

PUBLICA

MARA BALESTRIERI  
ENRICO CICALÒ

# FRUIRE IL PAESAGGIO

COMUNICARE, VISUALIZZARE, PERCEPIRE E RAPPRESENTARE:  
STRATEGIE INTEGRATE PER LO SVILUPPO SOCIOECONOMICO  
URBANO E TERRITORIALE



ISBN:978 88 99586 171

PUBLICA

SHARING KNOWLEDGE

# PUBLICA

## COMITATO SCIENTIFICO

Marcello Balbo  
Dino Borri  
Paolo Ceccarelli  
Arnaldo Cecchini  
Enrico Cicalò  
Enrico Corti  
Nicola Di Battista  
Carolina Di Biase  
Michele Di Sivo  
Domenico D'Orsogna  
Maria Linda Falcidieno  
Francesca Fatta  
Paolo Giandebiaggi  
Elisabette Gola  
Riccardo Gulli  
Emiliano Ilardi  
Francesco Indovina  
Elena Ippoliti  
Giuseppe Las Casas  
Mario Losasso  
Giovanni Maciocco  
Vincenzo Melluso  
Benedetto Meloni  
Domenico Moccia  
Giulio Mondini  
Renato Morganti  
Stefano Moroni  
Stefano Musso  
Zaida Muxi  
Oriol Nel.lo  
Joao Nunes  
Gian Giacomo Ortu  
Giancarlo Paba  
Giorgio Peghin  
Rossella Salerno  
Antonello Sanna  
Enzo Scandurra  
Silvano Tagliagambe

Tutti i testi di PUBLICA sono sottoposti a *double peer review*

PUBLICA

MARA BALESTRIERI, ENRICO CICALÓ

## FRUIRE IL PAESAGGIO

COMUNICARE, VISUALIZZARE, PERCEPIRE E RAPPRESENTARE:  
STRATEGIE INTEGRATE PER LO SVILUPPO SOCIOECONOMICO  
URBANO E TERRITORIALE

ISBN 978 88 99586 171

CORPUS

MARA BALESTRIERI, ENRICO CICALÓ  
FRUIRE IL PAESAGGIO.

© PUBLICA, Alghero, 2020  
ISBN 978 88 99586 171

*Il volume nasce da un percorso di ricerca condiviso dai due autori. I capitoli 1 e 4 sono stati scritti da Mara Balestrieri e i capitoli 2, 3 e 5 da Enrico Cicalò.*

DISEGNO RESEARCH LAB - PUBLICA  
Dipartimento di Architettura, Urbanistica e Design  
Università degli Studi di Sassari

WWW.PUBLICAPRESS.IT



## INDICE

|  |    |
|--|----|
| Prefazione.....  | 9  |
| <b>I. Fruire il paesaggio</b>  |    |
| 1. Modelli di fruizione del paesaggio<br>per la pianificazione del territorio e il progetto urbano   |    |
| 1.1. La dimensione pubblica del paesaggio.....   | 14 |
| 1.2. Paesaggio come spazio pubblico.....   | 16 |
| 1.3. Paesaggio come bene comune.....   | 17 |
| 1.4. La fruizione del paesaggio.....   | 20 |
| 1.5. Forme di fruizione del paesaggio:<br>condivisione, appropriazione, rigenerazione.....   | 25 |
| <b>II. Comunicare, visualizzare, percepire e rappresentare il paesaggio:<br/>strategie integrate per lo sviluppo socioeconomico<br/>della città e del territorio</b> |    |
| 2. La visualizzazione come strategia per l'accesso alla conoscenza<br>dei valori paesaggistici   |    |
| 2.1. La dimensione visiva del paesaggio.....   | 54 |
| 2.2. Attualità della rappresentazione del paesaggio.....   | 56 |
| 2.3. Modelli e tecnologie per la visualizzazione<br>del paesaggio.....   | 61 |
| 2.4. L'accessibilità e la visibilità come strumenti di<br>conoscenza.....  | 63 |

|   |     |
|---|-----|
| 3. La rappresentazione come strumento di accesso alle risorse territoriali  |     |
| 3.1. La rappresentazione nel progetto del paesaggio.....  | 65  |
| 3.2. Progettare la percezione del paesaggio attraverso le mappe dei cammini.....                                    | 67  |
| 3.3. Le mappe dei cammini come strategia di sviluppo orientata al riequilibrio territoriale: un caso di studio..... | 68  |
| 4. I percorsi come strumento di percezione del paesaggio e strategia di attrazione dei flussi territoriali          |     |
| 4.1. Percepire il paesaggio attraverso i percorsi.....  | 74  |
| 4.2. I cammini come infrastruttura paesaggistica.....   | 76  |
| 4.3. Sentieri e percorsi naturalistici.....   | 79  |
| 4.4. Criteri di progettazione e gestione delle reti di cammini..  | 83  |
| 4.5 Ripartire dal paesaggio per costruire un progetto territoriale.....   | 91  |
| 5. La comunicazione come strategia per la costruzione dell'identità urbana e territoriale                           |     |
| 5.1. La costruzione dell'identità urbana e territoriale.....  | 92  |
| 5.2. La spettacolarizzazione mediatica.....   | 93  |
| 5.3. La rappresentazione dei luoghi nei processi di marketing urbano e territoriale.....                            | 95  |
| 5.4. La comunicazione visiva nei processi di Place-Making.....  | 95  |
| 5.5. I processi di marketing urbano.....  | 98  |
| 5.6. Patrimonio culturale e Place-Branding.....   | 99  |
| 5.7. Il ruolo degli spazi pubblici.....   | 100 |
| 5.8. La ridefinizione dell'identità urbana nei centri urbani minori.....  | 103 |
| 5.9. Strategie integrate di comunicazione e rigenerazione urbana: un caso studio.....                               | 105 |
| Postfazione.....  | 118 |
| Bibliografia.....   | 120 |

## Prefazione

Questo volume raccoglie una serie di riflessioni sul paesaggio e sulla sua fruizione, ovvero sulle modalità attraverso cui promuoverne la conoscenza, assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e perseguirne la valorizzazione nel rispetto delle esigenze di tutela. Salvaguardare significa conservare e mantenere gli aspetti significativi del paesaggio senza però considerarlo uno spazio statico e passivo, ma piuttosto un contesto dinamico. Superare la nozione monumentalizzante del paesaggio comporta un allargamento di prospettiva, che alla tematica della conservazione e della salvaguardia aggiunge le opportunità di fruizione sociale, del tempo libero e del turismo.

Partendo dal presupposto che il paesaggio è definito non solo dagli elementi materiali che lo compongono ma anche dai processi che lo hanno formato e che continuano ad alimentarlo, nel volume si fa riferimento alla valorizzazione del paesaggio come attività diretta ad assicurare la fruizione e l'uso in relazione alle possibili prospettive di sviluppo che il paesaggio può offrire alla città e al territorio. Il paesaggio costituisce, infatti, una importante risorsa che necessita tuttavia di appropriate strategie per compiere scelte e azioni, individuare gli obiettivi, nonché i modi e i mezzi più opportuni per raggiungerli.

La prima parte del volume si sofferma sui possibili modelli di fruizione del paesaggio. In particolare approfondisce il significato del termine fruizione, in relazione al mutare della considerazione riservata nel corso del tempo al paesaggio e alle sfide che le diverse declinazioni che la fruizione può assumere portano insite in loro. Vengono quindi richiamati i con-

flitti che possono generarsi intorno all'uso del paesaggio e l'importanza di approcciare ad esso secondo una visione orientata verso una dimensione collettiva che guarda ai valori comuni del paesaggio. In questo senso vengono discusse varie forme di fruizione del paesaggio ovvero quelle orientate all'appropriazione (ovvero la privatizzazione delle coste), quelle orientate alla condivisione e quindi alla responsabilità reciproca (in particolare gli usi civici), quelle orientate alla rigenerazione dei contesti urbani e territoriali attraverso il recupero della qualità ambientale (parchi urbani ed extraurbani). Queste ultime sono considerate il possibile fondamento per la costruzione di una nuova prospettiva urbana e territoriale.

La seconda parte del volume affronta i temi della rappresentazione, della comunicazione e della percezione visiva del paesaggio, come possibili strategie per costruire un processo di sviluppo socioeconomico della città e del territorio ancorato sul paesaggio. Rappresentazione, comunicazione e percezione sono considerati importanti strumenti sia per favorire la conservazione sia la trasformazione. Essi permettono, infatti, la conoscenza del paesaggio e conseguentemente la presa di coscienza dei valori che racchiude. Ciò che è accessibile, visibile e noto al grande pubblico può essere più facilmente tutelato. A questo scopo vengono richiamati i contenuti della Visual Landscape Science che si concentra sulla mappatura e sulla visualizzazione della percezione del paesaggio attraverso un'ampia gamma di teorie, metodi e tecniche di analisi e visualizzazione che riflettono i diversi approcci al paesaggio. Si guarda, inoltre, ai percorsi come strumento di percezione del paesaggio e al possibile contributo di questo allo sviluppo economico dei territori, attraverso una riflessione sui sentieri, i cammini e i percorsi come possibili punti di partenza per innescare un processo di rinnovamento territoriale a partire dalle risorse ambientali. Vengono quindi discussi i principali criteri cui tener conto nella progettazione, gestione e pianificazione sistemica dei sentieri e vengono suggerite le tappe da seguire attraverso la presentazione di un progetto di ricerca sviluppato per il recupero e il riuso delle reti dei sentieri rurali per la fruizione del paesaggio e la sua valorizzazione. Infine viene presentata un'applicazione pratica del progetto di comunicazione dell'identità locale e del patrimonio culturale locale di un piccolo centro della Sardegna, come esempio di costruzione di un'immagine territoriale basata sui caratteri intrinseci alla storia e alla tradizione locale della comunità che ha generato un dato paesaggio.

## I. Fruire il paesaggio



# 1. Modelli di fruizione del paesaggio per la pianificazione del territorio e il progetto urbano

In un momento in cui il paesaggio sembra assumere nuovi ruoli e nuovi significati tanto nella visione di chi lo amministra quanto di chi lo abita o lo visita, molte domande sorgono in merito alla sua gestione e alla sua fruizione. Cosa vuol dire condividere il paesaggio? Quali problemi porta insiti in se la condivisione e la fruizione del paesaggio? Quali approcci seguire per orientarsi nel governo del paesaggio? In cosa consiste oggi la fruizione del paesaggio?

## 1.1. La dimensione pubblica del paesaggio

Nell'ambito della disciplina urbanistica si è sviluppato nel corso del tempo un dibattito sulla necessità di una riqualificazione e una riappropriazione degli spazi pubblici a fronte di spinte alla privatizzazione che hanno interessato quasi tutte le città occidentali (Punter, 1990). Un corpus di ricerche molto vasto ha messo in evidenza gli effetti derivati dalla scomparsa della funzione sociale degli spazi un tempo dedicati alla condivisione. Il cambiamento della società e dei suoi bisogni che ha avuto luogo a partire dal XIX secolo ha innescato quella crisi della 'sfera pubblica' e che si è tradotta in una profonda alterazione dell'ordine relazionale società/spazio collettivo, innescando quel declino dello spazio pubblico che è ancora inesorabilmente in corso (Brodin, 2007). Tale crisi è legata, secondo molti, alla smaterializzazione delle relazioni e delle esperienze che fa sì che la sfera pubblica contemporanea si identifichi nell'universo

dei media (Cicalò, 2009) piuttosto che nei luoghi convenzionalmente adibiti a questo scopo. In un contesto in cui le nuove tecnologie di comunicazione e informazione sembrano condannare lo spazio pubblico, inteso come realtà materiale, ad un ruolo marginale la sua stessa ragione di esistere viene messa in discussione, poiché di fatto sostituito da uno spazio intangibile costituito dalla rete e, nel loro insieme, da tutte le forme d'interazione e comunicazione tipiche della nostra epoca (Crang, 2000; Papacharissi, 2002; Light, 1999).

Ma la crisi della 'sfera pubblica' è da ricollegarsi principalmente all'esistenza di processi di disuguaglianza, se non di vera e propria segregazione, che permeano la società contemporanea secondo modalità certamente meno evidenti rispetto al passato ma ancora impattanti. Se è vero che i fenomeni di esclusione sono sempre esistiti si assiste oggi a una contraddizione più evidente tra una concezione teorica della città fondata su ideali di uguaglianza e democrazia e una separazione di fatto tra diversi (Balestrieri, 2011). In tal senso molte riflessioni sono state fatte sul rapporto di mutua influenza e dipendenza che intercorre fra diritto e spazio (Basta, Moroni, 2013; Harvey, 2003; Lefebvre, 1991; Marcuse, 2009; Mitchell, 2003).

Le tante evidenze empiriche dimostrano che uno dei punti deboli delle tendenze urbane attuali riguarda la difficoltà di raggiungere un livello di equilibrio spaziale e sociale in grado di frenare fenomeni di disuguaglianza come quelli legati all'accesso ai servizi o quelli della gentrificazione di alcuni spazi e dell'innalzamento dei valori immobiliari nelle aree rigenerate delle città senza alcuna contropartita per le classi sociali più deboli (Neil, Williams, 2013). Pertanto i temi dell'integrazione sociale degli spazi, dell'uguaglianza spaziale in ambito urbano, della ricerca di una città più giusta dovrebbero diventare gli elementi di riflessione delle nuove politiche.

L'individualizzazione dello spazio e la conseguente frammentazione possono essere contrastate solo attraverso la ricostruzione di quel concetto di condivisione che stava alla base della nascita dello spazio pubblico delle città del passato.

La tematica dell'esclusione insieme alla mercificazione urbana che stanno dominando in molti sensi la pianificazione recente hanno ridefinito gli spazi urbani e territoriali secondo approcci elitari che fanno sì che solo ad alcuni tipi di attività e persone venga consentito di godere di determinati spazi. In particolar modo il fenomeno ha interessato gli spazi più pregiati, caratterizzati da un'alta qualità ambientale e da un elevato valore estetico, culturale e storico. Ma se il tema della privatizzazione è

stato ampiamente studiato rispetto all'organizzazione spaziale delle diverse aree urbane residenziali (Low, 2013) minore importanza è stata data in termini di spazi aperti e di paesaggio. Tuttavia questa sottovalutazione appare ingiustificata, dal momento che analoghe considerazioni possono essere fatte anche per essi, in quanto in molti sensi il paesaggio si può intendere come bene comune con valenza di spazio pubblico e come ambito su cui ragionare in merito all'applicabilità di concetti quali condivisione e fruizione e sulle problematiche e le contraddizioni che questi possono comportare.

## 1.2. Paesaggio come spazio pubblico

La varietà e la complessità delle problematiche legate al paesaggio e le molteplici sfaccettature con cui questo si presenta nei diversi contesti territoriali ne hanno fatto l'oggetto di studio di molte discipline (Kizos et al., 2010). Negli ultimi decenni sono stati condotti numerosi studi sul patrimonio storico (Agnolotti, 2013; Rippon, 2004; Palang et al., 2004); Grenville, 1999), sulla biodiversità del paesaggio (Tschardt et al., 2005; Hietala-Koivu, Lankoski, Tarmi, 2004), sulle connessioni tra identità locali turismo e paesaggio (Garrod, Wornell, Youell, 2006; Oliver, Jenkins, 2003), sullo sviluppo rurale (Stobbelaar, Pedroli, 2011; Banks, Marsden, 2000; Selman, 1993), secondo un quadro complessivo molto variegato (Busck, 2002; Kristensen, Thenail, Kristensen, 2004; Evans, Yarwood, 1995; Burton, 2004; Riley, 2006; Kizos et al., 2010; Valbuena et al. 2010). I numerosi aspetti che si sono imposti negli studi sotto il profilo della pianificazione territoriale possono essere tuttavia ricondotti fondamentalmente ad alcuni macrotemi prevalenti (Balestrieri, 2014).

Tra questi uno dei più rilevanti è senza dubbio quello che lega il paesaggio e lo spazio pubblico. Tale tema accorpa al suo interno tutti quei lavori che hanno come comune denominatore il paesaggio come bene collettivo secondo una visione in cui il paesaggio diventa un patrimonio sul quale si costruisce una nuova etica, fondata sul rispetto dell'identità, sull'inclusione e sulla socialità. Questo si traduce nella necessità di una nuova progettazione e di un approccio orientato all'esaltazione del patrimonio condiviso, fruibile da tutti che concorre al miglioramento della qualità della vita degli abitanti "urbani" e non (Maciocco, 2008a). Il paesaggio diventa il cardine di un progetto fondato sul rispetto dell'identità e delle misure del luogo e capace di produrre la riscoperta delle identità locali, e dunque dei paesaggi singolari che ne costituiscono l'espressione,

quale base per costruire spazi per la collettività. In una società sempre più privatizzata e isolata (Cicalò, 2009) i territori rurali e i paesaggi che li compongono diventano luoghi dove recuperare spazi di convivialità. In questo senso le aree naturalistiche, i parchi, i siti di interesse comunitario e le matrici ambientali acquistano una diversa prospettiva che si arricchisce di nuovi significati. Il benessere degli abitanti e la qualità della vita assume come riferimento la disponibilità di aree di elevata valenza ambientale. Questo si traduce nella ricerca di regole cooperative di gestione, facilità di accesso, modalità di fruizione per un uso equo del territorio, costruzione di nuove connessioni con l'urbano. Si fa forte il richiamo al discorso delle responsabilità della pianificazione che vanno oltre il semplice soddisfacimento di regole funzionali. In quest'ottica va anche la ricerca di requisiti di progettazione e di gestione in relazione all'impatto ecologico degli interventi e della fruizione del paesaggio. In quanto risorsa fragile un utilizzo scorretto può compromettere nel tempo la possibilità di tramandarla alle generazioni future (Balestrieri, Cicalò, Ganciu, 2018). Questo comporta trovare di volta in volta attraverso un progetto locale, capace di interagire con la dimensione sovralocale, le forme con cui valorizzare il territorio pur tutelandolo e permettendo una fruizione del paesaggio che vada aldilà della semplice contemplazione per contribuire a migliorare non solo la qualità del cittadino ma in senso ancora più generale il cittadino stesso.

## 1.3. Paesaggio come bene comune

La nozione di paesaggio è cambiata nel corso del tempo arricchendosi di nuovi significati che hanno superato la nozione classica legata ad una visione meramente estetica e figurativa. Il paesaggio è indagato ora alla luce delle sue implicazioni etiche, civili, giuridiche, ambientali che portano ad un'interpretazione dello stesso come di un luogo che non



Fig. 1: Tipologie di beni in base alla teoria economica (E= esclusività; R= rivalità; N= non)

può che essere estraneo ad un uso esclusivo. In questo nuovo quadro di riferimento il paesaggio è diventato bene comune (Settis, 2013), perché assume ruoli importanti per tutti, infatti: descrive/rappresenta relazioni fondamentali tra parti; contiene segni e significati, che costituiscono un riferimento simbolico radicato al reale; si sostanzia di permanenze ed energie passate ma anche di trasformazioni e processi evolutivi; consente verifiche (diacroniche e sincroniche) di intenzioni e visioni culturali e sociali; esplicita le dinamiche territoriali e materializza il rapporto uomo attività e luoghi; racchiude il senso della relazione dell'uomo con il suo ambiente; ha ruolo di elemento identitario in quanto prodotto di una stratificazione millenaria di azioni, segni, intenzionalità, progetti, saperi e culture in cui natura e artificio sono inscindibili; ed è custode di risorse e valenze ambientali fondamentali per le comunità locali e non.

Questa associazione tra paesaggio e bene comune è stata ufficializzata a livello europeo nella Convenzione Europea del Paesaggio del 2000 che lo ha riconosciuto quale "elemento chiave del benessere individuale e sociale", la cui "salvaguardia, la gestione e la pianificazione comportano diritti e responsabilità per ciascun individuo"; poiché "(...) svolge importanti funzioni di interesse generale, sul piano culturale, ecologico, ambientale e sociale e costituisce una risorsa favorevole all'attività economica, e che, se salvaguardato, gestito e pianificato in modo adeguato, può contribuire alla creazione di posti di lavoro".... In Italia l'importanza del paesaggio era già riscontrabile nel testo della costituzione (art. 9), sebbene espressa in termini diversi da quelli della Convenzione Europea, ma solo di recente la consapevolezza della sua natura collettiva ha iniziato a permeare le politiche e gli strumenti che governano il territorio nel nostro paese. Altri importanti documenti internazionali hanno definito il paesaggio sia come bene comune che come diritto umano a livello mondiale (per esempio l'"Iniziativa per il paesaggio latinoamericano [LALI]"; e la "Dichiarazione UNESCO di Firenze"), riconoscendo un legame tra paesaggio e diritto, anche con rispetto ai paesaggi e agli ambienti quotidiani minacciati e danneggiati.

