intervista a Dolomiti Hub).

Questa condizione di diversificata marginalità tende spesso a riflettersi anche nelle persone e nella loro percezione di contribuire attivamente ai processi di sviluppo locale. Un'altra funzione cruciale che si trovano a svolgere questi spazi è quella di agire come strumenti per l'empowerment delle persone che compongono la comunità locale. L'attivazione e il coinvolgimento della comunità non avvengono automaticamente e richiedono tempo, sforzo e, soprattutto, alleanze strategiche con attori locali e non.

Il concetto di Community Hub, secondo i gestori di Dolomiti Hub, rappresenta un modello potenzialmente efficace per le aree rurali, proprio

perché riesce a mettere in dialogo attori diversi e a creare un senso di appartenenza che supera le divisioni settoriali. Questi spazi, infatti, non si limitano a offrire attività culturali, ma diventano veri e propri hub sociali, capaci di generare un impatto positivo a lungo termine sulla coesione sociale.

Difatti, favorendo la creazione di spazi di incontro e relazione, il modello del Community Hub riesce a promuovere processi di coesione e inclusione sociale di successo, che a loro volta aumentano i livelli di fiducia, altruismo e reciprocità (Lockwood, 1999), garantendo una maggiore disponibilità della comunità locale a contribuire allo sviluppo del proprio territorio. Grazie alla creazione di processi di democrazia partecipata si riesce così a ricostruire un tessuto sociale in grado di portare avanti pratiche collaborative e di cura del proprio territorio. Il risultato più evidente di questo processo, di cui il Community Hub può sicuramente essere un promotore, è una maggiore capacità – nonché disponibilità – nell'individuare i propri bisogni, e le possibili risposte, in maniera efficace.

Il caso analizzato dimostra inoltre come i Community Hub possano svolgere un ruolo cruciale nel contribuire positivamente allo sviluppo sostenibile delle aree rurali, fornendo una risposta integrata alle sfide ambientali, sociali ed economiche, attraverso la loro capacità di valorizzare il capitale territoriale (Dematteis, Governa, 2005) dei luoghi in cui operano.

Conclusioni

I Community Hub, come evidenzia anche il caso di Dolomiti Hub, rappresentano senza dubbio un'opportunità rilevante non solo per le aree urbane, dove operano quasi esclusivamente, ma anche per le aree rurali, con particolare riguardo a quelle più marginali, soprattutto in un momento in cui le disuguaglianze territoriali e lo spopolamento richiedono nuove soluzioni capaci di rigenerare questi territori, a partire dalle comunità che li vivono, attrarre nuove risorse e avviare nuove opportunità di sviluppo locale. Tuttavia, ci sono ancora alcune sfide che devono essere affrontate per garantire la sostenibilità e il successo di questi progetti.

Sostenibilità economica e gestionale: la creazione e il mantenimento di un Community Hub richiedono risorse finanziarie e competenze gestionali che non sempre sono presenti nelle aree rurali. La dipendenza da finanziamenti pubblici o da progetti temporanei può compromettere la sostenibilità di lungo periodo di questi spazi. In altre parole, affinché i Community Hub possano essere realmente efficaci nel promuovere lo sviluppo e le pratiche di innovazione sociale nei territori considerati marginali, essi devono es-

sere accompagnati da politiche pubbliche che promuovano una maggiore equità territoriale e infrastrutturale.

Limitato impatto scalare: se i Community Hub possono certamente fungere da *booster* di innovazione sociale e inclusione, il loro impatto rischia di essere limitato a livello di replicabilità del modello (*scaling out*) (Riddell, Moore, 2015) se non inserito all'interno di una strategia più ampia di azioni e politiche territoriali orientate in questa direzione. Chiaramente questo non è un processo semplice, poiché se è vero, infatti, che la base per l'efficacia di tali iniziative sembra risiedere nella capacità di stimolare iniziative dal basso e fortemente *context-specific*, è altrettanto rilevante la necessità per i soggetti pubblici di agire al fine di garantire la loro replicabilità temporale e territoriale senza snaturare la loro natura emergente e spontanea (Montanari, Razzoli, Rinaldini, 2019, p. 13). È fondamentale, infatti, tenere a mente che i Community Hub, come trattato all'interno del presente contributo, sono realtà radicate all'interno dei territori di riferimento e configurate su misura rispetto ai bisogni della comunità locale in cui si inseriscono. Pertanto, ciò che serve non è creare un modello unico a livello nazionale – con il rischio di non renderlo poi funzionale alle specificità dei contesti in cui deve operare – ma che le istituzioni pubbliche locali ne riconoscano (e supportino) la valenza e la funzione sociale che essi producono, affinché gli attori locali, interessati ad utilizzare questo strumento per cooperare tra loro e garantire nuovi servizi di prossimità, siano in grado di adattarlo alle specificità e ai bisogni delle loro comunità.

Il rischio della “gentrificazione rurale” (Parsons, 1980). Un ulteriore elemento critico è il rischio che i Community Hub, pur nati con l'obiettivo di rigenerare socialmente ed economicamente le comunità locali, possano finire per attrarre un pubblico esterno di professionisti o creativi che, pur portando nuove risorse, possano in qualche modo alterare l'equilibrio socio-culturale delle aree rurali, avviando processi di gentrificazione che potenzialmente portano «le popolazioni economicamente o socialmente più fragili, all'esclusione materiale – impossibilità di restare o di insediarsi sul territorio a causa dell'aumento dei prezzi del mercato immobiliare – e simbolica – cambiamento dei modi di vivere, dei valori, sentimento di “non essere più al proprio posto”» (Tommasi, 2022, p. 58). Al fine di rendere il processo di gentrificazione un processo di rivitalizzazione, è necessario che sia il percorso di creazione che la gestione quotidiana dei Community Hub – come da definizione stessa del modello – siano processi partecipati e condivisi con le comunità locali di riferimento.

In sintesi, per rendere i Community Hub motori di sviluppo per le aree rurali, è necessario anche ripensare la governance locale, implementando modelli più partecipativi che includano attivamente i residenti nella pia-

nificazione degli interventi di rigenerazione territoriale. In questo senso, i Community Hub si presentano come arene privilegiate per lo sviluppo di pratiche di *commoning*, intese come processi attraverso cui le risorse vengono gestite collettivamente dalla comunità che ne usufruisce, cioè «un verbo e non un sostantivo, che convoca dunque la dimensione non delle cose esistenti, ma dei processi, delle azioni» (Caleo, 2016, pp. 13-14).

Trattandosi di esperienze di auto-organizzazione della comunità, che nascono per rispondere a bisogni locali, con l'obiettivo di rendere la comunità stessa *autosostenibile* (Magnaghi, 2006), è interessante porre l'accento sui processi che consentono di identificare le comunità intraprendenti come vere e proprie pratiche di *commoning*.

Se opportunamente riconosciuti, i Community Hub possono rappresentare un modello efficace al fine di promuovere non solo il riutilizzo condiviso e partecipato di spazi inutilizzati o sottoutilizzati, ma nuove pratiche o strumenti di amministrazione condivisa (Arena, 1997; Arena, Bombardelli, 2022) tra le istituzioni pubbliche e i diversi attori presenti sul territorio. In questo senso, possono fungere da piattaforme che non solo offrono servizi e spazi di socialità ma stimolano la partecipazione attiva della comunità nel co-progettare soluzioni per i problemi locali, rendendo le aree rurali più attrattive e vivibili.

In conclusione, il modello dei Community Hub rappresenta una promettente risposta alle sfide delle aree rurali, ma richiede un quadro di policy che ne favorisca la crescita e l'integrazione nei processi di sviluppo locale. Solo attraverso un'azione coordinata tra attori pubblici e privati, la promozione della partecipazione comunitaria e il rafforzamento delle competenze locali, sarà possibile, da un lato, valorizzare pienamente il potenziale di questi spazi come strumenti di innovazione sociale, rigenerazione territoriale e inclusione nelle aree marginali del Paese e, dall'altro, generare un nuovo senso dei luoghi, promuovendo al tempo stesso processi di attrazione di nuovi abitanti (European Network for Rural Development, 2017) e di *restanza* (Teti, 2022).

Bibliografia

- Alteri M. (2021), *Community Hub: spazi plurali a servizio della comunità e del territorio*, «Pandora rivista», testo disponibile al sito: www.pandorarivista.it/articoli/community-hub-spazi-plurali-a-servizio-della-comunita-e-del-territorio/, data di consultazione: 10/09/2024.
- Arena G. (1997), *Introduzione all'amministrazione condivisa*, «Studi parlamentari e di politica costituzionale», 117-118, pp. 29-65.

- Arena G., Bombardelli M. (2022) (a cura di), *L'Amministrazione Condivisa*, «Quaderni della Facoltà di Giurisprudenza. Università degli Studi di Trento», 62.
- Avanzi, Dynamoscopio, Kilowatt, Sumisura (2016), *Community Hub. I luoghi puri impazziscono*, testo disponibile al sito: www.dynamoscopio.it/portfolio_page/community-hub/, data di consultazione: 10/09/2024.
- Barbera F., Cersosimo D., De Rossi A. (a cura di) (2022), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Milano.
- Barca F., Casavola P., Lucatelli S. (a cura di) (2014), *Strategia nazionale per le aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*, «Materiali UVAL (Unità di Valutazione degli investimenti pubblici presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri)», 31.
- Bauman Z. (1999), *La società dell'incertezza*, Il Mulino, Bologna.
- Borzaga C., Zandonai F. (2009), *L'impresa sociale in Italia. Economia e istituzioni dei beni comuni. Rapporto Iris Network*, Donzelli, Roma.
- Caleo I., “re/Play the commons. Pratiche e immaginazione politica nei movimenti culturali per i beni comuni”, in Aa.Vv. (a cura di), *Commons/Comune*, Società di Studi Geografici, Firenze, 2016.
- Calvaresi C. (2018), *Agenda urbana e Community hub*, «Territorio», 84, pp. 105-110.
- Calvaresi C., Lazzarino E. (2018a), *Community hub: un nuovo corso per la rigenerazione urbana?*, «Territorio», 84, pp. 77-78.
- Calvaresi C., Lazzarino, E. (2018b), *Caratteri, attori e politiche dei Community hub. Un dialogo con i protagonisti*, «Territorio», 84, pp. 87-92.
- Camagni R. (2008), “Regional Competitiveness: Towards a Concept of Territorial Capital”, in Capello R., Camagni R., Chizzolini B., Fratesi U. (eds.), *Modelling Regional Scenarios for the Enlarged Europe. Advances in Spatial Science*, Springer, Berlin.
- Cancellieri A. (2019), *Verso una progettazione abilitante. Lo sguardo socio-antropologico e la costruzione delle città*, «Tracce Urbane», 3 (6), testo disponibile al sito: https://rosa.uniroma1.it/rosa03/tracce_urbane/article/view/15696/15820, data di consultazione: 20/09/2024.
- Cognetti F. (2018), *Enabling Spaces. Quali ponti tra istituzioni e cittadini per pratiche di governo collaborative*, «Tracce Urbane», 2 (3), testo disponibile al sito: https://rosa.uniroma1.it/rosa03/tracce_urbane/article/view/14314/14016, data di consultazione: 20/09/2024.
- Dematteis G., Governa F. (a cura di) (2005), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, FrancoAngeli, Milano.
- Euricse (2022), *Le Comunità intraprendenti in Italia*, «Euricse Research Reports», 23.
- European Commission (2013), *Guide to Social Innovation*, DG Regional and Urban Policy - DG Employment, Social Affairs and Inclusion, Bruxelles.
- European Network for Rural Development (2017), *Re-imagining rural business opportunities*, «EU Rural review», 24, testo disponibile al sito: <https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/publi-enrd-rr-24-2017-en.pdf>, data di consultazione: 22/09/2024.

- Forum Disuguaglianze e Diversità (2018), *I giovani come risorsa inespressa delle aree interne*, testo disponibile al sito: www.forumdisuguaglianzediversita.org/i-giovani-come-risorsa-inespressa-delle-aree-interne/, data di consultazione: 18/09/2024.
- Galdini R. (2008), *Reinventare la città: strategie di rigenerazione urbana in Italia e Germania*, FrancoAngeli, Milano.
- Harvey D. (2012), "I beni comuni urbani", in Bertuzzi S., Tarantelli E. (a cura di), *La città bene comune*, Castelvecchi, Roma.
- Laino G. (2018), *Community hub a Napoli fra creatività e divari*, «Territorio», 84, pp. 98-104.
- Lefebvre H. (1970), *Il diritto alla città*, Edizioni di Comunità, Torino.
- Locality (2016), *Community Hubs: How to set up, run and sustain a community hub to transform local service provision*, testo disponibile al sito: <https://mycommunity.org.uk/how-to-set-up-run-and-sustain-a-community-hub-to-transform-local-service-provision>, data di consultazione: 21/09/2024.
- Magnaghi A. (2006), *Dalla partecipazione all'autogoverno della comunità locale: Verso il federalismo municipale solidale*, «Democrazia e Diritto», 3, pp. 134-150.
- Membretti A., Leone S., Lucatelli S., Storti D., Urso G. (2023) (a cura di), *Voglia di restare. Indagine sui giovani nell'Italia dei paesi*, Donzelli, Roma.
- Mori P.A., Sforzi J. (a cura di) (2018), *Imprese di comunità. Innovazione istituzionale, partecipazione e sviluppo locale*, Il Mulino, Bologna.
- Montanari F., Razzoli D., Rinaldini M. (2019), *Diffondere innovazione: verso un modello di scalabilità per i progetti di innovazione sociale*, «Rivista Impresa Sociale», 13, testo disponibile al sito: www.rivistaimpresasociale.it/rivista/articolo/diffondere-innovazione-verso-un-modello-di-scalabilita, data di consultazione: 15/09/2024.
- Moulaert F., MacCallum D., Mehmood A., Hamdouch A. (2013), *The international Handbook on Social Innovation. Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research.*, Edward Elgar, Cheltenham UK.
- Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. (2010), *The Open Book of Social Innovation*, The Young Foundation, Nesta.
- Nuvap (2023), *Spazi di comunità. Ricerca Valutativa sulle pratiche di riuso di spazi dismessi a fini collettivi*, testo disponibile al sito: www.valutazionecoesione.it/, data di consultazione: 23/09/2024.
- Openpolis (2023), *Le aree rurali, tra spopolamento e carenza di servizi*, testo disponibile al sito: www.openpolis.it/le-aree-interne-tra-spopolamento-e-carenza-di-servizi/, data di consultazione: 28/09/2024.
- Ostrom E. (1990), *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, Cambridge UK.
- Pasqui G. (2018), *La città, i saperi, le pratiche*, Donzelli, Roma.
- Parsons D. (1980), *Rural Gentrification*, «University of Sussex - Geography Research Paper», 3.
- Pigg K.E. (2002), *Three Faces of Empowerment: Expanding the Theory of Empowerment in Community Development*, «Journal of the Community Development Society», 33 (1), pp. 107-123.

- Prezioso M. (2018), *Aree rurali e loro potenzialità nel panorama italiano e europeo. Introduzione al tema*, «Geotema», 55, pp. 67-74
- Riddell D., Moore M.L. (2015), *Scaling out, scaling up, scaling deep*, McConnell Foundation - JW McConnell Family Foundation & Tamarack Institute, Montreal.
- Sacchetti S. (2015), *Oltre la rigenerazione di spazi: imprese sociali e sviluppo locale*, «Iris Network», 9, testo disponibile al sito: <https://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2015/09/SB-sacchetti.pdf>, data di consultazione: 14/09/2024.
- Sforzi J., De Benedictis C., Scarafoni S. (2024), *I Community hub: spazi multifunzionali tra rigenerazione urbana e rigenerazione sociale*, Euricse, Trento.
- Squillaci L., Volterrani A. (2021), *Lo sviluppo sociale delle comunità. Come il Terzo Settore può rendere protagoniste, partecipative e coese le comunità territoriali*, Fausto Lupetti Editore, Bologna.
- Teti V. (2022), *La restanza*, Einaudi, Torino.
- Tommasi G. (2023), “Gli artisti, ‘ingranaggi’ della gentrificazione rurale. Esempi dal Luberon e Périgord Noir (Francia)”, in Marengo M. (a cura di), *La “rinascita” dei territori marginali. Dalla desertificazione socio-demografica e funzionale alla gentrificazione rurale e le lifestyle migrations*, Genova University Press, Genova.

23. Piani e azioni per la rinascita dei borghi italiani

di *Giovanni Tocci*

Introduzione

Lo spopolamento delle aree interne e dei comuni più piccoli è un tema, ormai da tempo, al centro del dibattito a livello europeo. Un fenomeno che riguarda in particolar modo anche e soprattutto il territorio italiano.

L'abbandono delle aree periferiche delinea un quadro critico che pone al centro della questione lo svuotamento dei centri minori, con conseguenti problemi oltre che in termini economici anche rispetto alla perdita di memorie e di tradizioni radicate nei borghi più antichi.

La gran parte di questi centri riversa in condizioni di fragilità che derivano dall'assenza di un'efficiente rete di infrastrutture e servizi e perché caratterizzati da sistemi economici deboli.

Tuttavia, essi presentano anche grandi potenzialità perché in grado di offrire numerose opportunità in chiave sostenibile. Se valorizzati opportunamente, tali contesti possono contribuire in maniera significativa a soluzioni più green, fondate su modelli di economia circolare. Ma si configurano anche come possibili luoghi alternativi al modello di vita nelle città che, all'opposto, tendono a riempirsi sempre più. Non da ultimo, rappresentano contesti favorevoli anche per il turismo, sicuramente uno dei settori più duramente colpiti dalla pandemia da Covid-19. Si è osservato infatti come proprio durante l'emergenza sanitaria in diversi casi, specialmente nel Sud dell'Europa, si è registrata una maggiore presenza di visitatori nelle aree interne, proprio perché ritenute maggiormente sicure (Tocci, 2021a).

Dentro questo scenario, negli ultimi decenni si sono susseguiti vari provvedimenti e azioni finalizzati al ripopolamento delle aree interne e al recupero dei piccoli centri ricadenti in esse. Piani e interventi che hanno preso avvio a vari livelli di governo, dalle iniziative comunali come la vendita a prezzi simbolici delle case disabitate dei centri storici, ai provvedimenti di alcune Regioni italiane, fino alla cosiddetta "Legge salva borghi",

contenente misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni, e al Piano Borghi in fase di attuazione nell’ambito dei fondi del PNRR.

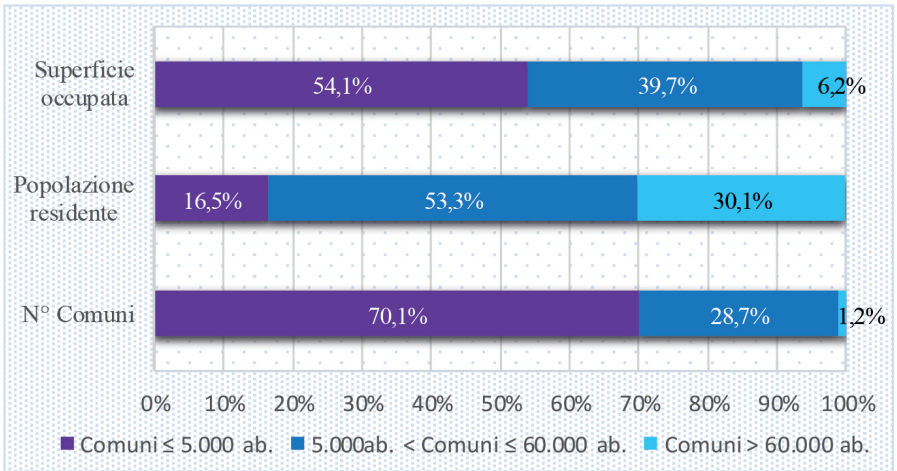
1. Piccoli centri, spopolamento e perdita di valori

Il territorio italiano è caratterizzato prevalentemente da una densa distribuzione di centri minori, periferici e di piccole dimensioni in termini demografici, nei quali si sono verificati negli anni una forte riduzione ed un invecchiamento della popolazione (Cavallo *et al.*, 2018).

L’Italia è il paese dei piccoli centri. Su 7.896 municipalità, ben 5.520 sono piccoli comuni¹ e corrispondono al 70% di tutti i comuni italiani. Pur occupando oltre metà della superficie del territorio nazionale (54,1%) in essi risiede soltanto il 16,5% della popolazione (Fig. 1). Un dato quest’ultimo che conferma il progressivo spopolamento che ha investito e continua ad interessare soprattutto i centri minori.

Dal 1971 al 2015, gran parte dei piccoli comuni italiani ha perso oltre della metà dei suoi residenti (Calandra, 2019). Un trend che ha mantenuto

Fig. 1 - Distribuzione per fascia demografica del numero dei comuni italiani, della popolazione residente e della superficie territoriale al 1° gennaio 2023



Fonte: elaborazione dell’Autore su dati Istat (2024)

¹ L’Istat definisce Piccoli Comuni tutti i centri con una popolazione pari e inferiore alle 5.000 unità.

l'andamento decrescente anche nel quinquennio successivo. In particolare, negli anni più recenti i centri che hanno avuto il calo maggiore, con una perdita in media dell'11,6 % della popolazione, sono soprattutto i micro-comuni (quelli con meno di 500 abitanti), mentre quelli tra 500 e 1.000 residenti hanno registrato un calo del 9%. I comuni con una popolazione tra i 1.000 e i 3.000 abitanti hanno rilevato, invece, una flessione del 7% (Calabrese, 2022). Tale situazione delinea un quadro critico che pone al centro del dibattito il tema dello spopolamento dei comuni più piccoli, non solo in termini di problemi economici e perdita di valori dei centri storici, che rischiano pertanto di scomparire generando, non da ultimo, lo svuotamento di edifici e abitazioni e l'abbandono di un importante patrimonio edilizio.

Tab. 1 - Abitazioni occupate e non occupate da persone residenti nelle Regioni italiane (Valori %, anni 1971 e 2021)

<i>Regioni</i>	<i>Abitazioni occupate</i>	<i>Abitazioni non occupate</i>	<i>Abitazioni occupate</i>	<i>Abitazioni non occupate</i>
	<i>1971</i>	<i>1971</i>	<i>2021</i>	<i>2021</i>
Piemonte	87,2	12,8	70,35	29,65
Valle d'Aosta	69,7	30,3	43,98	56,02
Liguria	78,6	21,4	63,39	36,61
Lombardia	92,6	7,4	78,84	21,16
Trentino - A.A.	85,7	14,3	67,81	32,19
Veneto	89,9	10,1	78,04	21,96
Friuli - V.G.	88,7	11,3	76,27	23,73
Emilia-R.	89,3	10,7	78,25	21,75
Toscana	87,2	12,9	76,25	23,75
Umbria	88,7	11,4	74,80	25,20
Marche	86,3	13,8	72,87	27,13
Lazio	85,5	14,5	80,51	19,49
Abruzzo	83,4	16,6	61,31	38,69
Molise	82,3	17,7	55,44	44,56
Campania	90,3	9,7	75,30	24,70
Puglia	87,1	13,0	69,64	30,36
Basilicata	84,6	15,4	63,87	36,13
Calabria	85,8	14,2	57,77	42,23
Sicilia	84,7	15,3	63,62	36,38
Sardegna	90,9	9,1	69,80	30,20
<i>Italia</i>	<i>87,8</i>	<i>12,2</i>	<i>72,83</i>	<i>27,17</i>

Fonte: elaborazione dell'Autore su dati Istat (2024)

Dai dati Istat relativi al censimento delle abitazioni (anno di censimento 2021) risulta che oltre l'84% degli edifici complessivamente censiti è di tipo residenziale, mentre solo il 4% è destinato ad un uso turistico-ricettivo. Riguardo alle abitazioni (Tab. 1), il 72,8% risulta occupato da almeno una persona residente, il restante 27,2% è costituito da case vuote o occupate solo da persone non residenti. Gli edifici residenziali rappresentano, in ciascun contesto regionale, la grande maggioranza degli immobili. Con il 56,0% di abitazioni non occupate da persone residenti è la Valle d'Aosta la Regione che si colloca al primo posto nella graduatoria, seguita da Molise (44,6%), Calabria (42,2%) e Abruzzo (38,7%)

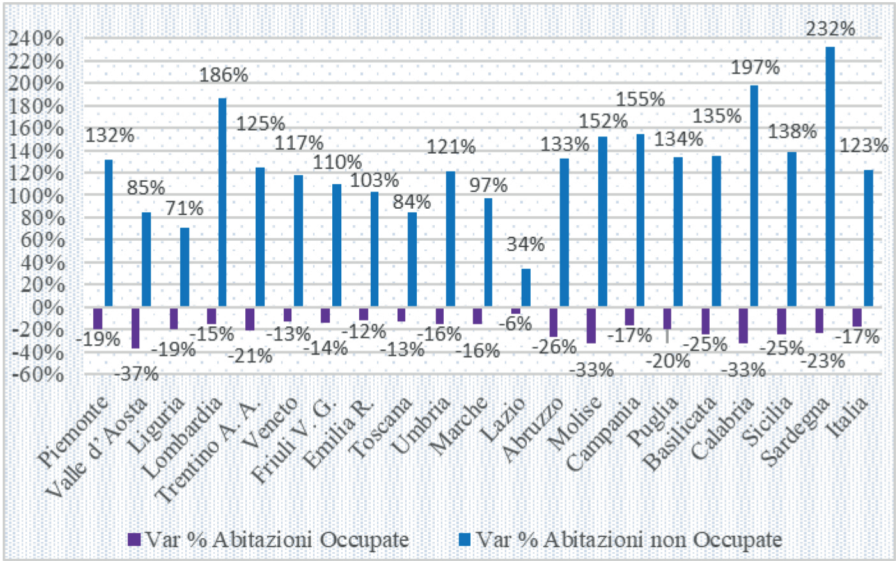
Dal raffronto dei dati relativi al censimento delle abitazioni del 1971 e del censimento permanente 2021, emerge chiaramente come il numero delle abitazioni non occupate – aumentato in tutte le Regioni italiane nell'arco temporale considerato – mostri incrementi maggiori in quelle da sempre più colpite dal fenomeno dell'emigrazione cui si lega la conseguente perdita di popolazione e lo svuotamento di funzioni e attività.

In particolare, le variazioni dal 1971 al 2021 (Fig. 2), ad esclusione della Lombardia, segnano i valori più elevati in quelle del Mezzogiorno, con la Sardegna che si colloca al primo posto con un incremento delle case non occupate del 232%, seguita dalla Calabria (197%), dalla Campania (155%), dal Molise (152%) e dalla Sicilia (138%).

L'aumento del numero delle abitazioni non occupate nella gran parte dei casi si rileva proprio nei comuni piccoli, minori e più marginali, dove negli anni, come ovunque, oltre che per cause legate all'emigrazione, i piccoli borghi si sono svuotati a vantaggio dei centri maggiori, generando l'abbandono di case ed edifici antichi e di valore storico che col tempo sono diventate sempre più precarie, anche dal punto di vista dell'agibilità e della sicurezza (Tocci, 2021b).

Molti di questi centri ricadono in aree di vera e propria marginalità. Uno stato che deriva principalmente da peculiarità intrinseche del territorio – quali le condizioni morfologiche in primis, o carenze strutturali in termini di collegamenti e comunicazioni – e vengono definiti “marginali” perché geograficamente lontani dai servizi e dalle aree più urbanizzate, ma anche perché presentano uno sviluppo economico e sociale non comparabile al contesto territoriale in cui ricadono. Pertanto, tali centri non sono evidentemente recuperabili con risorse proprie ma necessitano di “iniezioni” dall'esterno (Piroddi, 2008) con cui innescare percorsi virtuosi.

Fig. 2 - Abitazioni occupate e non occupate da persone residenti nelle Regioni italiane (Variazione % 1971-2021)



Fonte: elaborazione dell'Autore su dati Istat (2024)

2. Le azioni locali: il progetto Case a 1 euro

Il patrimonio immobiliare abbandonato dei piccoli centri costituisce una risorsa che ha acquisito un'importanza crescente in relazione allo sviluppo culturale dei paesi. In tal senso, nel corso degli anni si sono diffuse varie iniziative con l'obiettivo di riqualificare territori colpiti dallo spopolamento e di valorizzare il patrimonio immobiliare in stato di abbandono.

Tra le azioni avviate a livello comunale, l'iniziativa *Case a 1 euro* è probabilmente quella che ha avuto la maggiore risonanza. Un progetto che nasce con l'intento di fronteggiare l'abbandono dei piccoli centri e rilanciare l'economia locale e che consiste nella vendita ad un prezzo simbolico di immobili e case – per lo più situate nel centro storico del borgo – abbandonate, disabitate o inabitabili, in genere in cattivo stato, che talora necessitano anche di interventi di ristrutturazione.

Il primo bando per la vendita di case a 1 euro è stato lanciato nel 2008 dal borgo di Salemi, un comune siciliano della provincia di Trapani, situato nella valle del Belice, che conta più di 10.000 abitanti. È una cittadina di importante rilievo urbanistico per il suo stile arabo-medievale che la contraddistingue e, anche per tale ragione, fa parte della rete dei Borghi

più belli d'Italia. Sulla linea di quell'esperienza, il programma si è diffuso in tutta Italia con diverse amministrazioni locali che hanno deciso di replicare l'iniziativa aprendo bandi per l'acquisto di case e immobili non più abitati.

Tra queste compare Biccari, un piccolo comune di 2.600 abitanti della provincia di Foggia in Puglia, che ha dato avvio al programma *Case ad 1 euro* nel 2019. L'esperienza di Biccari si annovera tra i casi di successo in questo ambito, poiché qui l'iniziativa ha ricevuto numerose richieste da tutto il mondo con 30 compravendite portate a termine.

Vi è poi il caso di Oyace in Val d'Aosta, un piccolissimo centro di poco più di 200 abitanti che ha bandito il programma nel 2021 con l'obiettivo di ripopolare il paesino di montagna.

Infine, altra iniziativa di successo è quella di *Pignone case a 1 euro*, un borgo di 518 abitanti della provincia della Spezia in Liguria. Anche in tal caso l'iniziativa lanciata nel 2021 ha riscosso un importante successo se si considera che, in seguito alla pubblicazione dell'avviso, il comune ha registrato più di 2000 richieste di adesione, di cui oltre venti sono state formalizzate e portate a termine con l'espletamento delle procedure di acquisto.

Ad oggi è sensibilmente aumentato il numero di comuni che hanno messo in vendita case a prezzi simbolici con l'obiettivo di contrastare lo spopolamento e far ritornare a vivere i propri borghi storici. Tuttavia, le iniziative avviate, nonostante i significativi risultati raggiunti in termini di recupero del patrimonio architettonico e di decoro urbano dei centri, come nei casi di Biccari e Pignone, ad esempio, non sono in grado da sole di invertire una tendenza che è dovuta a varie criticità che richiederebbero, invece, interventi integrati e più mirati. Oltre alle spese di ristrutturazione degli immobili, spesso gli acquirenti si trovano poi a dover fare i conti con i disagi derivanti dalla scarsità di servizi, assenza di scuole e ospedali, e da infrastrutture fisiche carenti.

I bandi relativi all'iniziativa in nessun caso richiedono l'obbligo della residenza stabile da parte degli acquirenti, considerato che ciò rappresenterebbe un vincolo troppo stringente. Tuttavia, nella maggioranza degli avvisi pubblici sono previste premialità rispetto alla destinazione d'uso dell'immobile acquistato. I criteri di valutazione, in base ai quali viene redatta la graduatoria, prevedono in genere l'attribuzione di un punteggio maggiore se l'unità viene adibita a dimora abituale e via via a scalare se l'immobile è destinato ad attività ricettive (alberghi, b&b, case vacanza, ecc.) o ad attività commerciali, culturali e del terziario. In ogni caso, ciò che è indubbio è che la qualità dei servizi e la dotazione infrastrutturale che il contesto è in grado di offrire sono determinanti per i residenti e i turisti tanto quanto per le attività economiche e commerciali.

In questa prospettiva, il contrasto allo spopolamento non può quindi essere affidato esclusivamente a singole iniziative simili che dovrebbero, invece, essere integrate con interventi più radicali e strutturali tali da rendere questi luoghi qualitativamente migliori e quindi maggiormente vivibili per gli abitanti e più attrattivi per nuove attività e nuovi residenti stabili o temporanei.

3. Azioni per la riqualificazione dei borghi e delle aree interne

Il contrasto allo spopolamento, la conservazione e lo sviluppo dei centri minori in chiave sostenibile e responsabile, anche attraverso il coinvolgimento, in primo luogo, dei cittadini che ne tengono vive le tradizioni, sono diventati obiettivi primari delle politiche di governo ai vari livelli.

Un'azione concreta tesa a favorire un'inversione del trend, rispetto al calo della popolazione e al degrado del patrimonio culturale e paesaggistico, è la Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) (Barca *et al.*, 2014), tra le cui sfide vi è quella «di liberare il potenziale turistico ancora inespresso che questi territori possiedono, attraverso politiche di sviluppo estensivo del turismo basate su un collegamento forte con le locali filiere produttive, agroalimentari e/o culturali, su servizi essenziali di qualità. [In quest'ottica] il turismo nelle aree interne si può, infatti, avvalere delle identità territoriali, della diversità e ricchezza di risorse naturali e culturali, della capacità da parte delle comunità locali di rappresentarsi» (Cavallo *et al.*, 2018, p. 2).

Altro provvedimento con lo scopo di promuovere le attività economiche, sociali, ambientali e culturali proprio nei comuni più piccoli, è costituito dalla Legge n. 158 del 6 ottobre 2017, *Misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni, nonché disposizioni per la riqualificazione e il recupero dei centri storici dei medesimi comuni*, detta anche “Legge salva borghi”. In tale scenario, questa legge segna un passo fondamentale, poiché si colloca in una prospettiva che contempla interventi di recupero ad ampio spettro attraverso l'istituzione di un «Fondo per lo sviluppo strutturale, economico e sociale dei piccoli comuni [per il] finanziamento di investimenti diretti alla tutela dell'ambiente e dei beni culturali, alla mitigazione del rischio idrogeologico, alla salvaguardia e alla riqualificazione urbana dei centri storici, alla messa in sicurezza delle infrastrutture stradali e degli istituti scolastici, nonché alla promozione dello sviluppo economico e sociale e all'insediamento di nuove attività produttive» (art. 3, c. 1).

Tuttavia, il provvedimento, per quanto importante, giunge alla fase di erogazione dei fondi stanziati solo nel luglio del 2023 dopo un complesso

percorso attuativo che muove i primi passi a tre anni dall'entrata in vigore della legge, quando finalmente, dopo il coinvolgimento di ben cinque ministeri, nell'agosto del 2020 si è arrivati a definire i parametri per la determinazione delle tipologie dei comuni beneficiari. In seguito, nel luglio 2021 giunge il primo decreto attuativo con cui viene definito l'elenco dei Piccoli Comuni (5.518) che rientrano nelle tipologie previste dalla norma e potenziali beneficiari delle risorse. Per l'erogazione dei fondi stanziati la Legge 158/2017 prevedeva la predisposizione di un Piano Nazionale per la Riqualficazione dei Piccoli Comuni – PNRPC (art. 3, c. 2) che viene stilato e approvato solo nel dicembre 2021. Il PNRPC stabilisce la natura prioritaria o non prioritaria dei progetti e definisce i criteri di selezione e le modalità di attribuzione dei punteggi da applicare ai progetti presentati. Il piano ha fissato, inoltre, l'importo massimo del finanziamento per ciascun progetto a 700 mila euro, se presentato dal Comune singolarmente, e 700 mila euro moltiplicato per il numero di Comuni facenti parte della Convenzione o dell'Unione, se presentato in Convenzione o Unione secondo quanto previsto. Tuttavia il Piano dovrà attendere ancora fino a metà dell'anno successivo per diventare pienamente operativo. La ratifica del PNRPC avviene infatti con apposito DPCM a maggio del 2022². Mentre la fase che porta all'erogazione dei fondi stanziati ha preso avvio solo nel luglio 2023 con l'emanazione del bando della Presidenza del Consiglio dei Ministri³ che «disciplina i termini, le modalità di presentazione delle domande e i criteri di selezione dei progetti di investimento pubblico da finanziare nell'ambito del Piano stesso» (art. 1, c. 2).

4. Le misure di sostegno di alcune Regioni

In questo quadro si collocano anche le esperienze di alcune Regioni che hanno messo in atto azioni volte proprio alla rivitalizzazione dei borghi e delle aree interne e montane.

È il caso della Regione Piemonte che con una legge⁴ nel 2019 ha stabilito una misura di finanziamento per la concessione di contributi per lo sviluppo della residenzialità in montagna. La misura è finalizzata a favorire

² DPCM del 16 maggio 2022, *Predisposizione del Piano Nazionale per la Riqualficazione dei Piccoli Comuni*. Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie Generale n. 167, del 19 luglio 2022.

³ Presidenza del Consiglio dei Ministri, Bando pubblico per il finanziamento dei progetti per il Piano Nazionale per la Riqualficazione dei Piccoli Comuni.

⁴ Consiglio Regionale del Piemonte. Legge Regionale n. 14 del 5 aprile 2019, *Disposizioni in materia di tutela, valorizzazione e sviluppo della montagna*.

ed incentivare il ripopolamento e la rivitalizzazione socioeconomica delle aree montane, agendo in contrasto alla marginalizzazione di questi territori. Le risorse finanziarie che la Regione ha destinato alla realizzazione del programma sono allocate nel Bilancio finanziario 2021-2023 e ammontano a 10 milioni di euro.

Analogo percorso è quello seguito dalla Regione Marche che ha predisposto misure per la rivitalizzazione dei borghi e dei centri storici, con l'emanazione, anche in tal caso, di una legge per il sostegno delle iniziative di riqualificazione dei borghi⁵.

Una misura alla quale, nel triennio di programmazione (2021-2023), sono stati assegnati quasi 8 milioni di euro di fondi regionali.

Infine, Anche la Regione Lazio, con il bando *Un Paese Ci Vuole*, giunto alla terza edizione nel 2021, ha destinato per il biennio 2022-2023, a comuni con meno di 5.000 abitanti, un finanziamento complessivo di oltre 5 milioni di euro, con una dotazione iniziale di 2,1 milioni di euro che è stata successivamente integrata con un ulteriore investimento di 3 milioni di euro, replicando l'iter delle due precedenti edizioni. Come per gli altri casi, anche qui il provvedimento è rivolto al finanziamento di progetti di riqualificazione del patrimonio culturale e storico-architettonico per favorire la ripresa e lo sviluppo nei piccoli centri della Regione. In particolare i progetti finanziati hanno previsto interventi di valorizzazione e rigenerazione di edifici, spazi pubblici urbani ed extra urbani, aree verdi, beni culturali, percorsi pedonali, per lo sviluppo dell'aggregazione sociale ed il coinvolgimento attivo della comunità. Ogni comune aveva la possibilità di presentare una sola domanda ed il contributo massimo, a copertura di tutti i costi ammissibili, poteva raggiungere i 40.000 euro. Tra questi, il comune di Pico, in provincia di Frosinone, ha ottenuto un finanziamento di 40.000 euro per una serie di interventi tesi a sviluppare la mobilità sostenibile con un uso diffuso della bicicletta e a favorire una maggiore fruibilità del borgo, attraverso il recupero del castello e la creazione di un polo d'attrazione culturale, naturalistico e turistico.

Altro esempio è rappresentato dal Borgo di Bassano in Teverina, in provincia di Viterbo, che ha ottenuto un finanziamento di oltre 39.000 euro per la riqualificazione del Campanile Nascosto, che rappresenta il monumento simbolo del comune, e per la valorizzazione delle pratiche tradizionali e delle tipicità del territorio raccontate attraverso percorsi virtuali e una segnaletica turistica interattiva.

⁵ Consiglio Regionale delle Marche. Legge Regionale n. 29 del 22 novembre 2021, *Sostegno alle iniziative integrate di riqualificazione e valorizzazione dei borghi e dei centri storici delle Marche e promozione e sviluppo della rete dell'Albergo diffuso*.

Infine, il comune di Affile, in provincia di Roma, che ha usufruito del contributo di 40.000 euro per un progetto di rigenerazione urbana del centro storico riguardante in particolare il recupero di edifici pericolanti e la realizzazione di pavimentazione stradale e di servizi per alcuni vicoli del centro stesso.

Con il terzo bando *Un Paese Ci Vuole* del 2021, la Regione Lazio ha sostenuto in totale 128 progetti, arrivando così a finanziarne complessivamente 376 in tre anni, con un importo globale di circa 15 milioni di euro. Sul totale dei 255 Piccoli Comuni che la Regione conta, 253 hanno partecipato almeno una volta ai bandi attivati nei tre anni. L'iniziativa, nelle sue tre edizioni, ha costituito pertanto un importante canale di finanziamento con cui i piccoli comuni laziali hanno messo in campo progetti di rigenerazione del proprio patrimonio, attraverso la valorizzazione dei siti culturali ed ambientali in primis, anche al fine di accrescerne l'attrattività sul piano turistico e soprattutto del turismo sostenibile.

5. Il PNRR per l'attrattività dei Borghi

Infine, in ordine cronologico, in questa prospettiva, nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), il Governo italiano ha destinato oltre 1.600 miliardi di euro per la rigenerazione del paesaggio rurale e l'attrattività dei borghi a rischio spopolamento.

In particolare la Componente 3 (Turismo e Cultura) della Missione 1 mira a rilanciare i settori economici della cultura e del turismo considerata l'importanza che essi assumono rispetto al ruolo che rivestono all'interno del sistema produttivo e al peso che occupano nell'economia italiana. Pertanto l'obiettivo di questa componente è l'incremento dell'attrattività turistica e culturale del Paese attraverso l'ammodernamento delle infrastrutture materiali e immateriali del patrimonio storico-artistico.

Il secondo ambito di intervento (Misura 2) della Componente 3 riguarda azioni di rigenerazione di siti culturali e patrimonio rurale «volte a migliorare capacità attrattiva, sicurezza e accessibilità dei luoghi. Gli interventi sono dedicati non solo ai “grandi attrattori”, ma anche alla tutela e alla valorizzazione dei siti minori (ad esempio i “borghi”), nonché alla rigenerazione delle periferie urbane, valorizzando luoghi identitari e rafforzando al tempo stesso il tessuto sociale del territorio. Gli interventi sono abbinati a sforzi di miglioramento delle strutture turistico-ricettive e dei servizi turistici, al fine di migliorare gli standard di offerta e aumentare l'attrattività complessiva» (PNRR, 2021, p. 89).

La Misura 2 si articola a sua volta in quattro investimenti di cui i primi due riguardano l'Attrattività dei Borghi (Investimento 1), a cui sono stati destinati 1,02 miliardi di euro, e la Tutela e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale (Investimento 2), con 600 milioni di euro assegnati.

Per attuare gli interventi relativi al primo investimento è stato predisposto il Piano Nazionale Borghi, che consiste in pratica in «un programma di sostegno allo sviluppo economico e sociale delle zone svantaggiate basato sulla rigenerazione culturale dei piccoli centri e sul rilancio turistico. Le azioni si articolano su progetti locali integrati a base culturale» indirizzati in primis al «recupero del patrimonio storico, alla riqualificazione degli spazi pubblici aperti [...], alla creazione di piccoli servizi culturali anche a fini turistici» (*ibidem*, p. 112) e in secondo luogo alla creazione e promozione di nuovi itinerari come strade tematiche e percorsi storici. Infine, la misura prevede anche sostegni finanziari per le attività culturali, creative, turistiche, commerciali, agroalimentari e artigianali, volti a rilanciare le economie locali valorizzando i prodotti, i saperi e le tecniche del territorio.

Il Piano Nazionale Borghi è strutturato in due distinte linee di azione, una Linea A finalizzata al rilancio economico e sociale di borghi disabitati o caratterizzati da un avanzato processo di declino e abbandono e una Linea B finalizzata alla realizzazione di progetti di rigenerazione culturale per il rilancio occupazionale e di contrasto allo spopolamento dei piccoli comuni (MiC, 2022).

Le due linee di azione riguardano una il finanziamento di ventuno progetti pilota, uno per ciascuna Regione e Provincia Autonoma italiana, a cui sono stati destinati 420 milioni di euro, e l'altra il finanziamento di progetti per la rigenerazione culturale di 229 borghi storici a cui sono indirizzati, invece, 580 milioni di euro. Nello specifico, i 580 milioni di euro della Linea B, vengono ripartiti in due quote, una di 380 milioni a sostegno delle proposte presentate dai Comuni e l'altra di 200 milioni indirizzata alle micro, piccole e medie imprese localizzate o che intendono insediarsi nei borghi selezionati, per un totale complessivo tra le due componenti di circa 2,53 milioni di euro a borgo (Tocci, 2022, p. 308).

La prima fase del piano si è conclusa con la presentazione al MiC delle proposte progettuali relative alle due linee di azione – progetti pilota e di rigenerazione culturale – entro la data di scadenza fissata dal bando al 15 marzo del 2022.

Relativamente alla Linea A, alla presentazione delle proposte è seguito poi un percorso negoziale, tra i comuni interessati ed un Comitato tecnico istituito dal MiC, mirato alla verifica della coerenza delle proposte progettuali con i processi e le tempistiche attuative del PNRR e che si è concluso con l'ammissione a finanziamento di 20 proposte.

Per la Linea B, alla scadenza del bando, sono state circa 1.800 le candidature avanzate dai comuni, tra queste 1.595 sono state ammesse a valutazione. Dopo la fase di valutazione dei progetti, sono risultati finanziabili 289 borghi.

A giugno del 2022, con apposito DM⁶, vengono assegnate le risorse destinate all’attrattività dei borghi, sia per la Linea di azione A – a 20 Progetti pilota per la rigenerazione dei borghi abbandonati o a rischio abbandono – che per la Linea B – a 289 Comuni per la realizzazione di 207 Progetti locali di rigenerazione culturale e sociale (PNRR Cultura-MiC, 2023).

Le graduatorie così definite, sono state aggiornate in seguito ad una rinnovata attività valutativa della Commissione da cui sono risultati finanziabili ulteriori 4 progetti e 5 comuni, pertanto ad oggi sono 294 i borghi e 211 i progetti finanziati con la Linea B.

Di seguito (vedi tab. 2) sono riportati a titolo di esempio alcuni dei progetti presentati dai piccoli comuni aderenti al bando Borghi del Ministero della Cultura.

In particolare, oltre ai casi citati, sono stati presentati svariati piani in cui l’innovazione digitale, in linea con l’obiettivo della Missione 1 (digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo), costituisce la direttrice trasversale della strategia progettuale.

Tab. 2 - Alcuni progetti finanziati dal Piano Nazionale Borghi del PNRR

Borghi	Progetto	Misura PNRR	Finanziamento erogato
Fontainemore (AO)	Fontainemore Borgo Alpino	Piano Borghi - Linea A	€ 20 milioni
Sellia (CZ)	Sellia Smart Village	Piano borghi - Linea B	€ 1,6 milioni
Santa Fiora (GR)	Santa Fiora Smart Village	Piano borghi - Linea B	€ 1,6 Milioni
Ulassai (NU)	Smart Community	Piano borghi - Linea A	€ 20 Milioni

Fonte: elaborazione dell’Autore su PNRR Borghi (<https://cultura.gov.it/pnrr-borghi>)

⁶ In particolare, con il Decreto Ministeriale n. 453 del 7 giugno 2022 sono stati assegnati complessivamente euro 761.866.602,09, di cui: alla Linea A sono stati attribuiti euro 398.421.075,00 in favore di 20 Comuni per la realizzazione di altrettanti progetti pilota per la rigenerazione culturale, sociale ed economica di 20 borghi a rischio abbandono o abbandonati, ripartiti, uno per ciascuna Regione e Provincia autonoma, ad eccezione della Regione Molise per ragioni di sospensiva TAR. Alla Linea B euro 363.445.527,09 a favore di n. 289 comuni per la realizzazione di progetti locali di rigenerazione culturale e sociale di borghi storici sotto i 5.000 abitanti, selezionati mediante avviso pubblico (<https://pnrr.cultura.gov.it/misura-2-rigenerazione-di-piccoli-siti-culturali-patrimonio-culturale-religioso-e-rurale/2-1-attrattivita-dei-borghi/>, data di consultazione: 22/11/2024.

Considerazioni finali

La conformazione territoriale italiana, caratterizzata da una costellazione di piccoli centri, mette di fronte all'evidenza di come una ripresa delle aree fragili e dei contesti più vulnerabili del Paese debba inevitabilmente passare anche e soprattutto attraverso percorsi di rivitalizzazione e rilancio dei borghi e dei centri minori in un'ottica di generazione di innovazione sociale, prima ancora che di mero aumento dell'attrattività turistica.

Tuttavia, l'estrema eterogeneità delle situazioni in cui versano le aree interne e i piccoli centri non agevola certamente il difficile compito del loro rilancio.

Il problema di fondo sta proprio nella «difficile elaborazione di politiche pubbliche capaci di coniugare le legittime aspettative di sviluppo socio-economico del territorio, sfruttandone i vantaggi competitivi naturali e secondari, con la salvaguardia della propria identità storico-culturale» (Sau, 2018, p. 2).

Come messo in luce dalle esperienze a livello di Comuni e di Regioni, la rivitalizzazione e il ripopolamento dei centri minori e delle aree interne non può passare da misure estemporanee o singoli interventi che, pur rivelandosi talvolta efficaci, lasciano irrisolte diverse criticità. In tal senso, le azioni a livello regionale hanno seguito un approccio più concreto attraverso interventi più ad ampio raggio rispetto alle iniziative “unidirezionali”, invece, lanciate singolarmente da alcuni comuni.

Su tutte però la Legge 158/2017 borghi si configura come il provvedimento più completo che affronta concretamente problematiche che investono tali aree, ovvero quelle criticità che si declinano sostanzialmente in termini di accessibilità, mobilità, adeguatezza delle infrastrutture, presenza di servizi di base, culturali e ricreativi. Infatti, in questa prospettiva, così come enunciato al comma 1 dell'art. 3 (vedi sopra, par. 4) la costituzione di un fondo per lo sviluppo strutturale, economico e sociale per investimenti diretti sull'ambiente e i beni culturali, per la riqualificazione dei centri storici, l'adeguamento delle infrastrutture stradali e l'edilizia scolastica, pare confermare come questa legge sia stata concepita anche nell'ottica del superamento di tali ostacoli.

Tuttavia, la tortuosità e la lentezza con cui si è completato il percorso di attuazione di questa legge ne hanno ostacolato la piena applicazione tale da non consentire ancora di esprimere giudizi e/o valutazioni oggettivi sulla sua efficacia.

In questo quadro, inoltre le ingenti risorse economiche messe a disposizione dal PNRR costituiscono certamente delle importanti “energie” ester-

ne che offrono ai contesti fragili la possibilità di superare, almeno in parte, le ataviche difficoltà a compiere processi di recupero con mezzi propri.

Con riferimento a quest'ultimo punto, ci sarà da capire se e quanto le risorse del Piano Borghi riusciranno ad essere impiegate efficacemente rispetto allo sviluppo di percorsi di crescita che siano in grado di generare compiutamente anche innovazione sociale e non solo aumento di flussi turistici.

Il rischio implicito è che gli interventi tendano a produrre mere trasformazioni materiali ridisegnando borghi e centri minori trasfigurati dal recupero omologante del turismo, mentre sarebbe auspicabile quanto necessario un utilizzo delle risorse a disposizione per fornire risposte concrete alle esigenze delle comunità locali.

Come sostiene Sau (*ibidem*, p. 1) una concreta ripresa dei borghi deve necessariamente essere declinata «in termini di accessibilità e mobilità urbana, di adeguatezza e sufficienza delle dotazioni infrastrutturali (parcheggi, parchi e aree verdi, ecc.) e di servizi, tanto pubblici che privati (compresi quelli culturali e di intrattenimento), in sintonia con la valorizzazione [...] delle tipicità (enogastronomiche, agro-alimentari e artigianali) e delle tradizioni culturali (festival, rassegne, sagre, manifestazioni laiche e religiose)», tout court del patrimonio identitario che contraddistingue questi luoghi.

In definitiva, nel concepire azioni di valorizzazione dei piccoli centri e delle aree interne è necessario considerare fondamentale la conservazione del loro valore identitario non come un elemento statico, ma dinamico e in grado di intercettare i processi di cambiamento (Villani, Dall'Ara, 2015). In pratica, la tutela e la valorizzazione del patrimonio identitario sono però garantite solo dal coinvolgimento diretto della comunità locale nella pianificazione delle strategie di sviluppo. In tal senso, è dunque imprescindibile che gli interventi siano accompagnati anche da una forte azione culturale e di innovazione sociale, intesa come capacità di soddisfare bisogni collettivi emergenti, tesi a (ri)costruire contesti più equi e sostenibili.

Bibliografia

- Barca F., Casavola P., Lucatelli S. (a cura di) (2014), *Strategia nazionale per le aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*, «Materiali UVAL», 31.
- Calabrese E. (2022), *I piccoli Comuni più colpiti dall'inverno demografico*, testo disponibile al sito: www.infodata.ilsole24ore.com/2022/12/07/scopri-i-piccoli-comuni-piu-colpiti-dallinverno-demografico/?refresh_ce=1, data di consultazione: 11/09/2024.

- Calandra R. (2019), *L'Italia dei paesi fantasma: dalla Sicilia al Piemonte i borghi restano senza abitanti*, testo disponibile al sito: www.ilsole24ore.com/art/l-italia-paesi-fantasma-sicilia-piemonte-borghi-restano-senza-abitanti-AB9h3raB?refresh_ce=1, data di consultazione: 24/05/2024.
- Cavallo L., D'Elia M., Petrei F., Santoro M.T. (2018), *Il turismo volano dello sviluppo delle aree interne?*, «Atti della XXXIX Conferenza italiana di scienze regionali AISRE», testo disponibile al sito: https://figshare.com/articles/conference_contribution/Specializzazione_turistica_e_perifericit_dei_territori_il_turismo_delle_aree_interne/14866899/1?file=28620393, data di consultazione: 13/09/2024.
- Istat – Istituto Nazionale di Statistica (2024), *Censimenti permanenti. Data warehouse*, testo disponibile al sito: <http://dati-censimentipermanenti.istat.it/?lang=it>, data di consultazione: 25/10/2024.
- MiC – Ministero della Cultura (2022), *Piano Nazionale Borghi*, <https://cultura.gov.it/pnrr-borghi>, data di consultazione: 14/05/2023.
- Piroddi E. (2008), “Si può dare un futuro ai centri storici minori?”, in Rolli G.L. (a cura di), *Salvare i centri storici minori*, Alinea Editrice, Firenze.
- PNRR Cultura-MiC (2023), *Cultura 4.0. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza – Missione 1 Componente 3*, testo disponibile al sito: <https://pnrr.cultura.gov.it/>, data di consultazione: 22/11/2023.
- PNRR (2021), *Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza #Nextgenerationitalia, Italia domani*, testo disponibile al sito: www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR.pdf, data di consultazione: 13/10/2023.
- Sau A. (2018), *La rivitalizzazione dei borghi e dei centri storici minori come strumento per il rilancio delle aree interne*, «Federalismi», 3, pp. 1-20.
- Tocci G. (2022), “Turismo, valorizzazione e attrattività dei borghi italiani. Le misure di sostegno e il PNRR”, in Cekani I., d'Ovidio F.D., Favia F., Iaquinia P., Romita T. (eds.), *6th UNICART International Conference “Food, Tourism and Environment”. Proceedings Book, volume I*, IARC-ETQA Publishers, Tirana-Bruxelles.
- Tocci G. (2021a), “Borghi ed enogastronomia. Prospettive di sviluppo del turismo nel post Covid”, in Cekani I., d'Ovidio F. D., Favia F., Iaquinia P. (eds.), *5th UNICART International Conference “Food, Sustainability, Nutrition and Tourism” - Proceedings Book*, IARC-ETQA Publishers, Tirana-Bruxelles.
- Tocci G. (2021b), “Piccoli comuni e turismo lento. L'esperienza di alcuni centri ‘minori’ italiani”, in d'Ovidio F.D., Favia F., Iaquinia P. (eds.), *Exploring the Roots. Maps of a New but Ancient Tourism. UNICARTourism Selected Papers*, IARC-ETQA Publishers, Tirana-Bruxelles.

24. Innovazione e partecipazione nelle aree interne pugliesi: un laboratorio per un turismo sostenibile

di *Arcangelo Teofilo*

1. Modelli di partecipazione per un turismo sostenibile

La valorizzazione del Mezzogiorno italiano e del suo territorio richiede un approccio integrato e partecipativo, in grado di rispondere alle sfide strutturali e sociali che ne riducono la competitività. Tale approccio dovrebbe combinare politiche di sviluppo che tengano conto delle specificità locali, con il coinvolgimento attivo delle comunità e delle istituzioni presenti. Il ricco patrimonio paesaggistico, artistico, di cultura materiale e immateriale rappresentano risorse, non solo identitarie, in grado di rispondere alla crescente domanda di turismo sostenibile. Tuttavia, a ostacolare la piena realizzazione di questo potenziale, concorrono variabili strutturali come una atavica carenza di infrastrutture, soprattutto in ambito di trasporti e comunicazione, nonché una difficile coesione e competitività territoriale.

La realtà meridionale è caratterizzata da una marcata differenziazione territoriale, espressa attraverso la pluralità di paesaggi, tradizioni e pratiche locali. Questa eterogeneità rappresenta un elemento distintivo e un valore aggiunto per lo sviluppo di un'offerta turistica autentica e diversificata, capace di rispondere ai bisogni di un turismo postmoderno orientato verso l'esperienza e la riscoperta del locale.

I beni collettivi, intesi come risorse accessibili e condivise dalla comunità, rappresentano una importante criticità. La promozione di servizi pubblici e infrastrutture di qualità è imprescindibile per attrarre un turismo che non sovraccarichi il territorio ma si integri armoniosamente con le realtà locali. La mancanza di questi beni è un fattore penalizzante tale da mettere in evidenza la necessità di un intervento sistemico che favorisca l'accesso a economie ambientali, culturali e sociali, in grado di generare valore sia per i residenti che per i turisti¹.

¹ Per approfondire lo sviluppo locale, di capitale sociale e del ruolo delle comunità nel processo di crescita territoriale si rimanda tra gli altri a: Trigilia (1994, 2001), Consiglio Italiano per le Scienze Sociali (2005), Carboni (2009), Becattini (2009), Cersosimo (2000).

L'esperienza del Sud Italia dimostra come la dipendenza da politiche di sviluppo basate su incentivi diretti alle imprese, se non accompagnata da strategie di lungo termine, non sia sufficiente a stimolare un vero sviluppo locale. La dipendenza dagli incentivi ha spesso favorito un modello economico disarticolato e poco radicato nella realtà territoriale, limitando il potenziale di attrarre investimenti stabili e duraturi. Un approccio alternativo implica una maggiore responsabilizzazione delle comunità locali e l'adozione di politiche che promuovano il capitale sociale e la cooperazione interistituzionale, al fine di creare un ambiente più favorevole a iniziative imprenditoriali locali e sostenibili.

Affinché il turismo faccia della sostenibilità il proprio punto di partenza e che generi benefici di lungo termine, è essenziale coinvolgere la comunità locale in tutte le fasi del processo decisionale e gestionale. Il coinvolgimento attivo dei residenti porta con sé il vantaggio di rafforzare il senso di appartenenza e l'impegno verso la salvaguardia del territorio, creando una base solida per un modello turistico che favorisca la coesione sociale e minimizzi gli impatti negativi come la gentrificazione e l'overtourism. La pianificazione partecipativa permette di mediare tra gli interessi economici e le esigenze della comunità, creando un equilibrio tra la valorizzazione turistica e la tutela della qualità della vita locale.

I modelli partecipativi consentono di integrare conoscenze, competenze e tradizioni locali all'interno dell'offerta turistica, garantendo un'esperienza autentica e distintiva. Questo approccio, che trae forza dalle risorse umane del territorio, rappresenta una risposta efficace alle sfide poste dalla globalizzazione e dalla standardizzazione, valorizzando la specificità e l'autenticità come elementi di attrazione turistica.

Il Mezzogiorno ha l'opportunità di costruire un modello di sviluppo turistico sostenibile e partecipativo, capace di generare benefici economici, sociali e ambientali per il territorio e le sue comunità. La chiave del successo risiede nell'adozione di modelli di governance partecipativa che consentano una gestione inclusiva e condivisa delle risorse locali, promuovendo un'equa distribuzione dei benefici e un impatto positivo sul tessuto sociale. In questo modo, il turismo può diventare un motore di sviluppo e di coesione promuovendo una valorizzazione responsabile del territorio e delle sue risorse identitarie.

Il contributo analizza il ruolo della partecipazione nei processi di sviluppo territoriale, con un focus sul turismo sostenibile e sulla governance in Puglia. Attraverso un approccio interdisciplinare, combina analisi storica, spaziale e normativa per evidenziare come la partecipazione possa favorire strategie di crescita radicate nelle specificità locali. Dopo aver delineato le criticità e le opportunità del Mezzogiorno, si esamina la relazione

tra spazio e identità, il contesto pugliese e la Legge Regionale n. 28/2017 sulla partecipazione. Un'attenzione particolare è riservata alla mappatura digitale dei processi partecipativi, evidenziando disparità territoriali e la necessità di strumenti innovativi. La proposta finale consiste nella realizzazione di una mappatura partecipata (P/PGIS) per integrare le conoscenze locali nelle politiche di sviluppo, favorendo un modello di governance inclusivo e sostenibile.

2. Ragionare sullo spazio

La relazione tra storia e spazio è profondamente intrecciata e costituisce una chiave di lettura essenziale per comprendere le dinamiche territoriali. Come evidenziato da George Duby, la storia si manifesta e si sviluppa all'interno dello spazio fisico, coinvolgendo non solo gli eventi politici ma anche le istituzioni, le credenze, le pratiche culturali, le relazioni sociali ed economiche (Duby, 2000, p. 1).

La sensibilità sociologica permette di leggere lo spazio non solo quale contenitore passivo, ma come elemento attivo nel processo di costruzione sociale. La percezione e l'organizzazione sono soggette a cambiamenti rapidi e significativi, che riflettono le trasformazioni sociali, economiche e tecnologiche. La rapida evoluzione di questi processi mette in crisi i modelli tradizionali di interpretazione spaziale, generando una disconnessione dai sistemi territoriali condivisi e rendendo più complessa la lettura e la comprensione dei luoghi.

Tuttavia, nonostante l'avanzare della globalizzazione, lo spazio fisico non ha perso la sua rilevanza; al contrario, le dinamiche locali, regionali e nazionali sono emerse con nuova forza, rivelando come lo spazio venga utilizzato come risorsa identitaria (Salvemini, 1999, 2002, 2011).

L'organizzazione sociale dello spazio è il risultato di molteplici fattori che si intersecano, quali le pratiche sociali, le dinamiche economiche e le politiche territoriali. Queste influenze modellano continuamente il territorio, creando frammentazioni e discontinuità. Tale frammentazione riflette le tensioni tra le diverse forze in gioco: globalizzazione, localismi, nazionalismi e nuove configurazioni regionali. In questo contesto, lo spazio assume una funzione centrale nella costruzione delle identità collettive, e il territorio si trasforma in un campo di conflitti simbolici e materiali.

Per comprendere pienamente la complessità del territorio, è fondamentale unire la dimensione spaziale a quella temporale, superando la visione dicotomica che vede lo spazio come statico e il tempo come dinamico. Questo approccio integrato consente di analizzare come le strutture sociali

si sedimentano e come le nuove dinamiche globali e locali ridefiniscano costantemente il significato e l'uso del territorio.

L'attenzione è posta su come gli attori sociali interpretano, costruiscono e utilizzano lo spazio. Non solo come puro dato naturale, ma continuamente rinegoziato e riconfigurato dalle pratiche umane. I processi di urbanizzazione, la gestione delle risorse naturali e le politiche di pianificazione territoriale sono tutti esempi di come le società organizzano e trasformano lo spazio. Questo implica anche una continua interazione tra l'ambiente naturale e quello costruito, dove i processi di "umanizzazione" dello spazio e la "spazializzazione" della natura si influenzano reciprocamente (Pinchemel, Pinchemel, 1996a, p. 7).

La sfida è quindi quella di decifrare le complesse interazioni tra gli attori sociali e lo spazio che abitano e trasformano. Questa prospettiva richiede una comprensione profonda delle dinamiche economiche, culturali e politiche che modellano il territorio, nonché della sua evoluzione storica. Solo attraverso un'analisi integrata che tenga conto delle molteplici dimensioni dello spazio si può cogliere appieno la complessità del territorio contemporaneo, un palinsesto in continuo cambiamento, in cui passato, presente e futuro si sovrappongono e si ridefiniscono costantemente (Salvemini, 2018, p. 57). La metafora del palinsesto, tuttavia, può risultare fuorviante se intesa come cancellazione del passato e sua completa sostituzione con un presente sempre pronto a sovrapporsi. Un'interpretazione errata e da evitare quando si analizzano gli spazi umanizzati, poiché vivere in essi significa trovarsi interamente immersi nella storia.

Lo spazio, inteso quale campo delle differenziazioni, delle contraddizioni, delle tensioni, delle competizioni, si fa oggetto di analisi per la lettura dei processi attraverso cui l'umanità ha gradualmente superato i condizionamenti imposti dall'ambiente naturale per creare un proprio spazio, in cui si sviluppa la propria storia per riflettere sulla realtà naturale, intesa come un insieme di relazioni interdipendenti tra componenti fisiche e viventi, influenzate da fattori climatici, biotici ed edafici (Isnard, 1980, p. 8). Solitamente, un ambiente naturale è definito dalla componente che maggiormente lo caratterizza; tuttavia, molti ecosistemi, come quello mediterraneo, sfuggono a una definizione univoca a causa della loro complessità e della mancanza di un elemento dominante.

Lo spazio naturale, considerato nella sua totalità, costituisce un ecosistema che regola il proprio funzionamento attraverso una regolarità qualitativa e quantitativa di flussi e scambi tra le sue componenti. Questo intreccio conferisce al sistema una capacità di auto-organizzazione, mediata da meccanismi di autoregolazione e omeostasi, che garantiscono un equilibrio dinamico. Quando si verificano trasformazioni nell'ecosistema, si attivano

meccanismi di retroazione (feedback) da parte di tutte le forme di vita in grado di rispondere alle sollecitazioni ambientali, rallentando o invertendo i cambiamenti (Pinchemel, Pinchemel, 1996a, pp. 14-18). In questo contesto di equilibri e contrappesi, la stabilità di un ecosistema è direttamente proporzionale alla complessità, alla ricchezza e alla diversificazione della sua composizione.

È cruciale, in questa analisi dello spazio naturale, liberare i concetti di “equilibrio” e “stabilità” dalla loro forte connotazione antropocentrica, riconoscendo che, da un punto di vista biologico, non esistevano in senso assoluto nemmeno prima dell'avvento dell'umanità sulla Terra. La complessità dello spazio naturale risiede proprio nel fatto che tali concetti rappresentano condizioni dinamiche tra le più difficili da cogliere, essendo il risultato di molteplici interazioni, squilibri e continui aggiustamenti. Allo stesso tempo, invertendo la prospettiva, emerge come «il mondo nel quale viviamo oggi sia molto più un mondo artificiale, creato dall'uomo, che un mondo naturale» (Simon, 1974, p. 16; Isnard, 1980, p. 18) e, sebbene alcune aree del pianeta siano ancora intatte o in fase di rinaturalizzazione, molte altre sono soggette all'intervento umano, anche per quanto riguarda la loro conservazione.

L'ambiente naturale descritto è abitato da società umane che hanno sviluppato strumenti per dominare la natura, sfruttandone le potenzialità, adattandosi ai suoi vincoli e superandone le limitazioni. Il processo di umanizzazione, inteso come sottrazione di spazio agli ecosistemi naturali, e quello di spazializzazione, ovvero l'incorporazione dell'ambiente naturale nello spazio umano e l'organizzazione dello spazio geografico, sono dinamiche inscindibili (Pinchemel, Pinchemel, 1996a, p. 7). L'umanizzazione può essere concepita come una relazione verticale tra società e ambiente naturale, mentre la spazializzazione rappresenta relazioni orizzontali definite da distanze e configurazioni spaziali. L'ambiente naturale viene integrato nello spazio umano (spazializzato) nel momento stesso in cui lo spazio umano è condizionato dall'ambiente naturale (naturalizzato). Stabilire quale di questi processi avvenga per primo, o se uno sia subordinato all'altro, non è una questione di facile risoluzione.

L'organizzazione territoriale rappresenta il progetto che guida l'azione trasformativa dell'uomo sull'ambiente naturale. Questo progetto deve necessariamente tenere conto delle caratteristiche ambientali: se da un lato un ambiente “neutro”, privo di condizionamenti, facilita lo sviluppo di processi come la polarizzazione, la pianificazione di reti e la zonizzazione, dall'altro fattori quali il rilievo, il clima e la composizione del suolo esercitano un'influenza determinante. L'adattamento dell'umanizzazione dell'ambiente naturale alle logiche dello spazio e l'adeguamento delle logiche dello

spazio umano alla diversità e ai vincoli geo-ecologici rappresentano una doppia sfida da affrontare e integrare (Pinchemel, Pinchemel, 1994).

È evidente che questa rappresentazione costituisce una semplificazione; l'osservazione empirica rivela situazioni di maggiore complessità, determinate dall'alternarsi di diversi sistemi spaziali, dalla trasformazione di ambienti naturali umanizzati e spazializzati da generazioni, da flussi migratori e così via. Inevitabilmente entrano in gioco le variabili temporali e, di conseguenza, i contesti politici, economici, sociali, culturali e tecnologici in cui gli spazi geografici si sono sviluppati. Il risultato di questa interazione dinamica è l'ambiente geografico così come lo conosciamo.

3. La Puglia, *Le Puglie*

Questa analisi pone la sua attenzione sulla Puglia, regione in cui i confini amministrativi racchiudono una complessa varietà di tensioni interne. Si evidenzia un primo dualismo di natura fisico-geografica: tra le coste e le zone interne, tra altopiani e pianure. Questa diversità fisica si riflette in una geografia umana stratificata nel tempo tale da comprendere modelli insediativi distinti, aree produttive, mercati e dinamiche demografiche, oltre che forme identitarie specifiche. La morfologia regionale tende, quasi per natura, a generare flussi centrifughi verso diversi poli, come lo storico porto oleario di Gallipoli e la Capitanata, area storicamente orientata verso la transumanza con i rilievi molisani e abruzzesi. Tali differenze svelano connessioni profonde, visibili solo con una lettura territoriale che superi i limiti amministrativi.

In contrasto con il paesaggio rurale europeo, strutturato attorno a chiese e castelli, il territorio pugliese presentava varianti di un paesaggio modellato in risposta ai bisogni sociali. Gli insediamenti fortificati del Subappennino Dauno, i borghi del Gargano e del Salento con chiese madri e gli agglomerati sparsi della Murgia sud-orientale rappresentavano testimonianze di una coerenza strutturale pur nella diversità. Le pianure pugliesi, infatti, manifestavano una stabilità nei modelli insediativi, con un'architettura in pietra duratura e una forte identità locale (Salvemini, 2006).

Questa organizzazione territoriale trova le proprie radici storiche tra il tardo medioevo e l'età moderna, in un contesto di governance "premoderna" caratterizzato da un pluralismo istituzionale e giuridico. A differenza di altre aree europee, il feudalesimo in Puglia non si affermava a causa di un collasso del potere centrale ma contribuiva alla ristrutturazione del controllo politico. L'indebolimento del potere centrale ha favorito l'emergere delle *universitates*, comunità locali con autonomia politica e diritti collet-

tivi di proprietà. La coesistenza di diversi diritti – individuali, signorili, ecclesiastici e collettivi – generava una rete complessa di conflitti e negoziazioni, visibile nell'uso del suolo.

Nel XIX secolo, una grave crisi demografica causò lo spopolamento di numerosi insediamenti minori e la concentrazione degli abitanti in centri maggiori, accompagnata dall'istituzione di nuove strutture di controllo territoriale, come la Dogana della Mena delle Pecore, che regolava la transumanza ovina.

Tra il XV e il XVIII secolo, la Puglia assunse una struttura territoriale complessa, basata sull'interazione tra aree specializzate e flussi di merci e persone. Ampie aree destinate alla coltivazione di grano, oliveti, vigneti e pascoli caratterizzavano il paesaggio agricolo, mentre gli insediamenti si concentravano in grandi centri rurali, le cosiddette *agrotown*, con funzioni di gestione e commercializzazione. Questa specializzazione rurale alimentava una rete di interdipendenze tra la Puglia e i mercati esteri, grazie alle esportazioni di grano, olio e lana, e i flussi interni connettevano le zone cerealicole a quelle olivicole, mobilitando anche forza lavoro stagionale.

L'apertura al mercato internazionale esponeva la regione a fluttuazioni economiche, rendendo necessaria una flessibilità agricola per affrontare i periodi di crisi. La stabilità del sistema pugliese si basava sulla coesione sociale e su una complessa rete di istituzioni e poteri locali.

Le *agrotown* costituivano veri nodi strategici tra campagna e mercato, ospitando braccianti che lavoravano quotidianamente nei campi circostanti. La micro-proprietà, seppur frammentata, insieme alle attività di terziarizzazione, rappresentava una componente economica significativa. Le infrastrutture per la produzione, come mulini e cisterne olearie, erano parte integrante di questi centri. In mancanza di un settore manifatturiero sviluppato, l'agricoltura assunse un ruolo di supporto a un'economia diversificata (Carrino, 2002; Massafra, Salvemini, 2005).

Nel paesaggio pugliese emergeva una netta separazione tra i luoghi dell'abitare e quelli del lavoro. La specializzazione produttiva e la presenza di attori esterni – come autorità sovrane, nobiltà e mercanti – generavano una spazialità frammentata, dove gli usi del suolo non rispondevano necessariamente alle vocazioni locali. Le *universitates*, nonostante fossero fisicamente lontane dai centri produttivi, gestivano la circolazione di risorse e persone, come evidenziato dai flussi di lavoratori stagionali.

Tra il XVIII e il XIX secolo, varie trasformazioni politiche ed economiche incisero profondamente sulla Puglia. L'abolizione della Dogana della Mena delle Pecore e la liberalizzazione del commercio modificarono il sistema di diritti che regolava l'uso del suolo. La crescente domanda internazionale di prodotti agricoli portò all'intensificazione delle colture,

con l'espansione del grano e l'ammodernamento dell'olivicoltura e della viticoltura. Aree tradizionalmente produttive, come l'Alta Murgia, furono progressivamente marginalizzate poiché considerate non redditizie secondo i nuovi parametri (Salvemini, 1989).

La crescita di Bari come centro economico ridisegna la geografia regionale, creando un polo di sviluppo che si estende ai comuni circostanti. Il paesaggio muta con abitazioni più distribuite e un'agricoltura meno dipendente dai mercati globali.

Questa rapida analisi storica, ma di lungo periodo, del territorio pugliese in tutte le sue declinazioni, fa emergere caratteristiche distintive tali da fornire chiavi interpretative di fondamentale centralità. L'importanza di analizzare attraverso lenti proprie della storiografia, così come una conoscenza profonda del territorio sono requisiti centrali per orientare le strategie di intervento in modo coerente con le specificità del luogo. Sono elementi imprescindibili per elaborare progetti di trasformazione che non siano semplici operazioni di riqualificazione materiale, ma che rispondano alle esigenze identitarie, culturali e funzionali della comunità. Attraverso una lettura approfondita del territorio e delle sue strutture sociali, economiche e ambientali, si possono costruire interventi rigenerativi capaci di valorizzare il patrimonio esistente, promuovendo al contempo nuove forme di coesione e sostenibilità.

4. Una legge sulla partecipazione

Il legame tra partecipazione e territorio si configura come un sistema articolato e stratificato. La partecipazione, basata su pratiche di concertazione e collaborazione, è emersa storicamente per attivare risorse che suppliscano alle carenze di Stato e mercato. I cambiamenti nelle strutture spaziali e sociali hanno reso superati i modelli urbani dell'era industriale, evidenziando la necessità di nuovi paradigmi che rispondano a una configurazione territoriale più fluida e integrata con la partecipazione come strumento di rigenerazione e innovazione.

Negli anni Settanta e Ottanta, gli studi si concentrarono sulla ristrutturazione industriale e i suoi effetti sul tessuto urbano, evidenziando fenomeni come la delocalizzazione produttiva, il calo del lavoro manifatturiero e l'emergere dell'innovazione tecnologica. Con il tempo, l'interesse si concentrò verso il ruolo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, capaci di ridisegnare i sistemi territoriali. Il passaggio di analisi dall'ambito produttivo a quello del consumo ha determinato una redistribu-

zione delle pratiche sociali nello spazio urbano, trasformando le dinamiche socio-territoriali.

Nella configurazione territoriale emergente, i mediatori assumono un ruolo centrale nella città globale, influenzando la governance locale. In questo quadro, la partecipazione si ristruttura consolidando il legame tra conoscenza del territorio e processi decisionali, evidenziando l'importanza di una governance capace di valorizzare il coinvolgimento civico come strumento essenziale per affrontare le sfide della contemporaneità. Tale prospettiva richiede un approccio inclusivo e flessibile, in grado di rispondere alla complessità dei contesti territoriali e di promuovere modelli decisionali più aperti e condivisi (Tidore, 2008).

In questo scenario, si inserisce l'evoluzione normativa che ha portato all'adozione di strumenti legislativi finalizzati a regolamentare e rafforzare la partecipazione. Un esempio significativo è l'approvazione della Legge Regionale n. 28 da parte del Consiglio Regionale pugliese il 13 luglio 2017². Questo intervento normativo si colloca in un percorso più ampio che trova precedenti in Toscana e in Emilia-Romagna, segnando un ulteriore passo verso il riconoscimento istituzionale della partecipazione come elemento fondante della governance territoriale³.

La Regione Puglia promuove quindi la partecipazione attiva, piena e consapevole dei cittadini e delle formazioni sociali all'elaborazione delle politiche locali, configurandosi come un modello innovativo di democrazia partecipativa e deliberativa. A sostegno di questa concezione, la normativa introduce l'idea delle "città partecipate" e di una rete di comuni impegnati nella diffusione di pratiche di sussidiarietà, fondate su principi di qualità urbana e ambientale, inclusione e coesione sociale, nonché sulla gestione condivisa dei beni pubblici.

² L.R. Puglia del 13 luglio 2017, n. 28, *Legge sulla partecipazione*: https://partecipazione.regione.puglia.it/legge_partecipazione.pdf.

³ L.R. Toscana del 27 dicembre 2007, n. 69, *Norme sulla promozione della partecipazione alla elaborazione delle politiche regionali e locali*: <https://raccoltanormativa.consiglio.regione.toscana.it/articolo?urndoc=urn:nir:regione.toscana:legge:2007-12-27:69>. L.R. Toscana del 2 agosto 2013, n. 46, *Dibattito pubblico regionale e promozione della partecipazione alla elaborazione delle politiche regionali e locali*: www.regione.toscana.it/-/legge-sulla-partecipazione. L.R. Emilia-Romagna del 9 febbraio 2010, n. 3, *Norme per la definizione, riordino e promozione delle procedure di consultazione e partecipazione alla elaborazione delle politiche regionali e locali*: <https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al/articolo?urn=er:assemblealegislativa:legge:2010:3>. Quest'ultima è stata poi abrogata dall'art. 23 della nuova L.R., del 22 ottobre 2018, n. 15, *Legge sulla partecipazione all'elaborazione delle politiche pubbliche. Abrogazione della legge regionale 9 febbraio 2010, n. 3*: https://demetra.regione.emilia-romagna.it/al/articolo?urn=urn:nir:regione.emilia-romagna:legge:2018-10-22:15&urn_tl=dl&urn_t=text/xml&urn_a=y&urn_d=v&urn_dv=n&pr=id,x,0;artic,0;articparziale,1&anc=art23.

Questa legge rappresenta un caso emblematico di trasformazione delle dinamiche di governance in Puglia, orientandole verso una maggiore democratizzazione e inclusione sociale. Il modello delineato dalla normativa risponde alle istanze di una società sempre più consapevole e coinvolta, promuovendo modalità di interazione più orizzontali tra istituzioni e cittadinanza. L'impianto normativo si fonda sulla ridefinizione delle relazioni di potere e sulla valorizzazione del capitale sociale delle comunità locali, sottolineando il ruolo centrale del coinvolgimento civico nella gestione delle politiche pubbliche regionali.

Al centro della Legge regionale pugliese vi sono principi quali inclusività, trasparenza e sussidiarietà orizzontale. Questi elementi non solo definiscono un modello normativo di empowerment comunitario, ma esprimono anche l'aspirazione della Regione a promuovere una partecipazione diffusa e strutturata. In particolare, il principio di sussidiarietà riflette una volontà di decentramento e co-progettazione, sfidando le tradizionali strutture burocratiche e incentivando una democratizzazione radicale delle politiche locali. L'adozione di tali principi risponde alla necessità di creare spazi pubblici di deliberazione in cui i cittadini non siano solo destinatari delle decisioni politiche, ma anche protagonisti attivi nella costruzione del bene comune.

Gli strumenti previsti dalla legge – dai laboratori di partecipazione al bilancio partecipativo e alle consultazioni pubbliche – incarnano forme di empowerment collettivo volte a rafforzare la capacità delle comunità di contribuire alla gestione del territorio. Questi dispositivi non si limitano a favorire il dialogo tra istituzioni e cittadini, ma agiscono come catalizzatori di nuove configurazioni sociali, in cui le comunità condividono competenze, esperienze e risorse. La loro applicazione può trasformare le relazioni di potere e costruire capitale sociale, favorendo un'interdipendenza più equilibrata tra i diversi attori del territorio.

Gli obiettivi dichiarati dalla Legge sulla partecipazione della Regione Puglia si ispirano al paradigma della democrazia deliberativa, volto alla promozione di una società coesa e solidale. In una prospettiva sociologica, questa impostazione non si limita a rafforzare il tessuto civico, ma rappresenta una chiara volontà istituzionale di riavvicinamento al territorio, riconoscendo la partecipazione attiva e informata come uno strumento fondamentale per la qualità delle politiche pubbliche. La legge si configura dunque come un modello di innovazione sociale, in cui la partecipazione non è solo un fine, ma un mezzo essenziale per sviluppare soluzioni locali e contestuali, reinterpretando le pratiche democratiche in risposta alle sfide emergenti della società pugliese.

Nonostante le potenzialità, il modello partecipativo nel suo complesso presenta alcune criticità. È fondamentale la presenza di un'infrastruttura

solida che permetta la formazione e il coinvolgimento effettivo dei cittadini. Inoltre, la partecipazione inclusiva dipende da un accesso equo alle risorse e da una riduzione delle disuguaglianze socioeconomiche che, in caso contrario, rischiano di riprodurre disparità esistenti, marginalizzando ulteriormente i gruppi meno rappresentati. Così come la tendenza alla burocratizzazione dei processi, una barriera che può limitare l'efficacia della partecipazione, escludendo segmenti significativi della popolazione.

5. Mappare la partecipazione

La rappresentazione dello spazio ha storicamente rivestito un ruolo cruciale nello sviluppo umano, con mappe e tecniche cartografiche che fungono da pilastri per il progresso sociale e culturale. La mappa stessa opera come “mediatore” tra realtà fisica e percezione mentale, consentendo una visione del mondo su diverse scale (Harley, Woodward, 1987). Questa forma di comunicazione, fra le più antiche, possiede un potere espressivo capace di superare i confini linguistici⁴.

I progressi tecnologici consentono oggi di georeferenziare fenomeni naturali e antropici, generando mappe tematiche che vanno oltre le tradizionali rappresentazioni geografiche. Questo tipo di mappa trova applicazione anche nelle scienze sociali, permettendo analisi di dati spaziali visualizzati tramite elementi puntuali, lineari o poligonali.

L'analisi spaziale può rivelare aree di sovrapposizione e concentrazione, il cui studio è divenuto sempre più diffuso. Il principio di sovrapposizione (*overlay*) utilizza strati tematici multipli su una mappa di base, facilitando la comprensione delle relazioni e delle dinamiche territoriali, grazie a tecniche di hotspot analysis e cluster analysis utili per identificare concentrazioni specifiche e supportare decisioni in urbanistica, gestione delle risorse e pianificazione infrastrutturale.