Il paesaggio è divenuto oggetto di analisi e di ricerche messe a punto in ambiti diversi, di studi a carattere transdisciplinare che mettono in luce la complessità che lo contraddistingue e le difficoltà di conciliare sviluppo e conservazione. Alcuni studi sono focalizzati su aspetti che possono definirsi oggettivi in quanto scientifico-naturalistici, semiologici, socio-economici, storico-culturali, altri sono prevalentemente soggettivi in quanto fondati su una valutazione degli aspetti visivo-percettivi (Tempesta, Thiene 2006). Tali studi, insieme e con diverso peso, contribuiscono

alla comprensione delle relazioni esistenti tra fattori fisici e umani, tra elementi, caratteri, forme e sedimentazioni che connotano il paesaggio e che opportunamente indagati, consentono non solo di approfondire le regole presenti ed agenti sul contesto, ma anche di individuare le azioni progettuali più opportune e le più idonee modalità per realizzarle. Tuttavia ancora molto resta da dire e da indagare in termini di fruizione del paesaggio come bene comune, tematica che chiama in causa molti altri aspetti e che si lega al dibattito sullo sviluppo sostenibile, le questioni etiche ed ecologiche, le preoccupazioni per le generazioni future e le forme contemporanee di democrazia e di valori (Olwig, 2013), assumendo pertanto anche una valenza politica, anche se spesso implicita (Menatti, 2017). Certamente il definire il paesaggio come un bene comune sottende un passaggio verso un approccio più etico al territorio ma meno chiaro può apparire cosa comporta di fatto il riconoscerlo patrimonio di tutti. Una questione indubbiamente critica che emerge in tal senso è relativa alla conseguente gestione dello scontro tra interessi divergenti che convergono su di esso e quindi sui diritti che si possono rivendicare. Così come avviene quando si parla di spazi prettamente urbani anche la riflessione sulla fruizione del paesaggio può essere trasformata in una riflessione sul "diritto al paesaggio" (Strecker, 2011). Esiste un diritto fondamentale al paesaggio considerato come un diritto alla salute e alla ricchezza culturale ambientale che tutti hanno il diritto di esigere (Egoz, Makhzoumi, Pungetti, 2011). Questo diritto si accompagna, così come nel caso del diritto alla città, a una esigenza di giustizia e di uguaglianza (Menatti, 2017). Vari studi hanno dimostrato come vivere in un paesaggio culturalmente ricco e sano promuova la cooperazione sociale e la condivisione delle risorse e che esiste un'influenza del paesaggio sulla salute delle persone (Kaplan, Kaplan, 1989; Ward Thompson, 2011; Roe, Ward Thompson, Aspinall et al., 2013). Pur non essendo un tema del tutto nuovo (Cosgrove, 1998; Roe, Ward Thompson, Aspinall et al., 2013; Olwig, 2002; Peil, Jones, 2005; Olwig, Mitchell, 2009) rimane senza dubbio un tema ancora sottovalutato che merita qualche riflessione in più. Come già accennato dal punto di vista pratico il riconoscimento di tale diritto solleva diversi problemi che vanno risolti e che sono frutto dell'accavallarsi dei diritti individuali e collettivi.

Assumendo quale riferimento la definizione data da Ostrom di beni comuni, intesi come risorse condivise, usate e gestite congiuntamente da gruppi di varie dimensioni ed interesse, infatti, va evidenziato come questi, in quanto tali, possono andare incontro a potenziali problemi circa "l'uso, il governo e la sostenibilità [...] per effetto di alcuni comporta-

menti individuali, che generano problemi sociali come la competizione per l'uso, il free riding e lo sfruttamento eccessivo" (Hess, Ostrom, 2009; Ostrom, 1990).

#### 1.4. La fruizione del paesaggio

Poter fruire del paesaggio significa non solo poter godere della vista dello stesso ma, nel momento in cui si riconosce come bene comune, implica poterne avere la disponibilità. Tuttavia questo concetto non è di facile applicazione e ha diversi tipi di possibili implicazioni. Disponibilità, infatti, è da intendersi in primo luogo come libertà di accesso ma può allo stesso tempo tradursi in possibilità di utilizzo e/o di trasformazione.

È facilmente intuibile e condivisibile l'idea che un bene comune abbia connotato in se il diritto di accesso che deve essere prima di tutto fisico. Tuttavia questo aspetto richiede come preconditione che il paesaggio non sia solamente un bene comune ma principalmente uno spazio pubblico, aperto e accessibile. Tuttavia questo non sempre corrisponde alla condizione reale. Spesso il paesaggio si configura come un bene pubblico frutto di azioni private, spesso come un insieme di beni privati dalla valenza pubblica. Secondo la teoria economica un bene pubblico può essere definito tale quando è caratterizzato da una non rivalità nel godimento dello stesso e da una non escludibilità<sup>1</sup>. Il più delle volte le aree su cui il paesaggio si modella e i suoi elementi costitutivi – terrazzamenti, edificato, colture, etc. – sono di proprietà privata. Il paesaggio nel suo insieme è infatti sovente il risultato delle trasformazioni operate nel tempo dai singoli proprietari sulla base di scelte motivate dalla ricerca di vantaggi individuali. Pertanto mentre permettere il godere della vista di un paesaggio può essere un obiettivo facile da raggiungere permetterne l'accesso e l'attraversamento lo è molto meno.

Inoltre, la possibilità di fruire di un paesaggio dovrebbe sottendere, oltre al diritto di accesso, una certa libertà di azione ovvero la possibilità di utilizzarne lo spazio in base ai propri desideri pur nel rispetto del riconoscimento della sua natura di spazio condiviso, in cui la propria libertà non deve ledere i diritti degli altri. Quindi poter fruire di un paesaggio

<sup>1</sup> Un bene è escludibile quando è legalmente e/o tecnologicamente possibile impedire a qualcuno di godere di quel bene; l'escludibilità è legata all'esistenza di diritti di proprietà sul bene, chi ha tali diritti può escludere gli altri dal godimento del bene; un bene è rivale quando il consumo da parte di un soggetto limita la possibilità di (o impedisce del tutto il) godimento dello stesso bene da parte di un altro soggetto; nell'evidenziare questi elementi per la classificazione dei beni comuni di particolare rilevanza è stato il contributo di Samuelson (1954).



Fig. 2: Vigneti di Montepulciano



Fig. 3: Vigneti di Montepulciano

dovrebbe comportare non solo il poter attraversare lo spazio ma anche il poter fermarsi in esso e svolgere delle attività. Questo ovviamente solleva una serie di altri problemi legati al tipo di attività compatibili con la conservazione del paesaggio e la gestione sostenibile dello stesso. A questo proposito possono essere richiamati molti studi che hanno affrontato questi aspetti per esempio quelli che hanno evidenziato come le attività turistiche nelle aree protette abbiano arrecato danni rilevanti all'ambiente per il solo fatto di essere state permesse (Wolf et al., 2019; D'Antonio, Schwartz, 2019; Taff et al., 2019; Armstrong et al., 2008; Buckley, 2004; Lynn, Brown, 2003).

Ma il concetto di fruizione può anche comportare la possibilità di esercitare una sorta di appropriazione dello spazio ovvero la possibilità



Fig. 4: Possibili significati della fruizione

di sentire un luogo come proprio senza negare la valenza collettiva dello stesso. Godere di un bene significa sentirlo in qualche modo proprio pur non essendolo in senso stretto. Tuttavia il limite tra appropriazione fittizia e reale può facilmente essere confuso e si rende dunque in qualche modo necessario regimenterlo.

Diventa infine legittimo chiedersi se la fruizione debba ammettere anche il diritto di trasformazione. Avere a disposizione un bene sembra sottendere anche questa possibilità. Tuttavia questo aspetto risulta evidentemente potenzialmente problematico perché un bene comune appartiene a tutti e ogni trasformazione per quanto apparentemente limitata e puntuale va a inficiare sul paesaggio nel suo insieme. Il paesaggio è da intendersi infatti come sistema piuttosto che come sovrapposizione di oggetti. Dunque, è un'unità indivisibile che si differenzia dalla banale somma di ciascun componente e determinante (Bissanti, 1991). Tra tutti questo tema è forse il più complesso da affrontare. Perché se da un punto di vista teorico la salvaguardia del paesaggio deve essere prioritaria dall'altra c'è la consapevolezza che non può essere considerato un elemento totalmente immutabile.

Emblematico appare in questo senso il contrasto verificatosi nel 2014 in occasione della stesura del nuovo Piano di indirizzo territoriale destinato a diventare il Piano Paesaggistico della regione Toscana che ha visto uno scontro tra l'amministrazione regionale e Confagricoltura. Motivo del contendere sono stati i vigneti e la questione da redimere fondamentalmente la seguente: i colli toscani appartengono solo ed esclusivamente ai loro proprietari? E se è così la pretesa di influenzare la tipologia delle

colture e del paesaggio da parte della regione è un abuso che viola i diritti della proprietà privata? Il punto è che da un lato l'agricoltura moderna impone di «plasmare» il territorio in modo diverso da quanto fatto tradizionalmente per aumentare la produttività e salvaguardare il benessere economico delle aziende che senza un adeguamento tecnologico rischiano di essere sopraffatte da una concorrenza più al passo con i tempi, dall'altra la consapevolezza che una diversa modalità di coltivazione implica uno stravolgimento dell'assetto paesaggistico. La disordinata mescolanza di terrazze con i vigneti a «girapoggio» lavorati nei secoli con la zappa e i vigneti a «rittocchino» caratterizzati da grandi distese di filari perfettamente allineati su colline spiante per consentire l'accesso ai trattori e alle altre macchine, configurano due tipologie di paesaggi completamente diverse. Quello tipico della tradizione collinare e pedemontana è il «girapoggio», in cui la disposizione dei filari segue le curve di livello ed il ripiano dei terrazzamenti, che viene mantenuto in una condizione sostanzialmente pianeggiante, ha un andamento curvilineo che segue il profilo del pendio. Tale tipo di impianto permette all'acqua piovana di scendere dal pendio in modo rallentato ed uniforme senza che si possa concentrare in punti particolari, il che da un punto di vista idraulico offre un grande vantaggio in termini di sicurezza idrogeologica. L'impianto a «rittocchino» prevede invece un'impostazione dei filari lungo la linea di massima pendenza del versante, con una sistemazione del terreno che comporta una livellazione uniforme in modo da ottenere pendenze omogenee in tutto il vigneto. Questa strutturazione ha il grande vantaggio di consentire un'elevata meccanizzazione, perché consente il passaggio di trattori di grandi dimensioni, ma incide negativamente sulla regimazione delle acque, soprattutto nel caso di forti pendenze, venendo a costituire una soluzione molto più problematica sotto il profilo idrogeologico. In questo caso infatti la velocità di discesa delle acque aumenta, comportando fenomeni di dilavamento dei terreni di cui vengono asportati gli strati superficiali, con conseguenti fenomeni di erosione del suolo (Agnoletti, 2007; Agnoletti, 2010a, Agnoletti, 2010b). La questione da redimere diventa allora capire se esiste un punto di equilibrio tra il vigneto competitivo e il paesaggio storico e se non esiste quale privilegiare.

Questo tipo di problema si è presentato anche in altre regioni, per esempio in Veneto dove dal punto di vista paesaggistico l'impianto a «girapoggio» è quello storicamente prevalente, impianto che ha modellato gli ambienti collinari della regione venendo a costituire un paesaggio dalle figure morbide, che seguono i livelli di pendenza e la morfologia dei terreni e che si sta cercando di conservare. Per esempio nel 2015 la

Soprintendenza dovendosi esprimere in merito a una questione di questo tipo ha espresso (nota prot. n. 15537 del 21 luglio 2015), un parere negativo alla richiesta di impianto a ritocchino nel territorio di Verona facendo proprie le motivazioni della Provincia (determinazione n. 2756 del 24 luglio 2015) e respingendo la domanda di rilascio dell'autorizzazione paesaggistica per le seguenti ragioni: "la conformazione del terreno proposta altera la connotazione e la percezione dei luoghi conferendo un aspetto particolarmente rigido a questo ambito territoriale. La realizzazione di un impianto a «ritocchino» in sostituzione della precedente disposizione a «girapoggio», che seguiva le naturali linee di livello del terreno, amplificata dalla rigidità dei filari di vite, modificherebbe negativamente la morfologia collinare del territorio, alterandone la percezione visiva. Gli elementi arborei che si intendono estirpare sono, unitamente alla cortina di vegetazione retrostante, elementi che costituiscono una forma naturalistica e paesaggistica tipica di questa zona. L'intervento proposto, qualora realizzato, andrebbe a ridurre ulteriormente, in questa specifica zona della valle, la presenza di soggetti arborei che con le loro chiome conferiscono quelle configurazioni irregolari proprie delle forme naturalistiche della vegetazione collinare esistente. Si sottolinea infine che l'ambito territoriale nel quale si colloca il lotto di terreno oggetto di intervento è identificato negli strumenti urbanistici come e che nelle norme tecniche di attuazione viene posta particolare attenzione alla conservazione e alla tutela di tutti gli elementi di rilievo ambientale quali i filari alberati, macchie arboree siepi e vegetazione spontanea che servono a marcare le linee di confine tra i poderi, aspetto questo che non pare essere stato considerato dal progetto presentato".

Molti altri esempi si potrebbero riportare relativamente ai conflitti legati al contrasto tra esigenze di trasformazione e volontà di salvaguardia. Trovare un punto di mediazione appare tanto difficile quanto necessario, e talvolta occorre fare scelte che necessariamente non riescono a soddisfare tutte le esigenze.

I termini del problema che stanno dietro al tema della fruizione del paesaggio di cui i casi citati sono solo un esempio, possono essere ricondotti, nella loro molteplicità, fondamentalmente a due situazioni: quelle che si verificano quando entra in gioco la proprietà privata che limita la dimensione pubblica e fa sì che unico gruppo sociale abbia delle pretese esclusive nell'uso dello spazio e quelle che si verificano quando gruppi sociali diversi mostrano interessi divergenti che generano conflitti di gestione difficilmente conciliabili. All'atto pratico spesso il contrasto tra interessi economici e ambientali rappresentano la chiave del contende-

re. Il paesaggio in questo senso è un ambito in cui si concretizza quella contesa dello spazio per l'uso del suolo che a partire da Lefebvre è stata più volte dibattuta in letteratura (Lefebvre, 1991; Goffman, 1981; Friedmann, 1999; Soja, 2010).

## **1.5. Forme di fruizione del paesaggio: condivisione, appropriazione, rigenerazione**

### *1.5.1. A chi appartiene il paesaggio?*

Enorme scalpore ha destato non molto tempo fa la dichiarazione del presidente brasiliano Jair Bolsonaro in merito alla questione degli incendi che hanno coinvolto migliaia di ettari della foresta amazzonica nell'agosto del 2018 in cui ha sostanzialmente rivendicato il diritto di poter sfruttare tale foresta a beneficio del proprio paese rivendicandone la proprietà esclusiva e negandone di fatto il valore di patrimonio collettivo. Parlando all'Onu ha infatti dichiarato che "è sbagliato affermare che l'Amazzonia fa parte del patrimonio dell'umanità" e ha accusato gli altri stati di avere un atteggiamento "coloniale" nei confronti del Brasile poiché pretendono di interferire sulla gestione di un bene che non gli appartiene e che costituisce un'importante risorsa economica per il paese. Parallelamente secondo l'INPE (Istituto Nacional de Pesquisas Espaciais), l'agenzia di ricerca spaziale brasiliana la deforestazione dell'Amazzonia sarebbe aumentata dell'83% nei primi 11 mesi del 2019, rispetto ai dati relativi allo stesso periodo 2018 ma questi dati sono in parte confutati e in parte giustificati dall'attuale governo brasiliano che rivendica il diritto allo sfruttamento economico della foresta. Ancora una volta la questione è il conflitto tra tutela ambientale e vantaggi speculativi. Quanto accaduto costituisce infatti un altro lapalissiano esempio dei conflitti che possono essere dietro la gestione del paesaggio e ancora una volta pone il problema su chi abbia maggior diritto di decidere in merito ad esso quando interessi divergenti si concentrano sullo stesso bene. Senza dubbio le foreste svolgono un ruolo essenziale per il mantenimento degli equilibri ambientali e climatici del pianeta e per la vita e il benessere dell'umanità. Le foreste costituiscono un elemento indispensabile per la sopravvivenza degli esseri viventi, ma al tempo stesso sono importanti risorse economiche che in quanto tali possono finire per divenire per alcuni un'occasione di profitto.

L'Assemblea Generale delle Nazioni Unite (UN) ha proclamato il 2011 "Anno Internazionale delle foreste", al fine di promuovere e accrescere la comunicazione e l'informazione sul ruolo svolto da tutti i tipi di foresta del pianeta e per sostenere l'impegno verso una loro gestione sostenibile a beneficio delle attuali e future generazioni (Cesaro, Romano, Zumpan, 2013). In questo contesto entrano a far parte anche le problematiche connesse alla loro fruizione che resta tuttavia una tema poco considerato, affrontato solo saltuariamente e in maniera molto puntuale.

### 1.5.2 Paesaggio e condivisione: gli usi civici

Il tema della proprietà del paesaggio è stata affrontata per traverse vie, in modi diversi e a volte anche inconsapevoli nel corso del tempo. La possibilità di fruire il paesaggio ha subito negli anni, al pari del concetto stesso di paesaggio, un'evoluzione concettuale. Interessante appare in questo ambito per esempio il senso attribuito al rapporto tra società e paesaggio nella pratica degli usi civici e le sue evoluzioni.

Il tema degli usi civici è stato oggetto di attenzione soprattutto da parte degli studiosi di diritto e analizzato quindi prevalentemente sotto una prospettiva giuridica. Eppure la disciplina degli usi civici, e la loro storia, ha molto a che vedere con le materie che si occupano del territorio e della città che avrebbero dovuto probabilmente prestarvi maggiore attenzione sia perché gli usi civici sono indubbiamente rilevanti per la pianificazione territoriale in quanto documenti che forniscono informazioni sul territorio, sugli abitanti e sulla storia delle reciproche relazioni sia nello specifico per il progetto del paesaggio (Moreschini, 2017; Deliperi, 2011).

Gli usi civici sono forme di proprietà fondiaria che, malgrado la presunta liquidazione in seguito al R.D. del 1928, tuttora caratterizzano la nostra penisola. La loro disciplina si colloca a cavallo fra il diritto civile e quello amministrativo (Traisci, 2013). Oltre che una forma di appartenenza proprietaria hanno designato una titolarità della facoltà di godimento di certi beni (Richter, 2003), in considerazione della loro progressiva trasformazione che ha visto il graduale affermarsi dell'interesse pubblico prima e dell'interesse ambientale poi.

Tradizionalmente, infatti, gli usi civici hanno rappresentato una modalità di tutela di diritti collettivi di godimento dei beni, che consistevano nella possibilità di un utilizzo economico, ovvero di coltivazione, di pascolo, di caccia e di pesca a vantaggio di privati ma con il tempo questo

ruolo si è modificato. La storia degli usi civici ha radici molto antiche e ha attraversato diverse fasi. Discendenti principalmente dall'epoca medievale costituiscono una figura giuridica nata per assolvere a primarie esigenze di vita della popolazione, quando questa traeva dalla terra i frutti del proprio sostentamento. Superata questa necessità, hanno assunto un ruolo più legato al mantenimento dell'ambiente naturale, attribuendo a questo mantenimento il valore di un bene "per" la collettività e "della" collettività. In questo senso, ovvero considerando l'uso civico nella prospettiva di tutela dell'ambiente, si è effettuato uno spostamento dalla collettività intesa come comunità locale alla collettività intesa come cittadinanza in toto. Attorno alle risorse che gravano sui territori interessati dagli usi civici ruotano, infatti, interessi che coinvolgono non solo aspetti economici, ma condizioni altre rispetto alle necessità di procurarsi i beni materiali di sussistenza, che sono anche condizioni irrinunciabili per la qualità della vita e del benessere collettivo, quali le matrici ambientali e gli ecosistemi, che in quanto tali necessitano di una preservazione (Olivero, 2008).

Alcuni studi hanno tentato di ricostruire il rapporto intercorrente tra la materia degli usi civici ed il governo del territorio, anche se il tema delle relazioni istituite per legge tra gli usi civici e la tutela paesistica non è mai stato affrontato dettagliatamente dalla disciplina urbanistica.

Tuttavia nel corso del tempo gli usi civici, nelle varie declinazioni in cui si sono concretizzati nelle diverse regioni, hanno perso di significato a causa del mutare della società, degli stili di vita e delle necessità degli abitanti e il vuoto di interesse che li ha avvolti ha permesso una lenta privatizzazione delle aree in cui gravavano attraverso modalità spesso, anche se non sempre, autorizzate dai comuni che hanno di fatto cancellato in maniera silenziosa la proprietà collettiva del territorio senza alcuna forma di "risarcimento" verso le comunità locali che ne avrebbero potuto usufruire. Solo di recente il tema ha ripreso importanza poiché appunto il valore ambientale dei territori ha riacquisito, grazie a una nuova sensibilità culturale, un ruolo rilevante per la società anche in un'ottica transgenerazionale.