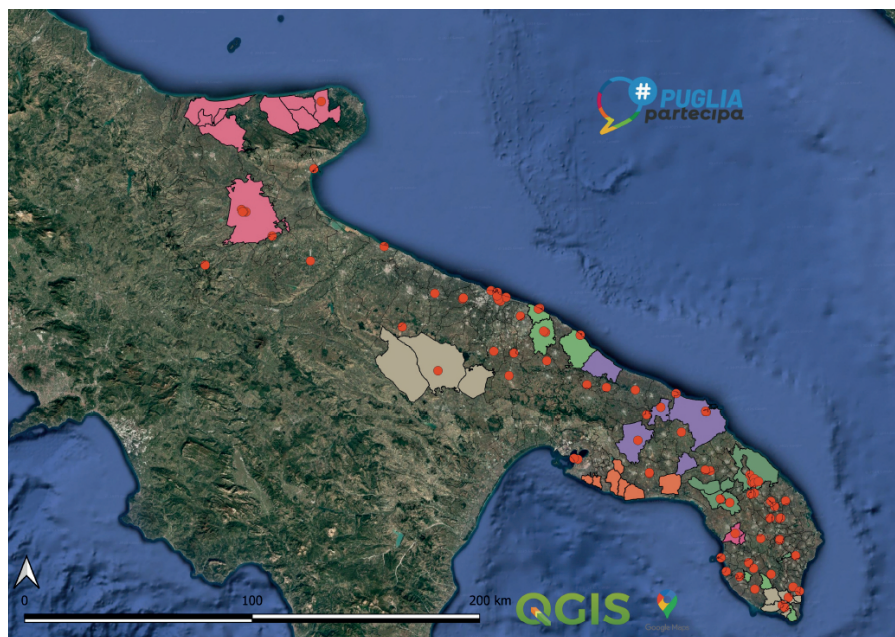
Per tale ragione, georeferenziare i processi partecipativi pugliesi va oltre il semplice aspetto grafico e rappresentativo: costituisce l'avvio di un'analisi sia quantitativa sia qualitativa che esamina la distribuzione spaziale e le varie motivazioni dietro tali fenomeni.

Il portale online *Puglia Partecipa* (s.d.) ha permesso di condurre un'analisi completa del percorso partecipativo pugliese a partire dal 2018. E così, a fine ottobre 2024, si contano 137 processi articolati in tre macroaree: 27 processi regionali, 105 processi territoriali composti da comuni o

⁴ Seppure non si tratti di una “trasparenza totale”. Si pensi, ad esempio, all'uso della legenda quale esplicazione del nesso segno/significante e significato (Lodovisi, Torresani, 2005).

gruppi di comuni e associazioni radicate sul territorio e 5 all'interno del *Piano strategico per una Puglia sostenibile 2030*. Emergono due aree di alta concentrazione: Terra di Bari e Salento (Fig. 1).

Fig. 1 - Mappa dei 137 processi partecipativi nella regione Puglia



Fonte: elaborazione dell'Autore

Affinando l'analisi, si osservano ulteriori raggruppamenti attorno a Bari, Lecce e al basso Salento. Emergono così reti intercomunali di forte impatto visivo, in sostituzione di punti singoli, mostrando come la partecipazione possa colmare distanze, creando una “rete” solidale attorno a temi condivisi, un aspetto rilevante considerando le identità locali distinte che caratterizzano molte zone pugliesi.

Accanto a tali aree partecipative si trovano zone con iniziative sporadiche o assenti, coincidenti con la provincia di Taranto, aree del territorio murgiano, Tavoliere, Subappennino Dauno e Gargano (con l'eccezione di Foggia, dove si concentra buona parte della partecipazione regionale, sebbene minore rispetto al territorio barese e salentino).

Cosa ci suggerisce tale distribuzione spaziale? L'assenza di partecipazione ha spiegazioni complesse, che vanno da fattori sociali ed economici

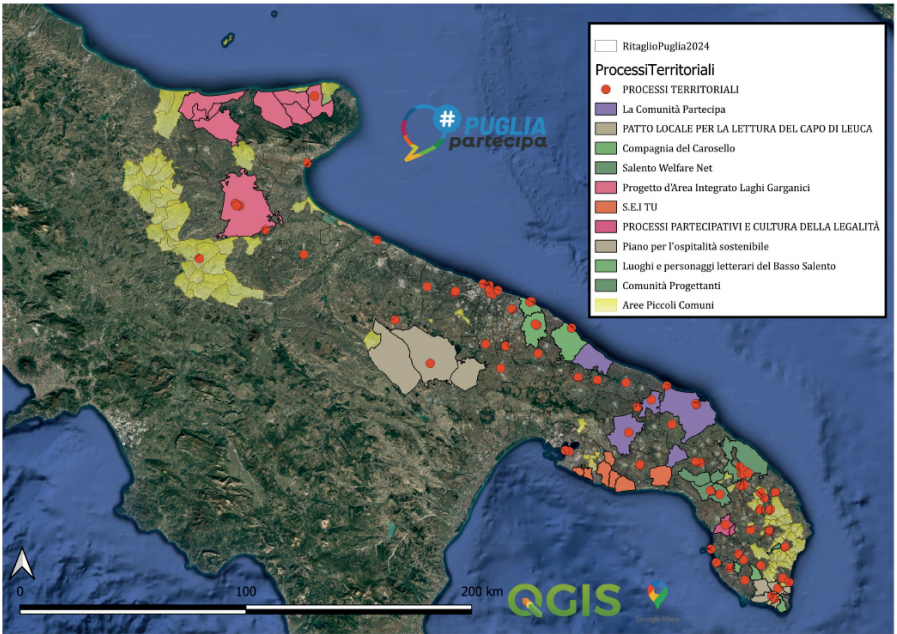
a considerazioni politiche, demografiche e geografiche. Esploriamo qui una sovrapposizione geografica che sembra tutt'altro che casuale.

L'autocorrelazione spaziale (*spatial autocorrelation*) può evidenziare se i fenomeni sociali sono distribuiti casualmente o se vi sono schemi significativi da considerare, essenziali per capire l'impatto delle politiche pubbliche sul benessere. La personalizzazione dei dati per progetto migliora l'efficienza interpretativa e decisionale.

In quest'ottica, una mappa digitale multilivello consente di analizzare i processi partecipativi sovrapponendoli ai piccoli comuni pugliesi. La Legge 158/2017 sostiene questi comuni e la riqualificazione dei centri storici. Con una media di 2.500 abitanti, l'Italia conta 5.868 comuni di meno di 5.000 abitanti, 84 dei quali in Puglia.

La mappatura mostra una sovrapposizione tra tali comuni e le aree con bassi livelli di partecipazione, quali Gargano, Subappennino Dauno, Tavoliere, murgiano, tarantino e area ionica salentina. Questi comuni presentano criticità comuni legate a dissesto idrogeologico, recessione economica, calo demografico e carenze infrastrutturali (Fig. 2).

Fig. 2 - Piccoli comuni e processi di partecipazione in Puglia



Fonte: elaborazione dell'Autore

Numerose le possibili analisi su vari indicatori GIS, ma la scarsa partecipazione sociale in tali aree riflette fattori come il progressivo spopolamento che indebolisce il tessuto sociale, aggravando la frammentazione comunitaria. La precarietà del capitale sociale ostacola la partecipazione civica, esacerbando la disuguaglianza rispetto ai centri urbani più grandi, una disparità evidente sia a livello regionale che nazionale. La mancanza di partecipazione attiva rappresenta l'esito di questi processi di marginalizzazione.

L'analisi spaziale offre informazioni sia quantitative che qualitative per approfondire la disuguaglianza territoriale e l'esclusione sociale in cui rischiano di rimanere intrappolate queste comunità. È necessario ridefinire i modelli di governance e rafforzare le pratiche partecipative per attivare processi che rendano tali comunità protagoniste del proprio sviluppo. Contrastare le dinamiche di spopolamento implica un approccio che integri politiche di sviluppo basate sulle specificità territoriali e un attivo coinvolgimento civico.

In questo quadro, il turismo emerge come una delle dimensioni strategiche nei processi di partecipazione, sebbene non rappresenti il focus principale della maggior parte delle esperienze avviate sul territorio pugliese. I percorsi partecipativi orientati al turismo si sviluppano prevalentemente nei piccoli comuni, spesso non caratterizzati da un'elevata vocazione turistica, dove la partecipazione è intesa come strumento per stimolare processi di sviluppo locale e rafforzare il legame tra comunità e territorio. L'obiettivo principale dei processi partecipativi nella regione non è esclusivamente la promozione turistica, ma piuttosto la costruzione di strategie condivise per il rafforzamento della coesione sociale, la valorizzazione del patrimonio locale e l'innovazione nelle pratiche di governance. In questo senso, la partecipazione si configura come un dispositivo di attivazione territoriale, mirato a favorire un modello di sviluppo endogeno e sostenibile, capace di generare benefici diffusi per le comunità locali.

La mappatura evidenzia le aree di partecipazione attiva e i "vuoti" di coinvolgimento civico. Essa si configura come strumento di analisi fondato sulla conoscenza territoriale e delle dinamiche sociali, utile per incentivare una partecipazione che trasformi le comunità locali in attori partecipi del futuro del proprio territorio.

6. Una proposta

Il territorio non può essere semplicemente adattato a prospettive di rigenerazione o sviluppo turistico senza una lettura profonda della sua complessità. La dimensione globale-locale resta fondamentale per interpre-

tare gli insediamenti come nodi di una rete che raccoglie flussi globali, ma anche come portatori di identità e caratteri sociali, economici, culturali e politici unici. Il turismo agisce così sia come vettore della globalizzazione sia come fenomeno che riflette e valorizza le peculiarità locali, legandosi strettamente alle specificità dei luoghi (Di Bella, 2022). Risulta, pertanto, necessario affrontare la marginalità instaurando un rapporto di connessione con le comunità tanto da provare a preservare memoria e storia e senza cadere nella “turistificazione” estrema e paradossale.

A partire da queste premesse, si propone un progetto di ricerca finalizzato alla costruzione di un P/PGIS (Public Participation GIS), ovvero una mappatura partecipata che, attraverso il coinvolgimento diretto delle comunità locali, consenta di rappresentare in modo critico e condiviso il territorio. L'idea progettuale nasce dall'analisi territoriale e dalla georeferenziazione dei processi partecipativi avviati in Puglia, con particolare attenzione ai piccoli comuni delle aree interne.

L'obiettivo finale è la costruzione di una vera e propria “contromappatura” in cui «I concetti di spazio e territorialità intesi come prodotto sociale si riflettono, quindi, nelle rappresentazioni cartografiche digitali nella misura in cui, tali rappresentazioni, possono essere considerate come il risultato di pratiche di mappatura partecipata, dunque anch'esse come costruzione collettiva» (Boella *et al.*, 2019, p. 59).

In questa prospettiva, il turismo diviene uno dei temi centrali della progettazione, non tanto come fenomeno estraneo al contesto sociale ed economico locale, ma come elemento da comprendere e governare attraverso strumenti partecipativi. La proposta prevede una selezione mirata di territori pilota, individuati sulla base dell'analisi dei piccoli comuni pugliesi e di studi territoriali, per avviare una fase di indagine empirica che coinvolgerà cittadini, amministratori locali e operatori economici attraverso questionari digitali e interviste. L'analisi si concentrerà su diversi aspetti, tra cui il tessuto imprenditoriale, le strutture produttive locali, il comparto alberghiero e della ristorazione, nonché il patrimonio storico-culturale, al fine di comprendere come la partecipazione possa contribuire a uno sviluppo turistico sostenibile e contestualizzato. La metodologia si avvarrà di un approccio sia qualitativo che quantitativo, integrando lo studio della letteratura scientifica nazionale e internazionale con l'analisi di bibliografie locali e banche dati esistenti. L'obiettivo è quello di sviluppare una conoscenza territoriale utile a individuare non solo le potenzialità ma anche le criticità e le resistenze locali nei confronti delle trasformazioni turistiche, promuovendo un modello di sviluppo che sia realmente condiviso dalle comunità coinvolte.

Non si tratta di un percorso semplice e lineare. Così come costruire una cartografia partecipativa⁵ non è un'operazione scevra di criticità, di interpretazioni differenti e di tortuosi momenti di formazione e condivisione. È un sistema complesso, mediatore tra differenti attori sociali ma non è da considerare quale un banale e sterile contenitore di dati restituiti dai cittadini. Gli strumenti di cartografia partecipativa non sono più semplici rappresentazioni tecniche del territorio ma componenti fondamentali nella costruzione di pratiche democratiche per la governance territoriale.

La metamorfosi cartografica ha origine con l'avvento delle Tecnologie dell'Informazione Geografica (TIG), le quali hanno ridefinito sia il ruolo del cartografo che l'uso della mappa stessa. Da un lato, la figura del cartografo diviene collettiva: la produzione si apre a molteplici soggetti, inclusi cittadini e professionisti non istituzionali, manifestando un'importante democratizzazione delle prospettive territoriali. Dall'altro, emerge la cartografia come risposta a nuove esigenze sociali legate alla pianificazione inclusiva e alla mediazione territoriale, in cui le mappe diventano spazi di comunicazione e negoziazione fra attori diversi. In questo contesto, assume una funzione decisiva non solo come mezzo di rappresentazione spaziale ma come strumento partecipativo che favorisce la concertazione, interpretazione e co-creazione dei territori (Casti, 2019).

La cartografia, grazie alla sua combinazione di elementi iconici e verbali e alla sua capacità di integrare supporti analogici e digitali, emerge come potente linguaggio di rappresentazione spaziale. Tuttavia, nei processi partecipativi, essa spesso rischia di riflettere visioni stereotipate o precostituite, piuttosto che una reale interpretazione dei bisogni locali. La mancanza di una vera *cartographic literacy* critica rende complessa la realizzazione di mappe partecipative efficaci, in quanto una conoscenza territoriale autentica richiede non solo un'accurata raccolta di dati, ma anche una comprensione profonda delle pratiche di territorializzazione locali e dei saperi tradizionali.

L'assenza di questo approccio riduce il territorio a uno spazio puramente fisico, privo delle dimensioni storiche e culturali che ne costituiscono l'essenza. Perché una mappa partecipativa risulti significativa, occorre includere competenze territoriali che integrino prospettive locali, rendendo il luogo una realtà vivente anziché una rappresentazione spersonalizzata (Turco, 2010).

L'importanza dei cittadini nella progettazione delle politiche è il frutto di interesse, identificazione e responsabilità i cui prodotti sono il frutto di

⁵ O nella sua variante di "Sistema cartografico o *mapping* di comunità o collaborativi" (Burini, 2016, p. 11).

sensibilità sociale, delle più diverse competenze, di adattabilità e di trasformazione delle idee. La progettazione vedrà scandite e definite le fasi di partecipazione, attuazione, monitoraggio e completa trasparenza.

Questa proposta si configura, quindi, come un progetto pilota scalabile finalizzato a testare e incentivare la partecipazione locale nella costruzione di politiche territoriali condivise, garantendo alle comunità il ruolo di attivatori nei processi di trasformazione del territorio. L'intero percorso sarà strutturato in fasi definite di partecipazione, attuazione, monitoraggio e trasparenza, in un'ottica di sperimentazione che possa fornire indicazioni utili per futuri interventi su scala più ampia.

Bibliografia

- Becattini G. (2009), *Ritorno al territorio*, Il Mulino, Bologna.
- Boella G., Calafiore A., Dansero E., Pettenati G. (2017), *Dalla cartografia partecipativa al crowdmapping. Le VGI come strumento per la partecipazione e la cittadinanza attiva*, «Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia», 1 (gennaio-giugno), pp. 51-61.
- Burini F. (2016), *Cartografia partecipativa. Mapping per la governance ambientale e urbana*, FrancoAngeli, Milano.
- Carboni C. (a cura di) (2009), *La governance dello sviluppo locale. Città e territori in Italia nell'epoca della globalizzazione*, Il Mulino, Bologna.
- Carrino A. (a cura di) (2002), *Territorio e identità regionali. La storia della Puglia*, Edipuglia, Bari.
- Casti E. (2019), *Cartografia critica. Dal Topos alla Chora*, Guerini e Associati, Milano.
- Cersosimo D. (2000), *Il territorio come risorsa. Programmazione, concertazione, e sviluppo regionale nel Mezzogiorno*, Donzelli, Roma.
- Consiglio italiano per le Scienze Sociali (2005), *Tendenze e politiche dello sviluppo locale in Italia. Libro bianco*, Marsilio, Venezia.
- Di Bella A. (2022), *Geografia del turismo urbano*, Laterza, Bari-Roma.
- Duby G. (2000), "Prefazione", in Duby G. (a cura di), *Atlante storico. La storia del mondo in 335 carte*, Einaudi, Torino.
- Harley J.B., Woodward D. (1987), *The History of Cartography, Volume One, Cartography in Prehistoric, Ancient, and Medieval Europe and the Mediterranean*, University of Chicago Press, Chicago.
- Lodovisi A., Torresani S. (2005), *Cartografia e informazione geografica. Storia e tecniche*, Patròn Editore, Bologna.
- Masella L., Salvemini B. (a cura di), *Storia d'Italia: le regioni dall'Unità a oggi, La Puglia*, Einaudi, Torino, 1989.
- Massafra A., Salvemini B. (a cura di) (2005), *Storia della Puglia. 1. Dalle origini al Seicento*, Laterza, Roma-Bari.

- Pinchemel P., Pinchemel G. (1994), *Lo spazio antropico. Fondamenti di geografia umana*, FrancoAngeli, Milano.
- Pinchemel P., Pinchemel G. (1996a), *Dal luogo al territorio. Fondamenti di geografia regionale*, FrancoAngeli, Milano.
- Pinchemel P., Pinchemel G. (1996b), *L'ambiente naturale*, FrancoAngeli, Milano.
- Puglia Partecipa (s.d.), testo disponibile al sito: <https://partecipazione.regione.puglia.it/>, data di consultazione: 25/10/2024.
- Salvemini B. (1989), “Prima della Puglia. Terra di Bari e il sistema regionale in età moderna”, in Masella L., Salvemini B. (a cura di), *Storia d'Italia: le regioni dall'Unità a oggi. La Puglia*, Einaudi, Torino.
- Salvemini B. (1999), *Contro gli incubi dello spazio umanizzato. Le storie regionali Imes-Laterza: una collana didattica sulla storia della territorialità italiana*, «Meridiana», 34/35, pp. 311-320.
- Salvemini B. (2002), “Fra ingegnerie e identità. I territori possibili della storiografia”, in Carrino A. (a cura di), *Territorio e identità regionali. La storia della Puglia*, Bari, Edipuglia.
- Salvemini B. (2011), “Un mondo “paradossale? Poteri società e risorse nello spazio pugliese della lunga età moderna”, in Giuffrida A., D'Avenia F., Palermo D. (a cura di), *Studi storici dedicati a Orazio Cancila*, Associazione Mediterranea, Palermo.
- Salvemini B. (2018), *I linguaggi del mercato. Denominazioni sociali, moralità mercantili e stili di pensiero della Age of Commerce (secoli XVII-XIX)*, Aracne, Canterano.
- Salvemini B. (2006), *Il territorio sghembo. Forme e dinamiche degli spazi umani in età moderna*, Edipuglia, Bari.
- Simon H.A. (1974), *La science des systèmes*, Epi, Paris.
- Tidore C. (2008), *Processi partecipativi nel governo del territorio. Metodi per conoscere e decidere*, FrancoAngeli, Milano.
- Trigilia C. (1994), *Sviluppo senza autonomia. Effetti perversi delle politiche nel Mezzogiorno*, Il Mulino, Bologna.
- Trigilia C. (2001), “Capitale sociale e sviluppo locale”, in Fantozzi P. (a cura di), *Politica, istituzioni e sviluppo: un approccio sociologico*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Turco A. (2010), *Configurazioni della territorialità*, FrancoAngeli, Milano.

25. The Proximity Economy and the Integrated Relational Tourism into the SNAI Areas

by *Gilda Catalano*

1. The Research Context: Marginal Territories by Diverse Viewpoints

In Italy, the debate about the socio-economic marginality of peripheral areas is complex and stressed by different positions. Two main viewpoints are prevalent: one more optimistic and another one with a more realistic outlook.

As regards the first position, for instance, Boeri (2020) and Fuksas (2021) think that the residential dispersion of small villages and abandoned centers can be brought back to life. According to them, this revitalization could be possible by rethinking of external spaces and collective functions through a concrete reforestation of urban centers. So, they foster an archipelago of urban and historic places reinforced by a green pact between cities and villages. On the other side, authors as Cipolloni (2021) underline the list of problems for those living in small communities: they illustrate how the most part of these areas suffer the lack of an efficient public transport network, of digital technologies availability, and of undersized schools and medical services.

In this scenario, many case-studies tend to highlight some guidelines to reduce the effects of marginality with some recurrent suggestions such as:

- Reverse depopulation dynamics and increase the population well-being, by supporting a sufficient quantity and quality of essential services (school, mobility and health) and reducing the digital divide.
- Stop the abandonment of fertile lands by enhancing agricultural resources, forms of tourism, and the natural and cultural capital through an approach focused on the empowerment of a local development.
- Protect the environmental and landscape heritage by reducing and preventing climate change's effects.

- Invest in young people by promoting innovative social, cultural and entrepreneurial actions.
- Reuse and reinvent spaces, as well as enhance public and abandoned lands by taking into account the collective and public dimension.
- Encourage functional relations between different types of areas, without neglecting the strategic connections between urban and internal areas.
- Promote links between communities of internal areas and relevant centers for the development of quality products.
- Strengthen the skills of local administrations, renewing them and suggesting forms of intermunicipal collaborations.

These guiding principles indicate some crucial actions which occur to be pursued. Nevertheless, some obsolete outlooks about marginal territories can fail to grasp some recent innovative aspects. As Fabrizio Barca (2018) observes, new and more exhaustive readings should arise. They should be able, on the one hand, to understand the granularity of contemporary economic, social and cultural processes which produce thin territorial borders; on the other hand, they should highlight the functional complementarity between central and marginal places.

This debate is still quite polarized and it expresses a persistence of old cleavages: city versus countryside and center versus periphery. Indeed, at a closer viewpoint, the “left behind” villages do not show only signs of degradation. On their front, some innovative responses and emancipation processes appear as well. They are clear in some cases of welcoming communities (Osti, Ventura, 2012), of new inhabitants who find a temporary hospitality (Lo Presti, Luisi, Napoli, 2018), or active citizenships in the energy transition (Carrosio, Moro, Sabatino, 2018; Carrosio, 2019). In a nutshell, not only the social stasis deserves attention, but also the emancipatory signs (De Rossi, 2018).

The starting question of this chapter moves from understanding some possible proactive praxis to be caught into a framework of socio-territorial marginalities. Among the various forms of emerging innovations, my research has focused on some social practices which seem to actively respond to the multivariable crisis of peripheral territories. Its aim has been to search for new representations of communities, by shaping stories of local innovations in terms of new citizenships, as well as in terms of active policies. The two guide-concepts – which have emerged from research results – can be better synthesized by the Integrated Relational Tourism and the Economy of Proximity. Although these two concepts are not fully concretized as perfect models in the examined areas, it has been deduced how the analyzed zones contain very close features to those ideal references.

In order to better explain the aims and results of the research, next paragraphs will be divided into two arguments. The first argument deals with the concept of territorial marginality as studied by the National Strategy of Internal Areas (SNAI in the Italian acronym), underlining both its key-steps and its partial successes where the tourism projects have an evident role. A second section proposes a diverse outlook about the concept of socio-spatial peripherality where some results of my research will be presented, and some final considerations will be stressed.

2. The SNAI and the Concept of Marginality

Although it was born as an experimental initiative, today the SNAI is a fully-fledged structural policy. Its first phase has moved from 2014 to 2020, while the second is still ongoing from 2021 to 2027. It has been conceived to stem the depopulation of internal areas through territorial policies based on a place-based model. The primary objective is to remove obstacles in terms of services, which represent real handicaps for internal areas.

Even in the European Union, mountain and rural areas are still objects of specific attention (ESPON, 2020) since many countries are undergoing a strong process of demographic, political and cultural marginalization. In fact, this aspect has recently been the recurring theme of discussions in several working groups at the OECD and within the European Strategy for the Alpine Region (EUSALP). Furthermore, the SNAI has been studied by numerous countries – including non-European ones such as Morocco and Japan – thanks to the interest aroused by its specific forms of functioning (Lucatelli, Storti, 2019). So, this strategy is much studied, both by those who have promoted and worked on the SNAI (Barca, Ricci, 2018), and by those who have observed its effects from the outside (Iommi *et al.*, 2022).

In Italy, the peculiarity of the SNAI lies in its continuity with current cohesion policies: in fact, through the Partnership Agreement 2021-2027, a new programming phase has been inaugurated where it has been confirmed as a method for the development of local strategies and the social rebalancing of the national territory (Agenzia per la Coesione Territoriale, 2021, 2022).

The common feature of SNAI policies is the centrality of the marginality's concept. Marginality is, however, a controversial category raising many divergent interpretations in sociological literature. Cersosimo, Ferrara and Nisticò (2018) recall how this concept keeps those qualitative aspects that are difficult to quantify and measure. Certainly, measuring the peripherality's degree of a territory is a necessary operation. However, quantita-

tive interpretations (the data) are not sufficient: qualitative translations (for example, the kind of relations) also occur to catch the concrete vitality of a territory. Therefore, in the newest debates, the interpretation of marginality becomes multivalent.

It is well known that there is a marginality generated by a geographical position, which consequently determines a physiological distance from the main service-providing centers. It is also recognized that there is a marginality originating from an exclusion from political and economic activities. But we also are aware that there are marginalities where the relational peripherality does not coincide with the spatial peripherality. In fact, the distinction between what is marginal and what is central does not exclude the chance to find characteristics of social vulnerability – such as the demographic contraction or elderly population – even in those areas classified as central.

Obviously, it cannot be denied the dependence of internal areas on centers, especially in terms of service providers; but it is equally true that central zones receive benefits from the presence of internal areas in terms of agricultural resources, of naturalistic-excursionist and tourist use. This reciprocal complementarity represents a basic element not to be neglected.

2.1. The Selection and Financing Method in the SNAI

The SNAI method for classifying the municipalities as central is precise; they occur to be equipped by three essential services: a hospital with an emergency of first level, schools of all compulsory education, a railway station of “silver category” (i.e. an important point of movement for goods and passengers).

All the municipalities lacking these three services – plus by a distance more than twenty minutes from the pole – fall into the classification of internal areas: based on the interspace from the central hubs, they are divided into *intermediate*, *peripheral* and *ultra-peripheral*. Furthermore, the independent variable is made up of the set of citizens’ services. This set is the main reference to evaluate the economic well-being of a territory: the distance of a place from these services becomes an indicator of peripherality’s degrees (Barca, Ricci, 2018).

Despite of this subdivision, it should be added that Italy has a deeply varied territory, which is the result of differentiated natural systems and anthropic processes. For instance, the Italian internal areas are characterized not only by significantly distant centers from essential services (education, health and mobility). They could also be categorized according to

other important criteria such as: environmental resources (water resources, agricultural systems, forests, natural and human landscapes) and cultural resources (archaeological heritage, historical settlements, small museums, craft centers), which could transform them into places with other potentials.

In this framework, another important note to be recorded: about a quarter of the Italian population lives in these areas, in a portion of the territory exceeding 60% of the total and it is organized into over 4,000 municipalities. In relation to this high percentage, the fragility of internal areas deserves to stay at the center of contemporary territorial policies.

As far as the classification is concerned, in the first part of the SNAI, the selection process has led to the identification of 72 project areas, distributed across all the Regions, involving 1,060 municipalities and almost two million inhabitants. In the second phase, 45 project areas have been selected; later, 13 new groups of small centers have been constituted and added, benefiting exclusively from European Structural Funds. Furthermore, it has also included a special project area for the 35 municipalities of smaller islands (CIPESS, 2022).

As regards the strategical development, it has heterogeneously worked in each area. Generally, in the first phase, the projects have been developed through the involvement of numerous local actors (in addition to mayors: associations, park authorities, school staff, health managers and GAL¹), where the municipalities had the task of defining the actions to improve services through SNAI projects. In the second phase, the working groups have been more supported by regional actors. This increasing support has also been due to difficulties in developing complex projects by local administrations, which are often undersized for the ordinary management.

In relation to economic grants, the project proposals for services have received resources from national funds, whilst the proposals of development have been financed through community grants from specific territorial cohesion policies. With regard to the period 2014-2020, the national funds – allocated from 2013 to 2017 for the implementation of the 72 project areas – amount to 281 million euros, equal to 3.74 million euros for each project area. These funds need to be added to the European funds available by regions and private entities (DPC, 2022a, 2022b, 2022c).

In addition to national funds, complementary resources have been added for those municipalities classified as internal areas, not necessarily included in the project areas. A significant part still come from the PNRR which – unlike the SNAI – has not been allocated through a local pro-

¹ The acronym GAL means Group of Local Action (*Gruppo di Azione Locale*), that is a territorial association mainly addressed to reinforcing forms of local development.

gramming by an associative basis: in fact, PNRR uses the framework of competition decrees.

In summary, while noting a financial effort in supporting the social marginality, it seems to run the risk of a fragile integration among approaches, tools and resources within shared programs.

2.2. *The Role of the PNRR*

In reference with the PNRR role, it has been complained a weak ability to integrate the various policies and obtain more tangible impacts from its planned interventions.

The PNRR, within the *Mission 5 - Component 3 for Special Territorial Cohesion Interventions*, provides important supporting measures for the quality of school, health and social services, with a total funding of 825 million. Its investment for internal areas is divided into two sub-investments: on one hand, the enhancement of community social services and infrastructures (725 million) and, on the other one, the improvement of local health services (100 million). The Complementary Plan allocates a further 300 million euros to refine on the accessibility and road safety of internal areas.

The first intervention of the PNRR has been aimed at strengthening education, health and mobility services: the delivery mechanism consists of granting funds to municipalities. The final goal has been to provide social services to at least two million citizens of municipalities in internal areas, whose at least 900,000 inhabitants of the eight regions of Southern Italy. In fact, the Italian Budget Law for 2020 has assigned a contribution of 300 million, by the amount of 75 million per year for the period 2020-2023 to some municipalities in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardinia and Sicily (DPC, 2023). These funds are to be invested in social infrastructures, through the so-called *Social Infrastructure Fund*.

2.3. *Some Results from Internal Areas' Strategies*

In the transition from the first to the second phase – still in progress – a decrease in the internal municipalities from 8,902 to 7,903 emerges, essentially thanks to the merger of some municipalities, as well as because of changes in the demographic trend. The municipalities classified as poles have decreased by 28.9% and those of internal areas have increased by 5.1%. The population in central poles has decreased by 2.2 million inhabit-

ants (from 24.2 to 22 million) whilst, in internal areas, it has increased by 0.7 million, thus going from 12.7 to 13.4 million inhabitants (Barbera, De Rossi, 2021).

These changes lead us to question about forms of interdependence between central poles and internal areas: their links are based on the procurement of primary resources, energy sources, and specific services linked to tourism activities. Besides, these partial data can be useful in highlighting some latent aspects of marginal territories that – if adequately systematized – could steer to a wider quantity of ordinary policies for a stronger territorial cohesion.

At the moment, the main successful activities from SNAI projects seem to be in tourism and other related activities: culture, nature, temporary regeneration (DPC, 2023). These new actions can be summarized as follows:

- the adaptation and enhancement of cultural and environmental heritages, with particular attention to trails (paths, cycle paths, itineraries);
- the integrated management of local, cultural and environmental tourism resources, through existing or new businesses;
- the creation of networks or other forms of collaboration between companies in the supply chain, including the involvement of activities from other sectors;
- the restructuring, re-functionalization and management of villages, second homes or other publicly owned properties;
- the communication and promotion of the territory and its local identity, also through the use of digital tools;
- the organization of events to increase the attractiveness of the territory through the coordination of existing proposals;
- the enhancement of quality agri-food products.

2.4. The Role of Tourism in the SNAI

As we have seen in the previous paragraph, the tourism plays a central role in the selected internal areas. In the first phase, 45 of the 72 areas had their strategy approved, especially through interventions for the attractiveness of the natural, cultural and tourist heritage by approximately 133 million euros: this corresponds to 19% of total resources from strategies (over 705 million euros). Specifically, by the Programming Cycle 2014-2020, the sector Culture has 1,063 projects by public costs of 387.3 million euros, the sector Nature counts 365 projects by public costs of 151.7 million euros, whilst the sector Tourism has 866 projects by public costs of 232,3 million euros (DPC, 2022c).

In these three sectors, the construction of works and installations have prevailed and their percentages have been structured as follows:

- the projects in the Culture area are mostly aimed at creating works and territorial systems: in fact, 68% of interventions have been supported by the cohesion policy and fall within this type of support (corresponding to 95% of granted public resources);
- the interventions in the Nature sector are mostly aimed at creating works and installations (89% of projects, which absorb over 90% of the granted public funding);
- the share of interventions in Tourism is also aimed at the construction of works and installations (22% of projects, which absorb 62% of the granted public funding). The percentage is slightly lower than in the naturalistic and cultural fields; but it is noteworthy the support through specific incentives to production units, especially in terms of projects numbers (71% of the total), and in spite of a lower weight in the overall public resources (approximately 36% of the total) (DPC, 2022c).

With reference to their territorial distribution, the majority of resources (73%) has been committed to internal areas of Southern Italy – 61% of interventions – corresponding to a total public funding of more than 560 million euros (DPC, 2023).

The whole strategic projects seem addressed to consolidating the entire cultural, natural and tourist chain, in integration with social and economic aspects of the territory. These experiences are still continuing with administrations and socio-economic partnerships for the ongoing 2021-2027 programming period. For instance, they can be traced in the emerging practices and tools of community (cooperatives, foundations, etc.) and in those formulas of public-private partnerships (i.e. in the special public-private partnership or in partnerships for innovation), more concerned with the environmental management of cultural heritages and cultural services.

Briefly, in this ongoing second phase, the newest trends are still encouraging forms of local participation into the abovementioned sectors to vivify the peripheral and innermost areas of Italy.

3. Between Marginalization and Revitalization: Signs of Integrated Relational Tourism and Economy of Proximity

As already mentioned in the first paragraph, two important factors of social shift appear in this research and deserve to be underlined. They are the Integrated Relational Tourism and the Proximity Economy.

With reference to the Integrated Relational Tourism, it is not a recent concept; actually, it is reinforced by practices of the Tourism 4.0, which mark the creation of personalized travel experiences thanks to last information technologies. Undoubtedly the Integrated Relational Tourism is more networked than in past decades (Ruisi, 2004; Ooi, Laing, 2010), but it remains a social and cultural factor, based on the mutual respect and trust among hosts and travelers. For this reason, many scholars confirm how its stability is determined by shared social rules where the human relation stays at the center of the journey (Urbani, 2003). Its ingredients are a total disintermediation of third parties, a flexible offer transversally integrated with local socio-economic actors, a visitors' demand composed by people sharing the use of resources with residents, and an intercultural dialogue as vital element (Delai, 2004; Mastrangioli, Brandano, 2021).

In relation to the Economy of Proximity – as verified in times of crisis (i.e. Covid-19) – some socio-economic models of isolated communities have become a point of reference for urban places. Formerly this concept has been widely used in business location studies (Sacco, Zamagni, 2002; Oerlemans, Meeus, 2005), whilst nowadays it identifies a space of shared knowledge – not only of sectors and products – capable of producing norms and routines. By this form, the territory is made up of local value chains where diverse activities (including tourism, hospitality, services and crafts) become integrated into the whole social-urban context, thus facilitating collaborations and knowledge's transmissions among diverse actors.

3.1. The Research: Places and Characteristics

To pursue the objectives expressed in the first paragraph, the research has observed three typologies of marginal areas². These centers have been selected to both represent heterogeneous cases of territorial peripheralities and places by different characteristics in terms of attractiveness, resources and policies. The observed places are:

² The research was exploratory, grounded on fieldworks, informal speeches, interviews. It started in 2018 with a main focus on inner areas and concluded in 2023 because of slowdowns for Covid-19. The majority of local investigations (seven) have been conducted in the pre-Covid phase, and composed of 21 informal speeches and 19 interviews. In 2022, the research has been integrated by further 6 online interviews. At the beginning of 2023, the focus was mainly addressed to visit Grottole and Assergi, by adding 5 interviews by each place. The final 35 interviews are unstructured and questions have been divided into three main sets: local criticalities, territorial changes, social representations about future. In relation to chosen interviewees, they do not represent a representative sample of local population as basically selected in relation to their role in communities.

- Two semi-peripheral centers, Riccia and Fontecchio, chosen because of their few active resources where temporary housings have become a challenge for new lifestyles.
- Three peripheral centers: Assergi in Gran Sasso, selected for its primary resources still active; Pienza, chosen because of a high degree of cultural recognizability; and Grottole, designated thanks to its original reuse of temporary housings.
- Ultra-peripheral municipalities in areas of the Cadore Valley – specifically in Santo Stefano di Cadore and Danta di Cadore – visited thanks to their strong social ties creating an economic value.

Although different for geographical positions and general characteristics, the selected places express the following elements at a diverse degree:

- a) individual skills, able to intercept both new travelling patterns and place-based methods for their local demand;
- b) innovative actions and partnerships by small entrepreneurial actors and by the local policy supporting territorial economies;
- c) placemaking paths, capable to enhance the territory by creating common economic values.

As far as a brief description of selected places with their peculiarities.

Pienza, a Unesco World Heritage Site, has 1,944 inhabitants. Nowadays it represents a beautiful center of cultural heritage and an emblematic case where public spaces have been reused by cultural projects. Its point of strength is the Renaissance architecture and the beauty of cultural landscape.

Assergi, a village in the Gran Sasso and Monti della Laga National Park, has 311 inhabitants³. In 2010 the *Pecunia Project* becomes relevant on the park's initiative to support the disposal of wools. For the increase of wool qualities and selling prices, it has been necessary a collaboration between the economic sector and the scientific research. By participating breeders to companies specialized in the sorting of the Biella area, it has been improved the management of wools in farms. The project has allowed for a better remuneration of the product: it has set up an association in 2014 for the valorization of varied wools, which initially started with 15 breeders and today has almost one hundred members and 30,000 kilos of wool. Series of collateral projects have emerged from this initiative: among them, the venture of a young veterinarian who started an entrepreneurial activity to obtain manufactured goods, far ahead sold by an artisan workshop in Santo Stefano di Sessanio.

³ Assergi has actually become a distant section of L'Aquila, although previously it made part of the removed municipality of Camarda, with which it still forms the ninth district of the Gran Sasso and of the Laga National Park.

The Cadore Valley is shaped by many small villages, characterized by the *Regole*. They represent communities of people, called *Regolieri*, who collectively own and manage a set of agricultural, forestry and pastoral assets, such as woods, meadows and pastures. The *Regolieri* families have transferred the common properties of woods and pastures from father to son, together with the belonging rights to the *Regole di Comunione Familiare* and the constant commitment to improve the environmental heritage. For over a millennium, this heritage has been administered, through rules approved by the assembly of *Regolieri*, containing ancient rural codes called *Laudi*. The *Regole* have been abolished in the XIX century, then reinstated in 1948 and finally – by the Italian law 1102/1971 – they have become private property defined as *Regole di Comunione Familiare*, thus receiving the title of private law company. These “Regole di Comunione Familiare” have been able to adapt their functions over time and have recently promoted numerous actions to enhance the environment at a more sustainable use. In the Valley of Visdende, in the municipalities of Santo Stefano di Cadore and San Pietro di Cadore work the following rules: *Regola di San Pietro*, *Regola di Costalta*, *Regola di Presenaio*, *Regola di Valle*, *Regola di Santo Stefano*, *Magnifica Regola di Campolongo*, *Regola di Casada*, *Regola di Costalissoio*, *Regola di Danta* and *Regola di Mezza Danta*. These areas are working to keep small communities alive, to recover buildings and activities, to create some community cooperatives for the management of diverse services, throughout forms of hospitality between smaller centers and mountain resorts, also thanks to the active participation of visitors.

Riccia, near Campobasso, has 4,792 inhabitants. In its Fortore area the percentage of elderly population has reached values higher than the regional average (27.8% versus 24.6%). The municipality of Riccia, together with municipalities of the Fortore area, has promoted an innovative social housing: a reception system in the village for the residence of senior citizens, spread throughout the medieval historic center.

Fontecchio, near L'Aquila, has 286 inhabitants and it takes part of the *Rete Borghi Attivi*. By the *Casa&Bottega* project, the local administration uses some buildings for social housing and artisan workshops, making land both usable for local vegetable gardens and for woodland portions into a civic grazing. In 2017, a research-action workshop on the Faro Convention has been organized by the Council of Europe and it has taken place to promote the local heritage, such as the project *Officina Manuzio* aimed at creating a book supply chain.

Grottole, near Matera, has sponsored the social enterprise *WonderGrottole* in 2018. Its aim is at promoting the regeneration of the historic center,

through the recovery of some disused houses. The main results concern with opportunities to increase the social trust and reactivate the local economy. The village has 300 inhabitants and 1,949 residents whose 65% are over 70. The village is 30 km far from Matera and there are 629 abandoned buildings. *Wonder Grottole* was born thanks to a slow journey during the walks promoted by the *Casa Netural* of Matera. In 2013, when *the Netural Walk* stopped in the *vecchio borgo*, the first steps of transformations appear, also thanks to the first participatory mapping of abandoned houses.

3.2. Common Results

Without transforming these experiences into “emblematic good practices” – thus creating some mis-understandings about fulfilled solutions –, these cases represent some “counter-stories”, probably able to help for new cycles of territorial policies (Cersosimo, Donzelli, 2020).

The process of marginalization has not homogeneously affected all the sectors. These areas can represent places of good policies and, in fact, it has been observed how: a. the population – although low – has remained pretty stable in the last five years thanks to new inhabitants; b. environmental and cultural resources have been the target of empowerment projects; c. some forms of cooperation between distant municipalities have been created for the production of some basic services. These three factors also express the presence of sufficient governance skills in the analyzed communities.

From the observed areas, it is possible to classify the results into three typologies: good performances, a new territorial vision by actors, and two forms of social innovations.

As regards the good performances, they are about:

- A better local management capability: it has been tested both the strengthening of the management capacity for municipal services and the aptitude to jointly perform a territorial area for common development opportunities. For instance, in the case of the Cadore Valley, an inter-municipal system has been reinforced to overcome the typical fragmentation of small municipalities. This system has required local actors to define a common pact, skilled of representing the area as a whole, and also of associating resources for a better administrative management of some services. In this case, the fieldwork demonstrates a strong interest of territorial actors in the administrative empowerment thanks to an associative paradigm, aimed at making local public ser-

vices homogeneous, as well as developing an integrated vision in terms of territorial planning.

- Implementation of local policies: because of the small size of these activities, the role of local policies has become crucial in preserving the fragile economies. A particular role seems to be played by policy-makers and actors close to social entrepreneurship, especially due to a governance able of interacting with those places where activities are located. In this sense, such as in the case of Assergi, the rethinking of local policies and services has been centered on a place-based perspective in order to better work on forms of public supports for a more innovative ecosystem.
- Openness to digitalization: each micro-centrality has taken advantage of digitalization to reach a larger self-sufficiency without expecting too much from supra-local bodies (Province, Region, State). Thanks to the push towards a better intra-municipal management, the local digitalization has become an opportunity to share tools and skills, previously more fragmented. As in the case of Riccia, it seems that IT have been a positive chance to aggregate the demand of innovation within a more shared framework.

As regards to main actors' attitudes, they also express an innovative philosophical design towards the future of areas. It is possible to deduce, at least, three pro-active visions characterizing them:

- a) to change the nature of a place, by involving all the people who have an interest in the community future;
- b) to develop forms of collaboration between the different subjects, strategies and resources in places;
- c) to welcome those diversified objectives, skilled to intersect with local politics.

As regards the forms of social innovations, the two previously recalled concepts express:

- Sufficient relational goods for an economy of proximity: this term underlines the importance of relational elements in the production of material and immaterial goods. Relational goods are usually generated by taking into account those social ties which characterize the provider and the user. Generally, in economic terms, this bond has some constraints. For example, if the participants contribute a lot to the production of the relational good, the subject will benefit a lot; but if each person gives a negligible contribution, all the participants will be demotivated and will avoid making an effort to give their own contribution. An increase in the number of participants in common activities tend to increase individual utility; but it is also necessary to underline how,

in case of an incorrect equilibrium, the participation can become slow and local contributions can collapse. In the case of the Cadore's area and *WonderGrottale*, communities have worked as whole communities towards a new form of "slow hospitality", based on an increased responsibility of individuals within the places.

- Signs of integrated relational tourism. This is not a new product and it does not come from a strategy of diversification of the tourist supply. It derives from a specific view, where the attitudes of both the host and the visitor are crucial. In this sense, the relational tourism finds its genesis in the demand sphere – even before of its supply. This is the case of Grottale, Pienza, Riccia, and Fontecchio. Here, the bottom of the tourism relation is in the tourist who self-produces his/her own stay, building his/her own experience day by day, thanks to opportunities offered by the visited places and by the relationships with people living there. If the visitor self-organizes and self-produces his/her own holiday, it means that the places have created the right conditions for interactions. It is to be recalled how relations – at the core of these networks – are not only formal but also informal, fueled by the availability of the accumulated social capital over time. Relationality is a basic and structural asset, whom the visitor benefits. For example, in the case of *WonderGrottale*, this type of staying has triggered widespread relationships between people from different places and cultures. The adjective «integrated» underlines how the territory is offered in its entirety, with its human environment and its products. Thanks to this integration, some hidden and informal resources have emerged from territories, thus adding a new value to their local economies.

4. Open Conclusions: Towards a Different Place-Making?

As already underlined about the Proximity Economy and the Integrated Relational Tourism, their complete features are not fully present in the case studies; nevertheless, many signs close to their characteristics have been tested. However, these two forms of territorial innovation deserve to be marked for their actions, strategies and policies showing new ways of place-making. Although these ways express varied degrees of strength, the selected places share some recurring approaches in daily changes:

- a) signs of integrated relational tourism, aimed at strengthening a spatial and economic viewpoint which can be compared to proximity economies;
- b) a sufficient local support for those enabled skills, gifted of intercepting new patterns for the local demand in new services and in tourism;

- c) a discrete experimentation of innovative models and partnerships in the micro-entrepreneurial field. Within this domain, the digitalization has contributed to create some long-distance links, thus favoring more continuous relational chances.

These points reciprocally converge and reinforce a diverse place-making of protagonists, which lead us to enucleate traces of Integrated Relational Tourisms and Proximity Economies (Saija, Pappalardo, 2021). Results also arise from specific territorial policies, often addressed to the creation of innovative actions where even artistic and cultural organizations have been integrated within development's initiatives.

In this sense, the emerging types of place-making could be interpreted not only as a new process, but as a fruitful starting point, too: that is, as a philosophical design by actors with a transformed vision about their future in territories.

Within this vision, the Proximity Economy and the Integrated Relational Tourism could, perhaps, increase their role in next years.

References

- Agenzia per la Coesione territoriale (2021), *Guida agli indicatori della «diagnosi aperta» della strategia per le aree interne*, text available at: www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2021/01/, visit date: 15/03/24.
- Agenzia per la Coesione territoriale (2022), *Accordo di partenariato 2021-2027 Italia*, text available at: www.agenziacoesione.gov.it/lacoesione/, visit date: 15/03/2024.
- Barbera F., De Rossi A. (2021), *Metromontagna. Un progetto per riabitare l'Italia*, Donzelli, Roma.
- Barca F. (2018), "In conclusione. Immagini, sentimenti e strumenti eterodossi per una svolta radicale", in De Rossi A. (a cura di), *Riabitare l'Italia*, Donzelli, Roma.
- Barca F., Ricci F. (2018), *Viaggio nell'Italia disuguale*, Ediesse, Roma.
- Boeri T. (2020), *Dalle periferie urbane ai borghi*, «Repubblica», April 20.
- Carrosio G., Moro G., Zabatinò A. (2018), "Cittadinanza attiva e partecipazione", in De Rossi A. (a cura di), *Riabitare l'Italia*, Donzelli, Roma.
- Carrosio G. (2019), *I margini al centro. L'Italia delle aree interne tra fragilità e innovazione*, Donzelli, Roma.
- Cersosimo D., Ferrara A.R., Nisticò R. (2018), "L'Italia dei vuoti e dei pieni", in De Rossi A. (a cura di), *Riabitare l'Italia*, Donzelli, Roma.
- Cersosimo D., Donzelli C. (2020), *Manifesto per riabitare l'Italia*, Donzelli, Roma.
- CIPESS (2022), *Delibera n. 41/2022. Strategia nazionale per le aree interne (SNAI). Assegnazione di risorse al «Progetto speciale» Isole minori*, text

- available at: <https://politichecoesione.governo.it/it/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/lavori-preparatori-snai-2021-2027/mappa-aree-interne-2020/>, visit date: 17/07/2024.
- Cipolloni C. (2021), *Le politiche di contrasto al fenomeno dello spopolamento nelle Aree interne*, «Italian Paper on Federalism», 3, pp. 52-79.
- Delai N. (2004), *La relazionalità come strategia di sviluppo territoriale*, FrancoAngeli, Milano.
- De Rossi A. (a cura di) (2018), *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Donzelli, Roma.
- DPC – Dipartimento per le Politiche di Coesione (2022a), *Aggiornamento 2020 della mappa delle aree interne. Nota tecnica NUVAP*, text available at: <https://politichecoesione.governo.it/it/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/lavori-preparatori-snai-2021-2027/mappa-aree-interne-2020/>, visit date: 13/07/2024.
- DPC – Dipartimento per le Politiche di Coesione (2022b), *Criteri per la selezione delle aree interne da sostenere nel ciclo 2021-2027*, text available at: https://lineamica.gov.it/docs/default-source/focus/criteri-aree-interne.pdf?sfvrsn=c61e29a0_4, visit date: 13/07/2024.
- DPC – Dipartimento per le Politiche di Coesione (2022c), *Relazione annuale sulla strategia nazionale per le aree interne, 2020*, text available at: https://www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2021/11/Relazione-CIPESS-2020_finale.pdf, visit date: 13/07/2024.
- DPC – Dipartimento per le Politiche di Coesione (2023), *Le aree interne 2021-2027*, text available at: <https://politichecoesione.governo.it/media/3111/elenco-aree-snai-2021-2027>, visit date: 13/07/2024.
- ESPON (2020), *ESCAPE, European Shrinking Rural Areas: Challenges, Actions and Perspectives for Territorial Governance, Final Report*, text available at: www.espon.eu/sites/default/files/attachments/ESPON%20ESCAPE%20in%20Final%20Report.pdf, visit date: 14/03/2024.
- Fuksas M. (2021), *Serve un Nuovo Umanesimo. Torniamo nei paesini e lavoriamo da casa*, «Uffpost», 21 maggio.
- Iommi S., Maitino M.L., Marinari D., Rosignoli S. (2022), *Scenari demografici per le aree interne e indicazioni di policy. I casi italiano e toscano*, «Scienze Regionali - Italian Journal of Regional Science», 2, pp. 295-320.
- Lo Presti V., Luisi D., Napoli S. (2018), “Scuola, comunità, innovazione sociale” in De Rossi A. (a cura di), *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Donzelli, Roma.
- Lucatelli S., Storti D. (2019), *La strategia nazionale aree interne e lo sviluppo rurale: scelte operate e criticità incontrate in vista del post 2020*, text available at: <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/56/la-strategia-nazionale-aree-interne-e-lo-sviluppo-rurale-scelte-operate-e>, visit date: 20/08/2024.
- Mastrangioli A., Brandano M.G. (2021), *Italian Inner Areas as Tourist Destinations: A Cluster Analysis of the Pilot Areas*, «Scienze Regionali – Italian Journal of Regional Science», Speciale/2021, pp. 519-540.
- Oerlemans L.A.G., Meeus M.T.H. (2005), *Do organisational and spatial proximity impact on firm performance?*, «Regional Studies», 39 (1), pp. 89-104.

- Ooi N., Laing N.H. (2010), *Backpacker Tourism: Sustainable and Purposeful? Investigating the Overlap between Backpacker Tourism and Volunteer Tourism Motivations*, «Journal of Sustainable Tourism», 18 (2), pp. 191-206.
- Osti G., Ventura F. (2012), *Vivere da stranieri in aree fragili*, Liguori, Napoli.
- Ruisi M. (2004), *Turismo relazionale. Logiche di sviluppo reticolare e etica dell'ospitalità per le aziende turistiche di piccola dimensione*, Giuffrè, Milano.
- Sacco P.L., Zamagni S. (2002), *Complessità relazionale e comportamento economico. Materiali per un nuovo paradigma di razionalità*, Il Mulino, Bologna.
- Saija L., Pappalardo G. (2021), "From Enabling People to Enabling Institutions. A National Policy Suggestion for Inner Areas Coming from an Action-Research Experience", in Bevilacqua C., Calabrò F., Della Spina L. (eds.), *International Symposium: New Metropolitan Perspectives*, Springer, Berlin.
- Tricarico L., De Vidovich L. (2021), *Proximity and post-Covid-19 urban development: Reflections from Milan, Italy*, «Journal of Urban Management», 10 (3), pp. 302-310.
- Urbani L. (2003), *Habitat*, Sellerio Editore, Palermo.

26. *Piccoli mondi a parte?* *I borghi tra narrazioni retoriche* *e nuove prospettive. Il caso di Belmonte* *in Calabria*

di Rossana Galdini, Silvia De Nardis

Introduzione

Negli ultimi anni un crescente numero di territori in Italia si confronta con questioni urgenti come il declino socioeconomico, la fragilità ecosistemica e la decrescita demografica (Carrosio, 2019). Sono interessati da questa dinamica i centri storici minori, le zone montane, le aree rurali e interne e, in particolare, i sistemi insediativi costitutivamente fragili e a rischio di impoverimento sociale ed economico. Tendenze strutturali come la denatalità e l'invecchiamento della popolazione esercitano una pressione negativa su questi luoghi, in un processo determinato da combinazioni di differenti di fattori, quali bassi livelli di reddito e alta disoccupazione, distanza dai servizi essenziali, carenza di offerta culturale e di investimenti, fragilità ambientale, assenza o debolezza di infrastrutture fisiche e digitali (Amodio, 2022). In Italia questa dinamica interessa circa il 60% del territorio nazionale (Istat, 2024), assumendo una nuova centralità politica, come dimostrano le più recenti iniziative istituzionali, dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) inserito nel *Next Generation EU*, con le sue linee di finanziamento in favore del recupero dei borghi. Quest'ultimo grande investimento, in particolare, ha riaperto un vivace dibattito presso l'opinione pubblica e il mondo della ricerca intorno al tema dei borghi storici, stimolando diversi interrogativi sulle sfide e sulle opportunità per il recupero e la rigenerazione di questi "piccoli mondi a parte".

L'impianto discorsivo trainante le recenti valutazioni in materia di rilancio e valorizzazione dei borghi storici è oggi sotto una lente critica per la sua tendenza a promuovere una duplice retorica. I borghi sono visti, contestualmente, come spazi di declino, marginalità e arretratezza, o, al contrario, come luoghi dotati di fascino e straordinario potere attrattivo. Le

due diffuse e opposte retoriche contribuiscono a trasformare queste aree in singolari prodotti turistici per un viaggiatore che, mosso da un sempre diverso *experience-need*, può accostarsi anche per un tempo limitato all'*art de vivre* italiana, testimonianza di uno stile di vita tradizionale e di una migliore qualità della vita stessa (Corigliano, Bricchi, 2022).

I borghi sono apprezzati soprattutto per la loro “genuinità”, per il loro *genius loci*¹. Cultura e tradizioni locali, architettura vernacolare e idillio naturale sono espressioni dell'unicità e del conseguente potere attrattivo attribuito dai visitatori a questi luoghi. Un vasto immaginario legato alla loro estetica, all'elogio della lentezza e di uno stile di vita frugale contribuisce a conferire ai borghi il carattere di eccezionalità (Copertino *et al.*, 2022). Tuttavia, il rischio è che i borghi si trasformino in prodotti stereotipati associati al marchio delle località tipiche (Barbera *et al.*, 2022), piccoli musei del presente, che racchiudono solo testimonianze del passato. L'idea romanizzata del borgo, supportata da una visione plastica ed eterodiretta di autenticità (MacCannell, 1976; Cohen, Cohen, 2012), favorisce politiche di estetizzazione e commercializzazione dei luoghi del patrimonio culturale poco rispondenti ai bisogni reali delle comunità insediate. A tal proposito, Barbera *et al.* (2022, p. 18) suggeriscono, di fuggire la trappola della borgomania, esplorando nuove modalità per «innovare l'ordinario senza fingere che sia sempre straordinario».

In questa direzione, emergono con sempre maggiore frequenza delle pratiche flessibili di abitare i luoghi, che rifiutano la staticità dei “borghi autentici” offrendo possibilità di sperimentare soluzioni alternative basate sulla comunità. In controtendenza rispetto ai grandi piani istituzionali, si diffondono piccole iniziative bottom up, incentrate su progettualità sociali, spaziali, imprenditoriali e culturali, che agiscono nello spazio pubblico in una logica creativa e collaborativa (Markusen, Gadwa, 2010). Queste pratiche emergenti accendono un faro su forme di pianificazione sperimentali, incrementali e co-evolutive (Evans *et al.*, 2016; Wohl, 2018). Rientrano in questa ampia cornice le azioni “tattiche” promosse dalle comunità nello spazio pubblico (Lydon, Garcia, 2015), i progetti adattivi di riuso degli edifici storici (Plevoets, Van Cleempoel, 2019), le iniziative culturali e creative (Landry, 2012) che sembrano offrire interessanti prospettive per i piccoli paesi.

Gli interventi realizzati attraverso azioni leggere, effimere e reversibili sono stati ampiamente esplorati da studiosi attivi nei campi dell'urbanistica

¹ Genius loci inteso come lo spirito, il carattere distintivo di uno spazio, che crea luoghi significativi e strette relazioni tra gli stessi luoghi e le persone (Norberg-Schulz, 1992).

tattica (Lydon, Garcia, 2015), temporanea (Oswalt *et al.*, 2017) o “fai da te” (Iverson, 2013). I progetti temporanei, in particolare, hanno ottenuto un ampio consenso presso l’opinione pubblica e gli amministratori locali in quanto consentono di sperimentare soluzioni, idee e approcci attivando processi di solito a basso rischio e in genere con un forte impatto (Bishop, Williams, 2012). La natura flessibile di un’iniziativa temporanea, infatti, può supportare lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, testandone la fattibilità, consentendo in futuro soluzioni efficaci e durature (Madanipour, 2017; Galdini, 2020; Orbaşlı, Karmowska, 2020).

Sulla base di queste considerazioni, il contributo indaga, attraverso la revisione della letteratura e l’analisi di un caso di studio, la possibilità per i piccoli borghi storici di attivare circuiti rigenerativi, al di là delle logiche commerciali, stereotipate e retoriche. A questo scopo, il primo paragrafo esplora il recente dibattito intorno alle principali retoriche sul concetto di borgo storico, descrivendone gli esiti più problematici in termini di strategie implementate e ricadute sui luoghi. Il secondo paragrafo, invece, si concentra sulle possibilità trasformative di un approccio co-evolutivo e incrementale alla pianificazione formale, come quello dell’urbanistica tattica (Silva, 2016), nei piccoli paesi. Il terzo paragrafo propone un focus sul caso di Belmonte Calabro, un piccolo centro storico del Sud Italia, in cui una comunità ibrida, fluida e temporanea interagisce con la comunità locale, trasformando un’area in via di spopolamento in un vivace luogo di sperimentazione con nuove forme di ospitalità, intrattenimento e socialità. Il quarto paragrafo evidenzia le potenzialità e i limiti dell’esperimento creativo promosso a Belmonte, sottolineando gli esiti positivi di una pratica che promuove l’interazione e la collaborazione con la sfera pubblica per massimizzare il valore condiviso rafforzando il legame tra abitanti e luoghi. L’analisi del caso di studio mira ad indicare nuove direzioni per l’innovazione sociale e spaziale, esaminando possibili scenari per la valorizzazione di questi peculiari ambiti socio-territoriali. L’ultimo paragrafo, infine, discute i vantaggi di applicare un approccio tattico alla rigenerazione dei borghi, evidenziandone le implicazioni e l’esigenza di includere interventi alla piccola scala in un orizzonte programmatico e politico di tipo strategico e in una visione territoriale ad ampio raggio.

1. Il borgo storico e le sue retoriche

«C’era una volta il paese, adesso c’è il borgo», chiosa Pazzagli (2022, p. 51) in una sua recente analisi critica sulle recenti scelte lessicali e politiche che in Italia dimenticano la campagna, le colline e le montagne.

Il termine borgo ha origine dalla parola germanica *burg* che nel tedesco moderno significa “castello” e deriva dal latino *bŭrgu(m)*, ovvero “luogo fortificato”. Il termine è oggi ampiamente presente nel linguaggio dei media e nei documenti di policy, assumendo una precisa riconoscibilità nell’immaginario collettivo. La sua popolarità si deve a programmi e iniziative pubbliche come la SNAI, il PNRR, la politica delle “case a 1 euro”, l’“Anno dei borghi” o la cosiddetta Legge “Salva Borghi” (L. 158/2017). Un contributo decisivo al posizionamento dei borghi al centro del dibattito deriva da progetti come *I borghi più belli d’Italia* e *Borghi Autentici d’Italia*, artefici di un apparato semantico a volte immaginifico in cui la “bellezza” del borgo è da intendersi come “promessa di felicità” (Borghi Più Belli d’Italia, s.d.).

Nella maggior parte delle iniziative in atto, il rilancio del borgo passa soprattutto attraverso formule di turismo sostenibile, lento e di prossimità, strategie senz’altro rilevanti per restituire centralità all’“Italia nascosta” ma non prive di effetti collaterali. Sebbene queste esperienze abbiano il merito di conferire visibilità a temi non più prorogabili come l’abbandono e lo spopolamento, alcune finiscono inevitabilmente per alimentare processi di mistificazione, disneyficazione (Zukin, 1996) e museificazione dei luoghi (Pollice, 2018) sedimentati in un immaginario plastificato del borgo come archetipo irraggiungibile di grazia, armonia e beltà. L’investimento del PNRR destinato all’“attrattività dei borghi”, in particolare, ha attirato non poche critiche per la sua tendenza a creare poche cattedrali nel deserto, incentivando una dinamica competitiva lontana dalla logica di rete propria delle più mature visioni in materia di sviluppo locale (UNCEN, 2022; Messina, Tregnaghi, 2023). Inoltre, come Barbera e Dagnes (2022) provocatoriamente affermano, si dovrebbe guardare con interesse anche al destino della “Bruttitalia”, laddove il turista non vorrebbe mai recarsi.

La parola “borgo”, dunque, si è affermata in diversi modi nel mainstream, acquisendo maggiore visibilità rispetto a quella di “paese” (De Luca, 2022), più adatta a descrivere la struttura del policentrismo italiano che a lungo ha caratterizzato importanti riflessioni in materia di sviluppo territoriale e bioregionale (Pazzagli, 2022).

Una delle più diffuse trame narrative presenti in Italia riguarda, come sopra evidenziato, la bucolica descrizione del borgo e dei territori interni come habitat aurei in cui i legami sociali sono più forti, la comunità è più solidale e l’uomo può finalmente ristabilire un contatto profondo con la natura incontaminata. Secondo De Luca (2022), tale narrazione occorre perlopiù a supportare atti di “brandizzazione” del borgo storico finalizzati alla valorizzazione economico-finanziaria, patrimoniale e turistica. Come Barbera *et al.* (2022) evidenziano, in tale accezione la parola borgo assume un

carattere performativo e non meramente descrittivo, aprendo al rischio di trasformare questi piccoli luoghi storici in vetrine per il consumo da parte di un visitatore disattento, dimenticando la complessità dell'Italia proteiforme che vi ruota intorno. Come conseguenza di questa retorica, il borgo si trova non di rado a confrontarsi con fenomeni come l'overcrowding, l'over-tourism, il turismo "mordi e fuggi" o la stagionalità dei flussi, promotori di standardizzazione, ripetizione e inautenticità (Galli, 2009; Cohen, Cohen, 2012; Herntrei, Jánová, 2024). Il famoso caso di Mont Saint-Michel, un isolotto tidale situato nel nord della Francia divenuto meta turistica ambita da visitatori di tutto il mondo, è paradigmatico delle conseguenze brutali di questa retorica (Peeters *et al.*, 2018). È anche il caso di Civita di Bagno-regio in Italia, una piccola località collinare chiamata dai turisti "la città che muore" a causa delle fragili condizioni demografiche, sismiche e geologiche; oggi quell'epiteto è diventato uno slogan di marketing di grande appeal producendo esiti contrastanti (Amer *et al.*, 2023).

I tentativi per dissuadere dall'abbandono e promuovere la permanenza o il ritorno della popolazione nei borghi sono numerosi. Una significativa mole di progetti mira verso soluzioni basate sul turismo, sia esso in forma culturale, esperienziale o di ritorno alle "radici", spesso cristallizzando il borgo, ingabbiandolo in un ideale scivoloso di autenticità (Moore *et al.*, 2021). Altrettante esperienze puntano sul co-working, sull'albergo diffuso, sull'ecovillaggio o sui cosiddetti borghi degli artisti. Tuttavia, la parabola dell'eccezionalità rischia di oscurare le necessarie riflessioni sulle pre-condizioni per l'abitabilità quotidiana dei piccoli centri storici legate allo sviluppo di nuove economie locali, all'efficienza delle infrastrutture digitali e dei trasporti, alla significatività delle connessioni funzionali e programmatiche con i territori limitrofi (De Rossi, 2018).

2. Interventi tattici, atti creativi e nuove sperimentazioni

Una tendenza in aumento nei processi contemporanei di trasformazione urbana e territoriale riguarda la diffusione di azioni alla piccola scala e a basso costo, spesso a breve termine e reversibili, finalizzate a generare in modo incrementale il cambiamento (Webb, 2017). Tale propensione è in gran parte sostenuta da giovani esponenti del mondo dell'architettura, dell'arte e del design che mettono alla prova se stessi, sfidando i preconcetti della disciplina urbanistica, fugando le logiche del mercato, inventando formule innovative per dare corpo a nuovi spazi pubblici, vivibili e inclusivi (Orbaşlı, Karmowska, 2020). Il riuso temporaneo del patrimonio dismesso, in particolare, è riconosciuto come uno strumento adatto a ve-

rificare la bontà delle soluzioni più complesse, stimolare la partecipazione dei cittadini e instaurare nuove collaborazioni tra società civile e istituzioni locali (Tardiveau, Mallo, 2014).

Si tratta di fenomeni studiati perlopiù da una prospettiva urbana; tuttavia, osservare cosa accade quando la sperimentazione tattica, temporanea e creativa coinvolge le aree interne, i piccoli paesi e le zone rurali potrebbe aprire nuove promettenti direzioni di ricerca. L'obiettivo non è il ripiegamento in un localismo che trova conforto nel mantra *small is better*. Al contrario, la lente di lettura non può che essere quella eco-territorialista, che guarda all'ethos locale, ai luoghi e alle persone, ponendo al centro il "territorio degli abitanti", l'autogoverno e le pratiche di cura promosse delle comunità locali (Magnaghi, Marzocca, 2023). Operando nel quadro della sperimentazione di prossimità, l'urbanistica tattica appare contraria alla retorica dell'autenticità preconfezionata dei luoghi in quanto i processi avvengono all'interno dei contesti socio-spaziali e le risorse che attiva sono perlopiù endogene alla comunità che si rende partecipe, direttamente o indirettamente, del cambiamento. L'interesse risiede: 1. negli aspetti procedurali della trasformazione generati dalle pratiche sperimentali afferenti all'urbanistica tattica (Silva, 2016); 2. nei processi co-evolutivi e relazionali di riterritorializzazione originati dalla relazione tra differenti attori, scale, visioni e livelli di governo (Wohl, 2018).

I processi descritti si nutrono di iniziative come le manifestazioni e i festival, in cui l'arte e la cultura diventano efficaci strategie di valorizzazione che attraggono popolazioni temporanee e/o locali, visitatori, così come comunità permanenti, offrendo opportunità di intrattenimento, contestazione, riflessione intellettuale o produzione artistica, qualche volta incoraggiando forme di "emigrazione di ritorno". È il caso di alcuni giovani che dopo esperienze all'estero decidono di tornare nei luoghi da cui sono partiti per realizzare nuove attività imprenditoriali e migliorare la qualità della loro vita, recuperando il legame identitario con i territori di provenienza.

Il poeta Franco Arminio ha reso noto al grande pubblico questo concetto affermando che «Il paese deve essere un continuo impasto di intimità e distanza, di nativi e di residenti provvisori. Questo produce una dinamica emotiva ed anche economica. E la dinamica è sempre contraria allo spopolamento: bisogna agitare le acque, ci vuole una comunità ruscello e non una comunità pozzanghera (Arminio, 2017, s.p.).

Tali iniziative contribuiscono ad attivare nuove relazioni sociali, portando idee, conoscenze, e connessioni necessarie alla rigenerazione dei luoghi più fragili (Duxbury, 2021). Più in generale, l'arte, l'intrattenimento e lo spettacolo sono riconosciuti come potenti abilitatori di impegno civico, coesione sociale, reti collaborative e piattaforme imprenditoriali (Balfour et

al., 2018). I contesti creativi come i festival e le rassegne culturali possono innescare dinamiche virtuose per la loro capacità di costruire comunità di conoscenza e comunità di pratica utili allo sviluppo locale (Comunian, 2017). Si tratta spesso di aggregazioni di attori creativi che operano al di fuori della staticità e che, a volte, riescono a trasformare la temporaneità dell'evento culturale in una ciclicità progettuale produttrice di innovazione incrementale. È il caso di Locorotondo, in Puglia, che da alcuni anni trasforma temporaneamente il proprio centro storico in un atelier open air in cui i residenti, i visitatori e gli stessi artisti sono fruitori e destinatari di un festival basato sull'arte e sulla creatività (Esseri Urbani, 2024).

I piccoli centri storici emergono in questa prospettiva come entità dinamiche che raccontano la loro storia, presentandosi come ambiti di innovazione pronti a scrivere creativamente il loro futuro. Per osservare queste nuove tendenze, il contributo si concentra sull'esperienza di un piccolo centro storico del Sud Italia, dove un progetto di riattivazione socio-spaziale bottom up è espressione del valore dello sguardo e dell'azione creativa delle comunità locali e di alcune comunità provvisorie composte da studiosi, professionisti del settore creativo, architetti, designer e semplici turisti in visita per ragioni di ricerca, sperimentazione artistica o svago. Il caso offre l'opportunità di riflettere sulla categoria della temporalità, sui progetti alla piccola scala e, più in generale, sul ruolo della sperimentazione nei processi di rigenerazione.

3. Il caso di Belmonte Calabro

Belmonte Calabro è un piccolo paese della seconda metà del Duecento, situato nel Sud Italia, nella regione Calabria. Il centro storico, caratterizzato da una struttura tipicamente medievale di natura difensiva, è attorniato da mura di cinta con l'antico castello a dominare la pianura, verso il mar Tirreno. Il borgo ha vissuto, nel corso degli anni, un processo di intenso spopolamento e oggi conta circa 1.800 abitanti.

Dal 2016, grazie all'iniziativa del gruppo culturale denominato *La Rivoluzione delle seppie*, Belmonte è diventato luogo di sperimentazione di tematiche culturali, urbane e sociali (Rivoluzione delle Seppie, s.d.). Il nome è ispirato dal testo di Vilèm Flusse dal titolo *Vampyroteuthis Infernalis* (calamaro vampiro) in cui si narra la storia di un mollusco negli abissi dell'oceano che, non potendo usare la vista, conosce la realtà attraverso il tatto, facendo esperienza di ciò che lo circonda. La storia è un invito ad imparare facendo, procedendo per prove ed errori, "sporcandosi le mani". In riferimento al contesto di Belmonte, la missione del gruppo è la riatti-

vazione culturale e collaborativa delle aree marginali e la sperimentazione di nuove forme di abitare i luoghi. La specificità dell'esperienza consiste nella ricerca di nuove soluzioni al problema dello spopolamento attraverso iniziative di rigenerazione del borgo basate sulla temporaneità.

Il progetto è incentrato interamente sulla sperimentazione da parte di un gruppo di giovani creativi che si definisce una comunità effimera, poiché di passaggio che tenta di interagire con la comunità locale e ibrida, in quanto fatta di diversità, che tenta di interagire con la comunità locale.

Le parole chiave utilizzate dal gruppo per descrivere la propria azione sono “temporaneità”, “fluidità”, “ibridazione”. Tra le attività realizzate rientrano l'educazione non formale, la ricerca e la formazione coinvolgendo professionisti internazionali e nazionali impegnati nei settori dell'architettura, del design, dell'antropologia, dell'arte e della cultura. La specificità del progetto risiede nel coinvolgimento della comunità locale in pratiche laboratoriali di co-costruzione di elementi di uso e fruizione quotidiana come arredi urbani, abiti e installazioni artistiche realizzate tramite tecniche sostenibili. Si tratta di una modalità flessibile di rivitalizzazione dello spazio pubblico del paese legata a un processo culturale di apprendimento incrementale basato sull'animazione territoriale e sull'interazione con la comunità insediata. Poiché la finalità è anche quella di creare una rete di competenze, esperienze e abilità differenti, il progetto si presenta come uno spazio aperto all'interazione e, appunto, all'ibridazione di più discipline e talenti. Sulla base di queste premesse inizia il percorso di rilancio e rivitalizzazione del piccolo centro storico di Belmonte Calabro, documentato attraverso immagini, storie e testimonianze dei suoi promotori e dei partecipanti, reperibili sul sito web del progetto.

La prima fase di questo percorso si apre nel 2016 con l'arrivo a Belmonte Calabro di tredici studenti e sei docenti della London Metropolitan University per studiare il centro storico del paese. L'iniziativa è promossa grazie dall'impegno di alcuni abitanti che, in quel momento, studiavano presso l'istituzione inglese. In tale contesto, una prima Summer School consente di lanciare attività di ricerca, studio e formazione rivolte agli studenti provenienti da Londra e agli abitanti di Belmonte. Inoltre, prende parte alle attività una comunità di migranti ospite del vicino centro di accoglienza di Amantea, in un processo volto a incoraggiare lo scambio culturale. Le iniziative promosse vanno da installazioni d'arte temporanee a interventi di arredo urbano, da residenze creative ad eventi e conferenze. In questa fase si aprono le porte per la firma di un memorandum tra il Comune di Belmonte Calabro e la London Metropolitan University finalizzato alla promozione di attività di studio e formazione sul tema della rigenerazione dei borghi in via di abbandono.

La seconda fase è rappresentata dalla promozione del Crossing Festival, istituito nel 2017 e tuttora in essere. L'idea è di rafforzare il percorso intrapreso con il Memorandum integrando le Summer School con eventi collaborativi e piccoli interventi migliorativi nello spazio pubblico. Il festival è animato da letture, talk e proiezioni di film coinvolgendo la comunità locale. Nello stesso periodo, il comune di Belmonte Calabro firma un protocollo d'intesa con l'associazione per una collaborazione formale di tre anni, affidando al gruppo uno spazio in disuso, affinché gli le occasioni di promozione del paese possano crescere.

La terza fase inaugura il passaggio a un impegno materiale con una visione di lungo termine per il progetto di riattivazione sociale, spaziale e culturale di Belmonte. Nel 2019, l'associazione La rivoluzione delle seppie, insieme al collettivo di architettura *Orizzontale* e all'associazione culturale *Ex Convento*, in collaborazione con l'amministrazione locale, riattiva uno spazio vuoto del borgo trasformandolo in un luogo collaborativo per attività di co-working, co-design, arte e cultura. L'iniziativa riguarda l'ex Convento delle Monache, una struttura che ha ospitato per alcuni anni la sede del municipio, venendo poi inserita in un piano incompiuto di ristrutturazione per diventare una Casa delle Culture. Uno spazio a lungo inutilizzato ha trovato oggi una nuova vita, attraverso interventi di recupero attuati in autocostruzione. Su queste basi nasce Casa Belmondo, uno luogo identificato dal gruppo come un cantiere creativo, un'architettura viva e un progetto incrementale nel cuore di Belmonte.

La quarta fase consiste nella creazione di un progetto residenziale all'interno dell'ex convento chiamato *Belmondo Calling* in cui abitanti temporanei possono trascorrere brevi periodi nel paese, visitando i siti di interesse, lavorando e socializzando. Casa Belmondo, quindi, si apre a coloro che desiderano vivere un'esperienza incentrata sulla scoperta delle tradizioni locali, usufruendo degli spazi per il lavoro da remoto, della cucina collettiva, della foresteria. Con la residenza temporanea inizia un nuovo percorso basato sulla creazione di una piccola economia e sulla valorizzazione del territorio. Architetti, artisti, studenti, ricercatori possono risiedere nel piccolo paese individuando insieme all'associazione l'offerta a loro più adatta, partecipando al processo creativo in corso, condividendo idee sulla rigenerazione delle aree interne e riflettendo sulle sfide sociali contemporanee. L'idea di base è promuovere una comunità temporanea che interagisca con la comunità locale, per stimolare nuovi processi e opportunità economiche. A tal fine, l'offerta di Casa Belmondo consiste nella possibilità per il visitatore di conoscere il paese entrando in contatto con il suo patrimonio culturale. Al tempo stesso, è possibile usufruire degli spazi di coworking per vivere un'esperienza di lavoro da remoto, che consente

di partecipare alla vita della comunità. Il progetto si ispira al fenomeno emergente della *workation*, una forma di turismo culturale e creativo che promuove le località turistiche, favorendo microeconomie per i promotori dell'accoglienza. Il termine *workation* si riferisce ad un'esperienza che unisce lavoro e tempo libero (Galdini, De Nardis, 2025).

4. Discussione

La riattivazione di Belmonte Calabro si basa su una rete internazionale di abitanti temporanei, progetti di ricerca collaborativi, recupero e riutilizzo del patrimonio, sperimentazione creativa e culturale.

I principali aspetti significativi riguardano:

1. l'attivazione di un processo partecipativo e collaborativo che coinvolge amministrazione locale, abitanti, società civile ed esperti;
2. l'uso di un approccio architettonico leggero, flessibile e tattico che interessa diverse aree del paese, in particolare gli spazi pubblici;
3. l'enfasi sul borgo come comunità fluida e dinamica, al di là della sola valorizzazione turistica.

L'aspetto innovativo risiede nel metodo adottato dall'organizzazione per affrontare la sfida del ripopolamento. Al centro dell'iniziativa vi è la sperimentazione come atto creativo e dinamico che consente innanzitutto di alimentare la dimensione sociale e collettiva della vita del paese.

Le azioni tattiche, temporanee e culturali negli spazi pubblici consentono, infatti, di sviluppare spirito civico e partecipazione sociale, animando la sfera pubblica (Galdini, 2017). Questo aspetto implica ripensare i borghi come comunità proattive, protagoniste della co-creazione di soluzioni e risposte ai bisogni e alle aspirazioni emergenti. La Rivoluzione delle Seppie testimonia come progetti locali e sperimentazioni comunitarie alla piccola scala, temporanee e basate sulla creatività, possano innescare occasioni di rinascita per i piccoli villaggi. Inoltre, attraverso Belmondo Calling, il progetto fa leva sulle forme di reinsediamento inerenti alle emergenti pratiche di turismo creativo ed esperienziale in grado di attirare in loco diversificate comunità di visitatori che partecipano alla vita del luogo. Più in generale, la sperimentazione sociale descritta trasforma il piccolo paese di Belmonte in un sistema aperto rispondente alle logiche di una pianificazione incrementale e non lineare (Sennett, 2006). Quest'ultima può configurarsi nelle fasi iniziali come errante o incompiuta e, tuttavia, nel corso del suo sviluppo dimostrarsi in grado di accogliere le molteplici realtà sociali che generano imprevisto e fugacità ma anche creatività e innovazione (Porqueddu, 2018).

Il caso di Belmonte favorisce, altresì, una riflessione sul valore e sui limiti della categoria della temporaneità. Da un lato, essa promuove la sperimentazione di nuovi usi, funzioni e materiali nello spazio, attivando un processo collaborativo e creativo basato sulla condivisione e la sperimentazione di possibili soluzioni permanenti. Dall'altro lato, la temporaneità richiama la necessità di considerare rischi come:

- la difficoltà di sedimentazione dei valori antropologici associati ai significati collettivi;
- il rischio, in assenza di complementarità nelle iniziative promosse, di non toccare componenti strutturali come l'occupazione, il welfare o l'integrità ecosistemica;
- la difficoltà di creare un processo efficace in grado di protrarsi nel tempo per mancanza di fondi o per mutate condizioni di contesto. Tutto ciò genera un senso di disillusione, spesso causa di degrado e di abbandono degli spazi utilizzati in precedenza.

Come Alberti e Berni (2020) sottolineano, gli innesti di urbanistica tattica per funzionare richiedono una forte regia pubblica, investimenti e strumenti idonei affinché le azioni producano ricadute positive per la comunità destinataria. L'interazione tra gli attori locali, i cittadini e le istituzioni pubbliche ha consentito, nel caso di Belmonte, la coevoluzione dei luoghi restituendo una porzione di patrimonio dismesso alla comunità.

Ridare vitalità ai piccoli centri storici, alle zone rurali, alle aree isolate e remote significa, dunque, andare oltre la retorica e adottare politiche visionarie focalizzate su investimenti strategici di ampio respiro. L'ambizioso obiettivo di rigenerare i luoghi in via di spopolamento richiede, come Barca *et al.* (2018) affermano, interventi basati sulle persone e sulle risorse locali.

Tantillo (2023, p. 91) ritiene che sarebbe altresì auspicabile «avere il coraggio di investire in utopie concrete e di accettare il fatto che in mano, oggi, non abbiamo nessuna soluzione se non la sperimentazione». Queste tendenze emergono con energia nella pianificazione contemporanea in quanto, nutrendosi di creatività e innovazione, producono apprendimento creando una frattura nello status quo, attivando nuove dinamiche economiche e sociali (Andres *et al.*, 2021). Allo stesso tempo, però, la promessa di apprendimento intrinseca ai processi evolutivi e, per estensione, all'innovazione, può conferire anche alla sperimentazione un notevole potere retorico (Evans *et al.*, 2016). Occorre pertanto prestare attenzione alle “contro-retoriche” delle operazioni discusse. La differenza sostanziale è tra la “sperimentazione nei borghi”, guidata da una approssimazione progressiva verso la soluzione definitiva, e la creazione di “borghi sperimentali”, volta alla produzione di perle rare che corrono il rischio di entrare nei circuiti della

competizione. Questo tipo di azioni innesca spesso processi di marketing territoriale, che, come conseguenza, determinano isolamento e ulteriore marginalità nelle fasce fragili della popolazione. Il caso di Belmonte costituisce una interessante sperimentazione che, come tale, tuttavia, evidenzia l'esigenza di promuovere relazioni dialettiche tra tattiche e strategie all'interno di progettualità multi-scalari al fine di contribuire a una nuova concettualizzazione del borgo come sistema co-evolutivo in rapporto al paese e al territorio circostante.

Conclusioni

Piccoli mondi a parte? I borghi sono e dovrebbero essere piuttosto parte di piccoli mondi: la loro collocazione, le loro caratteristiche morfologiche, il patrimonio culturale, le tradizioni e le risorse materiali e immateriali ne definiscono l'identità ma anche l'appartenenza a un territorio e a un contesto fisico e culturale più ampio. La sfida è, dunque, risanare il legame che connette questi piccoli borghi ai territori più ampi per recuperare identità, tradizioni e culture di questi luoghi, ristabilendo con essi relazioni proficue e durature.