A questo proposito possono essere richiamati diversi esempi di iniziative regionali per il recupero degli usi civici. Molte normative regionali, hanno ampliato le possibili "fruizioni" associabili agli usi civici (es. turistiche in Sardegna), ma sempre salvaguardando il fondamentale interesse della collettività locale attraverso il mantenimento dei caratteri di inalienabilità (art. 12 della legge n. 1766/1927), inusucapibilità ed imprescrittibilità (artt. 2 e 9 della legge n. 1766/1927) sanciti dalla legge del

1927. Alcune regioni hanno erogato nuove normative in materia. Per esempio la Regione Sardegna<sup>2</sup> ha recentemente approvato un atto di indirizzo interpretativo per la gestione delle competenze in materia di diritti di uso civico nella regione (deliberazione Giunta regionale n. 25/11 del 23 maggio 2017, con cui sono stati innovati e integrati i precedenti indirizzi interpretativi per i procedimenti relativi alla gestione dei diritti di uso civico e dei demani civici emanati con il decreto dell'Assessore dell'Agricoltura, R.A.S. n. 953/DEC A 53 del 31 luglio 2013, previa deliberazione della Giunta regionale, delibera n. 21/6 del 5 giugno 2013). Tuttavia si è trattato di iniziative contestate e in parte tardive. Sempre in merito alla regione Sardegna per esempio nei decenni precedenti, in particolare negli anni novanta, sono stati promulgati diversi provvedimenti legislativi e amministrativi che hanno comportato una serie di operazioni di "svincolo" di terreni dal regime demaniale civico (assunti gli usi civici alla stregua di terreni demaniali), poiché considerati irrimediabilmente trasformati da lottizzazioni edilizie soprattutto lungo alcuni tratti costieri (si veda ad esempio il caso di *Costa Rey – Monte Naj*, in Comune di Muravera). Negli stessi anni sono emerse contestazioni e denunce da parte di associazioni ecologiste (come il "Gruppo d'Intervento Giuridico onlus" e gli "Amici della Terra") in merito a vendite di terreni a uso civico a scopo speculativo da parte di alcuni Comuni, ritenute illecite. Spesso il cambio della destinazione d'uso e la fuoriuscita dal regime demaniale civico è avvenuta a seguito di una presa d'atto da parte degli enti locali di situazioni di abusivismo edilizio realizzati nel corso del tempo su terreni alienati impropriamente. Il fenomeno non è stato secondario visto che ha coinvolto porzioni rilevanti di territorio. Le operazioni di accertamento dei demani civici conclusesi nel 2012 che hanno permesso la costruzione dell'Inventario generale delle Terre civiche della Sardegna (previsto dagli artt. 6-7 della legge regionale n. 12/1994 e s.m.i.), hanno portato all'individuazione di 236 demani civici su altrettanti comuni della Sardegna da parte dall'Agenzia Argea Sardegna, delegata in materia dalla Regione, cui se ne sono aggiunti altri 92 nel periodo 2018-2019, e si stima che al termine delle operazioni di accertamento dei demani civici, ancora in corso, molto probabilmente più di un sesto dell'Isola risulterà a uso civico, ovvero complessivamente 4-500 mila ettari<sup>3</sup>.

Ma il tema della proprietà del paesaggio è molto più complesso e pervasivo di quanto non appaia guardando il caso degli usi civici poiché l'appropriazione del paesaggio ha assunto molte forme.

<sup>2</sup> <https://gruppodinterventogiuridicoweb.com>

<sup>3</sup> <https://gruppodinterventogiuridicoweb.com>

### 1.5.3 Paesaggio e appropriazione: la privatizzazione delle coste

I paesaggi costieri costituiscono un patrimonio culturale e naturale di grande pregio e rilevanza ambientale. La possibilità di fruire di tali paesaggi si è modificata in modo sostanziale quando vaste porzioni di aree costiere sono state investite da alcuni fenomeni tipici della modernità ovvero: l'industrializzazione che ha visto per molte attività produttive dei vantaggi significativi nella localizzazione degli impianti lungo la costa e il dilagare del turismo di massa soprattutto nella sua accezione balneare (Maciocco, Serreli, 2010). In particolare il processo di diffusione delle attività turistiche è stato accompagnato spesso da uno stravolgimento degli equilibri preesistenti (terra, agricoltura, mercato, approdo) e ha visto la costruzione di strutture insediative il più delle volte fini a se stesse, ovvero destinate ad assolvere quasi esclusivamente funzioni di tipo turistico-ricettivo (Bobbio, 2016; Vespasiani, 1997). Queste sorte di *enclaves* turistiche, prive di vita per gran parte dell'anno, sono state spesso concepite in modo da essere di tipo esclusivo e favorire di fatto un'appropriazione delle coste. Tali fenomeni sono stati particolarmente evidenti nelle aree di maggior pregio, dove l'eccellenza naturalistica, la tipologia dei fondali, la suggestione dei caratteri morfologici, le qualità estetiche dei contesti territoriali hanno reso le speculazioni edilizie particolarmente proficue ed elitarie. Ove pre-esistenti le pratiche legate all'agricoltura, alla pesca, alla produzione e allo scambio di prodotti locali in area costiera sono state spesso cancellate, e nuovi processi di colonizzazione turistica o produttiva si sono sviluppati al loro posto in maniera indifferente ai luoghi. Analoga sorte hanno avuto le aree incontaminate, non ancora inserite in particolari dinamiche storiche rilevanti. Questi processi non solo hanno alterato lo stato dei luoghi cambiandone in modo permanente l'aspetto e le dinamiche ambientali ma hanno anche ridefinito in modo discriminatorio le forme di accesso e di uso di certi paesaggi, aprendo un tema prima inedito sotto il profilo della proprietà.

In questo quadro si inseriscono non solo i nuovi insediamenti costieri ma anche le infrastrutture private connesse alla gestione delle spiagge. Gli stabilimenti balneari per esempio nel corso degli anni hanno riempito le coste limitandone il libero accesso. Una recente indagine condotta da Legambiente sulle spiagge italiane (Legambiente, 2019), ben evidenzia questa problematica misurandone la consistenza lungo le coste del nostro paese. Da tale rapporto emerge in maniera netta una tendenza alla privatizzazione delle coste, attraverso un costante aumento delle concessioni che in combinazione con l'esiguità dei controlli sul rispetto



della possibilità di accesso all'arenile sta di fatto negando, in molte aree, il diritto dei cittadini di poter godere liberamente e gratuitamente dello stesso. Secondo i dati del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti sono 52.619 le concessioni demaniali marittime, di cui 11.104 sono per stabilimenti balneari, 1.231 per campeggi, circoli sportivi e complessi turistici, mentre le restanti sono distribuite su vari utilizzi, da pesca, acqua-

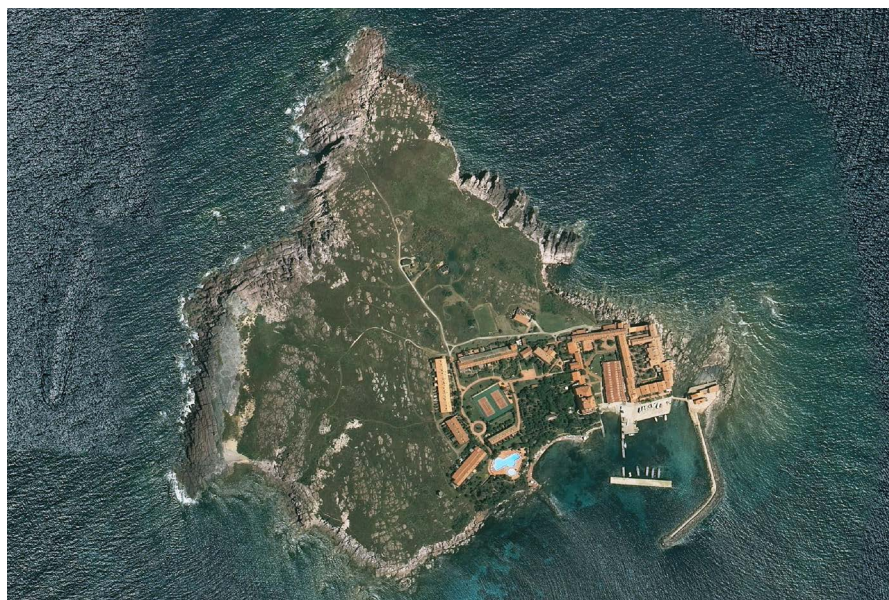


Fig. 5: Isola Piana, Sardegna

coltura, diporto, produttivo, etc. Il 50% dei litorali italiani è caratterizzato da coste sabbiose (3.346 km), il 34% da tratti rocciosi, il 16% risulta trasformato da porti, aree industriali, banchine e insediamenti turistici (Legambiente, 2019). Si stima che oltre il 42% delle coste sabbiose è occupato da stabilimenti balneari e considerando anche le altre forme di concessione oltre il 50% delle aree costiere sabbiose è da considerarsi escluso dalla libera e gratuita fruizione. A ciò si aggiunge che spesso quelle date in concessione sono caratterizzate da più alti livelli di qualità, mentre quelle libere sono ubicate in porzioni di costa meno pregiate o in aree soggette a divieto di balneazione.

Tuttavia i dati sono molto eterogenei anche in considerazione del fatto che a differenza di quanto fatto in altri paesi europei in Italia non è stato

posto un limite quantitativo per le spiagge in concessione, lasciando alle Regioni la discrezionalità di farlo. A seguito di questo alcune regioni hanno agito in modo virtuoso altre spiccano in senso contrario. Per esempio la regione Sardegna ha disciplinato l'esercizio delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo destinato ad uso turistico-ricreativo, attraverso le "Linee guida per la predisposizione del Piano di utilizzo dei litorali", con la Deliberazione G.R. 12/8 del 5/3/2013 e la Deliberazione G.R. 10/5 del 21/2/2017, in cui le tipologie e le superfici destinate alle concessioni demaniali marittime con i relativi criteri di dimensionamento massimo sono stabiliti in relazione alla natura, alla morfologia della spiaggia e alla sua dislocazione territoriale stabilendo che in ogni caso la loro estensione in litorali urbani non possa mai superare il 40%. Tale estensione massima è ridotta al 20% in litorali integri, nei quali deve essere garantita l'80% di spiaggia libera. Vengono individuati, inoltre, i litorali e le altre aree, da destinare alla fruizione pubblica, nelle quali non possono essere rilasciate concessioni demaniali, come le spiagge di lunghezza inferiore ai 150 metri. Infine sono indicate misure restrittive temporanee e provvisorie valide fino all'avvenuta approvazione dei piani di utilizzo dei litorali, i così detti PUL, da parte dei comuni che ne sono sprovvisti. La regione Puglia con la Legge Regionale 17/2006 (detta anche Legge Minervini), ha decretato il diritto di accesso al mare per tutti e ha stabilito una percentuale di spiagge libere pari al 60%, ovvero superiore a quelle da poter dare in concessione (40%). La regione Lazio con la Legge Regionale 8/2015 ha fissato al 50% la percentuale di costa da lasciare libera e ha stabilito che i Comuni non in regola non potranno più rilasciare nuove concessioni. Altre regioni hanno stabilito invece soglie sensibilmente più basse, come per esempio l'Emilia-Romagna (20%) (Legambiente, 2019).

Inoltre spesso le soglie prestabilite non sono rispettate a causa della mancanza di opportuni controlli e soprattutto di sanzioni specifiche. Per esempio in Liguria solo il 14% della costa presenta spiagge libere sebbene dovrebbero essere secondo la normativa regionale almeno il 40%. Infine, alcune Regioni (come Toscana, Basilicata, Sicilia, Friuli Venezia Giulia e Veneto) non hanno previsto nessuna norma per stabilire una percentuale minima di costa destinata alle spiagge libere o libere attrezzate (Legambiente, 2019).

| Regioni  | Quota minima di spiaggia libera o libera attrezzata |
|----------|---|
| Puglia   | 60%   |
| Sardegna | 60%   |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Lazio                 | 50% |
| Molise                | 30% |
| Calabria              | 30% |
| Marche                | 25% |
| Emilia-Romagna        | 20% |
| Campania              | 20% |
| Abruzzo               | 20% |
| Friuli Venezia Giulia | 0   |
| Veneto                | 0   |
| Basilicata            | 0   |
| Sicilia               | 0   |
| Toscana               | 0   |

Tab. 1: Percentuale di spiaggia da lasciare alla libera fruizione secondo le norme regionali (dati Legambiente, 2019)

Modificando la scala di osservazione emergono poi alcuni casi limite dove si raggiunge e supera la soglia del 90% di spiagge occupate da stabilimenti. Tra i casi più eclatanti per esempio Rimini dove su una linea costiera di 15 km gli stabilimenti ne occupano 13,5 km ovvero il 90% del totale, o Forte dei Marmi (LU) dove è occupato il 93,7% della costa.

Un altro problema non secondario è l'accesso negato al mare che di fatto trasforma la concessione in una vera e propria forma di proprietà. Per esempio nel Lazio ad Ostia (RM) su circa 20 km di spiaggia sono presenti poco più di 60 gli stabilimenti che occupano il 40% della costa, tuttavia per 12 km l'accesso alla spiaggia è negato dalla presenza di muri e recinzioni che precludono il passaggio fisico e la vista, impedendo di fatto la fruizione della costa (Legambiente, 2019).

Una forma analoga di appropriazione dell'arenile è avvenuto lungo molte altre aree dove la costruzione di insediamenti turistici ha previsto la realizzazione di strade di accesso al mare private, permettendo di fatto il raggiungimento dell'arenile in quel tratto solo ai proprietari degli immobili in questione e acquisendo un diritto di uso elitario della spiaggia e del suo intorno. La presenza di villaggi residenziali, hotel di lusso, relais e campeggi, hanno reso in molti tratti la costa privata venendo al contempo a costituire un impedimento al corretto svolgimento di alcuni processi ambientali. Alcuni piani paesaggistici stanno cercando di intervenire in questo senso, per esempio nel Piano Paesaggistico regionale della Regione Sardegna (PPR) si afferma in riferimento all'area turistico ricettiva di Santa Margherita di Pula ricadente nell'ambito di paesaggio

n2: "Il settore costiero mostra una sostanziale continuità di urbanizzazione specie a ridosso delle ampie falcate sabbiose di *Foxi 'e Sali* (oggi Santa Margherita) a nord e di Forte Village a sud, ma anche nel settore costiero di Pula. Tali infrastrutture occupano il settore di retrospiaggia e determinano pertanto un ostacolo alle dinamiche trasversali della spiaggia. In particolare la scomparsa dei sistemi dunari ha ridotto il volume detritico a disposizione dei sistemi di spiaggia determinando, come evidenziato da recenti studi, un progressivo arretramento della linea di riva"<sup>4</sup>. A tal proposito negli indirizzi del PPR (punto 5) si afferma che occorre (PPR, Regione Sardegna, scheda d'ambito n° 2 Nora): "Recuperare l'accessibilità e riqualificare la fruizione della risorsa paesaggistica ambientale costiera, attraverso la riorganizzazione della rete dei percorsi e dei servizi a livello intercomunale, attraverso il riequilibrio tra aree pubbliche e private sia per contrastare la tendenza alla chiusura degli spazi e degli accessi, sia per favorire la fruizione collettiva del territorio". In queste aree sono infatti presenti molte strade private il cui accesso è riservato ai proprietari degli immobili e negato agli esterni attraverso l'uso di sbarre che solo grazie ai richiami degli ultimi anni sono ora lasciate aperte per permettere l'accesso a tutti. Casi analoghi si trovano su tutto il territorio regionale e nazionale. In effetti questi complessi residenziali turistici costituiscono una delle poche vere forme di *gated community* esistenti in Italia, dove a differenza di altri paesi, come gli Stati Uniti, non costituiscono una realtà molto diffusa. Le *gated community* sono aree residenziali in cui l'accesso è limitato per permettere ai soli residenti di usufruire di spazi e servizi comprensoriali (Grant, Mittelsteadt, 2004). Questa fruizione esclusiva è regolamentata attraverso accordi di carattere privato tra i proprietari e grazie al pagamento di imposte per la gestione. Una ricerca dei primi anni ottanta focalizzata sulla Sardegna aveva cercato di censire la presenza di «insediamenti "fortificati"» inaccessibili ai non residenti lungo la fascia costiera dell'isola rilevandone la presenza tanto nella zona settentrionale quanto in quella meridionale (Price, 1983). Per es. nella già citata area di Santa Margherita di Pula, nei pressi di Cagliari, dove la fruizione di circa tre chilometri di spiaggia era -ed è in parte tutt'ora- destinata ai frequentatori dei comprensori di seconde case o agli esercizi alberghieri costruiti a ridosso del litorale; o nelle lottizzazioni chiuse individuate nel litorale settentrionale dove le strade di accesso erano nel periodo del censimento controllate "da un guardiano posto all'entrata dell'insediamento" (Price, 1983).

<sup>4</sup> [http://www.provincia.cagliari.it/ProvinciaCa/resources/cms/documents/5\\_Punto\\_11.pdf](http://www.provincia.cagliari.it/ProvinciaCa/resources/cms/documents/5_Punto_11.pdf).

Si tratta comunque di un tema che è rimasto nel nostro paese quasi inesplorato. Eppure questi aspetti molto hanno a che vedere con l'appropriazione del paesaggio e la negazione del diritto al paesaggio che le attività di pianificazione dovrebbero impedire. Tali fenomeni sono il risultato di una scarsa attenzione che si è trascinata per diversi decenni creando dei problemi ora difficili da risolvere. In Sardegna per esempio la gestione del patrimonio ambientale costiero è stata affidata all'azione economica privata nella sostanziale assenza di una regolamentazione pubblica degli interventi sino a metà degli anni settanta. È del 1976 la legge regionale numero 10 che vietava l'edificazione nei 150 metri dalla battigia, limite esteso nel 2004 ai 2.000 metri dal mare (Legge Regionale 25 novembre 2004, n. 8). Questo ritardo nella tutela del paesaggio ha permesso il proliferare di abitazioni, hotel e complessi residenziali edificati a pochi metri dalla spiaggia, che in molti casi hanno precluso il pubblico accesso. In aree ancora incontaminate, i costruttori privati si sono sostituiti alle amministrazioni pubbliche nella pianificazione dello sviluppo, predisponendo tanto le infrastrutture necessarie all'urbanizzazione quanto i regolamenti interni per limitarne la crescita (Porcu, 2014). Analoghe considerazioni possono essere fatte per lottizzazioni private che non si sono sviluppate necessariamente a ridosso della costa ma comunque in aree dall'elevata qualità ambientale.

Alcuni studi hanno evidenziato come negli annunci immobiliari la qualità dell'ambiente naturale in cui gli edifici si collocano costituisca un'argomento di vendita ricorrente (Porcu, 2014). Nei comprensori assicurati l'ambiente naturale e il paesaggio, considerato a tutti gli effetti bene acquistabile sul mercato e merce da cui è possibile estrarre un profitto, vengono privatizzati e utilizzati a fini speculativi. Aldilà dei proclami che ne accompagnano la promozione, oggetto di tutela e protezione non è la natura in sé, ma la sua fruizione esclusiva e l'appropriazione da parte di pochi fortunati. Come affermato da Urry (1992), questo tipo di realtà rappresentano delle *enclaves* in cui si ha possibilità di godere dell'ambiente naturale in modo esclusivo ed escludente. In questo senso la rappresentazione del paesaggio mostra un forte legame con la stratificazione sociale, come suggerisce la valenza ideologica del concetto stesso di paesaggio che: «rappresenta un modo in cui certe classi di persone hanno significato se stesse e il loro mondo attraverso la loro relazione immaginata con la natura, e attraverso cui hanno sottolineato e comunicato il loro ruolo sociale e quello degli altri rispetto alla natura esterna» (Cosgrove, 1990). In quest'ottica la fruizione esclusiva dell'ambiente naturale costituisce una forma di prestigio sociale (Bourdieu, 1983), e la natura e il

paesaggio sono considerati implicitamente come un bene commerciabile a tutti gli effetti, oggetto di un «consumo visivo» (Urry, 1992, pag. 178) che riduce il loro valore alla valenza estetica. Nell'appropriazione del paesaggio c'è spesso infatti una sorta di banalizzazione del paesaggio e un ritorno all'idea classica di panorama.