Le iniziative sperimentali, tattiche, a basso costo e alla piccola scala come quelle promosse nel piccolo comune di Belmonte Calabro rappresentano un atto creativo che consente alle comunità locali di testare nuove soluzioni, stimolando l'immaginazione politica al di fuori delle logiche commerciali o di mera promozione turistica. È necessario, tuttavia, andare anche oltre questi progetti, espressione di creatività e di attivazione di nuove e interessanti risorse, che necessitano di un collegamento con il contesto limitrofo, oltre che di nuove e diversificate opportunità economiche.

Le politiche di rigenerazione delle aree interne e la lotta ai divari socio-territoriali dovrebbero adottare, come Oppido *et al.* (2021) sottolineano, un approccio socio-ecologico che integri in una logica sistemica aree a diversa densità e con diverse forme di marginalizzazione. Tale operazione richiede di ampliare il raggio di osservazione, allontanando la lente di ingrandimento dal piccolo borgo, per cogliere la complessità del territorio.

La strategia del riutilizzo e l'approccio tattico dell'urbanistica, in particolare l'uso temporaneo e il riutilizzo del patrimonio dismesso, appaiono come un modo per testare nuove azioni negli spazi spesso dimenticati, formulare nuove idee e definire nuovi scenari. L'idea è, però, che le comunità locali e le azioni provvisorie possano collocarsi all'interno di un contesto istituzionale dotato di una visione a lungo termine.

I processi di rigenerazione, come numerose esperienze dimostrano, trovano nel fattore tempo la loro ragione di essere e di affrontare le sfide del presente. Da qui l'esigenza di una maggiore attenzione all'innovazione delle dinamiche locali e territoriali dello sviluppo, per non trasformare la temporaneità, la flessibilità e la sperimentazione in nuove retoriche, reintegrando, invece, i borghi attraverso processi inclusivi e a lungo termine negli scenari della contemporaneità.

Bibliografia

- Alberti F., Berni F. (2020), *Fra strategie e tattiche: l'interazione fra soggetti pubblici e cittadinanza attiva nei processi di rigenerazione urbana*, «Ananke», 91, pp. 125-128.
- Amer M., Ginzarly M., Renzi M.F. (2023), *Civita di Bagnoregio, Italy: towards a people-centred heritage branding approach*, «Journal of Heritage Tourism», 18 (4), pp. 483-503.
- Amodio T. (2022), *Territories at risk of abandonment in Italy and hypothesis of repopulation*, «Belgeo», 4, testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/belgeo/57229>, data di consultazione: 10/09/2024.
- Andres L., Krafft P. (2021), *New directions in the theorisation of temporary urbanisms: adaptability, activation and trajectory*, «Progress in Human Geography», 45 (5), pp. 1237-1253.
- Arminio F. (2017), *Appunti per chi si occupa di sviluppo locale*, «La casa della paesologia. Il blog di Franco Arminio e dei paesologi», testo disponibile al sito: <https://casadellapaesologia.org/2017/03/10/appunti-per-chi-si-occupa-di-sviluppo-locale-2/>, data di consultazione: 20/02/2025.
- Barbera F., Dagnes J. (2022), “Bruttitalia: la vita quotidiana dove i turisti non vogliono andare”, in Barbera F., Cersosimo D., De Rossi A. (a cura di), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Roma.
- Barbera F., Cersosimo D., De Rossi A. (a cura di) (2022), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Roma.
- Barca F., Carrosio G., Lucatelli S. (2018), “Le aree interne da luogo di disuguaglianza a opportunità per il Paese: teoria, dati, politica”, in Paolazzi L., Gargiulo T., Sylos Labini M. (a cura di), *Le sostenibili carte dell'Italia*, Marsilio, Padova.
- Bishop P., Williams L. (2012), *The temporary city*, Routledge, London.
- Balfour B., Fortunato M.W-P, Alter T.R. (2018), *The creative fire: an interactional framework for rural arts-based development*, «Journal of Rural Studies», 63, pp. 229-239.
- Borghi più Belli d'Italia (s.d.), *Dolci atmosfere: l'associazione I Borghi più Belli d'Italia*, testo disponibile al sito: https://borghipiubelliditalia.it/club/?_gl=1*qwfewx*_up*MQ.*_ga*MjU2NzY3MjE4LjE3NTg3MDc5Mjk.*_ga_X1Q533TGC8*cZ3NTg3MDc5MjkkbzEkZzAkdDE3NTg3MDc5MjkkajYwJGwWJGgw, data di consultazione: 20/11/2024.

- Carrosio G. (2019), *I margini al centro. L'Italia delle aree interne tra fragilità e innovazione*, Donzelli, Roma.
- Cohen E., Cohen S.A. (2012), *Authentication: hot and cool*, «Annals of Tourism Research», 39 (3), pp. 1295-1314.
- Corigliano M.A., Bricchi S. (2022), “Esperienzialità ed autenticità nel consumo turistico: come migliorare l'offerta dei borghi, anche attraverso l'enogastronomia”, in Marasco A., Maggiore G., Morvillo A., Becheri E. (a cura di), *Rapporto sul turismo italiano XXV edizione*, CNR Edizioni, Roma.
- Comunian R. (2017), *Temporary clusters and communities of practice in the creative economy: festivals as temporary knowledge networks*, «Space and Culture», 20 (3), pp. 329-343.
- Copertino D., Santoro V., Berardi M. (2022), “Produzioni discorsive, retoriche della località nei margini e forme di auto ed etero rappresentazione”, in Copertino D., Santoro V., Berardi M. (a cura di), *L'invenzione delle aree interne*, «Archivio di etnografia: rivista del dipartimento di scienze storiche, linguistiche e antropologiche, Università degli studi della Basilicata», XVII, 1.
- De Luca G. (2022), “I Borghi esistono solo nelle menti dei portatori di interessi, spesso volte nascosti, non nella vita delle persone che vivono in Paesi”, in Polizzi G. (a cura di), *Le città Toscane e l'ambiente dopo la pandemia: resilienza o trasformazione?*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine.
- De Rossi A. (a cura di) (2018), *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Donzelli, Roma.
- Duxbury N. (2021), *Cultural and creative work in rural and remote areas: an emerging international conversation*, «International Journal of Cultural Policy», 27 (6), pp. 753-767.
- Esseri Urbani (2024), *A Locorotondo si tessono Trame di Comunità*, testo disponibile al sito: www.esseriurbani.it/esseri-urbani-2024-trame-fra-tradizione-sostenibilita-e-diritti-2/, data di consultazione: 20/11/2024.
- Evans J., Karvonen A., Raven R. (2016), “The experimental city. New modes and prospects of urban transformation”, in Evans J., Karvonen A., Raven R. (eds.), *The experimental city*, Routledge, London-New York.
- Galdini R. (2017), *Terapie urbane. I nuovi spazi pubblici della città contemporanea*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Galdini R. (2020), *Temporary uses in contemporary spaces. A European project in Rome*, «Cities», 96, 102245, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275118314227, data di consultazione: 20/09/2024.
- Galdini R., De Nardis S. (2025), *Borghi e dintorni. Un'esperienza di migrazione italiana di ritorno in Sicilia*, «Sociologia e Ricerca Sociale», 134, pp. 77-96.
- Galli M. (2009), *Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica*, FrancoAngeli, Milano.
- Herntrei M., Jánová V. (2024), “From carrying capacity to overtourism. The changing perspective in the course of time”, in Pechlaner H., Innerhofer E., Philipp J. (eds.), *From overtourism to sustainability governance*, Routledge, London.

- Istat (2024), *Rapporto annuale 2024. La situazione del Paese*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.
- Landry C. (2012), *The origins and futures of the creative city*, Comedia, Stroud.
- Iverson K. (2013), *Cities within the city: do-it yourself urbanism and the right to the city*, «International Journal of Urban and Regional Research», 37 (3), pp. 941-956.
- Lydon M., Garcia A. (2015), *Tactical urbanism: short-term action for long-term change*, Island Press, Washington DC.
- MacCannell D., (1976), *The tourist: a new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York.
- Madanipour A. (2017), *Cities in time: temporary urbanism and the future of the city*, Bloomsbury, London-New York.
- Magnaghi A., Marzocca O. (a cura di) (2023), *Ecoterritorialismo*, Firenze University Press, Firenze.
- Markusen A., Gadwa A. (ed.) (2010), *Creative placemaking*, Mayors' Institute on City Design and the National Endowment for the Arts, Washington DC.
- Messina P., Tregnaghi V. (2023), *I borghi storici nelle politiche del PNRR: due casi studio a confronto*, «Regional Studies and Local Development», 4 (1), pp. 1-30.
- Moore K., Buchmann A., Månsson M., Fisher D. (2021), *Authenticity in tourism theory and experience. Practically indispensable and theoretically mischievous?*, «Annals of Tourism Research», 89, 103208, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738321000803, data di consultazione: 10/09/2024.
- Norberg-Schulz C. (1992), *Genius loci. Paesaggio, ambiente, architettura*, Electra, Milano.
- Oppido S., Ragozino S., Fabbriacci K., Esposito De Vita G. (2021), "Oltre la retorica del borgo: un approccio sistemico per il bilanciamento territoriale", in Corrado F., Marchigiani E., Marson A., Servillo L. (a cura di), *Le politiche regionali, la coesione, le aree interne e marginali. Atti della XXIII Conferenza Nazionale SIU DOWN SCALING, RIGHT SIZING. Contrazione demografica e riorganizzazione spaziale*, Planum Publisher, Roma-Milano.
- Oswalt P., Overmeyer K., Misselwitz P. (2017), *Urban catalyst: the power of temporary use*, DOM Publishers, Berlin.
- Orbaşlı A., Karmowska J., "Temporariness in architectural regeneration", in Orbaşlı A., Vellinga M. (eds.), *Architectural Regeneration*, Wiley-Blackwell, Hoboken NJ, 2020.
- Pazzagli R. (2022), "Oltre le mura. Borghi senza campagne, campagne senza borghi", in Barbera F., Cersosimo D., De Rossi A. (a cura di), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Roma.
- Peeters P., Gössling S., Klijs J., Milano C., Novelli M., Dijkmans C., Eijgelaar E., Hartman S., Heslinga J., Isaac R., Mitas O., Moretti S., Nawijn J., Papp B., Postma A. (2018), *Research for TRAN Committee - Overtourism: Impact and Possible Policy Responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

- Plevoets B., Van Cleempoel K. (2019), *Adaptive reuse of the built heritage. Concepts and cases of an emerging discipline*, Routledge, London.
- Pollice F. (2018), *Valorizzazione dei centri storici e turismo sostenibile nel bacino del Mediterraneo*, «Bollettino della Società Geografica Italiana», 14 (1), pp. 41-56.
- Porqueddu E. (2018), *Toward the open city: design and research for emergent urban systems*, «Urban Design International», 23, pp. 236-248.
- Rivoluzione delle Seppie (s.d.), *Academy/Not Academy. Esperimento di educazione non formale*, testo disponibile al sito: <https://larivoluzionedelleseppie.org/academy/>, data di consultazione: 20/09/2024.
- Silva P. (2016), *Tactical urbanism: towards an evolutionary cities' approach?*, «Environment and Planning B: Planning and Design», 43 (6), pp. 1040-1051.
- Sennett R. (2006), *The open city*, «Urban Age», November, testo disponibile al sito: http://downloads.lsecities.net/0_downloads/Berlin_Richard_Sennett_2006-The_Open_City.pdf, data di consultazione: 27/09/2024.
- Tantillo F. (2023), *L'Italia vuota. Viaggio nelle aree interne*, Laterza, Bari-Roma.
- Tardiveau A., Mallo D. (2014), *Unpacking and challenging habitus: an approach to temporary urbanism as a socially engaged practice*, «Journal of Urban Design», 19 (4), pp. 456-472.
- UNCEM (2022), *Bando borghi del PNRR e futuro del Piano nazionale di Ripresa e Resilienza per i territori*, testo disponibile al sito: <https://uncem.it/bando-borghi-del-pnrr-lettera-aperta-del-presidente-uncem/>, data di consultazione: 01/09/2024.
- Webb D. (2017), *Tactical urbanism: delineating a critical praxis*, «Planning Theory & Practice», 19 (1), pp. 58-73.
- Wohl S. (2018), *Tactical urbanism as a means of testing relational processes in space: a complex systems perspective*, «Planning Theory», 17 (4), pp. 472-493.
- Zukin S. (1996), *The Cultures of Cities*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford UK.

Sezione 7

Nuovi scenari turistici: alla scoperta dei centri minori e delle radici

27. Turismo e musei delle migrazioni: verso la scoperta di un patrimonio di storie

di Giorgia Ciolli

Introduzione

Negli ultimi anni è stato affrontato il tema che riguarda l'overtourism e l'impatto negativo che provoca. L'evidenza dei danni prodotti dal turismo di massa ha aperto una riflessione sulla necessità di tutelare le mete turistiche naturali e urbane (Butler, Dodds, 2022). Oggi si parla sempre più del bisogno di promuovere un turismo lento, sostenibile e responsabile. Tale studio vuole porre l'attenzione su nuove forme di turismo esperienziale volte a far conoscere siti museali minori e poco frequentati, che si pongono l'obiettivo di proporre un viaggio delle radici alla scoperta delle proprie origini e di quelle multiculturali del paese¹.

L'istituzione museale può diventare uno spazio di incontro avvicinandoci all'altro e affinando la nostra capacità di immedesimazione e immaginazione. Si richiama in questo senso la formula del museo come forma di contatto teorizzata da Mary Louise Pratt, ovvero spazi in cui le culture possono non solo incontrarsi ma anche confliggere (Pratt, 1991). Anche Homi Bhabha (2001) parla di spazi intermedi che costituiscono il terreno per l'elaborazione di strategie del sé, dando il via a nuovi segni di identità e luoghi innovativi in cui sviluppare la collaborazione e la contestazione nell'atto stesso in cui si definisce l'idea della società². In questo senso, promuovere forme di turismo consapevole alla scoperta di musei "inusuali", che si prefiggono lo scopo di condurre i pubblici verso la scoperta delle

¹ Di particolare rilevanza è il numero speciale di *Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia* dedicato al tema del turismo delle radici: 14 (1).

² Homi Bhabha introduce il concetto di "terzo spazio": il bisogno di pensare al di là delle tradizionali narrazioni relative a soggettività originarie e aurorali, focalizzandosi invece su quei momenti o processi che si producono nelle articolazioni delle differenze culturali (Bhabha, 2001).

storie di popoli diversi che si incontrano e scontrano nella costruzione di una nuova società, potrebbe essere una valida strategia da portare avanti nella progettazione di itinerari turistici.

Un'espressione di questo fenomeno è riscontrabile nei musei delle migrazioni, la cui nascita viene interpretata da Joachim Baur (2010) come il superamento della crisi del concetto di nazione all'interno del museo. Alcuni di questi musei sorgono in luoghi altamente turistici come l'isola di Lampedusa, teatro allo stesso tempo di molte tragedie legate proprio al fenomeno migratorio (Di Matteo, 2017), ma la maggior parte di essi sono situati in piccole località fuori dai circuiti turistici.

I musei hanno un'importante responsabilità sociale, come sostenuto dall'ultima definizione dell'International Council of Museums, promuovono la diversità e la sostenibilità, inoltre, forniscono strumenti utili per comprendere le società. Tali musei, come quello regionale dell'Emigrazione Pietro Conti a Gualdo Tadino³ e il museo calabrese Nave della Sila⁴, forniscono delle esperienze significative nella co-costruzione di conoscenza: il visitatore si pone come agente attivo portatore di conoscenza. Tali esperienze di visita volutamente lente, riflessive, coinvolgenti, offrono spazi partecipativi ricchi di senso.

Il turismo della memoria, e più nello specifico il turismo delle radici⁵, ci porta indietro nel tempo, ai racconti dei nostri familiari, facilitando la comprensione di fenomeni che ancora oggi investono il mondo contemporaneo. Tanti sono gli interrogativi riguardo la nascita di istituzioni museali che prendono il nome di musei memoriali, e il ruolo che i flussi turistici rivestono al loro interno.

Il contributo non ha l'obiettivo di rispondere a domande quanto mai complesse ma, attraverso la trattazione di casi studio italiani, vuole sottolineare il ruolo che tali istituzioni museali possono rivestire nell'ambito del turismo delle radici.

³ Il museo nasce nel 2023 con l'obiettivo di raccontare e preservare il patrimonio legato all'esodo migratorio che investì l'Italia alla fine dell'Ottocento. La regione Umbria tra il 1911 e il 1913 raggiunse il settimo posto nella graduatoria delle regioni italiane a più alta emigrazione. I comuni della fascia dorsale appenninica, tra cui Gualdo Tadino, sono protagonisti di questa vicenda.

⁴ La Calabria è tra le regioni italiane con il più alto numero di cittadini iscritti all'AI-RE per espatrio, si veda Fondazione Migrantes, 2020.

⁵ Il turismo delle radici interessa i viaggiatori che trascorrono soggiorni turistici nei luoghi in cui loro e/o i loro familiari sono nati. Si tratta di luoghi in cui hanno vissuto fino a prima di emigrare (Perri, 2010).

1. La memoria migrante

Il museo è un luogo di negoziazione culturale poiché gli oggetti esposti hanno necessità di essere interpretati. Tuttavia, non sempre giungere ad una adeguata interpretazione è un processo semplice. Infine, il museo è luogo di conciliazione: dovendo essere, in teoria, costruito dalla comunità e per la comunità si impegna per favorire coesione sociale. Maria Clara Ruggieri Tricoli (Tricoli, Sposito, 2004) ha sviluppato questi concetti partendo dall'analisi del patrimonio archeologico. Il tema etico per eccellenza è rintracciabile affrontando le controversie della storia e studiando le difficoltà attraverso cui è possibile raggiungere una riconciliazione. I musei stabiliscono una relazione particolare con la storia appena trascorsa, i cui protagonisti e testimoni sono determinanti per la missione del museo stesso, dei valori e degli eventi che si vogliono tramandare. Il tema principale di cui tali musei si fanno carico è il trauma, ma il loro compito è quello di andare oltre il semplice ricordo attraverso interventi capaci di aiutare a rielaborare i traumi relativi ai luoghi e alle memorie, superando la semplice commemorazione degli avvenimenti passati.

Anche l'UNESCO ha fornito un importante contributo sulla questione, in particolare attraverso il testo *Interpretation of Sites of Memory* (2018). Alcuni dei luoghi del patrimonio includono valori associativi legati alla memoria e alla commemorazione e, per tale motivo, sono definiti luoghi della memoria (Nora, 1984). Se la storia che essi rappresentano è contestata, il lavoro di traduzione ed interpretazione risulta sicuramente più difficile. Prima di giungere ad una conclusione sono necessarie consultazioni a più livelli: locale, nazionale e internazionale. Il documento UNESCO sottolinea anche l'importanza del riconoscimento del luogo commemorativo: una prima legittimazione può avvenire a livello locale, da parte della comunità, successivamente può essere formalizzato da un ente ufficiale. Il ruolo dei professionisti del patrimonio culturale nel fornire una definizione dei siti della memoria è fondamentale, in quanto essi sono in grado di supportare la comunità e le parti interessate nella comprensione di ciò che è accaduto. L'UNESCO sostiene inoltre che un approccio etico deve coinvolgere anche la visita a questi luoghi attraverso una guida sugli approcci appropriati al turismo responsabile, rintracciabile nel Codice Etico Mondiale del 1999 dell'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (Ministero del Turismo, s.d.). Infine, definisce il "sito della memoria" come «specific location with architectural or archaeological evidence, or even specific landscape characteristics which can be linked to the memorial aspects of the place» (UNESCO, 2018, p. 11). Dunque, tra i musei memoriali possiamo rintracciare la categoria dei musei delle migrazioni.

2. I musei delle migrazioni

Il fenomeno delle migrazioni investe da anni il territorio italiano. Sulla base dello slogan “Museum are not neutral” (ICOM, 2020) è fondamentale riflettere sulle modalità di azione e risposta dei musei ai cambiamenti sociali, culturali e politici. L’International Council of Museums (ICOM) dichiara che il museo non è un’istituzione neutrale e che per espletare la propria funzione è chiamato a compiere delle scelte. Il museo svolge un ruolo fondamentale nella società: è un luogo aperto, inclusivo, formativo, veicolo di conoscenza e di sensibilizzazione estetica; non può essere separato dal contesto sociale in cui si trova e non può dunque assistere come semplice spettatore ai fatti che sconvolgono il tessuto sociale. È la comunità che lo anima e dunque non può prendere le distanze da essa. I musei delle migrazioni, sostiene Rosati (2018), ci fanno riflettere sul modo stesso di essere museo: le opere d’arte sono spesso frutto di un nomadismo che il museo cristallizza al suo interno⁶.

Una delle prime ricerche europee nel campo del rapporto tra musei e migrazioni è stata *MeLa* - European Museum in Age of Migration* (2011-2015)⁷. La ricerca si è occupata della relazione fra musei e migrazione con un approccio rinnovato: i musei sono stati studiati in relazione alle dinamiche di mobilità globale (persone, informazioni, modelli). Molti di questi musei, come il MIM di Belluno⁸, forniscono delle esperienze in cui il visitatore è chiamato a mettersi in gioco in prima persona attraverso laboratori e visite guidate o progettando insieme al museo il percorso più adatto alle proprie esigenze. Tali esperienze di visita sono volutamente lente, riflessive, coinvolgenti.

A riprova dell’importanza che il fenomeno migratorio riveste nel campo della museologia, si ricordi la costruzione da parte dell’UNESCO nel 2006 di una rete internazionale dei musei della migrazione. Dal primo *Expert Meeting on Migration Museum*, tenutosi a Roma nel 2006 e organizzato dall’UNESCO e dalla International Organisation for Migration (Severo,

⁶ Il tema legato alla restituzione delle opere d’arte nei propri paesi di origine è stato dibattuto frequentemente negli ultimi anni. Nell’ottobre del 2023 in merito a tale argomento si è tenuta un’importante conferenza al *British Museum* di Londra. Tale museo dal 1816 è l’istituzione che custodisce parte dei Marmi del Partenone; tuttavia, da quando nel 1981 Melina Mercuri divenne Ministro della Cultura in Grecia, venne aperta la questione della loro restituzione, vicenda tutt’oggi ancora dibattuta. La questione venne trattata nuovamente quando nel 2022 il Museo Archeologico di Salinas si attivò per la restituzione ad Atene dell’unico marmo del Partenone presente in Italia.

⁷ È stata creata una pagina web che raccoglie tutta la documentazione prodotta nell’ambito del progetto e i risultati ottenuti: www.mela-project.polimi.it/.

⁸ Per un quadro più completo delle attività: www.mimbelluno.it/.

2009), sono emerse alcune linee-guida per il futuro dei musei delle migrazioni. Tra di esse va evidenziata la necessità di dar voce ai migranti, facilitare il dialogo fra generazioni, spiegare le ragioni delle migrazioni forzate in una chiave di sollecitazione dell'empatia, decostruire gli stereotipi sull'immigrazione, contribuire alla diversità culturale e accompagnare le seconde generazioni. Scrive in merito Anna Chiara Cimoli (2018, p. 36): «il museo, nato in stretto rapporto con il concetto di nazione, spinge per diventare teatro della pluralità, dell'affermazione, della visibilità, del confronto, della negoziazione dei significati, della riflessione sulla (sulle) identità». Il museo, dunque, come luogo di dibattito.

Con la nascita di nuove tipologie di musei, come quelli di quartiere, gli ecomusei, i *sites of conscience* simbolici per la storia dell'umanità, il museo diviene sempre meno un palcoscenico su cui mettere in scena una storia unificata. La conoscenza non dovrebbe più essere presentata negli spazi museali come qualcosa di già confezionato ma dovrebbe essere negoziata, può porre domande e lasciare aperte le risposte.

3. Turismo e musei delle migrazioni in Italia

In Italia i musei dedicati al tema dell'emigrazione costituiscono un fenomeno molto recente. Quasi tutti sono stati costruiti dopo gli anni Novanta o addirittura dopo il Duemila (Franzina, 2005, pp. 165-182). Ad oggi, in Italia, si contano una trentina di musei che trattano il tema delle migrazioni, molti di questi sono di piccole dimensioni e nascono da esigenze locali; numerose sono le piattaforme che tentano di darne contezza⁹.

Possiamo distinguere diversi filoni. Il primo filone riguarda i musei situati in luoghi legati direttamente all'emigrazione, come i musei portuali. Il secondo filone riguarda quei musei diffusi in luoghi non turistici che lavorano in chiave sperimentale, come il Museo regionale dell'Emigrazione Pietro Conti a Gualdo Tadino. Una delle sfide principali di questi musei è quella di riuscire a fare emergere le storie dei protagonisti all'interno di una cornice storica accurata che permetta di far comprendere ai cittadini la complessità degli eventi storici, umanizzando il racconto e fornendo agganci con la contemporaneità.

⁹ Ricordo il blog *Museums and Migration* (<https://museumsandmigration.wordpress.com/museums/>), il portale *Musei e Monumenti Italiani* (www.museionline.info/musei/musei-dell-emigrazione), la pagina web del Museo Virtuale dell'Emigrazione Emiliano-Romagnolo nel Mondo (www.migrer.org/musei-dellemigrazione/). Risulta peraltro estremamente difficile censire i musei delle migrazioni proprio a causa della loro capillarità sul territorio; molti di questi, dotati di scarse risorse finanziarie, chiudono improvvisamente.

Il 2024 è stato designato dal Ministero degli Affari Esteri come l'anno delle radici e i musei sono stati coinvolti nella progettazione di iniziative culturali. Il ruolo che svolgono i musei delle migrazioni è quanto mai cruciale: come tutti i musei memoriali, anche quelli delle migrazioni si trovano spesso a metà tra archivio e museo, dunque, va posta molta attenzione alle modalità di restituzione di documenti privati di coloro che sono direttamente coinvolti nelle vicende narrate. Negli archivi dei musei che li posseggono è possibile trovare traccia della storia dei propri familiari emigrati, dunque, sono una risorsa fondamentale per chi compie il viaggio delle radici e proprio negli ultimi anni sono stati sempre più frequentati da emigrati o discendenti di emigrati. La regione Liguria ha creato un gruppo di lavoro nel 2023 per favorire azioni di promozione del patrimonio custodito, ponendo particolare attenzione alla costruzione di iniziative e itinerari turistici per gli italiani all'estero e per gli italo-discendenti originari della regione, valorizzando i territori dell'entroterra¹⁰. Proprio in questa occasione nel tavolo di lavoro sono stati coinvolti la fondazione Mu.Ma Musei del Mare e il MEI - Museo dell'Emigrazione Italiana, riconoscendone il ruolo centrale. In occasione del viaggio compiuto dal colombiano Daniel Devia il 7 luglio 2024, raccontato come il primo "viaggio delle radici" dalla Colombia a Lucinasco, tra le tappe previste è stata organizzata la visita a questi due importanti istituti museali¹¹.

Come sostiene Maria Luisa Gentileschi (2013, p. 131) «il viaggio della memoria ha una storia antica ma oggi riguarda un numero crescente di viaggiatori, ed è compiuto da persone che insieme o singolarmente cercano le tracce di un passato che le ha coinvolte. In quanto utilizzano le infrastrutture del turismo, diventa a pieno titolo un tipo di turismo».

Timothy Dallen già nel 1997 aveva distinto quattro livelli di esperienza del turismo della memoria denominati: mondiale, nazionale, locale e personale. Quello personale si muove su territori significativi per i singoli e non per le comunità e pone attenzione a segni e tradizioni che richiamano i ricordi personali. Ma, sostiene l'autore, la somma di più persone arriva a comporre un flusso turistico e quindi il viaggio acquisisce valore culturale e sociale. La diaspora degli italiani nel mondo è nota e il crescente interesse per la ricerca dell'identità favorisce la nascita di questa forma di turismo (Dallen, 1997).

¹⁰ Intervento nato nell'ambito del progetto PNRR *Il Turismo delle Radici - Una Strategia integrata per la ripresa del settore del Turismo nell'Italia post Covid-19* www.regione.liguria.it/homepage-turismo/cosa-cerchi/turismo-delle-radici.html.

¹¹ Il viaggio è stato organizzato nell'ambito del progetto ITALEA, il programma di promozione del turismo delle radici lanciato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

Nello sviluppo del turismo delle radici il legame con il luogo di origine è una componente determinante del suo sviluppo, «difatti, è proprio questo sentimento che spinge a compiere un viaggio turistico in quei luoghi in cui si hanno radici» (Perri, 2021, p. 174). Dunque, il turismo delle radici sembrerebbe avere un carattere poco rilevante per la società proprio perché appartenente ai singoli. Sempre più spesso si compie questo errore senza riflettere sull'importanza per l'intera collettività di poter usufruire di spazi, che sono anche centri di documentazione, dove potersi informare e fare esperienza di un fenomeno che ancora oggi coinvolge l'intero territorio.

I musei dell'emigrazione in Italia sorgono frequentemente in piccoli centri che possono diventare attrattori importanti e talvolta sono edificati per volontà della collettività o del singolo, con iniziative che partono dal basso e ne sottolineano la rilevanza sociale. Un esempio è il Museo dell'emigrazione eoliana a Salina (1999) che, attraverso il coinvolgimento delle scuole, ha favorito la nascita della rete dei musei siciliani dell'emigrazione. Altri esempi sono il Museo dell'Emigrazione Giovanni Battista Scalabriniani a Briatico in Calabria (2019), la fondazione Paolo Cresci per la storia dell'emigrazione italiana (2002), il museo di Gualdo Tadino nella provincia di Perugia (2003), il museo Nave della Sila a Camigliatello Silano in Calabria (2005), la Fondazione Archivio Diaristico Nazionale (1991) che ha sviluppato il progetto DIMMI di storie migranti nato dalla volontà di riunire e custodire un patrimonio di memorie che rischia di essere dimenticato. Inoltre, attraverso le testimonianze custodite si tenta di contrastare gli stereotipi sulla migrazione (Fondazione Archivio Diaristico Nazionale, s.d.).

Nonostante la portata sociale del fenomeno migratorio, sia in entrata che in uscita, l'Italia fino al 2022 non aveva un museo nazionale dell'emigrazione, favorendo la proliferazione di iniziative minori a livello locale come la maggior parte dei sopracitati musei. È stata forse la crescente rilevanza degli ultimi anni del fenomeno migratorio a favorire la nascita travagliata del MEI, il Museo Nazionale dell'Emigrazione Italiana. Il MEI nasce nel 2008 quando viene istituito dal Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale. La realizzazione del museo è curata d'intesa con il Ministero della Cultura, con il compito di acquisire, catalogare, conservare, ordinare ed esporre beni culturali per finalità di educazione e di studio dell'emigrazione italiana. Viene stabilita, come sede provvisoria, l'ex gipsoteca del complesso monumentale del Vittoriano dove il museo è inaugurato nel 2009 grazie alla collaborazione con numerosi enti di ricerca, musei e archivi. Nel 2018 Genova e la Commenda di San Giovanni di Prè vengono scelte per ospitare il nuovo Museo Nazionale dell'Emigrazione Italiana. Nel maggio 2022 il MEI apre al pubblico con un percorso sviluppato su tre piani suddivisi in sedici aree attraverso le quali il visitatore

ripercorre le storie delle migrazioni italiane, in un arco temporale che parte dall'Unità d'Italia, alla contemporaneità. Il Museo racconta all'interno di un'accurata cornice storica le storie degli emigrati. Le loro esperienze sono narrate ai visitatori attraverso autobiografie, diari, lettere, fotografie e giornali digitalizzati e rielaborati grazie a postazioni multimediali, installazioni immersive e ricostruzioni attoriali.

Per la realizzazione del museo è stato fondamentale l'apporto delle associazioni di cittadini italiani all'estero e delle comunità italiane internazionali che grazie alle loro testimonianze hanno arricchito il percorso museale. Il museo risulta particolarmente significativo per via dell'apparato multimediale da cui è costituito e soprattutto dalla possibilità per i visitatori di fare "esperienza del viaggio". In tutti i musei dedicati al tema delle migrazioni, MEI compreso, è riscontrabile la stessa struttura narrativa. Sono individuabili tre macroaree che vanno poi a svilupparsi in maniera differente: partenza, viaggio e arrivo. Il MEI permette al visitatore di iniziare il proprio viaggio personale costruendo il proprio passaporto, scegliendo quale personaggio migrante interpretare nel viaggio lungo il percorso espositivo; inoltre, grazie ad un braccialetto con tecnologia NFT, è possibile attivare i contenuti di cui si vuole usufruire nelle diverse installazioni multimediali. Uno degli elementi che rende il MEI un luogo speciale è il costante richiamo al presente. Non è un museo ancorato nel passato e ripiegato su se stesso, ciò è dovuto ai costanti richiami alla situazione che attualmente investe l'Italia attraverso i flussi migratori, tentando di sensibilizzare i pubblici verso il tema.

La sezione "Migrazioni interne e migrazioni contemporanee" affronta due temi chiave: l'attuale situazione sull'emigrazione interna all'Italia e la migrazione verso l'estero nel nuovo millennio. La sezione pone l'accento sull'Italia che torna ad essere di nuovo un paese da cui si parte. Il museo pone delle domande: chiede ai visitatori se davvero l'Italia sia solamente una terra di immigrazione, chi parte oggi e per quali ragioni¹². Questo filo conduttore resta costante nel museo: nella sezione "Memorie", vengono narrati incidenti e tragedie causati dalle precarie condizioni di viaggio. Si parla del tragico naufragio del piroscafo *Oncle Joseph*, avvenuto nel 1880, ma vengono evocate anche le vittime delle attuali immigrazioni in Italia. Infine, il viaggio termina attraverso la richiesta che il museo pone al visitatore: lasciare come testimonianza un pensiero personale sul tema delle

¹² Le testimonianze sono state raccolte attraverso la collaborazione con le associazioni di cittadini italiani nel mondo, con la trasmissione radiofonica *Expat* di Radio Tre e con il progetto "Italiani d'Europa" realizzato con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

migrazioni. Nel museo, inoltre, tramite postazioni multimediali, viene data la possibilità di consultare gli archivi on line del CISEI, Centro Internazionale di Studi sull'Emigrazione Italiana (CISEI, s.d.) e del progetto *Intelletuali in fuga dall'Italia fascista* (Guarnieri, 2023) promosso dall'Università di Firenze. Il risultato è un viaggio immersivo, esperienziale, dove i fruitori non si pongono come semplici spettatori passivi, ma come agenti attivi: lungo il percorso, grazie alle loro opinioni, suggestioni e suggerimenti, diventano parte fondamentale della vita presente e futura del museo.

Infine, il MEI, in occasione del Tour Mondiale dell'Amerigo Vespucci, ha creato la MEI Experience Room¹³ con la collaborazione di ETT, una sala multimediale che racconterà la storia dell'emigrazione italiani e che presenterà contenuti diversificati in relazione ai paesi in cui farà tappa. In questo modo il museo esce dal proprio territorio per incontrare e far conoscere il patrimonio di storie che custodisce anche a chi non può compiere il viaggio alla scoperta delle proprie radici.

Il fenomeno della migrazione ha attirato anche moltissimi artisti di fama internazionale; le loro opere oggi costellano alcuni dei musei più famosi, meta di grandi flussi turistici. Occorre notare che stranamente queste opere non vengono quasi mai realizzate come operazioni *site specific* all'interno di musei dedicati al tema delle migrazioni, almeno in Italia. Si ricordi tra tutte l'opera di Francesco Tuccio *La Croce di Lampedusa* acquisita dal British Museum ma attualmente non visibile in quanto custodita nei depositi del museo (British Museum, s.d.). Eppure, l'arte contemporanea può risultare uno degli strumenti maggiormente efficaci nel veicolare il significato di momenti traumatici grazie alla sua capacità di suscitare emozioni. Collingwood (1938) sottolineava il forte legame tra opera artistica e la sfera emozionale, al punto da arrivare a considerare l'arte come espressione creativa di quest'ultime.

L'arte è un processo che permette la trasmissione di significati complessi o difficilmente accessibili (Dewey, 1934). La trasmissione può avvenire attraverso stati di forte coinvolgimento emotivo: ne è un esempio la *flow experience* (Csikszentmihalyi, 1996). Le opere d'arte si confrontano spesso con realtà storiche complesse e scomode. Sfidando luoghi comuni, non forniscono al pubblico soluzioni; al contrario, lasciano aperti degli interrogativi assegnando all'individuo il compito di maturare le proprie riflessioni. Un aspetto fondamentale da considerare riguarda il modo in cui l'opera d'arte crea un ambiente sicuro in cui poter affrontare l'indeterminatezza. Un artefatto artistico può dunque stimolare, nel momento in cui viene fru-

¹³ L'iniziativa è stata inaugurata il 20 marzo 2024 presso il Centro Culturale Kirchner di Buenos Aires.

ito, un potente impatto cognitivo, affettivo e sociale sulle persone. L'opera d'arte diventa un ponte tra i fruitori, l'artista e il messaggio di partenza. Attraverso il coinvolgimento emotivo, essa lascia un segno profondo nel visitatore e può essere uno strumento pervasivo nella vita delle persone. Secondo Bourriaud (1998, p. 55), «quando è riuscita, un'opera d'arte mira sempre al di là della sua semplice presenza nello spazio; si apre al dialogo, alla discussione, a quella forma di negoziazione interumana che Marcel Duchamp chiamava coefficiente d'arte». Questa capacità di apertura al dialogo dell'opera d'arte è fondamentale all'interno dei musei memoriali, poiché permette al visitatore di entrare in contatto con le storie e con le memorie narrate.

Di particolare interesse risulta una delle poche opere strategicamente situate in modo permanente nei luoghi fulcro dei flussi migratori: si tratta dell'opera di Mimmo Paladino *Porta di Lampedusa - Porta d'Europa* (2008). Paladino ha costruito un monumento vivo, che ogni giorno combatte per la propria sopravvivenza contro l'abbandono, la salsedine, vento e mare. Un monumento alla memoria dei migranti che hanno perso la vita. E in qualche modo un'opera incompiuta poiché è testimone ancora oggi di centinaia di naufragi. L'opera è costituita da oggetti comuni, ciotole, utensili scarpe che, come sostiene l'artista, sono simbolo di un'umanità semplice e radicale. L'installazione della porta indica l'esigenza della costruzione di un memoriale che restituisca voce alle migliaia di vittime. Ed è proprio a Lampedusa, una delle località balneari siciliane più famose, che attrae ogni anno frotte di turisti, che si era aperta la possibilità di avere un museo dell'immigrazione o, meglio, del fenomeno migratorio in senso ampio. Una vicenda estremamente complessa che ha visto fallire il progetto e che sarebbe lungo narrare in questa sede, ma credo sia opportuno citare il coinvolgimento del collettivo Askavusa e la loro iniziativa PortoM.

Il collettivo Askavusa ha raccolto per molti anni a Lampedusa oggetti appartenenti ai migranti che arrivavano sull'isola. Il turismo balneare, i viaggi della speranza dei migranti e la musealizzazione dei loro effetti personali possono convivere sull'isola di Lampedusa senza creare un effetto dissonante? Una risposta definitiva non c'è, ma di fatto convivono ogni giorno per via dei continui sbarchi (Melotti, 2017). PortoM, realizzato dal collettivo Askavusa, non è un museo ma un luogo di storia e memoria dove il visitatore viene interrogato e messo a confronto con i segni tangibili delle migrazioni. Tali oggetti disseminati dai naufragi, sono la testimonianza palpabile, la voce di un sistema sociale e politico che vede la fine di molte vite, di essere umani che senza speranza tentano l'ultimo viaggio verso la salvezza. Per cui come e quanto musealizzare, come emerge dalle scelte del collettivo Askavusa che si pone interrogativi ideologici fondamentali,

non ha una risposta semplice. Queste esposizioni e il turismo della memoria che vi ruota attorno per la scoperta di un patrimonio di storie, sono la prova tangibile del valore di questi luoghi e del ruolo che i musei possono svolgere per la costruzione di una nuova società cosciente e attenta alle politiche contemporanee.

Per concludere si cita un caso recente: il Museo di Arte Urbana delle Migrazioni di Roma. Il museo sorge nella casa di accoglienza per rifugiati Casa Scalabrini, al civico 634 di via Casilina. Le prime opere vengono inaugurate nel luglio 2022 ma l'obiettivo è quello di creare un museo in continua evoluzione. Il progetto, promosso dall'ecomuseo Casilino, in collaborazione con l'Agenzia scalabriniana per la cooperazione allo sviluppo di Roma (gestore della casa di accoglienza) e il CseR – Centro studio emigrazione Roma, ha vinto il bando Creative Living LAB della direzione generale creatività contemporanea del Ministero della Cultura. Il progetto è stato realizzato coinvolgendo i futuri fruitori, nella prima fase (luglio 2022) sono state realizzate le attività di engagement della comunità locale, attraverso una serie di esplorazioni e incontri con i cittadini e le prime quattro opere di street art. Nella seconda e terza sono state realizzate le restanti opere e ristrutturato il giardino, attraverso un dispositivo museale costituito da pannelli informativi e pedana, su progetto realizzato dallo studio Mill. La pratica che il museo porta avanti è un esempio di costruzione collaborativa con la comunità che abita gli spazi coinvolti, ma che in generale riguarda tutto il territorio romano. Come dichiarato dal museo, ogni opera commissionata racconta e indaga un tassello della storia migratoria di Roma ancora troppo poco conosciuta (MAUMi, s.d.). Migliaia di turisti affollano ogni giorno il centro storico romano alla scoperta delle vestigia dell'antica Roma, della storia rinascimentale dei papi e delle opere di cui sono stati committenti, ma dopo aver scoperto la città del passato, nuovi itinerari turistici e di cittadinanza possono essere costruiti per scoprire che cosa rappresenti oggi Roma e come sia trasformata nel tempo.

Conclusioni

I musei elencati, e in generale i musei delle migrazioni, richiedono delle esperienze di visita lente e riflessive, presentando la possibilità di consultare documenti ed entrando in contatto con storie più o meno vicine ai propri vissuti personali. Per chi compie il viaggio delle radici è un'occasione per ricostruire la propria storia e creare una connessione con il territorio di provenienza.

Il turismo delle radici è cruciale per l'Italia, un paese segnato da grossi flussi migratori le cui tracce (memorie, oggetti, documenti, fotografie) sono custodite all'interno dei musei, e che ancora evidenzia elevati livelli di mobilità in entrata ed uscita. Le domande del turismo delle radici sono molteplici e possono variare dalla volontà di visitare i luoghi precisi dove si è nati o cresciuti a quella di approfondire la storia familiare attraverso ricerche genealogiche o ancora di scoprire la cultura locale. Tali musei risultano essere delle risorse fondamentali sia per chi compie il viaggio delle radici alla scoperta delle proprie origini, sia come facilitatori per la comprensione della storia passata del paese, infine svolgono un ruolo fondamentale come archivi dove fare ricerca.

I musei, costruendo ponti con il presente, possono essere efficaci nel combattere i pregiudizi verso l'altro. Non è un caso che molti musei delle emigrazioni italiane, come abbiamo visto per il MEI, riservino uno spazio al racconto dell'Italia oggi come paese di arrivo. Infine, i musei hanno a disposizione la possibilità di costruire laboratori e percorsi educativi e didattici che aiutano i pubblici a scoprire attivamente il patrimonio custodito; si ricordino tra tutti i sette laboratori proposti dal Museo dell'Emigrazione Pietro Conti, i quali partono dall'analisi dei segni che la storia dell'emigrazione ha lasciato al paese attraverso canti e tradizioni popolari, fino a proporre laboratori specificatamente incentrati sulla cucina, sul ruolo della donna nella società e sulla lotta al razzismo. Si ricordi infine che, nell'ottica di un processo di lifelong learning, esperienze didattiche e laboratori non dovrebbero essere riservati ad un pubblico di bambini e ragazzi ma dovrebbero essere progettati per tutte le fasce di età: dei percorsi appositi potrebbero essere progettati anche per chi compie il viaggio delle radici.

Va posto l'accento su un ultimo fenomeno: Asuni, Frossasco, Monghioro, Spezzano della Sila, Introdacqua, sono solo alcuni dei piccoli borghi che custodiscono o hanno custodito nel tempo un museo dell'emigrazione: musei piccoli, a volte case museo, spesso con scarse risorse economiche per la loro gestione, poco accessibili. Si tratta di musei che frequentemente fanno fatica a comunicare all'esterno il proprio patrimonio. La scarsità di risorse finanziarie li rende vulnerabili alla chiusura o all'incapacità di aggiornare le loro esposizioni in modo coerente con le trasformazioni contemporanee della mobilità umana.

Il potenziale educativo e sociale dei musei delle migrazioni è enorme, ma la loro efficacia dipende dalla capacità di innovare i percorsi espositivi e di costruire narrazioni che non siano solo celebrative, ma anche critiche e plurali. Occorre quindi promuovere una riflessione più ampia sul futuro di queste istituzioni, considerando il rischio di marginalizzazione e la necessità di modelli gestionali sostenibili. Sarebbe, dunque, auspicabile la crea-

zione di una rete nazionale che metta in collegamento i musei delle migrazioni, facilitando lo scambio di buone pratiche e la condivisione di risorse, costruendo un progetto che sostenga le istituzioni e che le renda sempre più conosciute e accessibili, non solo a quanti compiono il viaggio delle radici, ma a tutti i cittadini che possono così approfondire la storia del proprio territorio di provenienza.

Il turismo delle radici inoltre, se adeguatamente valorizzato, potrebbe rappresentare un'importante opportunità per il rilancio di questi musei, soprattutto nelle aree meno turistiche. Integrare il patrimonio museale con esperienze di turismo esperienziale e di comunità potrebbe rafforzare il legame tra i discendenti degli emigrati e i territori d'origine, trasformando la visita in un viaggio identitario e culturale. Infine, è necessario un maggiore coinvolgimento delle istituzioni e degli enti di ricerca per approfondire le metodologie di rappresentazione della memoria migratoria. Solo attraverso un approccio critico e multidisciplinare sarà possibile evitare il rischio di una narrazione semplificata rendendo i musei delle migrazioni spazi autenticamente inclusivi e dinamici, capaci di rispondere alle sfide del presente.

Un museo delle migrazioni, come suggeriscono le linee guida UNESCO, acquista valore se dà voce a chi ha vissuto direttamente gli avvenimenti narrati, se coinvolge attivamente la comunità residente e chi torna per compiere il viaggio delle radici anche attraverso iniziative culturali. Questo è il caso del MIM di Belluno, realizzato grazie al contributo e al sacrificio di molti emigranti locali, un museo che oggi rappresenta un punto di riferimento per gli ex migranti e per gli immigrati accolti. Il MIM si estende al di là dei propri confini attraverso iniziative multimediali così da raggiungere il maggior numero di visitatori, costruendo con essi percorsi significativi.

Un museo delle migrazioni è un museo vivo, multiforme, in continuo mutamento e in costante ascolto, deve essere un luogo accogliente al servizio della società, di chi torna per scoprire la propria storia e di chi vuole comprendere fenomeni che, direttamente o indirettamente, coinvolgono tutti come comunità e società.

Bibliografia

- Baur J. (2010), *La rappresentazione della migrazione*, «Nuova Museologia», 22, pp. 2-8.
- Bhabha H.K. (2001), *I luoghi della cultura*, Meltemi, Roma.
- Bourriaud N. (1998), *Estetica relazione*, Postmedia Books, Piacenza.
- British Museum (s.d.), *The Lampedusa Cross*, testo disponibile al sito: www.britishmuseum.org/collection/object/H_2015-8039-1, data di consultazione: 30/09/2024.

- Butler R.W., Dodds R. (2022), *Overcoming overtourism: a review of failure*, «Tourism Review», 77 (1), pp. 35-53.
- Cimoli A.C. (a cura di) (2018), *Approdi. Musei delle migrazioni in Europa*, CLUEB, Bologna.
- CISEI – Centro Internazionale Studi Emigrazione Italiana, *Archivio online*, testo disponibile al sito: www.ciseionline.it/2012/index.asp, data di consultazione: 20/10/2024.
- Collingwood R.G. (1938), *The principles of art*, Oxford University Press, Oxford.
- Csikszentmihalyi M. (1996), *Flow and the psychology of discovery and invention*, Harper Collins, New York.
- Dallen J.T. (1997), *Tourism and the Personal Heritage Experience*, «Annals of Tourism Research», 24, pp. 751-754.
- Dewey J. (1934), *Art as experience*, Minton, Balch & Company, New York.
- Di Matteo G. (2017), “Immigrazione e turismo di un contesto microinsulare. Sperimentazioni di responsabilità turistica a Lampedusa”, in Salvatori F. (a cura di), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme*, A.Ge.I., Roma.
- Fondazione Archivio Diaristico Nazionale (s.d.), *L'archivio dei diari*, testo disponibile al sito: <http://archiviodiari.org/index.php/larchivio-dei-diari.html>, data di consultazione: 20/10/2024.
- Franzina E. (2005), *La tentazione del Museo: piccola storia di mostre ed esposizioni sull'emigrazione italiana negli ultimi cent'anni (1892-2002)*, «Archivio storico dell'emigrazione italiana», 1, testo disponibile al sito: www.asei.eu/it/2006/11/la-tentazione-del-museo-piccola-storia-di-mostre-ed-esposizioni-sullemigrazione-italiana-negli-ult/, data di consultazione: 30/09/2024.
- Gentileschi M.L. (2013), *Turismo della memoria: alla ricerca delle radici in Brasile*, «AMMENTU», 3, pp. 131-149.
- Guarnieri P. (2023), *Intellettuali in fuga dall'Italia fascista. Migranti, esuli e rifugiati per motivi politici e razziali*, testo disponibile al sito: <https://intellettualinfuga.com/>, data di consultazione: 20/10/2024.
- ICOM – International Council of Museums (ICOM), *Museums for Equality: The Time is Now*, testo disponibile al sito: <https://icom.museum/en/news/museums-for-equality-the-time-is-now/>, data di consultazione: 28/07/2024.
- MAUMi (s.d.), *Il Museo di Arte Urbana sulle Migrazioni*, testo disponibile al sito: <https://maumimuseum.com/>, data di consultazione: 20/09/2024.
- Melotti M. (2017), “Beyond Lampedusa. Heritage, Tourism and Migration”, in Del Re E.C., Larémont R.R. (eds.), *Pursuing stability and a shared development in euro-mediterranean migrations*, Aracne, Roma.
- MIM Belluno (s.d.), *Museo Interattivo delle Migrazioni*, www.mimbelluno.it/.
- Ministero del Turismo (Italia), *Centro per la promozione del Codice Mondiale di Etica del Turismo*, disponibile su: www.ministeroturismo.gov.it/centro-per-la-promozione-del-codice-mondiale-di-etica-del-turismo/ www.icositalia.com/carte-e-testi-dottrinali.
- Nora P. (1984), *Les lieux de mémoire*, Gallimard, Paris.
- Perri A. (2010), “Alcune riflessioni sul turismo residenziale delle radici”, in Romita T. (a cura di), *Il turismo residenziale. Nuovi stili di vita e di*

- residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in Europa*, FrancoAngeli, Milano.
- Perri A. (2021), “Viaggi del tempo libero e place attachment”, in D’Ovidio F.D., Favia F., Iaquina P. (a cura di), *Exploring the Roots. Maps of a New but Ancient Tourism*, IARC-ETQA Publishers, Tirana-Brussels.
- Pratt M.L. (1991), *Arts of the contact zone*, «Profession», pp. 33-40.
- Romita T., Perri A., Clairay P. (a cura di) (2023), *Special Issue Roots Tourism*, «Fuori Luogo», 14, 1.
- Rosati C. (2018), “L’etica del museo”, in Cimoli A.C. (a cura di), *Approdi. Musei delle migrazioni in Europa*, CLUEB, Bologna.
- Ruggieri Tricoli M.C., Sposito C. (2004), *I siti archeologici. Dalla definizione del valore alla protezione della materia*, Dario Flaccovio Editore, Palermo.
- Severo M. (2009), *The International Network of Migration Institutions: Promoting the Public Understanding of Migration*, «AEMI Journal», pp. 148-153.
- UNESCO (2018), *Interpretation of Sites of Memory*, «International Coalition of Sites of Conscience Interpretation of Sites of Memory», 31 gennaio, testo disponibile al sito: <https://whc.unesco.org> > document, data di consultazione: 25/09/2024.

28. Diaspora Community, Travel and Homeland Development: The Case of Plav and Gusinje, Montenegro

by *Nataša Krivokapić, Andriela Vitić Ćetković,
Ivona Jovanović, Mihaela Lazović*

Introduction

Throughout history, migrations have represented a significant sociological phenomenon, shaping societies and cultures worldwide. In the context of Montenegro, the emigration of inhabitants from their native regions has been deeply interwoven into the country's social, economic, and cultural development. Migration waves, driven by economic, political, and social factors, have often transformed the lives of those who left as well as the lives of those who remained behind. Notably, communities from the northern region of Montenegro, such as Plav and Gusinje, stand out due to the pivotal role their diaspora plays in connecting their homeland with their current places of residence, as well as in fostering the development of the local communities from which they originate.

This paper focuses on migration processes and the impact of the diaspora on their native regions. Emphasis is placed on connecting the diaspora with their homeland through traditional events, economic and tourism initiatives, and the preservation of cultural identity. We aim to provide insights into the emigrants' motivations for returning to their place of origin, their perception of connection to the homeland, and the challenges and opportunities that such relationships entail.

The study of this phenomenon will contribute to a better understanding of the role of the diaspora from the northern region of Montenegro in sustainable development of local communities and preservation of cultural identity. Additionally, the analysis of the research findings will provide a deeper understanding of the core dynamics shaping the relation between the diaspora from the towns of Plav and Gusinje and their homeland, highlighting the mutual influences and connections.

1. The Pursuit of a Better Life

A retrospective analysis of the past century reveals that Montenegro has been characterized by periodic emigration waves. These migrations were often tied to historically significant moments and were typically carried out in large groups. Over the last hundred years, four distinct emigration waves from Montenegro can be identified.

The first wave occurred before the Balkan Wars, toward the end of the XIX century, when nearly half of the male workforce emigrated to the United States.

The second wave took place immediately after World War II, driven primarily by political reasons, with individuals leaving the country due to disagreements with the ruling ideology of the victorious side. During this period, the majority of emigrants relocated to South and North America (Penev, 2008).

The third wave began in 1968. It was marked by a significant departure to Western Europe, particularly Germany, for temporary employment. This period was characterized by a chain migration, where the first generation encouraged and motivated others to join them. Demonstrating their economic superiority during occasional visits to their homeland, they often viewed those who chose not to join them as passive or lacking initiative (Baučič, 1970).

The fourth wave is associated with the 1990s, a period when there was a mass emigration due to the war in Yugoslavia, of which Montenegro was a part. The events of this period left a lasting impact on the population and spurred intensified emigration. The destruction of the economic infrastructure over two decades resulted in widespread impoverishment, and the disruption of production chains in many industries, coupled with international economic sanctions, pushed the country's economy into extreme autarky. Tourism, a crucial economic sector, was particularly affected during this time. The economic, political, and social crises, with no resolution in sight, increased life insecurity and drove many Montenegrins to leave the country (Lazić, 1994). During this wave, emigration was both forced and voluntary. Preferred destinations included Germany, Sweden, Luxembourg, and Switzerland (Penev, 2008).

The causes of emigration from Montenegro during the four major waves were complex. In different historical periods, various motives predominated, but economic and political reasons, as well as family ties, stand out as the main drivers. In the XXI century, emigration from Montenegro increasingly depends on individual decisions, with notable factors including wage disparities, job shortages, disparity between professional

qualifications and job opportunities, high youth unemployment rate, and unfavourable situation in the labour market and in the education and professional development system (Ministarstvo održivog razvoja i turizma, 2016). Additionally, the politicization of society and poor governance have further fuelled migration flows.

Although there is no official data on how many Montenegrin citizens emigrated abroad, rough estimates suggest that, during the fourth wave alone, in the past thirty years, Montenegro – with a population of 616,177 inhabitants – has seen approximately 150,000 people leave, meaning one in every four citizens (MONSTAT, 2024).

2. Emigration from Northern Montenegro

When it comes to the northern region of Montenegro, which includes Plav and Gusinje – whose diaspora and local development are the focus of this study – it is important to point out that this area is the least economically developed in the country.

The economic underdevelopment of this region is a longstanding issue, stemming from lower levels of state investment in public infrastructure, development projects, and human resources compared to the central and southern regions. This disparity has further widened the development gap between these regions.

Although the northern region covers more than half of the national territory and holds the largest share of the country's mineral deposits, hydro-power potential, forests, agricultural land, and attractive areas for tourism development, only about 30% of the Montenegrin population resides there. Despite these resources, the region has the highest percentage of unemployed individuals and pensioners, while the number of social assistance beneficiaries exceeds the number of employed persons. During the period of market transition and privatization, the northern region lost a significant number of companies in the processing industry, which were once productive, resource-based, and had established markets. The population poorer material conditions, combined with the high natural growth rate in rural areas, influenced the dynamics of emigration from the region. Most emigrants moved to Western European countries or more developed areas within Montenegro (MONSTAT, 2024).

Contrasting the neoclassical microeconomic theory, which focuses on the individual, the new economics of migration places the household at the centre of migration decision-making (Peković, 2009). In this approach, the primary decision-maker is not the individual but the household, which

evaluates whether to send one of its members abroad or to a more developed region to improve its economic situation. The state of migration in the northern part of Montenegro fully justifies this theory. Namely, in this region of Montenegro, by sending one member abroad and receiving financial support from him, households enhance their economic position, improve their quality of life and consumption, start private businesses, and thus elevate their social status (World Bank Group, 2016). The construction of new houses, the purchase of property, and conspicuous consumption that exceeds basic needs have led to migrant workers being perceived as individuals of higher social status. In this way, emigrants become role models in the region, particularly for young people. Better quality of life abroad attracts other family members, whose emigration is facilitated by the relative already settled in the destination country. Furthermore, these families serve as an example for others, encouraging them to send a family member abroad to similarly improve their social standing.

Emigration waves have significantly influenced social changes in these small towns, leaving a mark on both those who left and those who stayed. Citizens who emigrated left behind a traditional, predominantly agricultural environment and moved to large cities and industrial centres. On the other hand, when they visit their hometowns, they return with new lifestyle habits, which they bring back to their place of origin, including the fact that they occasionally behave as tourists. The changes they bring have been visibly reflected in architecture, which has undergone a complete transformation, as well as in clothing styles, ways of thinking, and overall lifestyle. These influences are also evident in the rural areas of these towns, which are increasingly urbanized, while agriculture, once the dominant means of livelihood, is stagnating.

3. Visiting the Homeland and Places of Ancestral Origin

The population that has emigrated from Montenegro over the past decades in order to find employment abroad is commonly referred to as the diaspora. The ties between the diaspora originating from northern Montenegro and their country of origin, particularly for emigrants who moved abroad after World War II and later, remain largely intact and are rarely completely severed, even with the emergence of second or third-generation migrants. Frequently, countries of origin are perceived as homeland, ancestral lands that signify “home” (Maruyama, Stronza, 2010), especially among first-generation emigrants. This association with the homeland aligns with contemporary understandings of diaspora as «ethnic minority

groups of migrants living and operating in host countries while maintaining strong sentimental and material links with their countries of origin: their homelands» (Sheffer, 1986, p. 3).

In order to investigate the relation between the diaspora from the northern region of Montenegro and their descendants with their birthplace and the country of their parents and ancestors, we relied on the results of a purposefully conducted study designed for this research. A survey-based study was carried out in two smaller municipalities of this region, Gusinje and Plav, during the summer holiday period, a time when the diaspora most frequently returns to their homeland. This research represents the first sociological study to explore the connection between emigrants from the northern region of Montenegro and their descendants with their country of origin¹ and therefore has particular importance. Until now, research on emigration from this area was largely limited to demographic or economic statistics. With its focus on the lived experiences, cultural practices, and emotional ties of emigrants and their descendants, the results of this survey open new perspectives for understanding the complexity of diaspora-homeland relations.

4. The Connection Between the Diaspora and Their Homeland

In the previous section of this paper, we discussed the primary motives that led the population of northern Montenegro to emigrate during the last century and the beginning of the current one. In this section, we focus on the most significant and common reasons for their return visits to their homeland.

When discussing the ties between the diaspora and their homeland and their visits to places of origin, the concepts of “root tourism” and “root tourists” come into focus. As a rule, roots tourists like to enjoy the places of their family, relishing the historical, cultural, and gastronomic heritage of their homeland. «They feel a sense of belonging to their homeland, which constitutes a fundamental trait of roots tourism» (Cannas, 2022, p. 92).

For first-generation emigrants from northern Montenegro, their visits to the homeland often aim to *refresh and strengthen ties* with people and places. They seek to recall the traditional customs of their region, anecdotes and stories, visit cherished locations, socialize with individuals with

¹ The study was conducted by the Sociology Program of the Faculty of Philosophy in Nikšić, University of Montenegro, in collaboration with Doo *Per Aspera ad Astra*, during the summer of 2024. The research sample included 114 respondents from the diaspora.

whom they had close relationships, and generally rekindle a profound connection with their place of origin. Migrants who *moved voluntarily* typically maintain strong ties to their homeland.

One of the most significant motives observed among the population from northern Montenegro is the maintenance of *family relationships* and *emotional ties* with the places of their childhood or youth. This is corroborated by the results of our study, which reveal that the largest percentage of respondents, 72.8%, cited visiting their parents and family as the primary reason for returning to their country of origin. These findings also confirm what Romita, Perri, and Clairay (2023) emphasize in *Fuori luogo*, namely that emotional ties represent a core value of roots tourism and constitute a key motivation for visiting places of origin. Emotional connections to the homeland are further confirmed by the high percentage of respondents who reported spending time with close relatives as a motivation for their visit; this was the case for slightly more than half i.e. 53.1% of the respondents. Additionally, 35.1% of respondents indicated nostalgia for their native region and a desire to revisit it as a driving factor. In line with these findings, it is unsurprising that the majority of the diaspora from the two northern municipalities most frequently stay in their ancestral homes or with their parents during their visits to the country of origin, as reported by 92.1% of the respondents.

While older generations exhibit a more emotional bond to their homeland, driven by nostalgia, family ties, and memories, younger generations tend to focus on exploring their roots, understanding the way of life of their ancestors, immersing themselves in the culture and traditions, and enjoying the different environment they have heard about from their parents and grandparents. These results can be related to the argument made of Perri (2023) about the *sacred value of the roots journey*, according to which such trips are far more than recreational activities – they represent a symbolic and cultural act of self-affirmation. Unlike older generations, younger individuals do not perceive the land of their ancestors as their homeland, but they also do not feel like strangers in it. This is supported by the results of our research, which show that 77% of second-generation emigrants identify themselves as locals when visiting their ancestral region, while only 23% perceive themselves as tourists or guests.

A defining characteristic of younger generations is their search for identity, both cultural and national. Their visits to the ancestral homeland represent a form of «self-discovery by locating the self within broader narratives of families, ethnicities» (Santos, Yan, 2010, p. 56), as well as culture and values. This process aligns with the concept of “genealogical tourism,” which refers to travel aimed at exploring one’s family roots

and origins (Tomczewska-Popowycz, Taras, 2002). For them, travelling to the homeland alongside leisure, visiting family and relatives, has a much deeper meaning. It is also about discovering the culture of the ancestral society, and a journey to seek meaning and a sense of belonging (Maruyama, Weber, Stronza, 2010).

The second generation of emigrants from the northern Montenegrin municipalities of Plav and Gusinje visits their ancestral homeland to reconnect with family and relatives, explore their parents' birthplace, and enjoy leisure time. The study data reveal that their perception of these visits is remarkably consistent. The majority or 56.9% stated that they visit their ancestral homeland because it makes them feel good. The strong connection of this generation to their parents' place of birth is further demonstrated by additional findings. A notable 36.2% indicated that their visits aim to strengthen ties with their parents' native region, while 34.5% stated they feel a sense of belonging to their ancestral land. Moreover, 29.3% expressed a desire to deepen their understanding of the culture, traditions, and customs of their ancestors, and 24.1% reported that their visits serve as an opportunity to improve their parents' native language. This strong connection is not diminished by the fact that many respondents perceive their visits partially as an obligation, stemming from parental expectations. Specifically, 44.8% of second-generation respondents indicated that they visit the ancestral homeland, in part, because their parents believe it is necessary.

Unlike in the past, people who migrated from the northern region of Montenegro and also from other parts of the world, today can easily maintain their social ties to their parents' country of origin due to technological developments and advances. Over the past few decades, travel has become cheaper and more convenient, so more and more immigrants can afford to travel back and forth between two countries (Kasinitz *et al.*, 2008). That fact significantly influenced the conception of immigrants. In the past, immigrants were the people «who have come to stay, make themselves a new home, adapt to the new environment, accept values of a new country» (Basch, Glick-Schiller, Blanc, 1994, p. 4). Advancements in transportation and communication technologies now enable contemporary immigrants to navigate life in two worlds. While they work toward integration into their new society, they are also able to sustain meaningful virtual or physical connections with family and friends in their homeland. Beyond emotional ties, immigrants increasingly recognize the advantages of being bilingual and bicultural in a multicultural society, which strengthens their desire to remain connected to their roots (Foner, 2002).

Research data from the northern Montenegrin municipalities of Plav and Gusinje indicate that technological advancements, improved mobil-

ity, and increasingly favorable economic conditions have enabled the diaspora to visit their ancestral homeland multiple times a year. Nearly half i.e. 49.1% of the respondents reported traveling to their country of origin several times annually, while 43% visit at least once a year. On average, just over half of the diaspora or 51.5% stay in their ancestral homeland for 15 to 20 days, while 41% extend their visits to 20 to 30 days. During their time in the country, a significant proportion of respondents, 71.1%, always take the opportunity to visit other places in the region and the country, while 28.9% do so occasionally.

The maintenance of connections between the country of origin and the host country does not always exhibit the same intensity or purpose. In this context, a distinction is drawn between the concepts of diaspora and transnationalism. “Transnationalism” refers to the processes through which immigrants maintain social relations that connect their home country and host society (Basch, Glick-Schiller, Blanc, 1994). Today, many immigrants live within transnational social networks, building communities that span national borders. They engage in various transnational practices, including economic, political, social, familial, religious, and cultural activities.

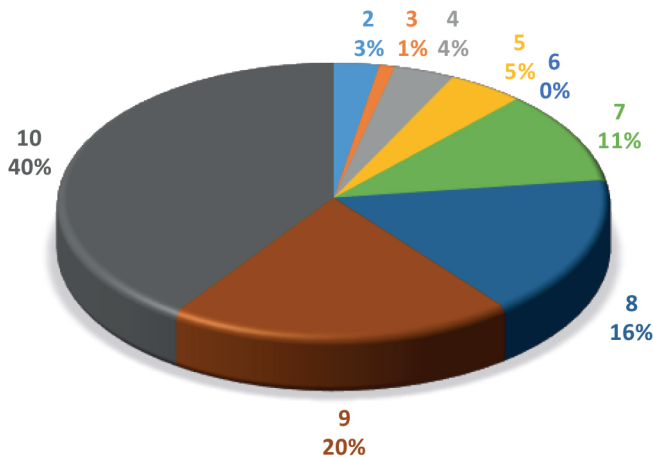
Unlike diaspora communities, which often maintain a strong sense of solidarity and a degree of separation from the host society, transnational migrants are more likely to assimilate into the mainstream culture while still actively participating in cross-border connections.

Also, one critical characteristic of diaspora is a sense of alienation and displacement in their current settlement. To them, home is not the place they currently live in but the homeland that is elsewhere (Meethan, 2004). Therefore, they have the desire to eventually return to their ancestral point of origin in search of a sense of belonging (Shuval, 2000). Unlike voluntary transnational migrants who are more focused on establishing themselves in the host society, and their transnational activities involve regular travel between their home and host countries rather than planning a permanent return, diaspora literature often stresses a desire to return to one’s homeland (Portes, 1999).

Theoretical findings on the distinction between diaspora and transnationalism are corroborated by the results of our study. A significant portion of the diaspora continues to demonstrate a strong attachment to their country of origin. Despite enjoying better living conditions in their host countries, many still experience a profound sense of longing for their birthplace, where they were born and raised. When asked whether they miss their ancestral region while living in their current host country, 76% of respondents rated their level of longing highly (on a scale from 1, meaning “not at all”, to 10, meaning “extremely”). Notably, 40% of respondents rated their sense of longing at the maximum score of 10 (Graph. 1).

When asked about what they miss most from their ancestral region, the majority of respondents (71.1%), mentioned parents and family as the main source of their belonging. This was followed by 57% who referred to relatives and friends, 36.8% who highlighted cherished places and traditions, and 32.5% who expressed a longing for traditional food, beverages, and local gastronomy. These reasons collectively indicate that a significant proportion of the diaspora still considers their place of origin as their home.

Graph. 1 - “Missing the Place you Came From” from 1 to 10: survey results



Source: authors' elaboration

This conclusion is further supported by the finding that 75.5% of respondents continue to perceive themselves as residents of their ancestral region, while only 24.5% feel like tourists or guests when visiting. Additionally, the sense of connection to the homeland is underscored by the fact that less than one-third or 34.2% of respondents stated they would not consider returning to live in their ancestral country. This strong sense of belonging aligns with Romita’s (2023) discussion on the multiple identities of root tourists.

5. The Cultural Event *Days of the Diaspora* in Plav and Gusinje

The northern region of Montenegro is renowned for a cultural event aimed at bringing emigrants together, enhancing their vacation experience,

and reconnecting them with the culture, traditions, dances, and culinary specialties of their homeland. This event also fosters connections with loved ones, fellow emigrants, and the local community, strengthening ties to their place of origin. These nostalgic gatherings, known as *Days of the Diaspora*, serve as the primary venue for Montenegrin emigrants to convene. They take place in Plav and Gusinje, two small towns which boast the highest proportion of diaspora members in Montenegro.

The *Days of the Diaspora* gathering is not a one-day or weekend event but spans several weeks, taking place annually from July 13 to August 2. During this period, the festivities attract a substantial influx of visitors from the diaspora, resulting in a population surge that triples the towns' usual number of residents. This festival not only draws the diaspora but also their guests and visitors from across Montenegro, significantly boosting the local economy through seasonal tourism. The arrival of the diaspora breathes life into these small towns: streets bustle with activity, shops, hotels, restaurants, bars, and other hospitality and cultural venues flourish.

Our survey results confirm that the diaspora of Plav and Gusinje is well aware of the various events organized for them during their summer visits and that they gladly attend them. Moreover, they actively participate, with 85.1% of respondents stating they attend Days of the Diaspora events, while only 14.9% reported never attending these gatherings.

What attracts people from the diaspora most to these events is primarily the opportunity to reunite and socialize with old friends and acquaintances, as stated by two-thirds of respondents, or 67.5%. Additionally, 41.2% of diaspora members cite these events as a good opportunity to connect with compatriots, while 32.5% highlight the chance to meet other individuals from the diaspora.

Days of the Diaspora is envisioned as a cultural and traditional event that, in addition to concerts, traditional songs and dances, includes exhibitions, sports competitions and tournaments, literary evenings, hiking, as well as several traditional gatherings in rural areas. During these gatherings, a special cultural and artistic program is organized for the diaspora, with local handicrafts and food sold at street stands. The primary goal of this event is to preserve the cultural identity of the diaspora. Notably, at the gatherings, visitors have the opportunity to participate in folk dances and games, a practice engaged in by 36.8% of our respondents.

Days of the Diaspora in Plav and Gusinje provide an opportunity not only to reconnect with traditions and customs, to recall local legends, stories, anecdotes, and everything that characterizes the local culture of the region, but also to promote their local culture. This enables its spiritual and material wealth to spread beyond local boundaries. During this event,

according to 70.2% of the diaspora from Plav and Gusinje, local culture is primarily promoted, followed by local specialties and drinks according to 57.9%, handicrafts (clothing, traditional items) at 37.7%, and souvenirs at 21.9%.

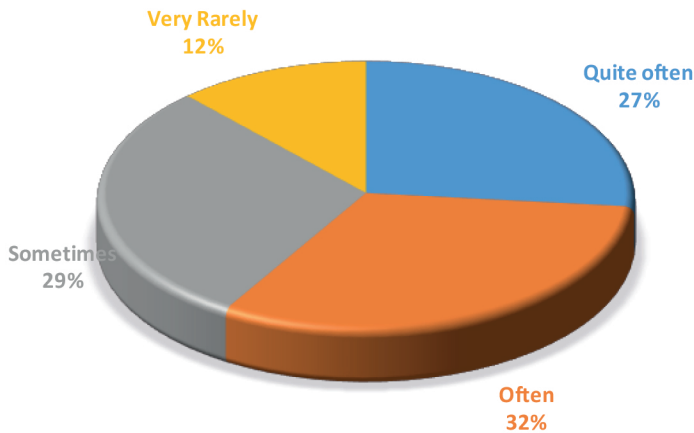
Research results show a strong connection of the diaspora with their homeland, particularly during all *Days of the Diaspora* events. That is expected, since for most of them emigration was not a matter of personal preference but rather the consequence of socio-economic circumstances that pushed them to seek stability and better opportunities abroad. Members of the diaspora strive to make up for their absence by reconnecting with loved ones and places, as well as refreshing old habits. More than half of the emigrants, or 59.6%, left their country due to poor economic conditions, 33.3% due to lack of employment, 28.9% because of political instability, 16.7% to join their families, and 8.8% due to marriage. For the majority, their homeland is deeply missed, which is why many bring local specialties and drinks, 78.1%, handicrafts (clothing, traditional items) 41.2%, or souvenirs 22.8%, from their place of origin.

While older generations visit their place of origin to ease their nostalgia for their homeland, younger ones aim to connect with the peers from the land of their ancestors, build better relations with them, and familiarize themselves with rural life. An interesting aspect of these gatherings is that some participants, mostly from the USA, seek a marriage partner, often promoting the “American Dream” to potential marriage migrants. Research results confirm these claims, with 58.7% of respondents stating that the diaspora gatherings are often or frequently used by younger generations to find a marriage partner. Meanwhile, 29.4% of respondents believe it happens only occasionally, while just 11.9% of emigrants think it rarely happens (Graph. 2).

The tourist season in Plav and Gusinje is relatively short, lasting only two-three summer months. Although the diaspora, especially the younger generations, partially behave like tourists when attending the aforementioned long-standing events, there is a clear lack of adequate tourist infrastructure. Accommodation capacities and tourist services are very limited, and the events are held in open spaces.

What is specific about the majority of the Montenegrin diaspora visiting the hometown gatherings in Gusinje and Plav is that their arrival in the homeland is not driven by the search for their roots. Those who come have been maintaining connections with their relatives for generations, so they are already familiar with their ancestors and heritage.

Graph. 2 - “Finding a Marriage Partner for Younger Generations”: survey results



Source: authors’ elaboration

6. The Support of the Diaspora to the Homeland

The diaspora from the northern region, mostly from the USA and EU countries, wholeheartedly and continuously contribute to the economic development of their homeland. The support of the diaspora is primarily realized through associations and organizations established by the diaspora in the host countries, where individuals contribute to the better socio-economic situation of people from their hometown through donations and various initiatives. The diaspora strives to help in the development of all spheres of social life in their homeland, investing in infrastructure, cultural, and educational institutions, which is why it is seen as a driving force and one of the factors for the sustainable development of local communities in Montenegro.

Due to the financial support from the diaspora, various buildings for local institutions, important roads, bridges, and numerous humanitarian actions have been organized in Plav and Gusinje.

The research results indicate that all respondents from the diaspora are willing to help the place from which they emigrated in some way. The highest percentage (67.5%), as expected, financially supports their parents and relatives. The diaspora is also very active when it comes to financially assisting people from their homeland who are in need, with 32.5% of respondents willing to provide this type of support, while 7% of emigrants regularly send donations for the development of their hometown. In addi-

tion to financial aid, the diaspora also contributes to their homeland with their skills and knowledge.

Conclusion

The complex migration flows over the past century have shaped the social and economic conditions in Montenegro, particularly in the smaller municipalities of Plav and Gusinje. Four key waves, each driven by different causes – from economic hardships and political disagreements to war-time events, and more recently, challenges such as high unemployment and low living standards – have led many families to seek a better life abroad. However, despite living in foreign countries, they have maintained strong emotional and social ties to their homeland.

Emigrants from these regions continuously maintain an active relationship with their homeland. This is evidenced by numerous events that bring together thousands of emigrants and their families in their place of origin. The most famous event of this kind, called *Days of the Diaspora* is organised annually in Plav and Gusinje. This event not only revitalizes the local economy through roots tourism but also holds deep cultural significance. Through traditional games, songs, exhibitions, and sports competitions, the *Days of the Diaspora* strengthen the sense of community and contribute to the preservation of the diaspora's cultural identity.

The results of our research have shown that the diaspora, particularly the first generation of emigrants, maintain a strong connection to their homeland through regular visits. These visits are crucial for preserving family and emotional bonds, as well as for passing on cultural identity and traditions to younger generations. The research indicates that as many as 77% of second-generation emigrants feel a deep connection to the land of their ancestors, as seen in their desire to improve language skills, better understand cultural values, and connect with local communities.

Our study highlights also that the ties of the diaspora to their homeland are deeply rooted, and emigrants and their descendants still consider their birthplace as their home.

A special contribution of the diaspora is evident in the economic assistance and investments that bring significant changes to the local communities. Through organized associations and personal initiatives, emigrants from the USA and EU countries support the development of infrastructure, educational institutions, social programs, and cultural events, contributing to better living conditions and fostering long-term sustainable development in the region. The diaspora proves itself as a stable and lasting resource

that also enables the homeland to preserve its cultural identity and respond to the challenges posed by the modern world. In addition to financial support, members of the diaspora also transfer their knowledge and skills, further contributing to the local community development.

Moreover, descendants of emigrants who have a bicultural identity can represent important target groups for strengthening educational, genealogical, and other forms of tourism in this destination, which is rich in natural attractions but still has an underdeveloped tourist infrastructure.

References

- Basch L., Glick-Schiller N., Blanc C.S. (1994), *Nations unbound: Transnational projects, postcolonial predicaments and deterritorialized nation-states*, Routledge, New York.
- Baučić I. (1970), *Porijeklo i structure radnika iz Jugoslavije u SR Njemačkoj i neka obilježja različitog učešća pojedinih dijelova Jugoslavije u vanjskim migracijama radne snage*, Institut za geografiju Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.
- Cannas R. (2022), *Roots Tourism as a Means to Foster Sustainable Development of Small Destinations: A Focus on Italy*, «Journal of Hospitality & Tourism», 20 (2), pp. 91-105.
- Foner N. (2002), "Second-generation Transnationalism, then and now", in Levitt P., Waters, M.C. (eds.), *The changing face of home: The transnational lives of the second generation*, Russell Sage Foundation, New York.
- Kasinitz P., Mollenkopf J.H., Waters M.C., Holdaway J. (2008), *Inheriting the City: The Children of Immigrants Come of Age*, Russell Sage Foundation, New York.
- Lazić M. (1994), *Razaranje društva*, Filip Višnjić, Beograd.
- Maruyama N., Stronza A. (2010), *Roots Tourism of Chinese Americans*, «Ethnology», 49 (1), pp. 23-44.
- Maruyama N., Weber I., Stronza A. (2010), *Negotiating Identity: Experiences of "Visiting Home" Among Chinese Americans*, «Tourism, Culture & Communication», 10, pp. 1-14.
- Meethan K. (2004), "To stand in the shoes of my ancestors: Tourism and genealogy", in Coles T., Timothy D.J. (eds.), *Tourism, Diasporas and Space*, Routledge, London.
- Ministarstvo održivog razvoja i turizma (2016), *Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. Godine*, Podgorica.
- MONSTAT (2024), *Međunarodne migracije*, Uprava za statistiku - MONSTAT.
- Peković, D. (2009), *Prikaz ekonomskih podsticaja migracionih tokova radne snage i njihova empirijska analiza*, «Škola biznisa Naučnostručni časopis», pp. 62-69.
- Penev G. (2008), *Demografski trendovi u Crnoj Gori od sredine 20. vijeka i perspektive do 2050. godine*, Zavod za statistiku Crne Gore, MONSTAT.

- Perri A. (2023), *The Sacred Value of the Roots Journey*, «Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia», 14 (1), pp. 31-45.
- Portes A. (1999), *Conclusion: Towards a New World. The Origins and Effects of Transnational Activities*, «Ethnic and Racial Studies», 22 (2), pp. 463-477.
- Romita T., Perri A., Clairay P. (2023), *Roots Tourism and Emotional and Sustainable Enhancement of Places: An Introduction*, «Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia», 14 (1), pp. 5-12.
- Romita T. (2023), *Multiple Identities: The Perception of the Root Tourist in the Host Communities*, «Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia», 14 (1), pp. 46-60.
- Santos C.A., Yan G. (2010), *Genealogical Tourism: A Phenomenological Examination*, «Journal of Travel Research», 49 (1), pp. 56-67.
- Sheffer G. (ed.) (1986), *Modern Diasporas in International Politics*, St. Martin's Press, New York.
- Shuval J.T. (2000), *Diaspora Migration: Definitional Ambiguities and a Theoretical Paradigm*, «International Migration», 38 (5), pp. 41-57.
- Tomczewska-Popowycz N., Taras V. (2022), *The Many Names of "Roots tourism": An Integrative Review of the Terminology*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 50 (1), pp. 245-258.
- World Bank Group (2016), *Crna Gora sistematska dijagnostička procjena. Ostvarenje održivog i inkluzivnog rasta u okruženju izražene volatilnosti*, text available at: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/162641475159675502/crna-gora-sistematska-dijagnosticka-procjena-ostvarenje-odr>, visit date: 20/03/2025.

29. Luoghi sacri dell'ospitalità: i centri storici minori italiani

di *Tullio Romita*

Introduzione

Il problema del decadimento e dell'abbandono delle aree storiche delle città italiane si è significativamente manifestato durante il periodo della cosiddetta modernizzazione della società, in conseguenza della necessità di disporre di aree urbane dotate di servizi e infrastrutture funzionali, razionali ed efficienti, ed in grado di garantire agili spostamenti urbani ed extraurbani. A tal fine, nuove aree urbane crescevano, per realizzare edifici da adibire ad uffici o per assecondare la domanda di unità abitative fatta di persone che preferivano spostarsi in nuove e più confortevoli abitazioni o in aree urbane che offrivano migliori condizioni di vita.

In questo periodo, il dibattito sul destino dei centri storici italiani, portato avanti con momenti di diversa intensità da circa mezzo secolo, ha avuto come argomenti di discussione principali il processo di pauperizzazione e degrado, il recupero e l'utilizzazione produttiva, le opportunità di valorizzazione offerte dai processi di sviluppo sostenibile.

Successivamente, con l'avvento della cosiddetta globalizzazione e con il conseguente affermarsi dei modelli di produzione industriale fondati sulla delocalizzazione produttiva, il dibattito sul destino dei centri storici ha preso spunto dai modelli pensati, ed in parte attuati, volti alla rigenerazione urbana ed alla riqualificazione sociale delle città industrializzate in crisi economica e di ruolo. Modelli, questi, principalmente orientati al recupero ed alla riutilizzazione produttiva delle aree urbane e del patrimonio edificato, degradato e/o dismesso, rendendolo più attraente ed utilizzabile principalmente in chiave turistica. In questo contesto, particolare attenzione è stata dedicata ai luoghi sopravvissuti alle modifiche dovute ai diversi assetti funzionali e che racchiudevano parti significative di un'unica e rico-

noscibile esperienza, un contesto questo che ha quindi assegnato un ruolo centrale alla valorizzazione dei centri storici.

Nella società contemporanea il dibattito sui centri storici si è ampliato includendo anche quelli cosiddetti “minori”, molti dei quali trascurati, fatiscenti e soggetti a processi di accentuato spopolamento. Si è pensato che recuperare e valorizzare queste aree urbane conduce alla riduzione del consumo di suolo, ad arrestare o contenere lo spopolamento in particolare delle piccole comunità dell’entroterra, a favorire il rafforzamento del senso di appartenenza al luogo, ed a sostenere il recupero e la rivalutazione dell’identità storica individuale e collettiva (Romita, 2016).