Le limitazioni all'accesso, la fruizione esclusiva degli spazi naturali, a maggior ragione quando trattasi di aree particolarmente pregiate sotto il profilo ambientale e in quanto tali soggette a vincolo, costituiscono una manifestazione del prestigio di coloro che possono fruirne finendo spesso per essere «luoghi di pratiche di consumo estetico» (Duncan, Duncan, 2004), beni posizionali (Hirsch, 1981), simboli di distinzione il cui valore risiede nell'essere fruibile da un numero limitato di persone (Porcu, 2014). Un esempio in questo senso può essere fatto richiamando il caso dell'Isola Piana nell'estremo sud-ovest della Sardegna, una piccola isola, di circa 23 ettari, diventata villaggio turistico esclusivo, dopo essere stata nel corso dei secoli rifugio per comunità di frati, colonia penale, sede storica della tonnara e feudo nobiliare. L'isola è stata acquistata negli anni settanta da una società genovese che vi ha realizzato un condominio residenziale costituito da circa 200 unità immobiliari. La maggior parte degli edifici sono stati realizzati attraverso la ristrutturazione e la riconversione ad uso abitativo di edifici già esistenti. Gli abitanti possono usufruire di due piscine, due campi da tennis, un campo da calcetto, un servizio di guardia medica, un mini market, un porticciolo e un ristorante. La presenza del mare garantisce l'isolamento e la riservatezza ostacolando l'accesso agli estranei. Per l'approdo è necessaria l'autorizzazione dell'amministrazione del comprensorio. Il collegamento con la Sardegna è garantito tramite un servizio navetta condominiale. L'isola è classificata come riserva naturalistica per la presenza di specie animali e vegetali protette (Porcu, 2014).

#### 1.5.4 Paesaggio e rigenerazione: i parchi urbani

Oggi i parchi urbani sono intesi come aree ad alto valore paesaggistico che tendono a realizzare un riequilibrio ecologico nelle città e ospitare spazi destinati ad aree ricreative, culturali, sportive e del tempo libero. Il parco urbano odierno nasce dalla matrice del giardino come luogo recintato, ma si differenzia da esso per estensione e per la relazione con il suo intorno. La progettazione di parchi pubblici è cambiata radicalmente nei secoli, andando di pari passo con le trasformazioni culturali e sociali

avvenute nel corso della storia.

La nascita del parco urbano inteso come bene collettivo funzionale e attrezzato, risale alla fine del XVIII secolo e inizi del XIX secolo, e trova la sua ragione di esistere nella volontà di dare risposta all'esigenza di uno spazio di compensazione ambientale e sociale nella città moderna. La nascita dei parchi pubblici ha costituito indubbiamente una grande rivoluzione nel campo della progettazione urbanistica poiché ha interessato tanto la gestione del verde quanto il concetto di spazio pubblico. Nella ridefinizione ottocentesca degli spazi urbani tramite piani urbanistici destinati a porre ordine e migliorare la vivibilità per gli abitanti anche la struttura del verde ha acquistato un valore emblematico. In tale periodo l'abbattimento delle mura medievali ha permesso di far interagire la città vecchia e quella nuova collegandole attraverso un sistema di viali alberati e parchi, mentre i centri storici si sono arricchiti di spazi verdi quali piazze e passeggiate (Vannucchi, 2003).

Alle trasformazioni fisiche si è accompagnata una nuova concezione del verde che ha acquisito un ruolo sociale: il giardino non più inteso come ambiente esclusivo di cui solo alcuni ceti sociali possono godere ma uno spazio urbano fruibile da parte di tutti gli abitanti. In questa fase storica ha assunto, infatti, una valenza pubblica legata all'esigenza di migliorare la salute fisica e psichica dei cittadini. La crescita esponenziale della popolazione urbana aveva prodotto infatti un sovraffollamento caotico e poco salubre. L'altissima densità abitativa e l'assenza di spazi aperti e luoghi svago era diventata un problema rilevante. I grandi parchi ridavano a molte città quello spazio verde che era stato sottratto dall'affermarsi dell'industria. In Europa molti parchi furono realizzati grazie ai lasciti di famiglie aristocratiche e borghesi dei loro giardini e delle loro ville, negli Stati Uniti e in America del Sud, invece, i parchi furono per la maggior parte pianificati e disegnati con intenti sociali, propedeutici e didattici sotto la spinta della classe dirigente. Non a caso è questa l'epoca che ha visto la nascita dell'architettura del paesaggio.

Nel 1847 venne inaugurato nei pressi di Liverpool il primo parco urbano istituito dal decreto parlamentare, progettato da Joseph Paxton, a Birkenhead. Il paesaggismo inglese destrutturando il giardino classico geometrico attraverso l'utilizzo di forme sinuose e irregolari, tramite l'uso di piccoli laghi, boschetti, percorsi naturalistici, mirava a riprodurre il più possibile un ambiente naturale incontaminato. Il parco pubblico, in stile paesaggistico, si diffuse ben presto nel resto d'Europa e negli Stati Uniti, favorito anche da costi di manutenzione e gestione non elevati.

Nella seconda metà dell'ottocento in Europa la città di Parigi fu attra-

versata da un rinnovamento urbanistico, sotto la spinta di Hausmann e di Napoleone III, che si è concretizzato nella realizzazione e il recupero degli spazi aperti, in aree verdi attrezzate di grandi dimensioni sia all'interno della città (rivolti essenzialmente alla residenza come quello delle Buttes Chaumont) sia alla periferia (come Bois de Boulogne e Bois de Vincennes).

Nel 1853 la città di New York destinò una vasta area centrale alla realizzazione di un parco (dalla 59esima alla 106esima strada), che è diventato nel tempo simbolo stesso della città: il Central Park. Il concorso pubblico per la sua ideazione indetto nel 1859 fu vinto da Frederick Law Olmsted oggi considerato tra i "padri" dell'architettura del paesaggio e dall'architetto inglese Calvert Vaux. Nella visione di Olmsted un parco deve essere parte della pianificazione urbanistica regolato da politiche del verde, ma soprattutto deve perdere il ruolo formale e diventare uno strumento di aggregazione sociale in cui tutti hanno pari opportunità. Olmsted intende il parco come parte di una rete, concepita come valvola di sfogo sociale, nei quali le diverse classi ed etnie possono partecipare a comuni attività di svago (Davis, 1990), non solo come luogo di piacere per l'uomo, dunque, ma come spazio catalizzatore e creatore di una cultura omogenea e democratica (Girau, 1988). Olmsted apre la strada a un nuovo approccio che solo molto più tardi inizierà a diffondersi veramente, basato sul presupposto che sia insufficiente progettare parchi come elementi isolati ma che occorra piuttosto realizzare una più complessa e completa struttura urbana che interessa tutta la città.

Per tutto il XIX secolo e parte del XX secolo l'estetica del parco pubblico manterrà i canoni Ottocenteschi, e la funzione principale rimarrà quella di creare luoghi destinati ad attività ricreative all'aperto e alla contemplazione di spazi naturali (Girau, 1988).

A partire dagli anni '80 invece, si assisterà alla nascita di nuovi impulsi volti al rinnovamento dell'estetica e delle concezioni comuni. La città moderna, infatti, "ha reso necessaria la riprogettazione del parco, mediante un variegato spettro di interventi, che devono tener conto e confrontarsi con una gamma di stili di vita disparati – cittadini più o meno abitanti o per nulla abitanti, spensierati camminatori, pedoni, ciclisti, ma anche automobilisti – assicurando uno spazio di vita vitale e sviluppando una trama intessuta di rispetto ecologico" (Geuze, 1996). Un esempio significativo di questo nuovo modo di concepire il parco è riscontrabile nel Parc della Villette a Parigi (1982-1998) progettato dall'architetto Bernard Tschumi, vincitore del concorso internazionale bandito nel 1983 dalla città.

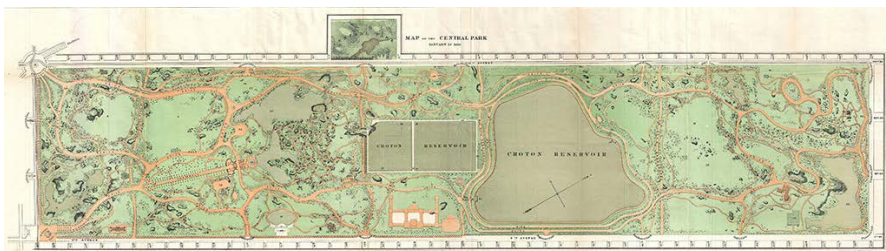


Fig. 6: Mappa central park 1870

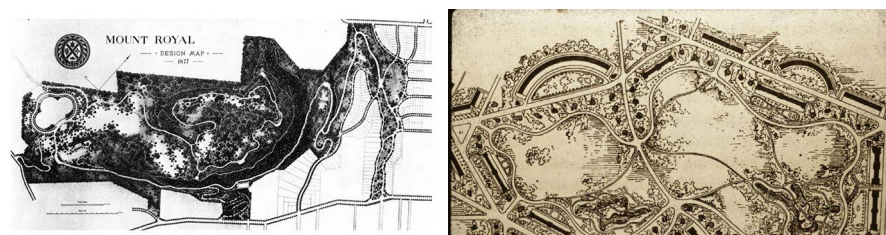


Fig. 7: Parc Mont Royal olmsted di Olmsted; Joseph Paxton, Birkenhead, Liverpool, 1847, primo parco urbano

Dagli ultimi decenni del Novecento fino ad oggi si diffonde un atteggiamento più consapevole nei riguardi della salvaguardia ambientale, delle problematiche ecologiche e della necessità di uno sviluppo sostenibile, determinando il bisogno di rafforzare il rapporto uomo-natura anche attraverso la progettazione dei parchi la cui funzione assume ulteriori significati. Il parco urbano moderno deve fungere da ricucitura del tessuto urbanizzato, sviluppando così uno stretto rapporto con il contesto nel quale si trova, portando dentro l'urbano il paesaggio extraurbano poiché tutti ne possano godere e beneficiare. Allo stesso tempo assolve importanti compiti ecologici. Un esempio recente è sicuramente quello del Quzhou Luming Park, progettato in Cina dal gruppo Turenscape (fondato da Kongjian Yu) lungo la riva occidentale del fiume Shiliang, nel Nuovo Distretto Ovest della città di Quzhou, nella provincia del Zhejiang, che ha una popolazione di circa 2,5 milioni di abitanti. Il parco di 32 ettari, nasce dalla richiesta della committenza di voler realizzare degli spazi ricreativi per un distretto urbano densamente popolato. Il progetto è incentrato sull'idea di trasformare l'ansa occidentale del fiume, una pianura alluvionale abbandonata e degradata, in un'infrastruttura ecologica che fornisca servizi ed ecosistemi. I progettisti hanno proposto una soluzione che valorizza e sfrutta la zona umida esistente, in modo da



Fig. 8: Quzhou Luming Park, Cina (<https://www.turenscape.com/en>)



Fig. 9: Baxi Island, Cina: Swa Group



Fig. 10: Cheonggyecheon, Seoul – Corea del Sud (a destra: photo Kyle Nishioka)



Fig. 11: High Line – New York, USA

contribuire alla mitigazione e alla regolazione dei fenomeni di piena e più in generale alle dinamiche dell'habitat fluviale, offrire nuovi spazi di aggregazione ai cittadini e al contempo di integrare la produzione agricola (Turenscape, 2017).

Il parco odierno non guarda più al paesaggio come un semplice panorama ma cerca attraverso la costruzione o la ricostruzione del paesaggio di integrare valori naturali e umani in un insieme che permetta di migliorare la qualità di vita dei cittadini salvaguardando al contempo la naturalità del territorio, fornendo dei servizi ecosistemici e riconoscendo l'importantissimo ruolo dal punto di vista bioclimatico del verde in termini sia di mitigazione che di adattamento rispetto ai pressanti cambiamenti climatici che assediano la società attuale.

Spesso i parchi moderni assumono la configurazione di green e blue infrastructures. Il termine green infrastructures utilizzato per la prima volta negli USA da White nel 1959 identifica gli elementi lineari pianificati, realizzati e gestiti per assolvere ad obiettivi multipli inclusi aspetti ecologici, ricreazionali ed estetici. Questa strategia progettuale si è inizialmente sviluppata e diffusa sul continente nord americano per poi propagarsi anche in quello europeo e nel più ampio contesto internazionale attraverso il movimento internazionale delle greenway (Flink, Searns, 1993). Numerosi progetti sono stati sviluppati seguendo l'orografia del territorio e le sue componenti naturali come laghi e fiumi, altri progetti si stanno sviluppando riutilizzando le infrastrutture di trasporto dismesse, in modo particolare quelle su ferro, per via della loro capacità di offrire una via preferenziale nell'attraversamento del paesaggio (Ganciu, Balestrieri, Barra, 2018). Sebbene le greenway siano nate principalmente per tutelare la biodiversità minacciata dalla frammentazione degli habitat si sono arricchite via via delle funzioni proprie dei parchi e degli elementi per la fruizione del paesaggio da parte delle persone secondo forme che nei diversi contesti esaltano un aspetto o un altro della fruizione stessa.

Sebbene la dimensione della contemplazione resti ancora quella privilegiata nell'attrezzare e progettare tali parchi altri elementi legati all'azione e alla trasformazione entrano in gioco. Da questo punto di vista non esiste una particolare differenza tra i parchi urbani ed extraurbani sebbene le grandi dimensioni dei secondi e il loro maggior grado di naturalità introducano ulteriori riflessioni.

### 1.5.5 Paesaggio e rigenerazione: i parchi extraurbani

Contrariamente ai parchi urbani la nascita dei parchi extraurbani può essere ricondotta più che alla storia dei giardini a quella delle aree protette che ha avuto origine negli Stati Uniti con l'istituzione più di 150 anni fa dei parchi dello Yosemite (1864) e di Yellowstone (1872). Alla nascita dei due parchi possono essere fatti risalire i principi base che hanno guidato successivamente la creazione delle aree protette nel resto del mondo ovvero, da un lato, proteggere ambienti di particolare interesse e valore ambientale, e dall'altro, avere una finalità educativa e di sensibilizzazione verso i visitatori.

In Italia i primi parchi ad essere istituiti sono stati nel 1922 il Parco Nazionale d'Abruzzo e il Parco Nazionale del Gran Paradiso. A questi si sono aggiunti nel 1934 il Parco Nazionale del Circeo e quello dello Stelvio nel 1935 (Piva, 2005). Questi quattro parchi hanno rappresentato per più di 30 anni le uniche aree protette del nostro Paese.

Il primo strumento normativo che ha dettato i principi fondamentali per l'istituzione e la gestione delle Aree protette e ne ha definito la classificazione nel nostro paese è stata la Legge 394/91 "Legge quadro sulle aree protette". Tale legge che costituisce tuttora il fulcro intorno a cui ruota il quadro legislativo nazionale di riferimento in materia, distingue varie tipologie di aree protette: Parchi Nazionali, Parchi naturali Regionali e Riserve naturali (statali o regionali). Individua, inoltre, una zonazione interna ai parchi la quale rende più facile e ordinata la loro gestione e la convivenza con le comunità che abitano all'interno del territorio protetto. In particolare definisce una zona integrale, una zona orientata, una zona di protezione e una zona di sviluppo sociale ed economico. In conseguenza dell'approvazione di tale legge le politiche di conservazione ambientale hanno ottenuto negli anni novanta una certa attenzione da parte della politica. Questa attenzione si è tradotta nell'istituzione di un gran numero di aree protette, sia a livello regionale che nazionale, e nell'approvazione di provvedimenti di recepimento delle più importanti direttive comunitarie in materia di biodiversità.

Ai primi parchi storici ne sono seguiti molti altri e nel frattempo l'Italia è entrata a far parte della rete ecologica di Natura 2000, composta da siti di importanza comunitaria e zone di protezione speciale e istituita con la Direttiva Habitat 92/43/CEE. Tale direttiva ha introdotto senza dubbio un punto di svolta nella conservazione degli elementi naturali poiché fondata su un approccio olistico mirato a superare le logiche settoriali. La direttiva ha promosso, infatti, un approccio alla tutela di tipo "diffuso" poiché

ha imposto di non considerare le aree protette come “isole”, ma come parti integranti di un più complessivo progetto di governo del territorio nel quale la tutela degli elementi ecologici rappresenta un elemento fondamentale. La rete Natura 2000 è mirata all’incremento della biodiversità, al raggiungimento o al mantenimento di uno “stato di conservazione soddisfacente” delle specie e degli habitat nonché al mantenimento della “coerenza globale” nel sistema ambientale attraverso la loro messa in rete. La rete è costituita dai Siti di Interesse Comunitario (SIC), identificati dagli Stati Membri secondo quanto stabilito dalla Direttiva Habitat, che vengono successivamente designati quali Zone Speciali di Conservazione (ZSC), e comprende anche le Zone di Protezione Speciale (ZPS) istituite ai sensi della Direttiva 2009/147/CE “Uccelli” concernente la conservazione degli uccelli selvatici. Le aree che costituiscono la rete, identificate con lo scopo di perseguire la protezione di una o più specie o habitat di interesse comunitario, possono essere o meno coincidenti con le aree protette ed è compito di ogni stato membro prevedere delle misure di gestione e protezione orientate ai suddetti obiettivi.

Le aree che compongono la rete Natura 2000 non sono riserve rigidamente protette dove le attività umane sono escluse; la Direttiva Habitat esplicita chiaramente la necessità di tener conto nel garantire la protezione della natura anche “delle esigenze economiche, sociali e culturali, nonché delle particolarità regionali e locali” (Art. 2). Nella Direttiva si riconosce il ruolo non necessariamente negativo dell’azione umana ovvero il valore di tutte quelle situazioni nelle quali la secolare presenza dell’uomo e delle sue attività tradizionali ha permesso il mantenimento di un equilibrio tra attività antropiche e natura. Alle aree agricole, per esempio, sono legate numerose specie animali e vegetali ormai rare e minacciate per la cui sopravvivenza è necessaria la prosecuzione e la valorizzazione delle attività tradizionali, come il pascolo o l’agricoltura non intensiva (Amirante, 2003). Anche grazie a questa normativa emanata a livello europeo, che i vari stati hanno dovuto recepire e applicare a livello nazionale, negli ultimi anni il coordinamento delle politiche con tematiche ambientali ha fatto considerevoli progressi. Infatti, è aumentato il numero di aree protette e si sono attenuati i conflitti tra i parchi e i contesti locali sui cui tali aree insistono.

Oggi in Italia secondo i dati del Rapporto Natura e Cultura (MATTM, 2017), realizzato congiuntamente da UNIONCAMERE, Federparchi e Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, la rete di aree naturali protette copre un’estensione pari a circa 9.474.343 ettari, ovvero circa il 21% del territorio. Tali aree vanno gestite e rese disponibili per la fruizione com-

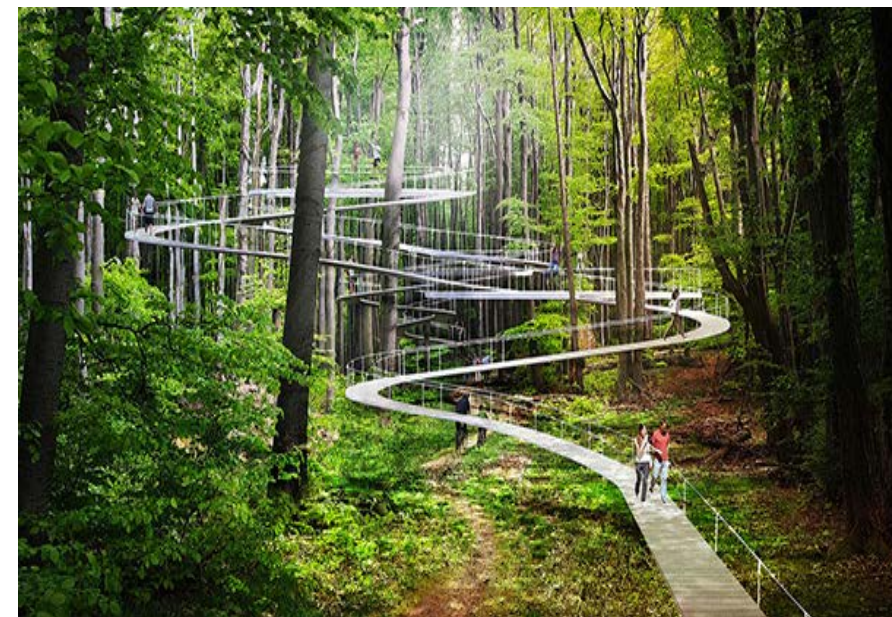


Fig. 12: Sentieri sopraelevati – Foto: Dror



Fig. 13: Treetop walk, Nestled Svizzera

patibilmente con il loro livello di fragilità.

La concezione moderna di parco che ha superato la nozione monumentalizzante dello stesso ha portato a un allargamento di prospettiva, sia per le aree protette che per le reti ecologiche, che fa sì che alla tematica della conservazione si siano aggiunte nella gestione di tali aree quelle legate alle opportunità di fruizione sociale, tempo libero e turismo.

Secondo i dati forniti da Ecotur, pubblicati nel 13° Rapporto sul Turismo Natura (Ecotur, 2016), le presenze legate al turismo naturalistico in Italia sono di circa 30,5 milioni, e corrispondono a una spesa complessiva



Fig. 14: Percorso sopraelevato; sentiero dove fare jogging o camminare – Foto: Dror (<https://www.studiodror.com>)



Fig. 15: Mogelsberg, nel cantone San Gallo, primo percorso sugli alberi svizzero, costituito da un sentiero in legno lungo circa mezzo chilometro che si snoda sopra le cime degli alberi della foresta a un'altezza che varia dai 3 ai 50 metri dal fondo del bosco per poterlo osservare dall'alto secondo una prospettiva completamente diversa da quella usuale.