In questa sede si intende porre in discussione l’efficacia dell’approccio finalizzato al rilancio di questi centri storici minori che oggi appare registrare il consenso più ampio, e che sembra essere quello che restituisce a questi ambienti urbani una funzione turistico-produttiva organizzata su criteri strumentali “economico-aziendali”. A tal fine, proporremo una riflessione che prende in considerazione alcuni di questi modelli di intervento dichiarati “di recupero e valorizzazione dei centri storici minori”, ma che in definitiva non hanno condotto al compiuto, complessivo e duraturo rilancio dei centri storici minori italiani in cui si è intervenuti.

In alternativa a tali modelli, in questa sede si proporrà un diverso approccio, che si fonda sull’idea che lo scopo sia raggiungibile solo se basato sul coinvolgimento attivo della comunità locale, e sulla preventiva e complessiva utilizzazione dei valori culturali locali. Ossia, trasformando i centri storici minori prima in “luoghi sacri dell’ospitalità”, mediante una metodologia simile a quella adottata dall’Unesco per la determinazione delle “aree sacre naturali”, e poi organizzandoli in senso produttivo in “luoghi sacri dell’ospitalità turistica”, avendo quale principale obiettivo il mercato dell’accoglienza turistica.

1. Centri storici minori e processi di pauperizzazione

Il centro storico rappresenta per la “società urbana” il riferimento collettivo in quanto insediamento originario, un “luogo” in cui sono spesso racchiuse le maggiori testimonianze artistiche e culturali delle città (Romita, 1990).

Preservarlo può servire a ripercorrere l’evoluzione della comunità urbana. L’individuo misura la propria storia di vita, il proprio progresso o regresso, confrontandosi con il passato, legando il ricordo piacevole o spiacevole a luoghi, fatti, persone, oggetti. Un gruppo urbano per dotarsi di identità storica fa allo stesso modo. Pertanto, il centro storico rappresenta

un “vivo” legame con il passato e contribuisce in modo determinante a rinnovarlo.

La definizione di centro storico in Italia è stata introdotta per la prima volta attraverso una legge del 1967, secondo la quale sono da considerare centri storici urbani quelle strutture insediative che costituiscono unità culturale o la parte originaria e autentica di insediamenti, e testimonino i caratteri di una viva cultura urbana (Aa.Vv., 1967).

Tuttavia, l'espressione “centro storico” viene talvolta intesa come sinonimo di “borgo”, che invece sta ad indicare un piccolo insediamento che ha mantenuto la riconoscibilità nella struttura insediativa storica e la continuità dei tessuti edilizi storici prevalentemente isolati o separati dal centro urbano non coincidenti con il centro storico o porzioni di esso. Si tratta, cioè, di insediamenti urbani che hanno mantenuto la riconoscibilità della struttura insediativa storica all'interno di un'area urbana più ampia, come sottolineato nel PNRR Borghi (Ministero della Cultura, s.d.)¹.

In effetti, tenendo conto delle indicazioni ministeriali le espressioni “centro storico minore” e borgo” possono essere utilizzate indifferentemente nel caso dei piccoli comuni, ossia quando la popolazione non supera convenzionalmente i cinquemila abitanti.

Comunque, molti borghi, similmente a molti centri storici minori italiani, sono stati coinvolti da un processo di progressiva pauperizzazione, dallo spopolamento della popolazione più influente, dallo svuotamento dei servizi pubblici e privati necessari a garantire una adeguata qualità della vita, dalla trasformazione da centro dell'identità locale ad area periferica degradata.

Proprio per contrastare tali problematiche, nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (Pnrr) il governo italiano ha dedicato ai borghi una specifica linea di finanziamento, con l'obiettivo di promuovere progetti di recupero e rigenerazione che integrano le politiche di salvaguardia e riqualificazione con le esigenze di rivitalizzazione e rifunzionalizzazione.

In letteratura, è possibile rintracciare diversi studi sulle problematiche dei centri storici italiani. Secondo alcuni studi, il degrado e l'abbandono di tali centri è il destino delle città non industrializzate, terziarie e/o parassitarie, un fatto tipico o, meglio, insito, nel processo di sviluppo urbano delle stesse. Mentre lo sviluppo della città industriale avviene restituendo al centro urbano ottocentesco la funzione attiva di centro degli affari, la città

¹ Linee di indirizzo sulle modalità attuative dell'intervento 2.1 “Attrattività dei borghi”, MIC3 Turismo e Cultura del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza - <https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/PDF/Avvisi/Borghi/Linee%20di%20indirizzo%20Investimento%202.1-Attrattivit%20Borghi.pdf> (data di consultazione: 08/09/2024).

parassitaria cresce attorno ad un centro storico degradato, inutile, abbandonato (Caldo, Santalucia, 1977).

In effetti, però, tale destino ha riguardato anche le città più industrializzate del Sud. Pur in presenza di tendenze al risanamento positive e di interventi pragmatici miranti alla riconversione delle zone storiche, è indubbio che la maggior parte dei centri storici delle città meridionali (Crotone, Palermo, Bari, Napoli, Taranto, ecc.) abbiano presentato preoccupanti condizioni di vita. Le popolazioni che li abitano spesso convivono con la pericolosa e deprimente presenza di un patrimonio edilizio in rovina, con la farragginosa distribuzione di servizi pubblici e privati, con l'assenza di un'adeguata rete idrica e fognaria e, in taluni casi, dei necessari servizi igienici nelle abitazioni.

Fra le interpretazioni volte alla spiegazione delle situazioni di degrado e d'abbandono, vi è anche l'idea che ciò dipenda dalla divisione di classe dei quartieri, ovvero dalla separazione tra le zone borghesi e le zone proletarie e sottoproletarie. Le prime usufruiscono di tutti i servizi di tipo superiore, le seconde sono lontane e segregate anche dai servizi (Ginatempo, 1976).

Comunque sia, lo spostamento della popolazione dal vecchio centro antico si è determinato oltre che dalla preferenza per il "nuovo", anche dalla non convenienza economica alla ristrutturazione che il vecchio patrimonio edilizio richiedeva. Così il centro storico oltre che della popolazione più "influyente" si è progressivamente svuotato anche dei servizi e delle strutture amministrative principali, diventando sempre più una zona della città di interesse marginale e trasformandosi da centro della città in zona periferica degradata.

2. Alcune motivazioni al recupero dei centri storici

L'interesse crescente dimostrato in vari modi verso i centri storici delle nostre città trova varie giustificazioni fra loro correlate.

Il caotico traffico, combinato all'inquinamento, ha stimolato, in particolare nelle città "uninucleate", una certa tendenza ecologica che spinge la popolazione a cercare nuovi spazi nelle aree urbane più tranquille o più a dimensione d'uomo.

In generale si osserva un certo allontanamento della società dalla cultura adattiva, fino ad un certo punto predominante, alle esigenze della moderna vita urbana quotidiana. Talvolta i centri, principalmente a seguito della struttura morfologica medievale, diventano luogo ideale di migrazione interna alla città. Ovviamente il problema principale per soddisfare

questa “tendenza” diventa il riassetto del patrimonio edilizio talvolta fortemente compromesso.

Il mercato immobiliare si è già adeguato da anni, in particolare in alcune città con problemi del tipo sopra accennati. Comprare oggi una casa nei centri storici di Roma o Milano comporta un esborso economico neanche immaginabile solo pochi decenni fa. Altre città hanno da sempre perseguito la politica della conservazione dei centri storici (come Bologna) ed ora non si trovano ad affrontare il pur sempre presente problema del “riuso”.

Gran parte delle testimonianze artistiche e culturali delle città sono inserite nell’insediamento urbano originario, ed il centro storico racchiude molto spesso gran parte del patrimonio artistico-culturale che, però, non viene valorizzato a sufficienza nei casi in cui l’area urbana versi in condizioni che l’offuscano.

Negli ultimi anni, tuttavia, sui centri storici, sulle loro condizioni e sul loro ruolo, si è stimolato un ampio dibattito che ha coinvolto studiosi, amministratori pubblici e popolazione, e che testimonia da un lato l’accurata difesa delle radici storiche della città e, dall’altro, un interesse generale to alla salvaguardia e la conservazione dell’ampio patrimonio culturale identitario. Sebbene varie indicazioni e possibili strategie di intervento abbiano registrato consensi, evidentemente ciò non è finora risultato sufficiente a generare modelli di risanamento organici e duplicabili. O, quantomeno, quel che di concreto è stato fatto non è servito a contenere l’avanzato processo di degrado sociale ed economico di molti dei centri storici oggetto di interesse.

3. I centri storici minori come “luoghi sacri dell’ospitalità”

L’idea qui proposta del centro storico come “luogo sacro dell’ospitalità”, vuole promuovere lo sviluppo sostenibile del turismo culturale e si fonda sulla valorizzazione del patrimonio identitario dei cosiddetti centri storici minori. Questi luoghi, piccole comunità italiane spesso abbandonate o in via di marginalizzazione, rappresentano scrigni di cultura locale e possono essere riconosciuti come “aree sacre naturali”, in cui il legame tra popolazione e territorio è fondato su un forte senso di appartenenza e resilienza.

L’approccio qui proposto si ispira alle linee guida per la gestione dei “siti naturali sacri” edite da IUCN (International Union for Conservation of Nature) - UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), siti tradizionalmente considerati spazi di alto valore spirituale e ambientale, protetti per secoli dalle comunità locali (Wild, McLeod, 2008; Bernbaum, 2017; Verschuuren, Brown, 2019).

Ogni dieci anni, la Commissione Mondiale sulle Aree Protette (Wcpa - World Commission on Protected Areas) amministrata dal Programma Globale Iucn sulle Aree Protette, organizza un congresso mondiale per definire l'agenda globale sul tema e formulare raccomandazioni per influenzare le politiche delle organizzazioni (1.300 membri provenienti da 140 paesi). Il quinto Congresso Mondiale dei Parchi, tenutosi a Durban nel 2003, ha segnato una svolta cruciale nella conservazione del patrimonio naturale, con una forte critica da parte delle popolazioni indigene ai modelli occidentali di conservazione (Dudley, 2008). Il risultato principale è stato il cosiddetto Accordo di Durban, che ha introdotto un approccio inclusivo, integrando gli obiettivi di conservazione con gli interessi delle comunità locali. In particolare, la Raccomandazione 13 ha evidenziato la necessità di incorporare i valori culturali e spirituali nella pianificazione e gestione delle aree protette (Mallarach, Verschuuren, 2019).

I congressi successivi hanno rafforzato il legame tra spiritualità, religione, cultura e conservazione. Il World Parks Congress del 2014 (Jonas *et al.*, 2014) ha evidenziato la necessità di connettere il benessere umano con la protezione della natura (IUCN World Parks Congress, 2014). Il Congresso Mondiale sulla Conservazione del 2016 ha riaffermato l'importanza della spiritualità e delle conoscenze del luogo, promuovendo una "cultura della conservazione" che valorizzi le tradizioni culturali e religiose nella gestione ambientale (IUCN, 2016).

In effetti, tali luoghi, non solo rappresentano un legame con il passato, ma rafforzano anche l'identità culturale delle comunità locali, e la sacralità attribuitagli, promuovendo un senso di rispetto e responsabilità che limita l'impatto umano negativo e favorisce pratiche sostenibili di gestione del territorio (Harmon, Putney, 2003). Difatti, sono spesso associati a credenze che vietano lo sfruttamento indiscriminato delle risorse, garantendo così la protezione della biodiversità, e, quindi, la gestione tradizionale basata su norme religiose risultano più efficaci rispetto ad approcci puramente scientifici (Bhagwat, Rutte, 2006).

Una forma tradizionale di conservazione, talvolta più efficace rispetto ai metodi convenzionali in quanto radicata nelle pratiche e nelle credenze delle popolazioni locali, preservando habitat fondamentali per numerose specie a rischio (Dudley *et al.*, 2005).

Lo studio di Mallarach e Papayannis (2007) approfondisce ulteriormente la questione, osservando come la gestione integrata di siti naturali sacri possa contribuire a strategie globali di protezione ambientale e culturale, suggerendo che il coinvolgimento attivo delle comunità locali e delle istituzioni governative sia essenziale per garantire la conservazione nel tempo di questi luoghi.

Analogamente ai siti naturali, assegnare ai centri storici minori il significato di “luoghi sacri dell’ospitalità” da adottarsi quale approccio di base nei processi di valorizzazione sostenibile degli stessi, appare utile sia dal punto di vista conservativo che produttivo. Una sacralità che si esprime attraverso elementi materiali (architettura, paesaggio, risorse naturali) e immateriali (tradizioni, arti, artigianato, spiritualità locale) ed è facilmente rintracciabile ed utilmente implementabile.

Seguendo le Linee Guida Iucn-Unesco, questi siti potrebbero essere riconosciuti e gestiti secondo principi che integrano spiritualità, tutela ambientale e sviluppo socioeconomico, ispirandosi ai metodi di protezione tradizionali. L’obiettivo finale è costruire un modello di turismo culturale etico e rispettoso, capace di trasformare la sacralità del luogo in un motore di sviluppo per le comunità locali.

4. I limiti dell’approccio economico-aziendale nei processi di valorizzazione dei centri storici minori: alcuni casi di studio

4.1. Premessa

Per come evidenziato, l’approccio finora prevalente nei processi di recupero e valorizzazione dei centri storici minori, è stato quello che, organizzato su concetti e principi “economico-aziendali”, finendo col restituire a tali aree una funzione economica di tipo turistico-produttiva.

Si è anche sottolineato, come in questa sede si ritiene che tale approccio non sembrerebbe produrre risultati duraturi e sostenibili, ossia di effettiva rivitalizzazione complessiva del centro storico minore in cui si è intervenuti, misurabili, ad esempio, attraverso il ripopolamento o la mitigazione dello spopolamento, o mediante la rinascita di attività commerciali e artigianali stabili che valorizzino le produzioni locali, o per l’implementazione di servizi pubblici diffusi, ecc. (Pitto, 1981). Conclusioni, queste, a cui si è giunti attraverso l’analisi comparativa di casi di studio, della letteratura e della documentazione disponibile su di essi, e dell’osservazione diretta delle pratiche di gestione e valorizzazione culturale proposte ed applicate sul territorio italiano nell’ultimo decennio.

Al fine di argomentare tale ragionamento, proporremo una sintetica disamina di alcuni noti casi di studio italiani ritenuti rappresentativi di tale situazione. Fra quelli incentrati sul recupero del patrimonio abitativo inoccupato e/o abbandonato, particolarmente significativo appare il modello cosiddetto dell’albergo diffuso. Oltre a questa tipologia di caso, si discuterà anche dei marchi territoriali, ossia di forme di intervento che seppure ma-

nifestamente presentate come modelli per la rivitalizzazione complessiva dei centri storici minori, in realtà li utilizzano strumentalmente per promuovere propri marchi territoriali, quasi come agenzie di marketing che utilizzano le qualità urbane, storico-culturali e imprenditoriali già presenti.

4.2. Il caso di Santo Stefano di Sessanio

Il modello cosiddetto “albergo diffuso”, nato negli anni Ottanta del XX secolo con l'intento di recuperare e valorizzare il patrimonio abitativo inoccupato o abbandonato, si è progressivamente trasformato in una soluzione prevalentemente orientata alla produzione turistica e organizzata secondo principi economico-aziendali. Tale modello ha trovato facile e ampia applicazione nei centri storici minori, anche di evidenti qualità e significati storici, ma interessati da processi di spopolamento e di marginalizzazione attiva e produttiva. La sua adozione ha portato una serie di implicazioni che meritano una riflessione ed un'analisi critica.

L'idea iniziale dell'albergo diffuso era quella di integrare il turismo con il territorio, rispettandone l'identità e stimolando il recupero edilizio dei centri storici minori (altrimenti chiamati anche borghi), in particolare di quelli con chiari problemi di degrado e/o abbandono del patrimonio immobiliare. Molti di queste idee progettuali si sono risolte in vere e proprie imprese alberghiere, con gestione unitaria e standardizzata delle risorse, spesso lontane dall'obiettivo originale di sostenibilità e valorizzazione culturale a cui avrebbe dovuto mirare. Infatti, non raramente il focus dell'intervento si è spostato dalla massimizzazione dei profitti alla tutela del territorio e della comunità locale, in una logica assimilabile a quella di qualunque altra impresa turistica.

Questo è ciò che è accaduto anche nel caso del borgo di Santo Stefano di Sessanio (L'Aquila), in Abruzzo. L'adozione, in questo comune, di una logica imprenditoriale basata sull'albergo diffuso lo ha reso sempre più simile ad un investimento immobiliare per splendidi soggiorni piuttosto che ad un progetto di recupero del patrimonio abitativo in chiave di sviluppo turistico locale sostenibile. Uno dei risultati esemplificativi di tale situazione è stato l'aumento dei prezzi degli immobili, rendendo difficile per i residenti acquistare o mantenervi casa, ed a rendere le abitazioni inaccessibili alle nuove generazioni locali, aggravando ulteriormente lo spopolamento.

In questo caso, è fondato il rischio di compromettere l'essenza stessa del luogo, rendendosi perciò necessario un ripensamento delle strategie di sviluppo turistico, che pongano al centro la sostenibilità, l'autenticità e il rispetto della comunità locale. Solo così, inoltre, l'ospitalità può essere un'esperienza di valore, in armonia con la cultura e la natura del luogo.

4.3. Il caso di “I Borghi più belli d’Italia”

Per come scritto nella homepage, *I Borghi più belli d’Italia* è un’associazione che nasce nel 2002 all’interno della Consulta del Turismo dell’An-ci (Associazione Nazionale Comuni Italiani) allo scopo di valorizzare e promuovere il grande patrimonio di storia, arte, cultura e paesaggi presente nei piccoli centri italiani (Borghi più Belli d’Italia, s.d.).

Per come ulteriormente specificato sul sito, l’obiettivo dell’associazione è quello di valorizzare e promuovere i piccoli centri che, grazie alla loro posizione periferica, hanno saputo proteggere e conservare la loro bellezza, creata e tramandata nei secoli. Più precisamente, l’associazione si adopera:

- per “raccolgere” e censire il meglio dell’immenso patrimonio storico, artistico e culturale dell’Italia meno conosciuta, così come le tradizioni enogastronomiche, le feste religiose e profane e i paesaggi incontaminati;
- per mettere in contatto le piccole comunità con esperienze di viaggio più aggiornate, il cosiddetto “turismo di prossimità”, attento alla cultura locale;
- per contribuire con il proprio marchio alla valorizzazione, in quanto si sostiene che molti dei borghi certificati dall’associazione diventano “ben presto” mete turistiche d’eccellenza e acquistano una notorietà altrimenti molto difficile da raggiungere.

A tal fine, i 360 Borghi che oggi fanno parte dell’associazione, selezionati e certificati (con un procedimento esso stesso certificato ISO9001), per essere ammessi a utilizzare il marchio devono soddisfare alcuni criteri, indicati come requisiti essenziali nella “Carta di Qualità” e nel “Regolamento”. Fra questi:

- qualità urbanistica, ovvero: qualità degli accessi al Borgo, compattezza e omogeneità della massa costruita; preservazione del legame tra micro-sistema urbano storicamente determinato e ambiente naturale circostante;
- qualità architettonica, ovvero: armonia e omogeneità dei volumi costruiti, armonia e omogeneità dei materiali delle facciate e dei tetti, armonia e omogeneità dei colori delle facciate e dei tetti, armonia e omogeneità delle “aperture” (porte, portoni, finestre, luci, ecc.), presenza di elementi decorativi simbolici (frontoni, insegne, stucchi, ecc.);
- manifestare, attraverso fatti concreti, la politica di valorizzazione, sviluppo, promozione e animazione del proprio patrimonio, misurabile secondo criteri quali, ad esempio: chiusura permanente o temporanea del borgo alla circolazione automobilistica, organizzazione di parcheggi esterni, trattamento estetico ovvero mimetizzazione delle linee aeree elettriche e telefoniche nonché dei servizi a rete; esistenza di sfumature e gradazioni di colori nelle facciate, rinnovamento e abbellimento delle

facciate, arredo urbano (in particolare illuminazione pubblica, insegne pubblicitarie, spazi pubblici), cura del verde pubblico, conoscenza della frequentazione turistica; presenza di un'offerta di alloggio, ristorazione e attività ludiche, sportive o culturali; esistenza di artigiani d'arte o di servizi; esistenza di un punto di informazione o accoglienza; organizzazione di visite guidate; esistenza di spazi e strutture per le feste al coperto o all'aperto; organizzazione di eventi originali e di qualità.

Il problema del modello di valorizzazione dei centri storici minori proposto da questa associazione è che tende, attraverso il richiesto processo di certificazione, a standardizzare le qualità del territorio ed a presentarlo come un prodotto turistico, con effetti solo marginali oltre che rispetto al recupero ed alla rigenerazione socio-economica e urbana di questi (se non hai alcune qualità non puoi entrarne a farne parte), anche e soprattutto a livello di rivalutazione del *genius loci*, ossia dello “spirito del luogo” quale elemento caratterizzante l'atmosfera e l'identità del luogo, ed il senso di appartenenza ad esso nella popolazione locale.

4.4. Il caso di “Borghi Autentici d'Italia”

Borghi Autentici d'Italia pur essendo anch'esso un marchio territoriale che propone di occuparsi della valorizzazione dei centri storici minori italiani, rispetto all'associazione *I Borghi più belli d'Italia* presenta alcune rilevanti e sostanziali differenze.

Infatti, sulla sua homepage è scritto che l'obiettivo dell'associazione è quello di favorire la riscoperta dei borghi italiani quali luoghi da vivere, sostenere e preservare, mediante una rete di territori dove protagoniste sono le persone e le comunità, realtà che decidono di non arrendersi al declino e ai problemi ma che scelgono di mettere in gioco le proprie risorse per creare nuove opportunità di crescita (*Borghi Autentici d'Italia*, s.d.).

A tal fine, l'associazione riunisce intorno a sé piccoli e medi comuni, enti territoriali ed organismi misti di sviluppo locale, con l'obiettivo di un modello di sviluppo locale sostenibile, equo, rispettoso dei luoghi e delle persone e attento alla valorizzazione delle identità locali.

Il percorso proposto di sviluppo locale dei centri storici minori adotta un approccio che considera i patrimoni esistenti come punti di partenza per costruire strategie di miglioramento del contesto sociale, ambientale e produttivo locale, partendo dalle risorse e dalle opportunità presenti, allo scopo di elevare le condizioni di vita della popolazione e rendere attraente “lo stare”, il vivere e il lavorare in quel luogo.

L'associazione Borghi Autentici d'Italia considera, quindi, la comunità locale come elemento decisivo del proprio disegno di sviluppo. La comunità quale luogo, contesto umano e culturale, che è sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo e di una dimensione sociale dolce, una comunità che si apre all'esterno e diviene "comunità ospitale" protagonista della soft economy.

Vi sono quindi differenze sostanziali fra questa associazione e *I Borghi più Belli d'Italia*. Se pure entrambe dichiarano di adoperarsi per il recupero e la valorizzazione dei centri storici minori, *Borghi Autentici d'Italia* centra la sua ragion d'essere nel supportare l'implementazione di processi di sviluppo locale che ruotano intorno al coinvolgimento attivo della popolazione locale, al rafforzamento ed alla valorizzazione dell'identità locale, e su interventi di rigenerazione sostenibile del patrimonio materiale esistente. I Borghi più Belli d'Italia, invece, come abbiamo visto, utilizza in chiave strumentale il preesistente, promettendo di essere un marchio territoriale di cui fregiarsi ai soli fini della promozione dell'immagine (turistica) del territorio comunale.

Considerazioni conclusive

Per come abbiamo avuto modo di sottolineare, con questo lavoro si intende sostenere l'idea che la compiuta valorizzazione e rivitalizzazione dei centri storici minori italiani è da considerarsi tale solo se sostenibile e duratura. Abbiamo anche sostenuto che tale obiettivo è più efficacemente perseguibile se il processo di rinascita o valorizzazione prevede, sin dall'inizio, oltre che il coinvolgimento attivo della comunità locale, anche la preventiva e complessiva utilizzazione dei valori culturali locali. Ossia, più sinteticamente, attraverso un approccio orientato verso lo sviluppo sostenibile delle aree urbane storiche minori.

In effetti, sulla base della letteratura analizzata e dei casi di studio osservati, riteniamo si possa dire che l'obiettivo dello sviluppo sostenibile per come appena sopra definito riguardo ai centri storici minori, sia difficilmente perseguibile se i modelli adottati si fondano su un approccio prevalentemente improntato su logiche "economiche-aziendali".

Ed è quest'ultima, però, la strada attualmente più seguita nei processi di recupero e valorizzazione poste in essere nel caso dei centri storici minori italiani. Tutti i modelli con tale taglio implementati, hanno come obiettivo finale quello che possiamo definire il business to consumer. A tal fine, se pure in un contesto di ragionamento che è da considerarsi solo iniziale,

abbiamo proposto una riflessione su casi di studio imperniati sull'approccio "economico-aziendale" e che rinviano a due diverse e diffuse tipologie.

La prima tipologia riguarda i processi di recupero e valorizzazione dei centri storici minori incentrati sull'uso e sul recupero del patrimonio urbanistico e di quello storico-culturale esistente: in questo caso la finalità ultima risulta l'implementazione di attività economiche fondate sulla produzione e commercializzazione di prodotti e servizi presentati come unici, in quanto relativi a luoghi dotati di risorse esperienziali non altrove disponibili, difficilmente accessibili anche alla popolazione locale.

La seconda tipologia riguarda i processi di recupero e valorizzazione dei centri storici minori incentrati sull'uso dell'attrattività territoriale attuale e/o potenziale espressa dal patrimonio di valori e di risorse locali esistenti: in questo caso la finalità ultima è ottenere l'adesione ad un marchio di qualità territoriale da parte di comuni in grado di adeguarsi agli standard di ospitalità richiesti dal marchio, in tal modo però accettando azioni di marketing poco efficaci nel generare o promuovere la riscoperta di valori locali rilevanti persi nel tempo (Perri, 2020).

Questi casi di studio discussi sono pochi ma riteniamo significativi di una situazione diffusa. Si presentano come progetti volti alla valorizzazione sostenibile ed al recupero dei centri storici minori, ma finiscono con l'essere interventi fondati sull'uso strumentale ed a basso costo iniziale del preesistente, e dove solo una parte della comunità locale trae reali vantaggi economici e sociali.

Per aiutare a superare tale situazione, circa gli approcci orientati alla rinascita dei centri storici minori italiani abbandonati o in via di abbandono in questa sede si suggerisce di andare nella direzione di considerare i centri storici minori "luoghi sacri dell'ospitalità", ossia disincentivando o, almeno, mitigando, l'approccio attualmente prevalente che è quello di restituire a queste aree urbane la funzione turistico-produttiva organizzata su criteri strumentali "economico-aziendali". A tal fine proponiamo di adottare una metodologia simile a quella prima accennata e adottata dall'Unesco per la determinazione delle "aree sacre naturali", avendo quale principale obiettivo il "mercato" dell'accoglienza turistica diffusa, ossia sostenibile in quanto fondata sulla utilizzazione dei valori culturali locali e sul coinvolgimento attivo della popolazione locale.

Bibliografia

- Aa.Vv. (1967), *Per la salvezza dei beni culturali in Italia. Atti e documenti della Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio. Vol. I*, Colombo, Roma.
- Bhagwat S., Rutte C. (2006), *Sacred groves: potential for biodiversity management*, «Frontiers of Ecology and the Environment», 4 (10), pp. 519-524.
- Bernbaum E. (2017), “The Spiritual and Cultural Significance of Nature: Inspiring Connections between People and Parks”, in Beissinger S.R., Ackerly D., Doremus H., Machlis G.E. (eds.), *Science, Conservation, and National Parks*, University of Chicago Press, Chicago.
- Borghi Autentici d'Italia (s.d.), *L'associazione*, testo disponibile al sito: www.borghiautenticiditalia.it/, data di consultazione: 10/10/2024.
- Borghi più Belli d'Italia (s.d.), *Dolci atmosfere: l'associazione “I Borghi Più Belli d'Italia”*, testo disponibile al sito: https://borghipiubelliditalia.it/club/?_gl=1*1b73ys3*_up*MQ.*_ga*MTQ0MzA0MTAyOS4xNzU4Nzg3NDcy*_ga_X1Q53TGC8*cze3NTg3ODc0NzEkbzEkZzAkddE3NTg3ODc0NzEkajYwJGwwJGgw, data di consultazione: 08/10/2024.
- Caldo C., Santalucia F. (1977), *La città meridionale*, La Nuova Italia, Firenze.
- Dudley N. (2008), *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*, IUCN, Gland, Switzerland.
- Dudley N., Higgins-Zogib L., Mansourian S. (2005), *Beyond belief: linking faiths and protected areas to support biodiversity conservation, A research report by WWF, Equilibrium and the Alliance of religions and Conservation (ARC)*, WWF, Gland.
- Ginatempo N. (1976), *La città del Sud: territorio e classi sociali*, Mazzotta, Milano.
- Harmon D., Putney A. (2003), *The full value of parks: from economics to the intangible*, Rowman & Littlefield Publishing, Lanham.
- Jonas H.D., Barbuto V., Jonas H.C., Kothar A., Nelson F. (2014), *New steps of change: looking beyond protected areas to consider other effective area-based conservation measures*, «Parks», 20 (2), pp. 111-128.
- IUCN – World Parks Congress (2014), *The Promise of Sidney*, testo disponibile al sito: www.worldparkscongress.org/about/promise_of_sydney.html, data di consultazione: 08/09/2024.
- IUCN – International Council of Museums (2016), *New IUCN guidelines harmonise management in natural areas with multiple international designations*, testo disponibile al sito: <https://iucn.org/news/world-heritage/201609/new-iucn-guidelines-harmonise-management-natural-areas-multiple-international-designations>, data di consultazione: 09/01/2025.
- Mallarach J.M., Papayannis T. (2007), *Protected areas and spirituality: proceedings of the first workshop of the Delos Initiative*, IUCN, Gland.
- Mallarach J.M., Verschuuren B., “Changing Concepts and Values in Natural Heritage Conservation: A View through IUCN and UNESCO Policies”, in Avrami E. (ed.), *Values in Heritage Management: Emerging Approaches and Research Directions*. Getty Publications, Los Angeles, 2019.

- Ministero della Cultura (s.d.), *Linee di indirizzo sulle modalità attuative dell'intervento 2.1 "Attrattività dei borghi"*, MIC3 Turismo e Cultura del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, testo disponibile al sito: <https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/PDF/Avvisi/Borghi/Linee%20di%20indirizzo%20Investimento%202.1-Attrattivit%20Borghi.pdf>, data di consultazione: 08/09/2024.
- Perri A. (2020), *Il turismo delle radici*, Aracne, Roma.
- Pitto C. (1981), *Mutamento sociale e territorio*, ETS, Pisa.
- Romita T. (1990), *Il vecchio centro storico*, FrancoAngeli, Milano.
- Romita T. (2016), "Pratiche di turismo sostenibile per le aree interne", in Romita T., Tocci G., Perri A. (a cura di), *Turismo e qualità della vita: buone e cattive pratiche*, Aracne, Roma.
- Verschuuren B., Brown S. (2019), *Cultural and Spiritual Significance of Nature in Protected Areas: Governance, Management, and Policy*, Routledge, London.
- Wild R., McLeod C. (2008), *Sacred Natural Sites: Guidelines for Protected Area Managers*, IUCN - Gland - UNESCO, Paris.

30. I centri storici minori quali luoghi della memoria

di Antonella Perri

Introduzione

Questo lavoro si occupa dei percorsi di riorganizzazione e valorizzazione sostenibile dei centri storici minori italiani degradati e spopolati, ossia di aree urbane (talvolta indicate anche come “borghi”) che nel corso degli anni hanno perso la centralità originaria e che tuttavia continuano a rappresentare il luogo di riferimento dell'identità storica collettiva.

Su tali percorsi, e sulla opportunità di attuarli, negli ultimi decenni si è registrato un intenso dibattito che ha coinvolto le amministrazioni pubbliche, i cittadini e la comunità scientifica. Tale dibattito ha dato luogo ad un ventaglio di approcci, idee e proposte, che spaziano dal singolo recupero in chiave produttiva ad un insieme di interventi più radicali orientati alla complessiva trasformazione dell'area urbana storica.

Comunque sia, i percorsi attuati riflettono tante visioni e obiettivi, propongono azioni molto diverse tra loro e spesso non integrate, talvolta parziali, in quanto privilegiano o la sola preservazione del patrimonio storico o la sola rivitalizzazione economica del nucleo urbano storico. Inoltre, e specialmente in presenza di azioni di politiche pubbliche deboli, non mancano casi di rigenerazione del patrimonio abitativo storico, privato e pubblico, che ne ha alterato l'autenticità originaria (Russo, Pollone, Romano, 2020).

Ci troviamo, quindi, di fronte, ad uno scenario che presenta un insieme denso di orientamenti, in una situazione che ha dato luogo a processi di recupero e valorizzazione dei centri storici minori ampiamente variegato, come gli esempi, che di seguito elenchiamo, lasciano capire:

- processi di rivitalizzazione creativa fondati sulle comunità artistiche, ad esempio: Calcata (Lazio), Bussana Vecchia (Liguria), Cervara di Roma (Lazio), Arcumeggia (Lombardia), Diamante (Calabria), Valloria (Liguria), Orgosolo (Sardegna), Dozza (Emilia-Romagna), Rittana (Piemonte);

- trasformazioni dei centri storici in forma di gallerie d'arte a cielo aperto, integrate con il turismo culturale, l'agricoltura e l'artigianato, e con il supporto delle amministrazioni locali, ad esempio: Castelbasso (Abruzzo), Sant'Agata de' Goti (Campania);
- conversione dei centri storici in "cybervillaggi", a mezzo di infrastrutture tecnologiche avanzate integrate nel contesto tradizionale, ma, comunque, preservanti le caratteristiche storiche, ad esempio Colletta di Castelbianco (Liguria), Santa Fiora (Toscana), Biccari (Puglia);
- processi di rigenerazione fondati sulla preservazione degli stessi centri storici in forma di "rovine contemporanee" che narrano il loro passato attraverso interventi minimi volti a garantirne la sicurezza e la valorizzazione estetica delle preesistenze, ad esempio: Albe Vecchia (Abruzzo), Craco (Basilicata) e San Pietro Infine (Campania);
- processi di recupero e valorizzazione basati sull'integrazione fra attività industriali e recupero delle tradizioni locali, che hanno puntato sulla preservazione del *genius loci* anche mediante la partecipazione attiva delle comunità locali, ad esempio: Solomeo (Umbria);
- recupero del patrimonio abitativo degradato e di edifici storici per adibirli in strutture ricettive (albergo diffuso), favorendo la nascita di micro imprenditorialità non sempre locale, che dichiarano il perseguimento dello sviluppo turistico sostenibile e la rivitalizzazione dei territori, ad esempio: Santo Stefano di Sessanio (Abruzzo), Torri Superiori (Liguria), Belmonte Calabro (Calabria), Sempronio (Toscana);
- sviluppo tematico dei centri storici (come la memoria storica o letteraria), integrando cioè la riqualificazione urbana, ai percorsi culturali in armonia con il paesaggio circostante, ad esempio: Aliano (Basilicata), Paroloup (Piemonte);
- processi basati su politiche di accoglienza di immigrati, supportati da azioni che hanno portato al recupero di edifici abbandonati, alla creazione di laboratori artigianali e a mitigare i processi di spopolamento che favoriscono l'inclusione sociale, ad esempio: Riace (Calabria).

Come possiamo, quindi, dedurre, si tratta di un insieme interessante di esperienze sulla cui efficacia ed effettiva utilità si sono registrati, però, pareri anche molto contrastanti tra loro. Alla base della divergenza di pareri valutativi vi è l'idea che qualificati ed idonei siano i processi di rigenerazione dei centri storici che presentino equilibrio tra innovazione e conservazione, capacità di sviluppare sensibilità verso il patrimonio storico locale, partecipazione attiva delle comunità locali nell'attuazione degli interventi e capacità di recupero e rispetto dell'identità del luogo.

L'obiettivo di questo lavoro è quello di acquisire ulteriori conoscenze su come questi borghi, in particolare quelli segnati da spopolamento e mar-

ginalità, possano diventare protagonisti di nuove forme di valorizzazione sostenibile.

Il percorso attraverso cui si sviluppa il lavoro parte dalla riflessione sul concetto di centro storico per approdare a quello più ampio di “paesaggio urbano storico”. Inevitabile, è il successivo approfondimento dedicato al dibattito sul significato di centro storico nella cultura urbanistica italiana, mettendo in luce le sfide poste da fenomeni come la gentrificazione, lo spopolamento e la turistificazione. Come anche essenziale, ai fini dell’ulteriore chiarificazione concettuale, è il tema, se pure accennato, dell’importante ruolo che le aree urbane storiche minori rivestono quali luoghi custodi dell’identità collettiva. Infine, mediante l’analisi di un caso di studio, si approfondirà la riflessione sul ruolo della governance locale e sul coinvolgimento comunitario nei processi di valorizzazione.

1. Il concetto in evoluzione di Centro Storico

Il concetto di “Centro Storico” ha subito una importante evoluzione nel corso degli anni, influenzato dai cambiamenti sociali, culturali ed economici che hanno caratterizzato i processi di sviluppo urbano.

In passato, il termine si riferiva principalmente a una delimitazione fisica di un nucleo cittadino, un’area con edifici, strade e piazze che riflettevano le radici storiche della città. Con il passare del tempo, tuttavia, la nozione si è arricchita di nuovi significati, estendendo il suo raggio e includendo una dimensione culturale e sociale più ampia.

Un documento rilevante nel dibattito nazionale sui centri storici è la Carta di Gubbio del 1960, che istituisce l’Associazione Nazionale per i Centri Storico-Artistici (Ancsa). Tale “carta” è stata concepita nell’ambito del convegno organizzato dall’Inu (Istituto Nazionale di Urbanistica) sul tema *Salvaguardia e risanamento dei centri storico-artistici*, e che segnò l’inizio di un’intensa produzione di leggi speciali, proposte legislative e dibattiti sui centri storici.

Nel 1964 la Commissione d’indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio, definisce i Centri Storici urbani «strutture insediative urbane che costituiscono unità culturale o la parte originaria e autentica di insediamenti, e testimoniano i caratteri di una viva cultura urbana» (Coletta, 2005, p. 6).

Comunque sia, affrontare il tema dei centri storici richiede una riflessione preliminare sulla natura intrinsecamente problematica della definizione stessa di “centro storico”, che rappresenta una categorizzazione funzionale, utile ma riduttiva. Nel dibattito consolidato promosso dall’Ancsa, e in par-

ticolare con la Seconda Carta di Gubbio del 1990, si è progressivamente abbracciata una visione più ampia, che interpreta la “struttura insediativa storica” come parte integrante di un contesto territoriale e paesaggistico. Questa prospettiva invita a considerare il rapporto dialettico tra la dimensione storica dell’insediamento umano e il suo legame con il paesaggio, riconoscendo la complessità delle interazioni tra spazio, tempo e cultura.

Vi è da dire che, ormai da tempo, si parla sempre più di un superamento dell’espressione “centro storico” per l’utilizzo di espressioni quali “città storica” (Dezzi, Bardeschi, 1989) e “paesaggio storico urbano” (Chavarría Arnau, 2018). Nel 2017, anche l’ANCSA, nel proporre dieci punti sulla valorizzazione dei centri storici, al secondo punto afferma che «il concetto di Centro Storico si è evoluto negli anni di pari passo con le trasformazioni sociali ed ha assunto nuovi significati e valori. Il termine oggi prevalente di Città Storica riflette questa trasformazione e apre la strada ad approcci innovativi alla conservazione del patrimonio urbano. È inoltre importante integrare nelle pratiche di gestione il concetto di Paesaggio Urbano Storico – proposto dalla Raccomandazione dell’Unesco del 2011 – utilizzando un approccio integrato alla sua rigenerazione e gestione, e considerando come “storiche” anche quelle parti del territorio che hanno assunto valore per la società contemporanea» (ANCSA, 2017, p. 1).

2. Il Centro Storico nella cultura urbanistica italiana

A partire dagli anni Sessanta, il tema dei centri storici è diventato centrale nella cultura urbanistica italiana, emergendo come una questione di riflessione critica in risposta ai cambiamenti che, spesso guidati da logiche speculative, hanno portato trasformazioni profonde nel tessuto delle città.

In particolare negli ultimi decenni, i centri storici sono tornati ad essere un tema fondamentale nel dibattito sull’abitare, ma in un contesto radicalmente diverso (Amendola, 2019). L’attuale sfida non riguarda solo la loro conservazione fisica, ma anche la capacità di adattarsi alle necessità di una società in continua evoluzione. La questione si concentra, quindi, su come ripensare i centri storici, affinché continuino a essere spazi vitali e inclusivi, in grado di conciliare la protezione del passato con le esigenze del presente e del futuro.

La modernità, con il suo approccio funzionalista e razionalista, ha determinato un progressivo spopolamento dei centri storici, causato da fattori come la ricerca di abitazioni più moderne e confortevoli, nonché la presenza di nuove infrastrutture e servizi nelle periferie o in altre città economi-

camente e lavorativamente più attrattive (Secchi, 1984; Scalesse, White, 1990; Perri, 2016).

Questo esodo ha avuto conseguenze rilevanti. Da un lato, ha contribuito al declino della struttura sociale dei centri storici, privandoli della componente più attiva e dinamica, con il risultato di fenomeni di marginalizzazione e abbandono (Tocci, 2022). Dall'altro lato, ha reso evidente la complessità e l'onerosità degli interventi di recupero del patrimonio edilizio storico, sollevando interrogativi sulla sostenibilità economica della conservazione rispetto alla più immediata alternativa della demolizione e ricostruzione (Choay, 1995).

La vulnerabilità dei centri storici non è solo una questione fisica, ma tocca anche il loro valore simbolico e sociale. Maurice Halbwachs (1950) ha sottolineato come la memoria collettiva sia intimamente legata ai luoghi che conservano l'esperienza storica di una comunità. L'abbandono o la trasformazione forzata di questi spazi altera non solo l'aspetto del paesaggio urbano, ma anche il senso di appartenenza e identità dei cittadini. Allo stesso modo, Henri Lefebvre (1974) ha enfatizzato l'importanza di un approccio critico alla produzione dello spazio urbano, mettendo in guardia contro i rischi di una razionalizzazione eccessiva che potrebbe svuotare la città della sua dimensione sociale e vissuta.