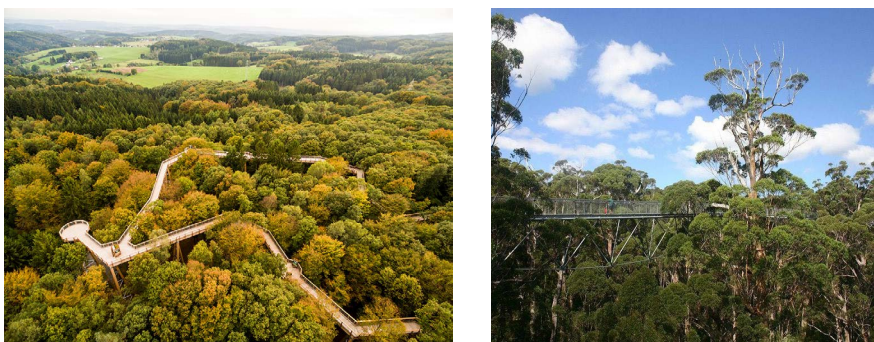


Fig. 16: Panarbora Baumwipfelpfad (Image by dominik ketz); Valley of the Giants Tree Top Walk, Australia



Fig. 17: Burolandschap, Belgio (<http://www.burolandschap.com/>)

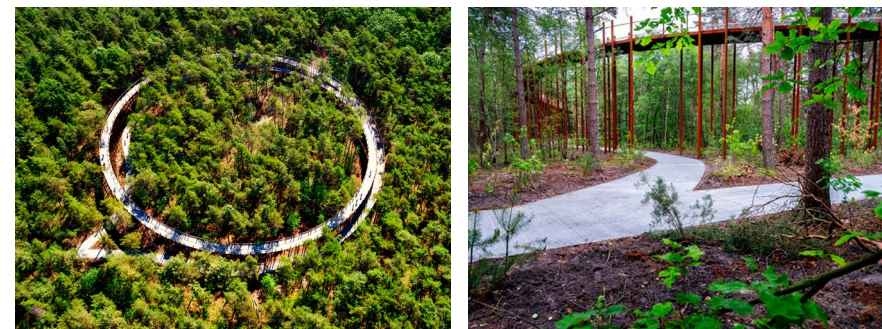


Fig. 18: Burolandschap, Belgio (<http://www.burolandschap.com/>)

che supera i 12 miliardi di euro. La consistenza di questi numeri consente di considerare i parchi naturali come beni dall'elevato potenziale di attrattività turistica (Martinetti, 2017).

Si rileva, infatti, un crescente interesse da parte della popolazione nei confronti delle aree protette ed emerge che il turismo nei parchi è molto più praticato di quanto si possa credere. Resta indubbio tuttavia che queste pratiche ricevono un'attenzione minore rispetto ad altre forme d'impiego del tempo libero. I media e altri mezzi di comunicazione danno maggiore rilievo ad altre forme di turismo conseguentemente risulta esserci ancora poca conoscenza delle possibilità che gli ambienti naturali diffusi sul territorio possono offrire.

In ogni caso se inizialmente l'istituzione di un parco era vista come un vincolo restrittivo, negli anni più recenti si è acquisita invece la consape-



volezza che possa essere una risorsa per il territorio in cui si trova e per lo sviluppo sostenibile. Questo ipotesi tuttavia è vincolata alla costruzione di un progetto adeguato. Un progetto volto alla fruizione, una fruizione sostenibile che purtroppo ancora stenta a partire anche a causa della scarsità delle risorse disponibili e della competitività per la loro assegnazione.

Le tipologie di attività e conseguentemente di turismo che le aree naturalistiche sono in grado di ospitare sono molteplici. Tali tipologie dipendono sia dall'eterogeneità del patrimonio locale sia dagli elementi che caratterizzano l'offerta (ristorazione, ricettività, eventi ecc.) ma anche dalla domanda stessa che si presenta piuttosto variegata in termini di esigenze e scelte. Se originariamente le visite in questi luoghi rispondevano esclusivamente a una funzione contemplativa oggi non è più così. Per molto tempo l'interesse del visitatore verso i parchi è stato solo di tipo estetico e limitato a un'attività di ammirazione passiva del paesaggio, senza alcun tentativo di immergersi realmente in esso alla ricerca di una sua diretta conoscenza (Viganò, 2000).

Successivamente si è evoluto verso un atteggiamento mirato a una maggiore comprensione in quanto il visitatore ha iniziato a mostrare una certa attenzione verso la ricerca di informazioni legate all'ambiente circostante e, quindi, verso una conoscenza del luogo sebbene fosse un'esigenza legata alla curiosità personale piuttosto che a una volontà di tutela del paesaggio. Più di recente il visitatore ha iniziato a sviluppare un senso di consapevolezza e di responsabilità verso l'ambiente con cui si trova a interagire, tanto da volerlo vivere nel pieno rispetto dei principi di sostenibilità. Oggigiorno, infine, si può riconoscere un approccio che può essere definito "partecipativo", in quanto il visitatore ricerca un'integrazione con il territorio anche attraverso un rapporto diretto con la comunità locale, la sua storia, le sue tradizioni, la sua cultura e il suo patrimonio (Viganò, 2000). Ciascuno di questi approcci convive con l'altro poiché ne rappresenta una estensione piuttosto che una sostituzione.

Tuttavia, sebbene le presenze nei parchi e nelle aree protette sia in crescita, questo fenomeno non si presenta uguale dappertutto e diversi fattori entrano in gioco in questo senso proprio perché il turista è divenuto più selettivo ed esigente. Esiste una discreta letteratura in merito alla fruizione dei parchi e alle diverse condizioni che questi dovrebbero rispettare per essere davvero attrattivi. In particolare lo studio e la comprensione di come progettare e gestire una rete di sentieri al fine di aumentare la loro frequentazione da parte dei turisti ha assunto una particolare rilevanza nelle aree rurali. Queste infatti sono notoriamente

progressivamente vittime della perdita di popolazione, della mancanza di investimenti e di demotivazione delle comunità che ancora vi risiedono ma hanno grandi potenzialità in termini di risorse naturali che se opportunamente valorizzate potrebbero innescare anche processi economici di rilievo. Per questo è possibile constatare un crescente interesse per la ricerca in termini di fruizione del paesaggio attraverso lo studio dei sentieri per passeggiate ricreative e dei percorsi naturalistici da parte della comunità scientifica (Godtman et al., 2017; Hall et al., 2017). In particolare sono indagati i fattori che possono spiegare la maggiore o minore attrattività di un percorso rispetto ad un altro, sebbene si tratti di un aspetto fondamentale ma difficilmente modellizzabile. In letteratura vengono considerati diversi elementi a riguardo: alcuni intrinseci al sito, legati alle sue bellezze naturali e al suo patrimonio, altri legati alle infrastrutture turistiche, alla politica di gestione, o ai servizi disponibili, alla concentrazione delle attrazioni intorno alle aree protette e alle loro combinazioni. Per esempio Crouch (2010) nella sua ricerca sulla competitività tra destinazioni turistiche ha identificato cinque fattori principali (risorse e attrattori principali; gestione della destinazione; qualificazione e amplificazione dei fattori determinanti; politica, pianificazione e sviluppo della destinazione; fattori e risorse di supporto) declinabili in svariati sotto-fattori, per un totale di 36 attributi, applicabili anche ai parchi. Viveiros et al. (2015) hanno utilizzato un quadro simile, basato sugli attributi fisici, sociali e gestionali del sito, per identificare e valutare l'importanza relativa delle varie caratteristiche interne ed esterne di un parco applicandolo al numero di visite nei parchi nazionali brasiliani, utilizzando gli attributi fisici, sociali e gestionali degli stessi. Balestrieri e Congiu (2017) hanno ricondotto gli aspetti più ricorrenti nei vari studi esistenti a quattro categorie fondamentali: attrattività, accessibilità, struttura e management, riconoscendo a quest'ultimo il ruolo più importante.

#### *1.5.6. Possibili modalità di fruizione dei parchi*

Attualmente i parchi offrono diverse modalità di fruizione. Esistono itinerari da praticare a piedi, in bicicletta, a cavallo o con l'ausilio di fuoristrada, sia in modo indipendente sia con l'ausilio di una guida. Molti parchi offrono attività didattiche per adulti e bambini, e presentano una segnaletica volta a fornire nozioni relativamente all'ambiente e orientare e guidare il visitatore anche in base al livello di difficoltà del percorso. Alcuni parchi presentano aree attrezzate e mappe fruibili anche attraverso

l'ausilio di app. Il panorama in questo senso risulta piuttosto vario.

In alcuni casi l'accesso è totalmente gratuito in altri è richiesto il pagamento di un biglietto. Per esempio al Parco Nazionale delle Cinque Terre, in alta stagione si paga per percorrere il Sentiero Verde-Azzurro (il 60% del suo finanziamento proviene da tali incassi), mentre in altri parchi il pagamento di un ticket è dovuto tutto l'anno, per esempio per accedere al Parco Nazionale dell'Asinara in Sardegna, o alla zona delle camosciare nel Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, dove l'introduzione di un ticket è servita anche a limitare l'impatto del turismo di massa su un'area estremamente delicata. Vi sono poi gli esempi del Parco Regionale della Maremma, che ha previsto un costo del biglietto diverso a seconda degli itinerari scelti o delle Isole Eolie, dov'è stata introdotta una tassa di soggiorno che contribuisce alla gestione dei rifiuti prodotti dai numerosi turisti<sup>5</sup>.

A questo riguardo la letteratura evidenzia una certa propensione a pagare per un turismo più sostenibile da parte dei visitatori/turisti. Vi è una stretta relazione tra tale disponibilità e la sensibilità sulle tematiche ambientali. Permettere la fruizione dell'ambiente deve poter conseguire

<sup>5</sup> <https://rivistanatura.com/pagare-entrare-nei-parchi-naturali-lo-studio-sicilia/>



Fig. 20: Hot Springs Mountain Trail, USA; Parco dell'Asinara, Sardegna



Fig. 21: Parco del Gargano

anche questo obiettivo: ovvero favorire l'educazione ambientale delle persone e imparare a condividere il paesaggio in modo sostenibile.

#### 1.5.7. Supporti di comunicazione alla fruizione

Le differenti possibilità di rapportarsi al paesaggio sono legate alle diverse possibilità di fruizione e alla disponibilità di adeguati supporti per la conoscenza, l'educazione, la comprensione e l'orientamento. Oggi affianco ai supporti tradizionali si stanno sviluppando varie applicazioni per interloquire con i visitatori, basate sulle nuove tecnologie anche al fine di permettere di pianificare in anticipo la propria visita e offrire assistenza durante il percorso.



Fig. 19: San Fele, Basilicata



Fig. 22: Esempi di segnaletica per l'educazione ambientale



Fig. 23: Esempi di segnaletica verticale. Logoly Natural Area



Fig. 24: Esempi di segnaletica verticale. Logoly Natural Area



Fig. 25: Wyfinding: realtà aumentata



Fig. 26: Attività didattiche nei parchi; College of Charleston's trail, USA



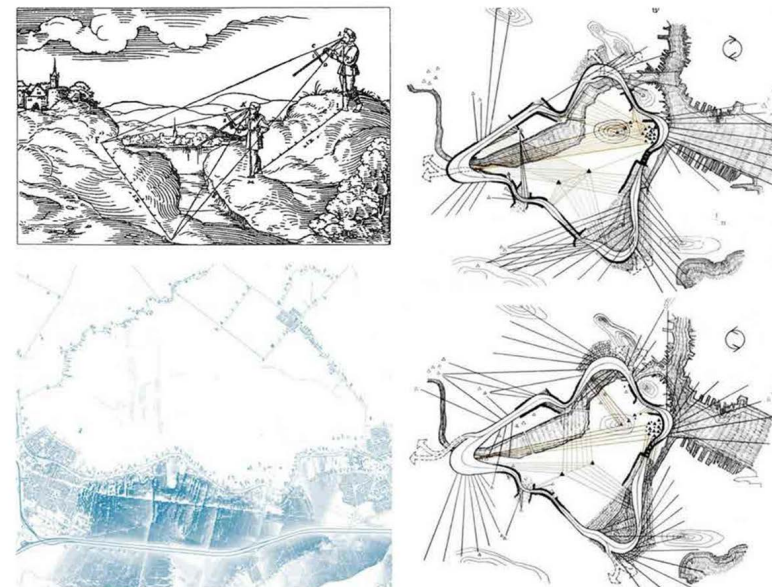
Fig. 27: Barriere e segnali, San Fele, Basilicata

**Comunicare, visualizzare,  
percepire e rappresentare il paesaggio:  
strategie integrate per lo sviluppo  
socioeconomico della città e del territorio**

## 2. La visualizzazione come strategia per l'accesso alla conoscenza dei valori paesaggistici

### 2.1. La dimensione visiva del paesaggio

Sebbene sia ormai condivisa l'idea che non sia possibile darne definizione unica e condivisa, in quanto tema trasversale a numerose discipline, il concetto di paesaggio rimane connaturato alla percezione e alla visualizzazione del territorio e delle sue molteplici dimensioni materiali e immateriali. Secondo la Convenzione Europea del Paesaggio, "Paesaggio" è una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e umani e dalle loro interrelazioni. In questa definizione si evidenzia l'importanza della percezione nell'analisi del paesaggio introducendo ufficialmente questa dimensione nell'elaborazione delle politiche di salvaguardia e valorizzazione del patrimonio paesaggistico. Sebbene "percepita dalle persone" si riferisca a un'esperienza olistica con tutti i sensi (Palang, Fry, 2003) e a diverse dimensioni - cognitiva, affettiva, interpretativa e valutativa (Ittelson, 1974) - è generalmente considerata in termini visivi perché, per l'essere umano, la visione è il mezzo di conoscenza più immediato. Poiché il modo primario di conoscere il mondo materiale è attraverso la visione (Harris, Ruggles, 2007) è stata enfatizzata la componente ottico-percettiva che comprime e rende marginali gli altri aspetti sensoriali (Salerno, 2015). Alla dimensione visiva e alle qualità estetiche si riferisce anche il "Codice dei beni culturali e del paesaggio" che tutela il paesaggio relativamente all'aspetto e ai caratteri del patrimonio selezionando in particolare i beni meritevoli di tutela in funzione delle loro qualità



Figg. 1,2,3: "Del modo di misurare le distantie, le superficie, i corpi, le piante, le provincie, le prospettive, tutte le altre cose terrene, che possono occorrere à gli huomini, Secondo le vere regole d'Euclide; de gli altri più lodati Scrittori" (Cosimo Bartoli, 1614); Space-motion and view-diagram (Image credit: Appleyard et al., 1964); Visibilitime of the motorway view between Bodegraven and Woerden (Image credit: Nijhuis et al., 2011)

estetica e della loro percezione visiva come: cose immobili che hanno cospicui caratteri di bellezza naturale, le ville, i giardini e i parchi che si distinguono per la loro non comune bellezza, i complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale, le bellezze panoramiche accessibili al pubblico, dai quali si goda lo spettacolo di quelle bellezze.

Il riconoscimento del valore del paesaggio, sia in termini ambientali, economici, che in termini di qualità della vita e il riconoscimento di questi concetti all'interno delle normative come la Convenzione Europea del Paesaggio ha stimolato l'approfondimento di questi temi. L'attenzione dei ricercatori si è sinora focalizzata sulla misurazione oggettiva della qualità visiva del paesaggio e sulle preferenze in termini estetici dei fruitori. In realtà l'esperienza percettiva del paesaggio necessita di essere rappresentata attraverso linguaggi visivi più che numerici e verbali.

Il tema della valenza estetico-percettiva del paesaggio, nelle forme di "bellezze naturali" e "panoramiche", è comparso negli stessi anni in

diversi paesi europei (ad esempio, negli studi per i monumenti naturali in Germania, per le Area of Outstanding Natural Beauty in Gran Bretagna, per i Point de Vue remarquable in Francia) e negli Stati Uniti nelle esperienze "Scenery Management", e negli studi "Wild and Scenic Rivers", e National Landmarks. Alcune grandi città, il cui paesaggio urbano veniva riconosciuto come un fattore strategico di identificazione e attrattività, si dotarono di strumenti di regolazione ad hoc. Nella Città di New York, ad esempio, esistono da un secolo regolamenti speciali per Scenic View District. Uno strumento specifico legato alla valutazione degli impatti visuali è il London View Management Framework della città di Londra (London Greater Authority, 2005 e successivi aggiornamenti), che individua punti di belvedere, mete e coni visuali protetti. Analogamente, in Francia, l'allegato al piano urbanistico di Parigi riguardante le prescrizioni per le altezze, zona per zona, in base ai coni di protezione delle visuali. Rimanendo in Francia, vale la pena ricordare le aree di rispetto intorno ai monumenti, istituite dalle prime leggi di tutela, e che in qualche misura anticipano questi temi. Con riferimento più specifico ai beni culturali e paesaggistici, un riferimento rilevante è costituito dal English Heritage, per i metodi per la valutazione del carattere del paesaggio e quello specifico per il carattere del paesaggio storico. È significativo che l'English Heritage abbia elaborato nello stesso momento due provvedimenti dedicati al "contesto" dei beni e agli aspetti scenici, testimoniando l'attualità del tema insieme alla sua problematicità.

I metodi di analisi del paesaggio visuale si vanno oggi diffondendo invece in particolare sulla spinta delle procedure di valutazione dell'impatto ambientale e paesaggistico degli interventi. In Nord Europa, in particolare, la crescita impetuosa degli impianti per la produzione di energie rinnovabili ha contribuito a intensificare gli sforzi di sperimentazione e sistematizzazione nelle fasi di analisi, valutazione, rappresentazione, consultazione delle popolazioni. Parallelamente, l'aspetto percettivo è entrato stabilmente nei campi tematici dei processi di caratterizzazione dei paesaggi, maggiormente legati alle fasi di pianificazione, a tutte le scale, anche grazie agli espliciti richiami della Convenzione Europea del Paesaggio.

## 2.2. Attualità della rappresentazione del paesaggio

Sebbene non sia possibile giungere ad una sua definizione unica e condivisa, il concetto di paesaggio – come tema trasversale a diverse

discipline, rimane comunque sempre inerente la percezione e la visualizzazione dell'ambiente in tutte le sue molteplici dimensioni, tangibili e intangibili.

La rappresentazione del progetto di paesaggio si configura oggi come uno dei temi più rilevanti per la ricerca nelle discipline che si occupano dell'analisi, del progetto e della gestione del territorio. La rappresentazione può essere uno strumento efficace in grado di favorire l'accessibilità dei territori in termini fisici, visivi e di cognitivi, che non devono essere considerati livelli di fruizione separati ma possono essere visti come strettamente collegati.

Il dibattito scientifico sulla tutela del paesaggio tende a focalizzarsi oggi principalmente sulla produzione di atlanti, concentrandosi sulla definizione di criteri per la classificazione di differenti tipologie, dedicando invece meno attenzione alle relazioni tra rappresentazione e processi trasformativi, all'esplorazione di diverse metodologie e nuovi strumenti di rappresentazione che possano muovere verso una maggiore consapevolezza delle relazioni tra le rappresentazioni e l'effettiva trasformazione del paesaggio. A causa di questo approccio catalogatore, il progetto del paesaggio finisce così sempre più con il coincidere con la rappresentazione di paesaggi ideali e idealizzati. Recentemente, l'attenzione dei ricercatori si è poi prevalentemente rivolta alla misurazione oggettiva della qualità visiva del paesaggio in termini di preferenze estetiche degli osservatori. La rappresentazione del paesaggio si configura come inafferrabile, sfuggente, sempre parziale e incompleta, sempre soggettiva. Per contrastare questa difficoltà rappresentazionale si risponde attraverso la molteplicità dei mezzi, degli strumenti e delle tecniche di rappresentazione, che però talvolta non semplificano né chiariscono. L'obiettivo dovrebbe invece essere quello di chiarire a livello di comunicazione grafica e visiva senza voler né semplificare né imbrigliare la complessità. I risultati dei processi di pianificazione e di previsione sono infatti spesso troppo astratti per dare una chiara visione del futuro per i non specialisti. Mentre le visualizzazioni tradizionali sono state studiate e utilizzate per secoli, il potenziale delle visualizzazioni digitali non è stato ancora pienamente esplorato. Una piena integrazione delle visualizzazioni digitali nei processi di trasformazione del territorio offrono una serie di possibilità per esplorare i futuri possibili ma pone nuove sfide agli esperti che possono incorporare nuovi input provenienti dagli attori partecipanti.

La comunicazione visiva del paesaggio ha una lunga tradizione che affonda le radici negli studi di Lynch e Cullen negli Stati Uniti. A partire da questi studi, negli anni Sessanta in Olanda è stata sviluppata un filone di

ricerca sui paesaggi visuali inaugurata da De Veer e Burrough (1978), che continua ancora oggi ad essere indagato. Nell'ultimo decennio, la visualizzazione del paesaggio si è poi estesa al campo della valutazione di impatto ambientale, del coinvolgimento della popolazione nei processi decisionali sulle trasformazioni del paesaggio e sulla sensibilizzazione sulle tematiche ambientali (Sheppard, 2012). La visualizzazione del paesaggio viene applicata sia per comunicare le condizioni esistenti che le ricostruzioni del passato e gli scenari futuri. Le immagini degli scenari sono mezzi fondamentali per la comunicazione ad un pubblico più ampio all'interno di processi decisionali partecipativi, in quanto molto spesso i risultati dei processi pianificatori e previsionali sono troppo astratti per poter dare una visione chiara del futuro anche al pubblico non specializzato.

Uno dei campi di ricerca più fertili nell'ambito della rappresentazione del territorio è quello delle trasformazioni delle dinamiche del territorio



Fig. 6: Visibility Analysis Diagram (Image credit: Cundari, 2006)



Fig. 4,5: Visualization of a potential flood adaptation strategy to build up homes and key infrastructure in Delta, BC, before and after a dike breach with sea level rise in 2100. (Image credit: David Flanders Source: <http://delta-adaptation-bc.org>); Visualization of the Alport Valley (Image credit: Lange E., 2010)

da cui emergono situazioni di rischio per le popolazioni che abitano il territorio. Con l'aumentare della frequenza e della risonanza mediatica dei fenomeni catastrofici legati alle variazioni climatiche si è rafforzata la necessità di conoscere in maniera più approfondita la complessità delle dinamiche urbane e ambientali e l'individuazione delle situazioni in cui esse entrano in conflitto tra loro. Le situazioni di rischio sono strettamente connesse con le dinamiche del territorio e con la loro trasformazione. La realizzazione di sistemi di rappresentazione e di reti di monitoraggio capaci di osservare il territorio superando i suoi confini, siano essi di tipo amministrativo, disciplinare o ideologico, costituisce una premessa indispensabile per l'analisi, il progetto e la gestione delle dinamiche territoriali da cui emergono le situazioni di rischio.

Il ruolo della rappresentazione, negli ultimi anni, si è poi profondamente modificato arricchendosi di nuovi significati in direzione di una più complessa conoscenza dell'ambiente, del territorio e del paesaggio. I rapidi sviluppi degli strumenti tecnologici si collocano in un generale clima di consapevolezza riguardo all'importanza della pianificazione e gestione del patrimonio naturale e costruito, che se adeguatamente preservato può portare sviluppo e benessere alla comunità. In questo ambito la rappresentazione dei fenomeni e delle dinamiche del paesaggio non può scindersi dalla comunicazione alla popolazione dei rischi connessi a tali processi. La rappresentazione del rischio consente dunque di sperimentare nuove filiere di produzione dell'informazione territoriale e della rappresentazione del paesaggio mettendo a sistema tradizioni, discipline,

attori territoriali, strumenti e tecniche.

Con l'irruzione degli strumenti e le tecniche di rappresentazione digitale quali (*3D-modelling, virtual reality, GIS-based photorealistic visualization, gaming*) la rappresentazione del paesaggio alla grande scala territoriale ha aperto nuove prospettive di ricerca (Lange, 2011) nell'ambito della simulazione dei fenomeni e dei processi naturali (Appleton, Lovett, 2003; Ghadirian, Bishop, 2008; Nakamae et al., 2001; Orland et al., 2001). Sebbene tali tecnologie abbiano potenziato e in alcuni casi sostituito le tradizionali rappresentazioni cartografiche bidimensionali alcune tecniche di rappresentazione tradizionali come quelle fotografiche sembrano riuscire a mantenere la loro validità in ambiti particolari quali la valutazione della qualità scenica del paesaggio (Kaplan, 2007; Sullivan, Lovell, 2006; Walker, Ryan, 2008). Le nuove tecniche digitali aprono nuovi interessanti filoni di ricerca anche dal punto di vista progettuale, favorendo la visualizzazione dell'evoluzione del paesaggio (Lange, 2001; Tress, Tress, 2003) e una più facile comunicazione degli effetti delle azioni progettuali.

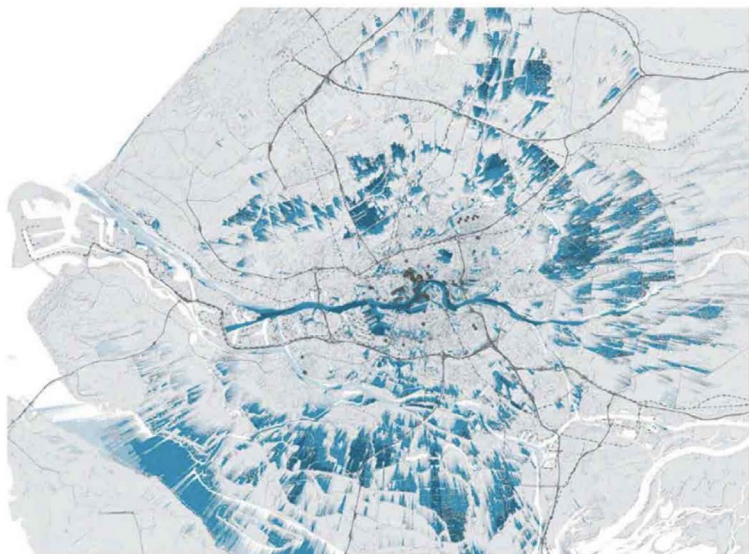


Fig. 7: Visual Landscape Theatre, James Hutton Institute

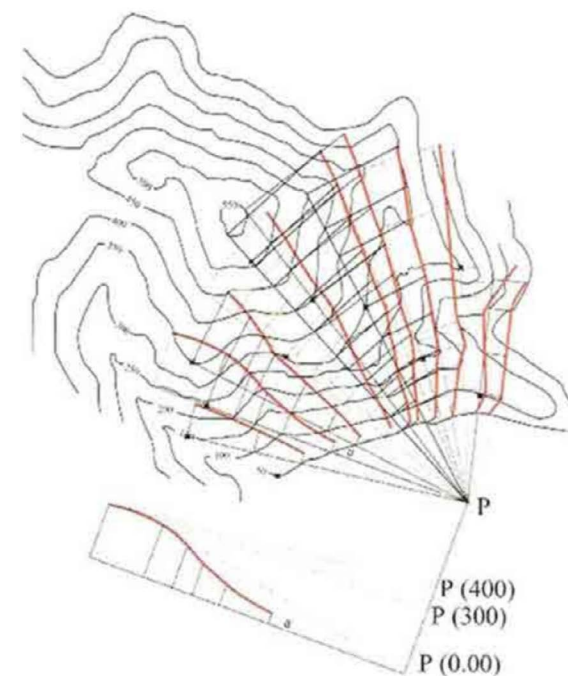


Fig. 8: Visibility of high buildings in Rotterdam (Image credit: Nijhuis et al., 2011)

### 2.3. Modelli e tecnologie per la visualizzazione del paesaggio

Il concetto di visualizzazione ha una lunga tradizione nell'ambito della comunicazione delle idee progettuali. Nei secoli passati questo compito veniva svolto dai modelli fisici tridimensionali, in particolare nel Rinascimento con l'affermazione della prospettiva mentre, alla scala del paesaggio, la visualizzazione degli scenari si basava sugli schizzi manuali o, nell'ultimo secolo, dai fotomontaggi. Le rappresentazioni del paesaggio prendono tradizionalmente diverse forme come modelli, disegni, fotomontaggi e dipinti. Inoltre, nel più ampio ambito della rappresentazione grafica possono essere inclusi diagrammi, infografiche, mappe, sezioni territoriali, renderizzazioni e animazioni. A partire dal 1990 ha avuto ampia diffusione l'applicazione delle tecniche digitali anche alle visualizzazioni del paesaggio (Bishop, Lange, 2005). Le possibilità per le



rappresentazioni digitali sono state aumentate dalla possibilità di integrare l'uso dei diversi software. L'approccio oggi più comune è quello di inserire le informazioni nei sistemi CAD e GIS e generare poi output di tipi differenti quali mappe, immagini renderizzate, sequenze animate e modelli interattivi e immersivi del paesaggio (Appleton, Lovett, Sünnerberg, Dockerty, 2002).

Le rappresentazioni del paesaggio sono spesso rivolte ad un pubblico privo degli strumenti linguistici necessari per la loro lettura. Tali immagini vengono prodotte senza preoccuparsi del livello culturale dell'osservatore, impedendo così il suo reale coinvolgimento nei processi decisionali per i quali le immagini sono state create (Empler, Bianconi, Bagagli 2006). Con il maggiore coinvolgimento del pubblico in tali processi la necessità di visualizzazione adeguate è andata crescendo, preferendo forme di comunicazione più chiare ed esplicite (Novello, Vitali 2013). Una risposta a queste necessità è stata data applicando le tecnologie provenienti dal campo del *computer gaming*. I computer game infatti offrono modalità di visualizzazione e comunicazione familiari su temi invece poco familiari e permettono alle persone senza particolari competenze di avvicinarsi a questioni multidisciplinari complesse (Bishop, 2005).

Le tecnologie digitali 3D vengono ampiamente applicate al patrimonio architettonico e urbano, in quanto eccellenti strumenti capaci di dare accesso alla conoscenza e di raccogliere informazioni (Ippoliti, Menesini 2010). Tuttavia alla scala del paesaggio questi strumenti e metodi possono ancora essere largamente sperimentate nel campo della fruizione del patrimonio paesaggistico. In anni recenti si è assistito ad un rinnovato interesse nella ricerca sulla visualizzazione del paesaggio (Nijhuis et al., 2011; Sheppard, 2012; Pettit et al., 2014) che ha delineato una nuova area di ricerca e sperimentazione all'interno delle *Visual Sciences* (Bertoline, 1997) incentrata sul paesaggio che può essere denominata *Visual Landscape Science* (Nijhuis et al., 2011). Essa affonda le sue radici nelle teorie della geometria descrittiva e nei metodi proiettivi; investiga la percezione, la rappresentazione e la comunicazione del paesaggio in relazione alle nuove domande che emergono dai territori e dalle società locali. La *Visual Landscape Science* si focalizza sull'elaborazione di mappe e sulla visualizzazione della percezione del paesaggio per mezzo di un ampio ventaglio di teorie, metodi e strumenti provenienti dai differenti approcci al tema del paesaggio. Questa disciplina integra infatti diversi strumenti come i GIS; la modellazione 3D, l'analisi spaziale, la geomatica e la visualizzazione digitale.

I paesaggi vengono così considerati la principale risorsa su cui investire

per lo sviluppo economico dei territori in crisi. Per questo è necessario focalizzare le attività di ricerca verso l'esplorazione delle modalità di uso sostenibile e le strategie di tutela. La *Visual Landscape Science* può da questo punto di vista contribuire all'identificazione e alla comunicazione delle risorse paesaggistiche, favorendo la loro accessibilità, non solo fisica.

#### **2.4. L'accessibilità e la visibilità come strumenti di conoscenza**

L'accessibilità e la visibilità sono efficaci strumenti di conoscenza; e la conoscenza è la più efficace strategia per la tutela del patrimonio culturale. Quello che è accessibile, visibile e conosciuto al più ampio pubblico può essere più facilmente tutelato. Per questo la rappresentazione e la comunicazione si configurano sempre più come importanti strategie per la tutela delle risorse paesaggistiche e per lo sviluppo socio territoriale dei territori, soprattutto in quei contesti in cui il paesaggio si configura come la principale risorsa su cui basare le politiche di sviluppo dei territori in crisi. È necessario concentrare le attività di ricerca sull'esplorazione degli usi sostenibili e sulle strategie di conservazione.

Il paesaggio e il patrimonio culturale e ambientale vengono considerate come le principali risorse su cui fondare le future politiche di sviluppo sociale ed economico dei territori, per questo è necessario focalizzare l'attenzione della ricerca verso l'esplorazione di nuove modalità di fruizione e di tutela sostenibile. L'accessibilità, fisica ma anche visiva, ovvero la fruizione e la percezione delle risorse paesaggistiche è il primo strumento di conoscenza delle stesse; e la conoscenza è la strategia più efficace per la tutela. Il concetto di tutela si va così oggi ampliando e rinnovando grazie alle nuove opportunità legate alle nuove tecnologie di analisi, rappresentazione e di comunicazione. Percezione, rappresentazione, modellizzazione, analisi, monitoraggio, visualizzazione, simulazione, sensibilizzazione, divulgazione e comunicazione sono alcuni degli ambiti in cui le scienze grafiche sono chiamate oggi a dare il loro contributo e a dialogare con le discipline del progetto e della pianificazione della città e del territorio, come si discuterà nei capitoli successivi.

### 3. La rappresentazione come strumento di accesso alle risorse territoriali

#### 3.1. La rappresentazione nel progetto del paesaggio

Il progetto del paesaggio non può che passare per una sua rappresentazione che deve essere in grado di rappresentare non solo un orizzonte spaziale univocamente definito, riferibile alla sola sfera materiale e al tempo presente ma deve sperimentare la rappresentazione degli aspetti meno tangibili quali quelli sociali, culturali e soprattutto temporali. Per questo la limitazione del campo di indagine del progetto del paesaggio ad un segmento temporale ristretto se non istantaneo deve essere visto come limitante. Il paesaggio che noi oggi possiamo percepire costituisce uno stadio di un paesaggio che prima si presentava attraverso una differente percezione e che nel futuro si prepara ad ulteriori cambiamenti. Uno sguardo diacronico deve riconoscere le potenzialità evolutive aprendo la strada a politiche capaci di favorirne il percorso. Alla rappresentazione dello stato attuale del paesaggio dovrebbero affiancarsene altre capaci di descrivere il processo trasformativo che ha consentito la costruzione di quel paesaggio e quello che le politiche previste possono costruire.

Le rappresentazioni sono la base per il disegno delle politiche e dei progetti che hanno ricadute importanti sulla quotidianità delle popolazioni insediate nei territori. Allo stesso tempo, le immagini mentali, le pratiche sociali, i comportamenti individuali e collettivi devono essere visti come azioni fondamentali per il progetto del paesaggio. Se si considera il paesaggio come prodotto sociale è necessario che tali rappresentazioni possano essere lette e comprese da un pubblico eterogeneo, non solo esperto. Emerge la necessità di uno sguardo capace di allargare il campo visivo verso altre dimensioni e interlocutori attraverso la contaminazione tra i saperi e il confronto tra i diversi attori coinvolti nella produzione, nella gestione e nella fruizione dell'informazione territoriale. La deriva percettiva che spesso caratterizza i progetti del paesaggio e

le rappresentazioni catalogatrici considera il paesaggio come semplice immagine ed esalta la ricerca di particolari caratteri quali rarità, tipicità, unicità, autenticità etc., rischiando di trascurare i processi sociali, culturali, ambientali che hanno dato origine a quelle immagini che si vorrebbero conservare a godimento di popolazioni spesso differenti da quelle insediate sui territori. I dispositivi spaziali disegnati rappresentano una possibile percezione del paesaggio basta su criteri definiti attraverso uno sguardo soggettivo. Le caratteristiche di integrità, rarità, tipicità, unicità sono attribuite e non connaturate. Se si considera il paesaggio come prodotto sociale, inoltre, è necessario che tali rappresentazioni possano essere lette e comprese da un pubblico eterogeneo, non solo tecnico, soprattutto alla luce del fatto che le rappresentazioni diventano poi politiche e progetti che hanno ricadute importanti sulla quotidianità delle popolazioni insediate nei territori. Oltre alla rappresentazione orientata al solo sapere esperto, può essere in questo senso utile un progetto di comunicazione integrata – capace di calibrare mezzi, tecniche, strumenti e linguaggi di comunicazione sulle diverse popolazioni interessate, insediate e non – finalizzato alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica, alla più generale costruzione della sfera pubblica in un'ottica di costruzione collettiva del paesaggio.

La rappresentazione del progetto del paesaggio restituisce spesso un'immagine relativa del territorio che non tiene conto dei processi in corso e che da rappresentazione dello status quo del paesaggio ne diventa automaticamente e inconsapevolmente progetto. Le procedure di analisi e conoscenza consolidate, diffuse e attualmente adottate a livello globale, basate sulla classificazione, sulla zonizzazione dei paesaggi e sulla loro rappresentazione per atlanti – intesi come collezioni e schedature di icone paesaggistiche – divengono spesso il fine ultimo dei percorsi esplorativi anziché il mezzo con cui iniziare a ragionare sul progetto dei paesaggi. Le linee che rappresentano lo stato del paesaggio divengono in questo modo segni di progetto che ambiscono a cristallizzare processi dinamici e a mantenere invariata la percezione di fenomeni difficilmente modificabili o confinabili. Le zonizzazioni derivanti da approcci deterministici tendono inoltre a semplificare la complessità del territorio omogeneizzando sulla carta ambiti generati da storie e processi differenti. La mappa non è il territorio ma, dal momento in cui i confini disegnati si trasformano in politiche di conservazione o di trasformazione che definiscono le forme del territorio, il territorio rischia di diventare mappa, ovvero l'immagine ferma della visione di chi l'ha disegnata.

### 3.2. Progettare la percezione del paesaggio attraverso le mappe dei cammini

Il nostro paese è attraversato da una fitta rete di sentieri, che sono stati creati nel corso del tempo per svariati motivi e che possono diventare un mezzo per fruire le risorse paesaggistiche in modo sostenibile. Uno dei primi strumenti per progettare e costruire il paesaggio è stato l'atto del camminare. Attraverso il camminare il paesaggio è stato per secoli attraversato, trasformato, percepito, rappresentato, immaginato. Una infrastruttura leggera, sostenibile, capillare ha attraversato tutti i territori permettendo lo spostamento di uomini, merci, culture e idee. Con le trasformazioni tecnologiche e culturali questa rete che ha sostenuto la struttura del territorio è stata gradualmente abbandonata trasformando le gerarchie territoriali, i meccanismi non solo di trasporto ma di fruizione e di progetto del paesaggio. A distanza di mezzo secolo da queste trasformazioni, la situazione dei territori rurali denuncia il fallimento di un certo modello di sviluppo che ha messo in crisi i territori rurali e marginali, tuttavia in questo quadro proprio i cammini, i sentieri e i percorsi in generale possono avere ancora un ruolo importante.

Il percorso non è un'infrastruttura. La parola percorso viene definita nei dizionari come lo spostamento da un luogo a un altro; il cammino, il tragitto, il tracciato che si percorre nello spostarsi tra due punti. Un percorso non è, dunque, un'infrastruttura costruita, benché necessiti di infrastrutture per potersi realizzare. Il percorso è un'immagine mentale costituita da:

- un punto di partenza;
- un tragitto;
- un punto di arrivo.

Per fare un percorso sono necessari questi tre elementi la scelta dei quali dipende dalle ragioni del percorso e dalle condizioni in cui esso avviene.

Il percorso può, tuttavia, coincidere con l'infrastruttura, come nel caso del movimento obbligato dei treni su binari, o può anche poggiarsi ad esso in maniera più libera, come il movimento dei pedoni negli spazi urbani, così come può totalmente svincolarsi dalle infrastrutture costruite per guidare i movimenti. Sono per esempio percorsi anche quelli tracciati dalle carovane nel deserto e quelli tracciati dalle imbarcazioni in mare aperto, entrambi privi di infrastruttura fisica che ne guidi i tragitti.

Se pensiamo ai percorsi in ambito urbano, essi si relazionano alle infrastrutture costruite senza seguirle passivamente ma scegliendo tra le

diverse a disposizione che consentono di soddisfare i bisogni di chi si deve spostare; bisogni che possono essere dei più svariati tipi: economici (tempo, distanze, costi...), estetico-percettivi (comfort, varietà, qualità del paesaggio attraversato), utilitaristici (possibilità di soddisfare più bisogni e conseguire più obiettivi). Sulla base di queste esigenze si sceglie come muoversi, dove muoversi e quali tracciati seguire. Queste scelte vengono fatte sulla base delle esperienze, conoscenze e informazioni disponibili.

Possiamo dunque dire che il percorso è informazione. Quando si conosce il contesto, lo spazio del movimento, il percorso nasce dall'elaborazione mentale delle informazioni disponibili. Quando invece le informazioni non sono disponibili si ha la necessità di procurarsele e costruirsi le immagini mentali che consentono di costruire il percorso usando immagini reali, ovvero le carte e le mappe tematiche in tutte le loro possibili declinazioni.

Il percorso diventa in questo modo una questione di rappresentazione e in particolare di rappresentazione del paesaggio, sia esso alla scala architettonica, urbana o territoriale.

Il percorso per compiersi necessita dunque non solo di condizioni spaziali adeguate ma anche e soprattutto di informazioni adeguate e di forme di rappresentazione di tali informazioni. Il percorso è dunque il frutto non tanto della costruzione dell'infrastruttura ma del percorso di costruzione della sua rappresentazione, è dunque anch'esso il prodotto della filiera della rappresentazione del paesaggio.