Il dibattito attuale sulla riqualificazione e il riuso dei centri storici in Italia si inserisce in una riflessione più ampia sulle dinamiche di trasformazione urbana e sulla crescente necessità di contrastare i fenomeni di degrado sociale e spaziale. In tale direzione vanno, per esempio, le strategie di rigenerazione urbana volte a rendere i centri storici più attrattivi per nuove popolazioni e attività economiche. Tuttavia, come da più parti evidenziato (Glass, 1964; Zukin, 1987; Gastaldi, 2003; Hamnett, 2002), questi interventi rischiano di tradursi in processi di gentrificazione (Manella, 2008), che se da un lato favoriscono il recupero fisico degli spazi, dall'altro ne determinano una selezione sociale ed economica, escludendo le fasce più deboli della popolazione e trasformando i centri storici in luoghi di consumo elitari o in scenari turistici privi di autentica vita comunitaria (Zukin, 1995).

Ogni centro storico è il risultato unico e in continua evoluzione di dinamiche politiche, economiche e sociali che ne hanno modellato l'identità nel tempo. Le trasformazioni subite riflettono non solo le scelte strategiche adottate ma anche l'interazione tra diversi attori e gruppi di interesse, rendendo necessario un approccio che tenga conto della loro natura complessa e stratificata (Settis, 2014). Inoltre, i centri storici hanno assunto caratteristiche diverse a seconda del contesto in cui si trovano. Alcuni sono stati integrati nelle grandi città, perdendo la loro identità distintiva, altri hanno

subito degrado ed emarginazione, mentre altri ancora sono stati travolti dalla gentrificazione o dalla turistificazione.

Pur nelle loro differenze, condividono un elemento essenziale: il legame con la storia. Più che diversità, ciò che li distingue è una specificità che deriva dalla loro evoluzione e dal modo in cui interagiscono con il tessuto urbano e sociale contemporaneo (Amendola, 2024).

Infine, sulla riqualificazione dei centri storici emergono nuove strategie di gestione partecipata, basate sul concetto di beni comuni urbani. Queste iniziative si oppongono alla turistificazione e promuovono una rigenerazione sostenibile, attraverso la valorizzazione di spazi abbandonati e il coinvolgimento attivo delle comunità locali (Corbisiero, 2019). In effetti, la partecipazione attiva restituisce centralità alla cittadinanza nella governance del territorio, contrastando le dinamiche speculative e preservando l'identità culturale dei centri storici. Di conseguenza, lo spazio pubblico assume un ruolo strategico nella crescita economica della città, affidandosi al capitale umano, alla creatività e all'innovazione come leve di sviluppo (Jacobs, 1961). Le pratiche creative diventano così strumenti di attivazione e trasformazione degli spazi urbani, favorendo nuove forme di produzione culturale ed economica (Berritto, Gargiulo, Marotta, 2018).

Difatti, la governance contemporanea, per rispondere efficacemente alla complessità delle sfide sociali, ambientali ed economiche, deve evolversi verso modelli più aperti, inclusivi e relazionali. In quest'ottica, si delinea una governance pluralista, partecipata, centrata sul territorio e innovativa, che riconosce il valore della collaborazione tra soggetti diversi e la centralità delle comunità locali nella costruzione di politiche pubbliche (Ostrom, 1990; Ciaffi, Mela, 2011; Bifulco, 2013; Piscitelli, 2018).

3. Centri storici minori e borghi storici quali luoghi della memoria

Riguardo ai centri storici, occorre evidenziare la sostanziale differenza tra quelli “maggiori” e quelli “minori” (Perri, 2016), distinzione che non è puramente formale, ma si basa su una serie di caratteristiche legate alla dimensione, alla rilevanza storica, al patrimonio artistico e architettonico, nonché alla funzione che questi centri svolgono nel contesto territoriale.

I centri storici “maggiori” sono quelli appartenenti alle grandi città o a località di primaria importanza dal punto di vista storico e culturale. Si tratta di nuclei urbani che hanno svolto, e/o che continuano a svolgere, un ruolo chiave nello sviluppo economico, politico e sociale del paese e che ospitano un patrimonio di eccezionale valore, spesso riconosciuto anche a livello internazionale. In questi casi, la criticità che spesso si riscontra è il

degrado determinato dalla trasformazione sociale, caratterizzata da processi di marginalizzazione, illegalità diffusa, perdita della popolazione autoctona parzialmente compensata dall'arrivo di nuovi abitanti, spesso immigrati (Secchi, 1984). Inoltre, come già sottolineato, si possono determinare fenomeni come la “gentrificazione” o la “turistificazione”.

I centri storici “minori”, invece, appartengono a città di dimensioni più ridotte che, pur non avendo la stessa risonanza dei grandi centri, custodiscono un'identità culturale e storica di grande valore. Spesso, questi luoghi rappresentano esempi significativi di architettura tradizionale e di urbanistica medievale o rinascimentale, mantenendo un forte legame identitario con il territorio circostante. In questi casi, vi è il problema dello spopolamento e dell'abbandono abitativo, con conseguenti fenomeni di degrado strutturale e perdita dell'identità culturale locale. Questo svuotamento demografico è dovuto a vari fattori, tra cui la mancanza di opportunità lavorative, l'attrattività delle aree urbane più grandi e la difficoltà di accesso ai servizi essenziali (Tocci, 1996; Perri, 2016).

Questi piccoli centri, spesso situati in posizioni periferiche rispetto ai principali poli economici e sociali, possiedono una forte riconoscibilità radicata nelle qualità del loro paesaggio naturale e costruito, nonché nel legame con il contesto. Il loro significato culturale, spesso non formalmente riconosciuto, emerge dalla struttura urbana e dalla sua organizzazione gerarchica, dalla conformazione degli spazi pubblici e privati, dall'adattamento alla morfologia del territorio e al clima, dalla varietà delle forme edilizie e dalla stretta relazione con il contesto naturale e sociale.

Nella società attuale, i centri storici minori stanno riemergendo come punti di riferimento culturali e sociali, assumendo una nuova importanza in un'epoca caratterizzata da una crescente ricerca di autenticità, riferimenti culturali e radici storiche. L'esodo della popolazione attiva ha reso questi centri dei luoghi della memoria¹, custodi di una cultura materiale, di narrazioni e miti che si intrecciano con un ritmo di vita più lento e sostenibile.

In letteratura, gli stessi vengono anche più frequentemente chiamati “borghi storici”, se pure su cosa si intenda con il termine “borgo” non vi è

¹ Vi è da sottolineare che l'espressione “luogo della memoria” è spesso utilizzata in maniera limitante, ossia per riferirsi a spazi che evocano eventi traumatici, come quelli legati a conflitti bellici, e viene impiegata per patrimonializzare memorie dolorose e negative. In questo contesto, si attribuisce a tali luoghi un valore simbolico che li rende testimoni di eventi storici significativi. L'idea prevalente è che la memoria di questi eventi vada preservata attraverso la conservazione materiale dei luoghi, come se solo la loro dimensione fisica potesse garantirne la sopravvivenza. Ciò implica che oggi la memoria non venga più trasmessa solo tramite tradizioni o narrazioni simboliche ma vada incarnata nel concreto, nel patrimonio fisico e tangibile di tali spazi (Pocecco, Pascoli, 2021).

unanimità di pareri. Tuttavia la definizione viene ripresa nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (Pnrr), che è il programma con cui il governo italiano intende gestire i fondi europei del Next Generation EU, destinati a risanare le perdite causate dalla pandemia da Covid-19: in tale ambito è stato riservato un miliardo di euro al rilancio dei “borghi storici” italiani (PNRR Borghi).

Nelle linee di indirizzo sulle modalità attuative dell'intervento 2.1 “Attrattività Dei Borghi”, vengono definiti “borghi storici” quei «piccoli insediamenti storici che hanno mantenuto la riconoscibilità della loro struttura insediativa storica e la continuità dei tessuti edilizi storici; nel caso di piccoli e piccolissimi comuni possono coincidere con il centro urbano del territorio comunale, mentre in tutti gli altri casi sono da intendersi come nuclei storici prevalentemente isolati e/o separati rispetto al centro urbano e pertanto non coincidenti con il centro storico o porzioni di esso» (Ministero della Cultura, s.d.).

In effetti, come si può facilmente desumere sulla base della definizione appena ricordata, il borgo storico assume un significato molto simile a quello prima detto di centro storico minore. Infatti, entrambi i casi, hanno un ruolo cardine nel mantenimento della memoria e nella costruzione dell'identità, sia a livello individuale che collettivo. Tale ruolo, nella società contemporanea rappresenta una risorsa rilevante, proprio perché caratterizzata da una continua ricerca di radici e appartenenza. Il passato diventa non solo un punto di riferimento per comprendere il presente, ma anche uno strumento di costruzione identitaria. Tuttavia, la memoria collettiva non è un'entità neutrale né un semplice patrimonio condiviso, bensì un dispositivo dinamico che può essere modellato, selezionato e persino strumentalizzato (Le Goff, 1982).

Comunque sia, la memoria collettiva si sviluppa attraverso la selezione di eventi e luoghi storici che diventano simboli di un'idea di nazione, in cui il popolo può riconoscersi (Magnani, 2011). Questo processo coinvolge tanto elementi tangibili, come edifici, opere d'arte, monumenti e musei, quanto intangibili, come tradizioni, conoscenze locali e espressioni artistiche come canzoni e danze. Il patrimonio collettivo di una nazione include anche simboli condivisi, come bandiere, inni, celebrazioni e persino aspetti culturali più leggeri come sport, paesaggi e leggende popolari (Smith, 1991). Tali elementi contribuiscono a rafforzare il senso di appartenenza, fornendo una base concreta e simbolica su cui la comunità costruisce la propria identità e memoria storica.

Inoltre, la memoria è una relazione aperta che dà forma allo spazio vissuto e, quindi, ai luoghi abitati che per loro natura sono memorabili (Ricoeur, 2003), ed i luoghi della memoria emergono come risposte naturali a

società in crisi identitaria, segnate dall'incertezza e dalla fugacità del presente. Quindi, in un contesto in cui il senso di appartenenza si indebolisce, soprattutto a causa della globalizzazione, il passato diventa un punto di riferimento per ricostruire legami e riscoprire il valore del “vivere assieme” (Pocecco, Pascoli, 2021). Questi luoghi sono spazi in cui la storia collettiva è sedimentata e rievocata, opponendosi alla smaterializzazione imposta dalla modernità. Sono spazi, fisici o simbolici, che il tempo o l'intenzione collettiva hanno reso dei riferimenti identitari per una comunità.

I luoghi della memoria hanno il compito di rendere tangibile la storia, offrendo al visitatore un'immagine autentica di eventi passati e intrecciando così storia e geografia in un'unica dimensione di significato (Nora, 1984). Inoltre, sono «spazi fisici investiti di un significato “totale”, evocativo del senso di appartenenza degli individui ad un determinato gruppo» (Fabietti, Matera, 1999, p. 36) e nei quali conservano l'identità locale, attraverso le immagini di un passato intriso di valori.

4. Processi di valorizzazione dei centri storici minori: un caso di studio

Nell'affrontare i percorsi di valorizzazione dei centri storici minori si è avviato un cammino che ha adottato, quale ipotesi generale di lavoro, l'idea che i risultati riconducibili a tali percorsi saranno tanto più utili ed efficaci se perseguiti con il coinvolgimento, attivo e congiunto, delle istituzioni pubbliche e della popolazione locale, ovvero attraverso l'adozione di un modello di governance partecipata.

Successivamente, si è deciso di procedere con una attività di ricerca sul campo basata sugli studi di caso, cioè attraverso l'analisi e l'osservazione del contesto di vita reale di una piccola comunità locale, e che si stesse adoperando ai fini del contenimento dello spopolamento del proprio centro storico attraverso iniziative volte al suo recupero e valorizzazione, fondate sul coinvolgimento della popolazione locale (in senso lato) nella definizione e attuazione delle politiche pubbliche.

Si è, quindi, proceduto nella individuazione del caso su cui concentrare l'attenzione. A tal fine, si sono valutati i materiali prodotti in precedenti ricerche scientifiche, in particolare quelli generati nell'ambito dello studio dei processi di sviluppo locale sostenibili che avessero avuto l'obiettivo di cercare soluzioni volte alla rivitalizzazione economica, sociale e culturale, dei propri centri storici e della comunità locale nel suo complesso.

In tal modo si è giunti ad individuare nel comune di San Marco Argentano il caso di studio su cui ragionare. Si tratta di una cittadina con poco oltre 7.000 abitanti, situata in Calabria, in passato centro di riferimento per

decine di comuni dell'hinterland in quanto sede vescovile, sede di diverse scuole pubbliche e banche, di un cinema, di un ospedale, di una pretura, di una ditta di trasporti pubblici, di laboratori d'analisi, di artigiani, di un presidio delle forze dell'ordine, di attrezzature e luoghi per diversi sport, di conventi, di una radio libera locale, dei monopoli, di una biblioteca civica, di un complesso musicale, di decine di diverse attività commerciali, ecc. Inoltre, di un ampio territorio comunale organizzato in decine di frazioni rurali luogo di produzioni agricoli fiorenti e di qualità, con ampi appezzamenti di terreno di proprietà della diffusa rete di "nobili" che albergavano nella cittadina².

Il processo di pauperizzazione generale del centro storico, situato in zona collinare, e che si snoda tra vicoli medievali e palazzi ottocenteschi, si è decisamente accentuato in conseguenza della scelta di aprire una zona industriale nella zona pianeggiante del territorio comunale, vicinissima allo snodo autostradale della attuale A2 (ex A3) ed alla stazione ferroviaria. Si è trattato di una scelta popolare, in quanto secondo gli amministratori pubblici di allora prometteva l'apertura di decine di attività produttive e la conseguente creazione di centinaia di nuovi posti di lavoro. Cosa che all'inizio sembrava realizzarsi ma che oggi vede la presenza di decine di capannoni molti dei quali non produttivi ma commerciali. A ciò si è accompagnato il progressivo impoverimento degli importanti servizi pubblici zionali di cui disponeva, con conseguente perdita di centralità pubblica territoriale, di attività economiche e di popolazione urbana attiva.

Tutto ciò è facilmente osservabile e percepibile incamminandosi per le vie del centro storico. La prima cosa che si percepisce è la presenza di un patrimonio urbano ed abitativo rilevante che contrasta con la contestuale non proporzionata presenza di contenuti socio-economici. Molte attività commerciali storiche sono chiuse e quelle in vita presentano limitati contenuti innovativi. La maggior parte dei tanti ed importanti palazzi ottocenteschi presenti restituiscono un senso di abbandono, poiché in parte decadenti o abitati solo in parte. Scarsamente abitate sono tante abitazioni del centro storico. Per le strade si incontrano poche persone, e quelle che si incontrano sono per lo più pensionati che passeggiano tranquillamente, mentre pochi sono i giovani ed i giovanissimi.

² La centralità di San Marco Argentano, fino agli anni Novanta, è sottolineata in modo ricorrente dalla popolazione e dagli stakeholder incontrati durante la ricerca. In effetti, tale centralità viene evidenziata con una certa nostalgia per i tempi passati, ricordando piazza, locali di ritrovo e attività commerciali pieni di giovani provenienti dai vicini comuni arbëreshë e da tanti altri dell'hinterland. È possibile approfondire le informazioni su San Marco Argentano consultando il sito web comunale, di cui è stata verificata l'effettiva corrispondenza delle informazioni contenute: www.sanmarcoargentano.it/.

In tale situazione viene spontaneo per il visitatore chiedersi il perché di tale situazione: la struttura urbana si presenta oggi in buone condizioni di conservazione complessive, il paese è facilmente raggiungibile in poco più di trenta minuti dalla città capoluogo di provincia (Cosenza), tale tempo è quello che occorre per giungervi dalla vicina costa tirrenica, la Torre Normanna è perfettamente conservata, le risorse storiche, artistiche e culturali sono tante ed importanti, ecc.

Ovviamente, tali quesiti se li sono posti anche la comunità locale e gli amministratori pubblici che la governano. In particolare, proprio questi ultimi, talvolta in veste di stimolatori ed altre volte in veste di promotori, negli ultimi anni hanno aiutato l'avvio di azioni di governance partecipata finalizzata alla ricerca di soluzioni che contrastassero la pauperizzazione del centro storico e ne favorissero la sua rivitalizzazione.

Così come in molti altri casi italiani, l'analisi della documentazione disponibile sulle scelte di governance attuate a livello locale porta ad individuare quale percorso in embrione di rinascita del centro storico quello incentrato su azioni miranti alla sua valorizzazione in chiave turistica, con particolare attenzione al turismo delle radici (Perri, 2020).

Proprio per questa ragione, prima di evidenziare le azioni implementate ed i risultati a cui si è giunti, appare opportuno richiamare brevemente alcuni aspetti attinenti al rapporto fra il processo di valorizzazione scelto e turismo delle radici nel comune caso di studio.

4.1. Rapporto fra turismo delle radici e valorizzazione del centro storico nel caso di San Marco Argentano

I centri storici minori, con il loro capitale territoriale (Dezio, 2020; Mela, 2007; Camagni, 2009), inteso come la molteplicità di risorse di cui il territorio dispone, si sono sempre più trasformati in luoghi della memoria, dove le narrazioni storiche, i miti locali e la cultura materiale sono preservati e trasmessi. Questi luoghi, caratterizzati da una vita più lenta e radicata, rappresentano una connessione profonda con il passato e le tradizioni, elementi che suscitano un crescente interesse, soprattutto tra le nuove generazioni con radici in queste comunità. C'è una riscoperta del legame anche con il mondo rurale e una spinta a tornare alle origini. Allo stesso tempo, per chi non proviene da queste realtà, i centri storici minori sono sempre più visti come mete turistiche, da visitare per sperimentare una dimensione di vita diversa, spesso lontana dalle frenesie della modernità.

In questo scambio tra ritorno alle radici e ricerca di autenticità, questi centri urbani diventano non solo custodi di un passato ricco di significati,

ma anche luoghi di riflessione per chi cerca un contatto più diretto con la cultura e la storia del territorio.

Proprio in quest'ottica, tenendo in considerazione quest'ultimo orientamento, che è quello che spinge verso la valorizzazione turistica dei centri storici, e sulla base dell'esperienza maturata sul campo negli anni nell'analisi dei processi di sviluppo locale sostenibile dei piccoli comuni delle aree interne, in questa sede, come prima detto, si utilizza il caso di studio di San Marco Argentano.

Questo comune, come tutti i comuni dell'entroterra calabrese, è stato investito da un intenso processo migratorio e questa piccola realtà vive una riscoperta vitalità solo per poche settimane all'anno, durante il periodo estivo, grazie alla presenza dei turisti delle radici (Romita, Perri, 2009; Perri, 2019; Romita, 2021), ossia emigrati e/o loro discendenti che compiono un viaggio verso i luoghi d'origine sulla base di motivazioni non strumentali, legate cioè, in modo assai predominante, alla riscoperta e/o all'approfondimento della propria identità familiare (Romita, 2023).

In questa piccola realtà sono state osservate alcune iniziative poste in essere da soggetti pubblici e privati che mirano a valorizzare il turismo delle radici, ossia ad una riorganizzazione competitiva della comunità in chiave turistica. Seppure non esplicitamente dichiarato, al centro delle azioni di governance vi è la rivitalizzazione produttiva del centro storico, che, come prima si diceva, è soggetto ad un importante, ed in parte inspiegabile, spopolamento e svuotamento funzionale.

A tal fine, si è anche avviata una collaborazione con il mondo della ricerca scientifica proprio con l'obiettivo di puntare sul recupero e la valorizzazione del turismo delle radici. L'attività avviata ritenuta di base è stata la progettazione di un sistema informativo territoriale che rendesse disponibile online il patrimonio di risorse materiali ed immateriali di cui dispone il territorio. Il sistema, si è valutato come necessario perché ritenuto idoneo a fornire, alle tante persone sammarchesi emigrate e distribuite in tante e diverse aree del mondo, di avere un punto di riferimento comunicativo ed informativo con la comunità d'origine.

Volendo soddisfare la necessità di incoraggiare la costruzione di significati e valori rilevanti intorno agli oggetti ed ai luoghi, la realizzazione del sistema ha previsto la ricerca della partecipazione diffusa di cittadini e portatori di interesse locali mediante la promozione di incontri di lavoro. In questo quadro, l'amministrazione comunale ha tenuto in considerazione l'esperienza maturata da un preesistente sito promosso e gestito privatamente su base volontaria, da Paolo Chiaselotti: www.sanmarcoragentano.it che, presente ormai da diversi anni, ha consentito a molte di persone originarie di San Marco Argentano e residenti in tutto il mondo, di trovare in-

formazioni sulla propria famiglia, sui propri avi, sui luoghi e sulle attività lavorative del passato. Infatti, non appena si inizia a navigare si ritrovano disponibili una moltitudine di informazioni sulla comunità e sul territorio comunale, quindi non solo riguardanti persone che appartengono o sono appartenute a questa comunità, ma anche su luoghi, eventi, personaggi storici illustri, curiosità dialettali, ecc.

Ciò che rende questo lavoro veramente interessante, però, è la ricerca che c'è dietro. Nel menù cognomi, ad esempio, vi è la storia e la genealogia di oltre cinquecento famiglie sammarchesi; inoltre, vi sono fotografie e commenti di turisti delle radici che hanno visitato la cittadina. Il risultato è che, ormai da anni, il territorio comunale è oggetto di continue visite turistiche da parte di originari del luogo che vivono altrove, con conseguente valorizzazione delle produzioni e tradizioni locali presso le comunità di italiani all'estero.

L'amministrazione comunale si è posta, inoltre, l'obiettivo di recuperare e valorizzare il rapporto con la popolazione di origine sammarchese emigrata, poco coltivato nel tempo. A tal proposito, informazioni rilevanti sono state acquisite con la realizzazione di una indagine sui turisti delle radici³ presenti nel periodo estivo sul territorio comunale. Per esempio, informazioni su come contattare direttamente tali turisti, o su come organizzare servizi comunali utilizzabili anche per il turismo genealogico.

³ L'indagine realizzata è di tipo quantitativo (survey). L'acquisizione delle informazioni è avvenuta attraverso l'adozione combinata di due diverse tecniche di rilevazione dei dati sul campo: la face to face e la CAWI. L'indagine ha coinvolto l'intero territorio comunale ed è stata condotta principalmente nei mesi estivi del 2020. Sono stati raccolti 88 questionari validi. Le caratteristiche salienti dei turisti intervistati indicano una distribuzione per genere che vede prevalere quello maschile (53%), con età compresa fra i 14 e gli 78 anni, e con fascia d'età prevalente tra i 50 ed i 64 anni. Circa il 30% degli intervistati sono residenti all'estero. La maggior parte proviene dal Nord Italia (oltre il 50%), seguiti dal Centro (15%) e dal Sud e Isole (5%). L'indagine ha rilevato che i turisti delle radici scelgono San Marco Argentano principalmente per motivi affettivi e familiari, visti i forti legami al territorio (parenti e amici residenti). Il soggiorno avviene per lo più in abitazioni private (90%), spesso di proprietà, e ha durata medio-lunga. Il viaggio è organizzato in autonomia, prevalentemente in auto. I turisti apprezzano molto l'enogastronomia, il clima e la tranquillità del luogo. I servizi legati all'accoglienza, ristorazione e sicurezza sono valutati positivamente, mentre manifestazioni, pulizia stradale, servizi per disabili e sanitari risultano insufficienti o carenti. Tuttavia, il giudizio complessivo sulla località è molto positivo. I punti di forza percepiti sono la bellezza del paesaggio, il cibo e l'ospitalità; tra le criticità, si segnalano carenze nei servizi, trasporti e valorizzazione del territorio. Il legame con il luogo è forte e persistente anche nel corso dell'anno.

4.2. Attività sul campo e risultati

Le attività di ricerca sul campo finalizzate alla rilevazione di informazioni necessarie alla analisi delle azioni finalizzate alla valorizzazione del centro storico di San Marco Argentano hanno previsto l'utilizzo di tecniche quantitative e qualitative.

Più in dettaglio, sono state realizzate 7 interviste semi-strutturate ad amministratori comunali (Sindaco e Assessore al turismo), a stakeholder locali (un produttore locale, il realizzatore del sito www.sanmarcoragentano.it, un ristoratore) ed a turisti delle radici. La traccia di intervista rivolta alle prime due tipologie di soggetti è stata realizzata avendo quale obiettivo la ricostruzione delle strategie di sviluppo turistico promosse, ed in particolare quelle rivolte alla crescita del turismo delle radici. La traccia rivolta ai turisti delle radici, invece, è stata organizzata in tre sezioni al fine di (i) rintracciare le motivazioni del ritorno temporaneo, (ii) individuare il legame con il luogo di origine, e, infine, (iii) capire se le iniziative locali sul turismo delle radici sono state stimolanti.

Inoltre, sono stati realizzati colloqui informali di approfondimento (abitanti, operatori, amministratori e turisti che vivono la comunità) con l'obiettivo di cogliere gli elementi caratteristici della comunità e la loro percezione sul fenomeno del turismo delle radici.

Le interviste hanno permesso di evidenziare dinamiche, opportunità, criticità e sfide relative alle iniziative di valorizzazione del turismo delle radici. Gli amministratori pubblici locali hanno sottolineato l'importanza della governance partecipata in questo sviluppo, in particolare: la riorganizzazione competitiva della comunità in chiave turistica; la collaborazione con l'Università per dotarsi di strumenti di governance efficaci; il censimento delle risorse territoriali e la loro messa in rete, realizzato con il coinvolgimento della popolazione e degli stakeholder; la creazione di un sistema informativo sul turismo delle radici; l'indagine sui turisti finalizzata alla progettazione di servizi mirati per loro. Gli stessi intervistati, tuttavia, evidenziano la necessità di meglio valorizzare il lavoro realizzato.

Anche gli stakeholders hanno espresso opinioni positive sulle iniziative adottate. Il turismo delle radici viene da essi percepito come un'opportunità concreta per la valorizzazione del territorio e lo sviluppo economico locale, ed il diretto coinvolgimento degli stessi nella realizzazione delle iniziative ha favorito una maggiore consapevolezza del territorio in cui operano e dei significati dell'identità locale. Gli stessi hanno manifestato perplessità ed evidenziato criticità su alcune iniziative attivate dall'amministrazione comunale. In particolare, sono emerse richieste per una governance più strutturata e per un supporto finanziario continuativo, e la necessità di una maggiore digitalizzazione e di strategie di promozione più appropriate.

Infine i turisti delle radici. Gli stessi, hanno evidenziato un forte interesse per percorsi personalizzati legati alla genealogia familiare e alla storia locale, e l'esigenza di un'offerta turistica più strutturata, con servizi di accoglienza adeguati e una maggiore valorizzazione dei punti di interesse storico e culturale. Inoltre, risultano particolarmente colpiti dal portale www.sanmarcoragentano.it, dove, non solo riescono a trovare informazioni storico-familiari, ma anche un luogo di accoglienza, seppur virtuale. Lo hanno definito una finestra aperta su San Marco Argentano, un momento di connessione con il luogo di origine. Meno avvertite sono state le azioni poste in essere dall'amministrazione comunale, in quanto poco promosse e valorizzate, anche se ritenute necessarie per la valorizzazione del territorio sammarchese.

Considerazioni finali

Lo studio condotto su San Marco Argentano sembra confermare l'ipotesi di lavoro iniziale secondo cui un modello di governance partecipata, che cioè coinvolga attivamente e contemporaneamente istituzioni pubbliche e popolazione locale, rappresenti un elemento chiave per il successo delle iniziative di valorizzazione dei centri storici minori.

Questo caso costituisce un modello sperimentale di sviluppo sostenibile basato sulla memoria collettiva, l'innovazione digitale e la partecipazione attiva della comunità. Tale modello, ha inoltre evidenziato come la cooperazione tra diversi soggetti abbia favorito una maggiore consapevolezza territoriale e identitaria, contribuendo a valorizzare il turismo delle radici, possibile leva di sviluppo per i centri storici minori.

In effetti, il successo delle strategie di valorizzazione dei centri storici minori dipende da più fattori insieme: dalla capacità di integrare strumenti tecnologici, dalle iniziative di governance partecipata, da investimenti mirati, dalla creazione di reti tra attori locali, dalla promozione di percorsi esperienziali legati all'identità storica e culturale del territorio e dall'implementazione di strategie di sviluppo innovative.

In buona sostanza, la valorizzazione dei centri storici minori, attraverso politiche di governance pubblica condivise con la comunità locale, contribuisce a un modello di sviluppo turistico sostenibile, capace di preservare il patrimonio senza snaturarne l'identità.

Il coinvolgimento dei cittadini nei processi decisionali e di valorizzazione territoriale aumenta l'efficacia delle strategie di sviluppo turistico e culturale, incentivando la partecipazione attiva e la co-creazione di valore, e favorisce l'aumento della consapevolezza e del senso di appartenenza. In

effetti, questa visione integrata della governance, che si fa dialogo, processo e relazione, rompe con i modelli gerarchici tradizionali e apre spazi di responsabilità condivisa, potere diffuso e cura collettiva.

Bibliografia

- Amendola G. (2019), “Centri storici e tessuti sociali”, in Storchi S. (a cura di), *Centri storici e città*, MUP, Parma.
- Amendola G. (2024), “Se cinquant’anni vi sembran tanti...”, in Carrera L., Di Palma B., Storchi S. (a cura di), *Abitare i centri storici. Grandi città del Meridione a confronto*, ANCSA, Gubbio.
- ANCSA – Associazione Nazionale Centri Storico-Artistici (2017), *Dieci punti sulla valorizzazione dei centri storici*, testo disponibile al sito: www.ancsa.org/la-storia-e-larchivio/dieci-punti-sulla-valorizzazione-dei-centri-storici-2017-2/, data di consultazione: 10/10/2024.
- Berritto A., Gargiulo G., Marotta I. (2018), *Urbane Illusioni. Riflessioni sul Centro Storico di Napoli*, «Fuori luogo. Rivista di sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia», 1, pp. 105-120.
- Bifulco L. (2013), “Governance e partecipazione”, in Vicari Haddock S. (a cura di), *Questioni urbane. Caratteri e problemi della città contemporanea*, Il Mulino, Bologna.
- Camagni R. (2009), “Per un concetto di capitale territoriale”, in Borri D., Ferliano F. (a cura di), *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Chavarría Arnau A. (2018), “Paesaggi storici urbani tra tutela, conoscenza e partecipazione cittadina: l’esperienza padovana”, in Castiglioni B., Santacroce C.P., Quaglia C., Dal Pozzo A. (a cura di), *Il Paesaggio tra conflittualità e integrazione. Materiali da un’esperienza formativa*, Cleup, Padova.
- Choay F. (1995), *L’allegoria del patrimonio*, Officina Edizioni, Roma.
- Ciaffi D., Mela A. (2011), *Urbanistica partecipata. Modelli ed esperienze*, Carocci, Roma.
- Coletta T. (2005), *La conservazione dei centri storici minori abbandonati. Il caso della Campania*, Università degli Studi di Napoli “Federico II” (Tesi di Dottorato in Conservazione dei Beni Architettonici).
- Corbisiero F. (2019), *I Beni Comuni come antidoto alla turistificazione dei Centri storici? Il Caso di Santa Fede Liberata a Napoli*, «Scritture Migranti», 13, pp. 154-176.
- Dezzi Bardeschi M. (1998), “Considerazioni sul futuro del costruito urbano alla luce delle ultime proposte (e dimenticanze) legislative”, in Aa.Vv., *Riflessioni di fine millennio sul futuro dei centri storici*, «Restauro», 144.
- Dezio C. (2020), *Restart from resources. Rural heritage as Antifragile Territorial Capital*, «Valori e Valutazioni», 24, pp. 209-217.
- Fabietti U., Matera V. (1999), *Memorie e identità*, Meltemi, Roma.
- Gastaldi F. (2003), *Processi di gentrification nel centro di Genova*, «Archivio di studi urbani e regionali», 77, pp. 1000-1016.

- Glass R. (1964), "Introduction: Aspects of Change", in Centre for Urban Studies (ed.), *London: Aspects of Change*, MacGibbon and Kee, London.
- Hamnett C. (2000), "Gentrification, Post-industrialism and Industrial and Occupational Restructuring in Global City", in Bridge G., Watson S. (eds.), *A companion to the City*, Blackwell, London.
- Jacobs J. (1961), *The Death and the Life of Great American Cities*, Random House, New York.
- Le Goff J. (1982), *Storia e memoria*, Einaudi, Torino.
- Magnani E. (2011), *Il turismo della memoria e i luoghi dell'Unità d'Italia*, «Storicamente», 7, pp. 1-10.
- Manella G. (2008), *Nuovi scenari urbani. La sociologia del territorio negli USA oggi*, FrancoAngeli, Milano.
- Mela A. (2007), *La città, oggetto non ovvio della sociologia*, «Scienze Regionali», 6 (3), pp. 137-154.
- Ministero della Cultura (s.d.), *Linee di indirizzo sulle modalità attuative dell'intervento 2.1 "Attrattività dei borghi"*, MIC3 Turismo e Cultura del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, testo disponibile al sito: <https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/PDF/Avvisi/Borghi/Linee%20di%20indirizzo%20Investimento%202.1-Attrattivit a%20Borghi.pdf>, data di consultazione: 10/09/2024.
- Nora P. (1984), *Les lieux de mémoire*, Gallimard, Paris.
- Ostrom E. (1990), *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*, Cambridge University, Cambridge.
- Perri A. (2016), "Contrastare lo spopolamento dei centri storici minori. Il caso di Altomonte", in Romita T., Tocci G., Perri A. (a cura di), *Turismo e qualit  della vita. Buone e cattive pratiche*, Aracne, Roma.
- Perri A. (2019), "Accogliere il turista delle radici", in Lavarini R., Mortara A. (a cura di), *Spazi ibridi. Nuove opportunit  sociali, economiche e urbane*, Casa Editrice Universitaria LUMI, Milano.
- Perri A. (2020), *Il turismo delle radici*, Aracne, Roma.
- Piscitelli P. (2018), *Feltrinelli Camp Research and Practices for Urban Futures*, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano.
- Pocecco A., Pascoli M. (2021), *Visitare il passato. Il turismo della memoria della Grande guerra nel Friuli Venezia Giulia*, FrancoAngeli, Milano.
- Ricoeur P. (2003), *La memoria, la storia, l'oblio*, Raffaello Cortina, Milano.
- Romita T. (2023), *Multiple identities: the perception of the root tourist in the host communities*, «Fuori Luogo. Rivista Di Sociologia Del Territorio, Turismo, Tecnologia», 14 (1), pp. 41-50.
- Romita T. (2021), "Unicit  ed autenticit  nell'esperienza turistica del turista residenziale delle radici", in D'Ovidio F., Favia F., Iaquina P. (eds.), *Exploring the Roots. Maps of a New but Ancient Tourism*, IARC-ETQA Publishers, Tirana-Brussels.
- Romita T., Perri A. (2009), "Da emigrati a turisti. Turismo delle radici e recupero delle identit  locali", in Romita T., Ercole E., Nocifora E., Palumbo M., Pieroni O., Ruzza C., Savelli A. (a cura di), *Atti del III Convegno Nazionale. Turismo Sostenibile: ieri, oggi, domani*, ProNovis, Cosenza.

- Russo V., Pollone S., Romano L. (2020), *Borghi storici, rovine, monumenti. Esperienze e prospettive di ricerca sui centri storici abbandonati in ambito italiano*, «ArcHistoR», 7 (extra), pp. 789-817.
- Scalesse T., White A. (1990), “Centri storici minori problemi e prospettive”, in Aa.Vv., *Centri storici minori. Proposte per il recupero*, Istituto di Credito Fondiario delle Marche, Umbria, Abruzzo e Molise, Ancona.
- Secchi B. (1984), *Il racconto urbanistico*, Einaudi, Torino.
- Settis S. (2014), *Se Venezia muore*, Einaudi, Torino.
- Smith A.D. (1991), *National identity*, Penguin, London.
- Tocci G. (1996), *Città, politiche e strumenti di governance. La pianificazione strategica di alcune città medie italiane*, Aracne, Roma.
- Tocci G. (2022), “Percorsi di sviluppo e valorizzazione turistica: l’esperienza di alcuni contesti locali marginali”, in Krivokapić N., Jovanović I. (eds.), *Slow and fast tourism: travellers, local communities, territories, experiences*, Univerzitet Crne Gore, Filozofski fakultet, Niksic.
- Zukin S. (1987), *Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core*, «Annual Review of Sociology», 13, pp. 129-147.
- Zukin S. (1995), *The Cultures of the Cities*, Blakwell, Oxford.

Gli autori

Maurizio Busacca, Università “Ca’ Foscari” di Venezia.
Simone Caiello, Università di Milano Bicocca.
Antonella Camarda, Università di Sassari.
Letizia Carrera, Università di Bari “Aldo Moro”.
Gilda Catalano, Università della Calabria.
Giorgia Ciolli, Università Telematica “Niccolò Cusano” – Roma.
Philippe Clairay, Università di Rennes 2.
Emilio Cocco, Università di Teramo.
Matteo Colleoni, Università di Milano Bicocca.
Luisa Cutzu, Università di Sassari.
Luca Daconto, Università di Milano Bicocca.
Caterina De Benedictis, EURICSE – Trento.
Silvia De Nardis, Università di Roma “La Sapienza”.
Paola de Salvo, Università di Perugia.
Emanuela Diodati, Università di Roma Tre.
Sergio Fadini, associazione Il Vagabondo – Matera.
Antonio Filicaia, Università di Bari “Aldo Moro”.
Antòn Freire Varela, Università di Napoli “Federico II”.
Isabella Frescura, ex Università di Catania.
Rossana Galdini, Università di Roma “La Sapienza”.
Sara Iandolo, Università di Torino – Università di Milano.
Ivona Jovanović, Università del Montenegro – Kotor.
Nataša Krivokapić, Università del Montenegro – Nikšić.
Mihaela Lazović, Accademia delle Scienze Applicate di Belgrado.
Matteo Lupoli, Università di Bologna.
Gabriele Manella, Università di Bologna.
Angela Masi, associazione Il Vagabondo – Matera.
Letizia Montalbano, associazione Il Giardino del Guasto – Bologna.
Monica Pascoli, Università di Udine.
Antonella Perri, Università della Calabria.
Daniele Pulino, Università di Sassari.

Tullio Romita, Università della Calabria.
Silvia Scarafoni, Università di Perugia.
Jacopo Sforzi, EURICSE – Trento.
Saša Simović, Università del Montenegro – Nikšić.
Sara Spanu, Università di Sassari.
Marilisa Specca, Università di Teramo.
Greta Spinetti, Università di Teramo.
Arcangelo Teofilo, Università di Bari “Aldo Moro”.
Giovanni Tocci, Università della Calabria.
Olga Tzatzadaki, Università “Ca’ Foscari” di Venezia.
Andriela Vitić Ćetković, Università del Montenegro – Kotor.
Moreno Zago, Università di Trieste.

Vi aspettiamo su:

www.francoangeli.it

per scaricare (gratuitamente) i cataloghi delle nostre pubblicazioni

DIVISI PER ARGOMENTI E CENTINAIA DI VOCI: PER FACILITARE
LE VOSTRE RICERCHE.



**Management, finanza,
marketing, operations, HR**

**Psicologia e psicoterapia:
teorie e tecniche**

**Didattica, scienze
della formazione**

**Economia,
economia aziendale**

Sociologia

Antropologia

Comunicazione e media

Medicina, sanità



**Architettura, design,
territorio**

**Informatica, ingegneria
Scienze**

**Filosofia, letteratura,
linguistica, storia**

Politica, diritto

**Psicologia, benessere,
autoaiuto**

Efficacia personale

**Politiche
e servizi sociali**

FrancoAngeli

La passione per le conoscenze

Copyright © 2025 Gabriele Manella. ISBN 9788835185079



Il turismo è spesso definito la “più grande industria del mondo”, vista la sua crescente rilevanza per l’economia e il mercato del lavoro in quasi ogni angolo del pianeta. Mostra inoltre una straordinaria capacità di riprendersi da qualsiasi crisi economica, bellica o sanitaria. Questo è accaduto anche con il Covid-19: dopo il crollo del 2020-2021, già nel 2024 siamo tornati ai flussi turistici pre-pandemici.

Le criticità e le contraddizioni, però, sembrano aumentare di pari passo: l’impatto su servizi ed ecosistemi locali, il sovraffollamento delle destinazioni, le dinamiche immobiliari che mandano fuori controllo i prezzi degli alloggi, i conflitti tra viaggiatori e popolazione locale... tutti questi effetti collaterali del turismo sembrano purtroppo tornati a crescere dopo la “pausa pandemica”.

Questo rafforza l’esigenza di una analisi sociologica ma anche quella di un confronto tra realtà territoriali, diverse ma vicine e spesso toccate da problemi molto simili.

La regione mediterranea, malgrado una forte instabilità socio-politica e una concorrenza globale sempre più agguerrita, rimane quella che attira la quota maggiore di turismo internazionale, grazie a un’insuperata ricchezza di patrimoni materiali e immateriali. È proprio intorno a questo che si concentra la quasi quarantennale attività di ASTMEd - Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo.

Il volume propone una serie di contributi a partire dall’ultimo convegno (Bertinoro 2024), per analizzare sfide e opportunità offerte dai processi di globalizzazione: dall’ampliamento del campo d’azione della comunità locale ai nuovi sistemi di imprese passando per le dinamiche con cui il mare, da frontiera tra sistemi socio-culturali diversi, può diventare un collegamento tra territori e risorse, sia costiere che dell’entroterra.

Gabriele Manella è professore associato in Sociologia dell’ambiente e del territorio all’Università di Bologna, dove insegna Sociologia del turismo e sviluppo del territorio presso il Campus di Forlì. Dal 2008 al 2023 è stato Segretario e dal 2024 presidente dell’Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo.

**FrancoAngeli**

La passione per le conoscenze