### **3.3. Le mappe dei cammini come strategia di sviluppo orientata al riequilibrio territoriale: un caso di studio**

Si riportano di seguito i contenuti di un progetto di ricerca denominato Rural Land Walks che propone un approccio allo sviluppo locale fondato sulla promozione delle risorse paesaggistiche, culturali e ambientali degli ambiti rurali in forte crisi economica, demografica e socio-culturale; emergenza, questa, che accomuna l'intero panorama europeo, caratterizzato da intensi fenomeni di urbanizzazione e spopolamento delle campagne con importanti ripercussioni nella gestione del patrimonio paesaggistico e nel funzionamento ecosistemico di rilevanti parti del territorio.

Il progetto intende affrontare il tema della crisi socio-economica delle aree rurali che, negli ultimi decenni, sono state investite da un declino

legato alla trasformazione delle strategie economiche e produttive che hanno portato a una profonda crisi delle strutture territoriali che vedono spopolarsi le campagne, scomparire gradualmente le attività economiche, i servizi, e al contempo affievolirsi le opportunità di occupazione per i giovani e crescere la vulnerabilità sociale e la frammentazione dei segmenti di popolazione insediati nelle aree rurali. Il tramonto dei tradizionali modelli di sviluppo ci consegna un territorio rurale ormai al collasso e ci chiede di ripensare nuove opportunità per quei territori soggetti ad abbandono e crisi demografica, sociale, economica, culturale e produttiva.

Occorre interrogarsi sulle prospettive di questi territori oggi da reinventare, individuando le potenzialità che possono offrire ai modelli di vita urbani che caratterizzano la condizione contemporanea.

La principale risorsa su cui questi territori possono e devono investire è il proprio patrimonio storico, culturale, ambientale e paesaggistico. In anni recenti si assiste all'affermazione di una nuova consapevolezza e sensibilità sull'importanza del patrimonio delle aree rurali che è, allo stesso tempo, ambientale, paesaggistico, storico-culturale, sociale ed economico. La "Carta Rurale Europea", sottoscritta dai Paesi membri del Consiglio d'Europa, definisce i principi per le politiche di sviluppo e tutela delle aree rurali. Secondo la Carta Rurale, gli Stati del Consiglio d'Europa devono farsi carico in tempi relativamente brevi di controllare ed eliminare le cause che rischiano di avviare molta parte dello spazio rurale europeo alla spirale del declino: crisi dell'agricoltura; esodo dalle campagne, ineguaglianza delle infrastrutture, dei servizi, delle condizioni di vita e delle aspettative occupazionali dei giovani; scomparsa delle istituzioni locali, debolezza politica legata al progressivo indebolimento economico; perdita di coscienza del proprio valore delle ormai rassegnate comunità rurali.

Un ruolo determinante per lo sviluppo e valorizzazione del territorio viene rivestito dal cosiddetto "turismo rurale" che si differenzia dalle forme tradizionali del turismo di massa ed assume i connotati del turismo responsabile e sostenibile, favorendo la conoscenza delle risorse paesaggistiche, del mondo agricolo, dei prodotti tipici, della cultura locale, di chi visita un luogo per relazionarsi ad esso, rispettandone le abitudini, le tradizioni ed i tempi, usufruendo al contempo dei servizi offerti dagli operatori economici localizzati in tali territori.

Uno dei principali attrattori di questi territori, esterni rispetto ai tempi, agli spazi e agli stili di vita delle aree maggiormente urbanizzate, è proprio la loro capacità di offrire esperienze nuove e differenti; percezioni del tempo e dello spazio, ritmi e stili di vita alternativi a quelli offerti dalle

città. Per questo si va affermando in tutta Europa una nuova, ma allo stesso tempo antica, modalità di fruizione di tali territori, quella che vede l'uso di infrastrutture e modalità di percorrenza sostenibili e alternativi, che danno vita a vere e proprie forme di turismo pedonale, equestre e a reti cicloturistiche. Questi mezzi di trasporto alternativi consentono il raggiungimento di mete e luoghi alternativi, spesso poco noti ed esplorati, permettono la definizione di nuovi flussi capaci di attivare e riattivare economie in crisi e nuove opportunità occupazionali

Il Consiglio d'Europa, insieme all'Istituto Europeo degli Itinerari Culturali, ha intrapreso un'azione importante di sostegno e di riconoscimento ufficiale che, prima con il Cammino di Santiago di Compostela e poi con la Via Francigena, ha dato l'impulso ad una forte crescita in tutta Europa, a livello nazionale e regionale, di diversi cammini culturali e turistici tematici. Le reti dei percorsi, dei sentieri e dei cammini nascono per tutelare aspetti culturali e sociali della società di oggi e, al tempo stesso, per promuovere in Europa un turismo sostenibile e di qualità, in particolare nelle zone rurali e nelle destinazioni meno note.

Il progetto applica la strategia del percorrere i paesaggi, come opportunità per lo sviluppo socio-economico territoriale, al territorio della Sardegna, che ha una sua storia e una sua tradizione di percorsi, sentieri e cammini che necessita di essere riscoperta, ricostruita, resa disponibile attraverso un processo di studio, ricerca, progetto e comunicazione. Cammini religiosi e vie di pellegrinaggio, vie della transumanza, collegamenti storici locali e sovralocali, sentieri naturalistici, percorsi sportivi, sono solo alcuni degli esempi di segmenti, a volte già noti e fruiti, della rete che necessitano però di essere messi a sistema, resi fruibili, segnalati e comunicati, proprio attraverso il progetto che permetterà di collegare tra di loro tutti i segmenti, di relazionarli con i nodi viari, di collegarli con i principali attrattori turistici territoriali (aree parco, monumenti, ecc.) e di collegarli allo stesso tempo con nuove destinazioni, nuovi territori che gli operatori socio-economici locali vorranno inserire nella rete.

Alla costruzione della rete infrastrutturale che consente di percorrere, attraversare e percepire i territori si affiancherà la costruzione di una rete di operatori socio-economici che coopereranno per la gestione, la promozione e lo sviluppo della rete, in quanto capace di portare benefici economici e sociali tangibili alle proprie attività contrastando il fenomeno di frammentazione delle iniziative e degli interessi che spesso sono il principale ostacolo alla crescita e allo sviluppo dei territori.

Rural Land Walks è un'infrastruttura territoriale, costituita da una rete di cammini percorribile a piedi, capace di collegare e attraversare l'inte-

ro territorio regionale della Sardegna e a individuare una rete di nodi di servizi utili alla sua fruizione, con l'obiettivo di dare nuovo impulso allo sviluppo socio-economico dei territori rurali, stimolare l'innovazione dei sistemi locali, contrastare la frammentazione e la vulnerabilità sociale dei segmenti di popolazione insediata in ambito rurale.

### *3.4.1. Rural and Walks: una rete dei percorsi camminabili regionali*

Rural Land Walks è una rete infrastrutturale leggera e sostenibile che permette di attraversare il territorio, di conoscerne le risorse paesaggistiche, ambientali, storiche e culturali attraverso modalità di percorrenza alternative. Il territorio, se opportunamente progettato, può essere percorso a piedi in tutta la sua estensione permettendo la costruzione di flussi turistici diversi da quelli attualmente già consolidati, interessati al raggiungimento di mete alternative, alla conoscenza di luoghi altri, ad una diversa percezione del paesaggio, segnata da tempi, ritmi e suggestioni differenti.

Rural Land Walks è una rete di percorsi, sentieri, cammini che vuole far conoscere una Sardegna differente favorendo la riscoperta e la progettazione di una rete infrastrutturale oggi dimenticata e la parallela rivelazione di una rete socio-economica di attori, operatori, soggetti che possono beneficiare della rete infrastrutturale e per questo possono prendersene cura.

Rural Land Walks è un progetto che si ispira alle ormai consolidate esperienze delle vie dei pellegrinaggi e dai cammini che attraversano l'Europa riattivando economie, rimettendo in gioco territori dimenticati la cui marginalità diventa una risorsa. Il cammino di Santiago, La via Francigena sono solo alcuni degli esempi a cui oggi si ispirano molte delle azioni di ricoperta dei territori rurali; esperienze, queste, che hanno rivelato l'esistenza di una domanda alternativa di paesaggio, di storia, di ambiente, di conoscenza che cerca quel contatto, quell'immersione totale che solo il percorrere lentamente, l'attraversamento, la percezione sensibile può consentire.

Rural Land Walks è un progetto di ricerca e di ricostruzione dei tragitti che storicamente hanno attraversato il territorio di una regione e che messi in rete definiscono una rete infrastrutturale su cui fondare una nuova offerta turistica, ricreativa, sportiva, culturale ma anche capace di contribuire al miglioramento della qualità della vita delle popolazioni locali favorendo la mobilità locale, la costruzione di nuovi spazi pubblici

e le possibilità relazionali. La rete sarà composta da segmenti studiati in modo tale che le loro caratteristiche fisiche, ambientali e paesaggistiche ne consentano un agevole accessibilità e percorribilità. Tali segmenti saranno scanditi da nodi di servizio nei quali i fruitori possano trovare tutti i servizi necessari quali alloggi, punti ristoro, attività commerciali, ricreative e socio-culturali. Nodi e segmenti della rete non saranno costruiti ad hoc, non avranno necessità di interventi radicali o di ingenti investimenti sul territorio, ma si appoggeranno alle infrastrutture esistenti, ai labili segni che rimangono dei tracciati storici, agli edifici dismessi che attendono di essere riconvertiti, alle attività economiche e agli operatori già localizzati sul territorio che potranno trarre dalla rete Rural Land Walks nuovo impulso.

Rural Land Walks è anche una rete infrastrutturale utile agli spostamenti locali di piccolo raggio, che può migliorare la qualità della vita delle aree rurali e periurbane nonché i collegamenti e la dotazione infrastrutturale delle situazioni ibride tra città e campagna. Nella vaste aree del territorio in cui l'urbanizzazione si è diffusa nel territorio rurale con una densità molto bassa, così come nelle borgate rurali, la rete dei percorsi pedonali assume il ruolo di connettore urbano, di spazio pubblico e di servizio utile agli abitanti.

Rural Land Walks è un progetto di comunicazione di una rete che può costruirsi solo attraverso il coinvolgimento degli enti locali, delle comunità locali, degli operatori economici che operano ai diversi livelli, locale, regionale e internazionale, e che necessita di questo l'individuazione di strategie di comunicazione capaci di suscitare interesse e catturare l'attenzione di tutti i potenziali attori che possono trarre vantaggi dalla rete, sia in termini economici, che sociali che in relazione al miglioramento della qualità della vita.

Rural Land Walks è una rete di reti. Una rete che mette a sistema le reti infrastrutturali con quelle sociali ed economiche. Una rete di reti infrastrutturali che mette a sistema la rete dei percorsi storici degli spostamenti sovralocali, la rete dei cammini tradizionali dei pellegrinaggi o comunque legati ai culti, la rete delle vie della transumanza, la rete dei sentieri naturalistici, la rete degli itinerari culturali, quella delle attività sportive e ricreative open-air. Una rete che mette a sistema le reti dei percorsi, dei cammini e dei sentieri con le reti degli operatori economici localizzati nel territorio. Una rete di reti che il progetto Rural Land Walks rivelerà e completerà attraverso il progetto degli elementi mancanti, che possano completare e dunque far funzionare il sistema.

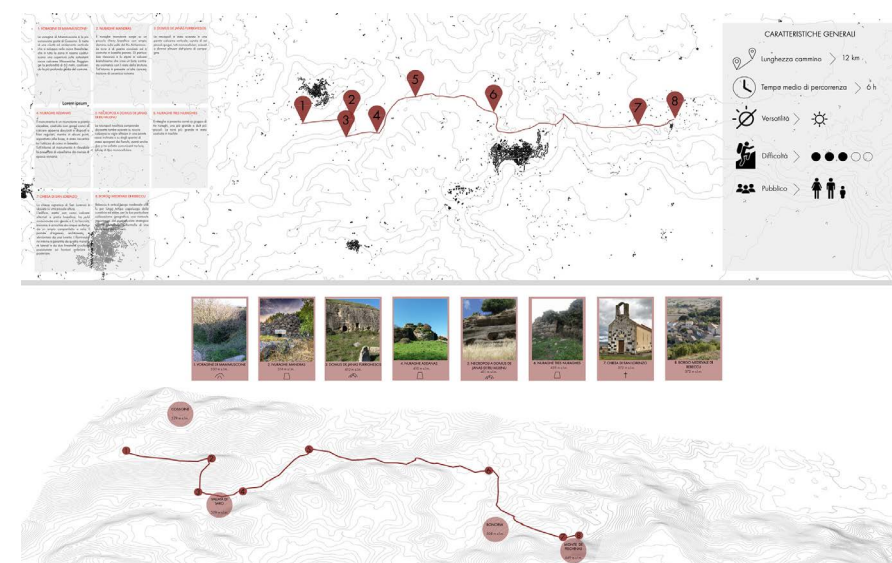


Fig. 1: esemplificazione di mappatura di percorsi per la fruizione delle risorse paesaggistiche. Elaborazione grafica di Daniela Salaris

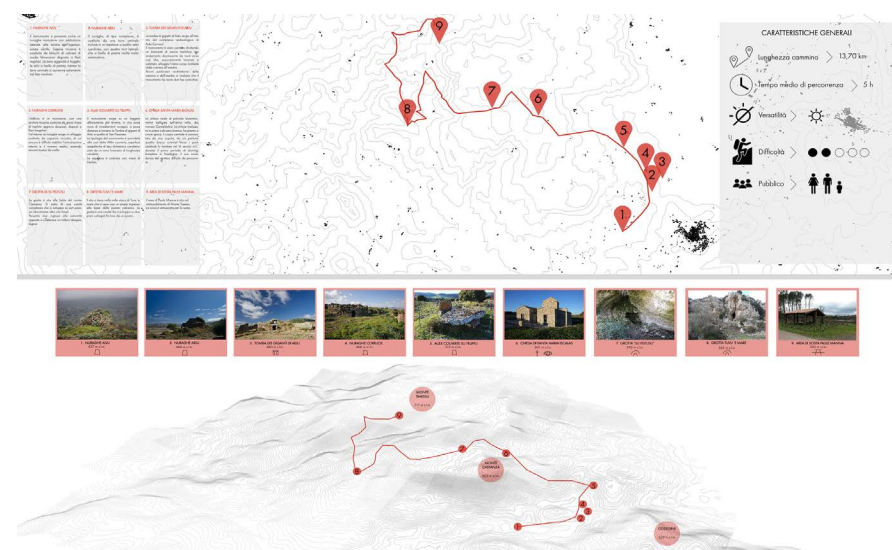


Fig. 2: esemplificazione di mappatura di percorsi per la fruizione delle risorse paesaggistiche. Elaborazione grafica di Daniela Salaris

## 4. I percorsi come strumento di percezione del paesaggio e strategia di attrazione dei flussi territoriali

### 4.1. Percepire il paesaggio attraverso i percorsi

Il ruolo del paesaggio e le sue potenzialità in termini sociali economici e ambientali sono stati a lungo ignorati e sottovalutati. Oggi, tuttavia, si guarda al paesaggio in maniera differente: non più solo come un elemento di corredo del territorio ma come un elemento chiave da cui ripartire. In questa nuova visione del paesaggio un ruolo non secondario è rivestito dalla riscoperta dei cammini, dei percorsi, dei mille sentieri sia quelli che già esistono e che sono stati dimenticati o abbandonati o che sono ancora utilizzati ma poco valorizzati sia quelli che possono essere progettati ex novo per esplorare il paesaggio e allo stesso tempo i luoghi che lo compongono e lo accompagnano. In particolare oggi si guarda a questo genere di percorsi come una risorsa importante per lo sviluppo dei territori rurali. Negli ultimi decenni, infatti, si è assistito ad una crescita costante dei flussi legati al trekking, all'escursionismo, alle passeggiate all'aperto e in generale al turismo ambientale e naturalistico, che viene spesso descritto come uno dei settori in più rapida crescita in molti Paesi. La capacità dei percorsi naturalistici di offrire esperienze alternative a quelle offerte dalle città come un maggiore contatto con la natura, un ritmo meno frenetico, il raggiungimento di uno stato di maggior benessere psico-fisico, ne spiega, in una società costantemente sotto pressione, le ragioni del successo. Questo tipo di turismo non solo può essere considerato come quello maggiormente compatibile con le esigenze di conservazione della natura, può anche diventare una importante fonte di

reddito e occupazione per le comunità locali. I percorsi legati alla natura hanno, infatti, se opportunamente guidati, il potenziale per sostenere nuove economie e favorire nuove opportunità di lavoro nelle aree rurali che attraversano. Tuttavia, per attivare questo potenziale è necessario capire quale approccio adottare nella pianificazione di questi percorsi e quali aspetti tenere in conto.

Il paesaggio costituisce un fattore rilevante sia nella percezione che i visitatori possono avere di data area che hanno scelto di visitare sia nella motivazione alla base della scelta di una data destinazione da raggiungere. Le componenti presenti in un contesto paesaggistico aggiungono valore alla destinazione e allo stesso tempo influenzano la decisione turistica.

Il paesaggio può essere considerato il risultato di una visione individuale e collettiva di uno specifico territorio (Carneiro et al., 2015), che traduce la complessità degli elementi e dei fattori che lo compongono influenzandone l'attrattività e l'armonia (Bertrand, 2014). Il paesaggio infatti non è una semplice sovrapposizione di elementi ma piuttosto il risultato di una combinazione che nel suo insieme delinea un ambiente unico e indissociabile. Allo stesso tempo è il prodotto non solo delle sue componenti naturali (rilievo, vegetazione e suolo), ma anche della cultura che permea l'ambiente circostante di chi lo ha abitato e di chi lo abita (Liberato, 2020). Questa visione del paesaggio si è andata affermando a livello scientifico, politico e legislativo e ha acceso l'attenzione verso le modalità attraverso cui fruire del paesaggio in modo da combinare la tutela dello stesso con la possibilità di uno sviluppo economico fondato sulla sua valorizzazione. In questo quadro l'incremento di una domanda verso la dimensione ambientale e la ricerca di destinazioni alternative alle mete urbane e al turismo di massa ha portato a riconsiderare l'esplorazione del paesaggio attraverso i percorsi e la pratica del camminare.

Negli ultimi decenni si è verificata una crescita costante dei flussi di persone legati al trekking, all'escursionismo, al birdwatching, ecc. e in generale ai percorsi naturalistici, tanto nei paesi sviluppati quanto in quelli in via di sviluppo (Forsyth, 2015; Lo, 2009; Frank et al., 2006). La loro espansione è legata all'espansione del turismo ambientale e naturalistico, che si sono ritagliati negli anni uno spazio nel settore dei viaggi turistici degno di nota (Luzar et al., 1995; Goodwin, 1996).

Sebbene sia estremamente difficile fornire dei dati precisi sul fenomeno, sono state fatte varie stime a riguardo sia a livello mondiale che nazionale. Il World Resource Institute, ha stimato che mentre i flussi turistici mondiali totali crescono ad un tasso medio del 4,3% il turismo naturalistico cresce ad un tasso medio annuo prossimo al 20%. Secondo

i dati del rapporto “Natura e cultura. Le aree protette, luoghi di turismo sostenibile,” realizzato dal ministero dell’Ambiente con la collaborazione di Unioncamere, Fondazione sviluppo sostenibile e Federparchi, le presenze legate al turismo naturalistico nel nostro paese nel 2015 sono state circa 30,5 milioni (Mattm, 2017).

Anche se le cifre relative a questo settore non sono facilmente verificabili e questi valori possono cambiare, a volte anche considerevolmente, a seconda del metodo utilizzato per effettuare le valutazioni c’è unanimità tra le varie fonti nel rilevare un trend positivo (i dati più attendibili sono certamente quelli che fanno riferimento agli accessi relativi alle aree parco che prevedono il pagamento di un ticket, ma questi tuttavia sotto-stimano il fenomeno poiché ne colgono evidentemente solo una parte).

In ogni caso sebbene il numero di turisti che afferiscono all’ambito naturalistico rimanga una piccola percentuale del totale dei visitatori legati ad altri aspetti, il tasso di crescita di questo comparto ha attirato una certa attenzione per i possibili risvolti economici e commerciali che può avere. Anche la letteratura accademica si è interessata a vari aspetti di questo filone (Higgins, 1996).

Il paesaggio, rappresenta in questo ambito un importante valore aggiunto del territorio, poiché questo genere di turismo più di ogni altro, ricerca luoghi autentici connotati da una propria personalità. In questo caso l’obiettivo del turista non si limita al riposo o alla voglia di evasione, ma considera importante l’arricchimento di sé e del proprio bagaglio culturale (Gonzalez, 2007).

#### **4.2. I cammini come infrastrutture paesaggistiche**

In un certo senso la prima vera forma di turismo è stata il turismo religioso, in particolare il turismo religioso cristiano (Rinschede, 1992).

L’intero continente europeo è attraversato da una rete di percorsi millenari tracciati dai pellegrini medievali che per fede o imposizione hanno intrapreso un lungo cammino fisico e spirituale che li ha portati ad attraversare territori e paesaggi diversi e che oggi sono riconosciuti e tutelati dall’UNESCO come itinerari storici e culturali e, quindi, Patrimonio dell’Umanità. È il caso del cammino di Santiago di Compostela che sebbene noto come un unico itinerario era formato in realtà da più vie con un’unica destinazione (la Via Tolosana, la Via Podense, La Via Lemo-vicense, Via Turonense,..).

A partire dall’XI secolo, il Cammino di Santiago divenne un fenomeno

di portata europea, grazie soprattutto al sostegno dei regni di Navarra e di Leon, che diedero un grande contributo alla sistemazione del tracciato di massima di quello che ancora oggi è noto come Camino Francés (Zanni, 2016). Esso sfruttava vie di comunicazione preesistenti, soprattutto antiche vie romane, e venne dotato di infrastrutture quali ponti, ostelli, chiese, abbazie e monasteri per dare accoglienza e rifugio ai viandanti. Grazie all’intensità dei flussi di pellegrini che lo percorrevano lungo l’itinerario nel tempo sorsero numerosi centri abitati, che beneficiarono del passaggio dei viandanti e dei traffici commerciali che si muovevano sul percorso. Tuttavia a causa degli eventi storici successivi prima nel XIV poi nel XVI secolo le avverse condizioni sociali, politiche e religiose portarono a una crisi dei pellegrinaggi in tutta Europa, e a un graduale abbandono di queste vie. Tuttavia tra gli anni 80 e 90 grazie a una serie di iniziative religiose e laiche, all’interessamento di storici, religiosi, appassionati e successivamente amministratori è iniziata una ripresa di interesse che ha messo lentamente in moto un meccanismo di rigenerazione territoriale che può costituire un utile esempio anche per altri tipi di cammini.

Nel 1982 la visita fatta da papa Giovanni Paolo II ha certamente acceso dei riflettori su Santiago di Compostela così come la Giornata Mondiale della Gioventù del 1989. Nel 1987 il Consiglio d’Europa ha proclamato il Cammino Francese “Primo Itinerario Culturale d’Europa”, e nel 1993 è diventato Patrimonio Culturale dell’Umanità. Con l’Anno Santo Jacobeo del 2004 l’afflusso di pellegrini, in crescita costante dal 1985 (quando furono 2491 i pellegrini giunti a piedi a Compostela), ha toccato le 180 mila presenze (Zanni, 2016), mentre nel 2017 l’afflusso di pellegrini ha superato le 300mila unità.

In Italia si è cercato di perseguire un analogo risultato riscoprendo la via Franchigena, anch’essa come nel caso del cammino di Santiago di Compostela più che un singolo tracciato, un insieme di percorsi intensamente attraversati per tutto il medioevo. Verso la fine degli anni 90 infatti si è, infatti, iniziato a ragionare sulla possibilità di ripercorrere a piedi come in passato i cammini che la compongono. Nel 2001 è nata l’associazione italiana dei comuni della via Francigena divenuta nel 2006 associazione europea delle vie francigene con lo scopo di collegare tra loro i numerosi enti interessati dal passaggio nel loro territorio della via. Nello stesso anno il Ministero italiano dei Beni Culturali e Turismo (MIBACT), e le autorità e associazioni locali per il percorso italiano, hanno avviato un processo con il quale è stato riconosciuto un unico percorso che si estende per circa 1.031km tra il Passo del Gran San Bernardo e Roma. Percorso che interessa i territori amministrativi di 140 comuni attraversando 7 regioni:





con l'elemento naturale che caratterizza i contesti urbani densamente popolati ha contribuito ad alimentare l'interesse per i percorsi e i sentieri come alternativa ad altre forme di svago.

Questi percorsi, come nel caso dei cammini religiosi precedentemente citati possono influire sul benessere economico dei territori che attraversano, alimentando nuove economie e creando nuove opportunità di lavoro (Faulks, Pet al., 2007; Timothy, Boyd, 2015; Olsen, Trono, 2018). A questo proposito, alcuni studi hanno cercato di stimare i benefici economici di una rete sentieristica ben pianificata (Kastenholz, Rodrigues, 2007). Questi studi dimostrano che queste reti possono costituire realmente un'opportunità per alcuni territori. Per questo motivo questo tema diventa rilevante specialmente per quelle aree rurali che da un lato sono oggetto di una profonda crisi causata dalle trasformazioni sociali economiche e produttive avvenute nell'ultimo secolo, dall'altro sono custodi di un immenso patrimonio ambientale, storico e culturale che merita di essere scoperto e valorizzato. Tuttavia, affinché si possano conseguire veramente dei risultati occorre raggiungere un numero significativo di visitatori, e questo può avvenire solo se vengono soddisfatte diverse condizioni. Non è sufficiente che un percorso esista o che venga segnalato come tale dal momento che più elementi concorrono al successo di operazioni di questo tipo.

Affinché un sentiero sia percorso, occorre una strategia di tipo sistemico e occorre dedicare attenzione ad ogni fase della progettazione, manutenzione e gestione. Una buona pianificazione è fondamentale, e occorre saper tener conto delle richieste, delle esigenze, dei desideri e delle aspettative degli utenti che non sempre tuttavia sono coerenti tra loro o possono essere note a priori. Lo studio e la comprensione di come progettare e gestire una rete di sentieri al fine di aumentare la sua frequentazione costituisce un aspetto non secondario per la disciplina della pianificazione alla luce dei ragionamenti prima richiamati sul loro possibile ruolo territoriale. Anche per questo motivo è possibile notare un crescente interesse per la ricerca sui sentieri nella comunità scientifica nel corso del tempo (Godtman Kling, et al. 2017; Hall et al., 2017).

A questa tematica possono essere ricondotti vari filoni di ricerca, poiché il rapporto tra aspetti turistici, camminabilità, paesaggio e sentieri può essere indagato in differenti modi e su di esso possono essere fatti convergere articoli che afferiscono a svariate tipologie di studi. Una prima distinzione può essere fatta in base al contesto in cui il percorso si sviluppa, ad esempio i sentieri in montagna e nelle aree alpine (Ballantyne et al., 2014; Hill, Pickering, 2006; Soares, Nunes, 2020), nelle foreste

(Aguirre, 2009; Farrell, Marion, 2001), e nelle campagne (Buckley, et al., 2009; Clark, 1997) o lungo le coste. In generale è possibile rilevare che i sentieri maggiormente analizzati sono quelli delle aree protette (parchi nazionali, foreste nazionali, siti del patrimonio mondiale dell'UNESCO, riserve naturali, praterie nazionali o aree Natura 2000 incluse) che sono oggetto di particolare attenzione anche grazie a un maggiore disponibilità di finanziamenti su cui possono contare (Godtman Kling et al., 2017).

La gran parte della letteratura sui sentieri è incernierata su sondaggi, e consiste in indagini attuate con diversi mezzi allo scopo di conoscere la consistenza del fenomeno e/o l'opinione di un certo numero di persone su un determinato aspetto relativo a un sentiero appena percorso. Nella maggior parte dei casi si tratta di lavori basati su interviste ai visitatori di un parco chiamati a rispondere oralmente o tramite questionari sia aperti che chiusi a una serie di domande finalizzate solitamente a raccogliere due tipi di informazioni: quelle utili a profilare l'utente e quelle utili a raccogliergli il gradimento. Diversi studi hanno focalizzato l'attenzione sulle caratteristiche dei visitatori (Pouta et al., 2004; Farias et al., 2005; Chhetri, et al., 2004; Petrosillo, 2007), al fine di individuare gli elementi comuni e analizzare eventuali differenze nel loro comportamento in base a possibili cluster legati per esempio all'età, al genere o al livello culturale. Alcuni lavori convergono sulla conclusione che il "turista di natura" si caratterizza per avere, in genere, un più alto livello di formazione scolastica, un più elevato reddito familiare, e una maggiore sensibilità per le tematiche dell'ambiente (Bimonte, Pagni, 2003). Emerge, inoltre, che si tratta di una categoria più esigente delle altre ma anche più disposta a sostenere in prima persona l'onere per una maggiore qualità dell'offerta (Bimonte, Pagni, 2003). Questo tipo di indicazioni possono costituire un utile supporto nella costruzione di una strategia turistica che miri a incentivare la spesa, e quindi le ricadute economiche dei sentieri sul territorio, piuttosto che puntare su una crescita delle presenze fine a sé stessa (Bimonte, Pagni, 2003).

Altri lavori hanno analizzato le preferenze dei visitatori, in termini di paesaggio, ambiente o altri elementi specifici del sentiero analizzato e hanno indagato il peso della percezione sui loro giudizi (Dorwart et al. 2009; Caber, Albayrak, 2016). Occorre qui sottolineare che l'aspetto percettivo costituisce un elemento chiave spesso sottovalutato. Molti studi, infatti, tendono a raccogliere le preferenze come un dato isolato trascurando invece un'indagine sui processi di formazione o di trasformazione delle stesse. Esiste una relazione piuttosto complessa che lega l'esperienza vissuta e le preferenze maturate. Queste, infatti, determina-

no le scelte e a loro volta sono influenzate e plasmate per effetto dell'esperienza vissuta a seguito della scelta fatta. Altri studi hanno cercato di indagare le motivazioni personali alla base delle scelte degli utenti (Farías Torbidoni, 2011), considerando queste come il vero elemento discriminante nell'apprezzamento o meno di un percorso.

Un'altra parte della letteratura sui sentieri è, invece, più focalizzata sulla loro progettazione materiale (Setola et al., 2018): sul percorso e i suoi attributi fisici (Pickering, Norman, 2017), sulle caratteristiche ambientali e il loro impatto sul tracciato (Tomczyk, Ewertowski, 2013).

Esiste anche una ricca letteratura sull'impatto dei sentieri sulla conservazione della natura in contesti particolarmente fragili sotto il profilo ambientale, il cui equilibrio può essere compromesso da un uso improprio o da una pressione antropica che seppur limitata può risultare eccessiva in rapporto alla capacità di sopportazione del contesto (Prideaux et al., 2012; Marion, Leung, 2011; Tomczyk, Ewertowski, 2016; Marion, Wimpey, 2017). A questo proposito gli impatti negativi maggiormente rilevati includono il calpestio di vegetazione o terreni sensibili, l'introduzione o la dispersione di piante invasive, il disturbo della fauna selvatica o di specie rare, o l'abbandono di rifiuti (Potito, Beatty, 2005; Hill, Pickering, 2006). La realizzazione di sentieri e il loro uso può frammentare e degradare gli habitat della fauna selvatica, così come la presenza di persone lungo i sentieri può turbare attività faunistiche essenziali come l'alimentazione, la riproduzione o l'accudimento della prole (Knight, Cole 1995). I sentieri a seconda di come sono realizzati possono alterare l'idrologia dei luoghi intercettando e incanalando le acque superficiali in modo inadeguato (Sutherland, 2001). A questo riguardo alcuni studi mettono a confronto i sentieri informali creati dai visitatori e con quelli ufficiali. I sentieri ufficiali dovrebbero guidare i visitatori in modo da permettere di fruire dell'ambiente limitando al minimo gli effetti negativi del passaggio delle persone. Le reti di sentieri ben progettate devono permettere esperienze ricreative piacevoli, e l'accesso a molti punti di interesse presenti in quel territorio. Quando le reti formali di sentieri non riescono a fornire ai visitatori l'accesso e le esperienze che desiderano, i visitatori spesso si avventurano "fuori dal sentiero" per raggiungere luoghi non accessibili dai sentieri formali, procurando involontariamente e inconsapevolmente dei gravi danni all'ambiente (Potito, Beatty, 2005).

Meno frequenti sono invece i lavori incentrati sui modelli per la valutazione della connettività dei sentieri (Taczanowska et al., 2014); o che sviluppano una valutazione quantitativa dell'impatto economico (Oh, Hammitt, 2010; Fitzpatrick, 2005).

#### **4.4. Criteri di progettazione e gestione delle reti di cammini**

Per cercare di comprendere le scelte dei potenziali utenti sui sentieri, in letteratura vengono considerati diversi attributi: alcuni intrinseci a un sito, come quelli legati alle sue bellezze naturali e al suo patrimonio, altri pertinenti le infrastrutture turistiche (Viveiros de Castro, et al., 2015). Sono inoltre perse in considerazione la politica di gestione (Balestrieri, Congiu, 2017), e la concentrazione delle attrazioni circostanti. Sebbene non ci sia unanimità in merito a quali siano gli aspetti che maggiormente incidono sulle preferenze dei visitatori, dalla letteratura sui sentieri e sul turismo naturalistico, si possono individuare alcuni elementi chiave che possono essere ricondotti fondamentalmente a quattro tipologie di aspetti, ovvero: aspetti legati alle caratteristiche proprie del luogo e del percorso; aspetti legati al contesto e alle capacità infrastrutturali; aspetti legati alla governance e alla comunicazione.

##### *4.4.1. Aspetti legati alle caratteristiche proprie del luogo e del percorso*

La capacità di un'area di attrarre e soddisfare i potenziali turisti, è correlata prima di tutto agli attributi della destinazione (ad esempio, vedi Cooper et al., 1993; Buhalis, 2000; Morrison, 2013). In questo senso può incidere in modo considerevole la presenza di beni naturali, culturali e paesaggistici che possono fare da catalizzatore per un elevato numero di utenti. La ricchezza del patrimonio presente lungo un percorso costituisce certamente un elemento discriminante che viene indicato in molti studi effettuati come una delle principali motivazioni degli utenti nella scelta di un luogo piuttosto di un altro. Un buon mix tra elementi naturali e testimonianze storiche può essere riscontrata in molti dei percorsi più noti e più frequentati. La presenza di tali beni concorre a definire l'identità, la personalità e la riconoscibilità dei luoghi in cui il percorso si articola. Le così dette bellezze naturali e i punti panoramici rimangono elementi impressi nei visitatori e risultano tra gli elementi che maggiormente concorrono a formare il giudizio e il gradimento su una data area. La dimensione visuale riveste in questo senso un ruolo centrale. Le qualità estetiche del paesaggio sebbene estremamente soggettive emergono negli studi basati su interviste e questionari come fattori ricorrenti. Il legame tra qualità estetica visiva del paesaggio e turismo è riconosciuto come un elemento che influenza il visitatore sia a livello conscio che inconscio (Kalivoda et al., 2014). Dal punto di vista oggettivo, tale qualità è

connessa ai caratteri e attributi propri del territorio che sono derivati dalla combinazione unica di elementi naturali e antropici, che formano fisicamente il suo paesaggio e ne determinano l'aspetto (ad esempio, forma, linea, consistenza, colore) e la visione di insieme (ad esempio, varietà, unità, vivacità, armonia). Gli elementi del paesaggio solitamente più citati includono la vegetazione (Angileri, Toccolini, 1993), l'acqua, ovvero la presenza di sorgenti, ruscelli, cascate etc (Dramstad et al., 2006; Bulut, Yilmaz, 2009), le testimonianze storiche di elementi costruiti ben conservati (Arriaza et al., 2004; Carneiro, 2014), i prati (Clay, Daniel, 2000), e la fauna. In termini di attributi visivi si trovano elementi quali l'unità (Coetier, 1996), il contrasto e la vivacità dei colori (Arriaza et al., 2004; Bulut, Yilmaz, 2009), la naturalezza (Palmer, 2004; Ode et al., 2009), o il senso di apertura degli spazi (Strumse, 1994). Kaplan et al. hanno argomentato che i punti di interesse, i punti panoramici e i corsi d'acqua non solo attirano l'attenzione dei visitatori ma riescono a sminuire l'impatto di alcune criticità che possono essere presenti lungo il percorso. In altri termini questi elementi possono compensare la presenza di aspetti negativi e ridurre la percezione. L'apprezzamento del paesaggio ha un impatto emotivo positivo e la capacità di generare emozioni positive costituisce a sua volta uno degli aspetti cardini dell'esperienza turistica. Il legame tra gradimento del paesaggio ed emozioni è richiamato spesso dagli studi sulla psicologia sociale (Prebensen, Foss, 2011). È piuttosto comune che i visitatori facciano riferimento alla «bellezza» e/o alla «qualità del paesaggio», come motivi per visitare alcuni luoghi (Marujo, Santos, 2012).

Il riconoscimento esplicito dell'importanza di questi fattori riflette i lavori sul rapporto tra turismo e destinazioni (An et al., 2019) e la qualità ambientale dell'area attraversata (Denstadli, Jacobsen, 2011).

Tuttavia la presenza di beni naturali ambientali e culturali costituiscono una condizione che può essere definita necessaria ma non sufficiente per sviluppare un'economia fondata su tali risorse. La presenza di beni naturali ambientali e culturali può rendere, infatti, potenzialmente attrattiva un'area e i percorsi che la attraversano ma necessità di essere opportunamente supportata.

#### 4.4.2. *Aspetti legati al contesto e alle dotazioni infrastrutturali*

Oltre alle caratteristiche intrinseche al luogo, assumono una certa rilevanza le caratteristiche del contesto. Un primo aspetto da considerare è quello dell'accessibilità, intesa prima di tutto ma non solo in senso fisico.

Un'elevata accessibilità favorisce la frequentazione dei sentieri e viceversa un'accessibilità limitata riduce considerevolmente il numero dei visitatori. Il grado di accessibilità è uno degli elementi cui occorre prestare attenzione poiché ha un peso sia sulla scelta del sentiero sia sulla frequenza delle visite. Questo aspetto è da valutare sia quando si considera l'accessibilità interna che esterna. Rispetto a quest'ultima per esempio il tempo di percorrenza per raggiungere una data località influenza le scelte dei potenziali fruitori (Xu et al., 2017; Gobster, 1995; Van Herzele, Wiedemann, 2003). A ciò si aggiunge che il bacino di utenza cambia in modo rilevante tra un percorso che si sviluppa fuori dall'ambito urbano ma vicino ad esso e uno che si sviluppa lungo aree isolate, poiché le scelte fatte sono influenzate dalla disponibilità di tempo. Inoltre, una notevole dimensione delle aree servite e della popolazione presente in queste aree può favorire una maggiore presenza di utenti (Lindberg, Veisten 2012).

È stato valutato che gioca un ruolo anche la posizione che un dato percorso possiede in relazione ad altri percorsi esistenti. Di solito la frequentazione è maggiore dove si rileva la presenza di un'ampia rete di sentieri e percorsi secondari, e dove è dunque presente un elevato grado di connettività. Al contrario, diminuisce con l'isolamento oltre che con l'aumentare del costo del viaggio verso la destinazione. Per tenere conto di questi aspetti in una buona progettazione i punti di ingresso dovrebbero essere dotati di parcheggi ma offrire anche la possibilità di collegamenti con mezzi pubblici oltre che privati per facilitare la raggiungibilità del luogo. Sotto il profilo dell'accessibilità è possibile distinguere i percorsi sulla base della difficoltà di percorrenza, su cui incidono diversi aspetti come la lunghezza e la pendenza. In questo senso le caratteristiche fisiche di un sentiero possono incoraggiarne o scoraggiarne l'uso. I sentieri facili, per lo più pianeggianti (ovvero con una pendenza che non supera i 6-8 gradi) e con una superficie dura e compatta sono adatti a tutti i visitatori, indipendentemente dalla loro esperienza escursionistica. I sentieri difficili, invece, possono avere molti dislivelli, essere ripidi, presentare degli ostacoli lungo il cammino e richiedere in alcuni casi l'uso di un'attrezzatura adeguata. Questi sentieri sono adatti ai visitatori esperti e quindi non adeguati a un vasto pubblico. Inoltre una caratteristica importante dei sentieri è rappresentata dal tipo di pavimentazione. I fondi sconnessi costituiti da materiali incoerenti o poco compatti, costituiscono un impedimento all'accessibilità delle persone con difficoltà motorie, alle carrozzine, ai passeggini e in parte anche alle biciclette. Anche la lunghezza essendo un elemento che concorre ad aumentare la difficoltà del

percorso in quanto incide sullo sforzo che deve essere fatto per portarlo a termine dovrebbe essere opportunamente valutata.

Un altro elemento che viene evidenziato in letteratura è la presenza di servizi e strutture come le aree attrezzate, i servizi igienici, la segnaletica o la predisposizione di fontanelle che sono citati spesso dagli intervistati (Taylor, 2015). Questi sono quelli che Downward e Lumsdon (2001) chiamano fattori tecnici. La disposizione di questi elementi lungo il sentiero può potenzialmente avere un effetto sull'esperienza del visitatore e di conseguenza sulle sue scelte (Kelley et al, 2016). Possono, infatti, avere un ruolo nell'indurre un turista a visitare o meno un sito, e possono anche essere influenti nel determinare il modo in cui il visitatore giudica la sua esperienza durante il percorso. In alcuni casi il visitatore preferisce un'area poco infrastrutturata perché più vicina all'idea di luogo incontaminato in altri invece la mancanza di certi tipi di servizi è vista negativamente. In questo senso conta molto la tipologia di fruitore, l'età e la familiarità alla vita all'aperto. Le famiglie e le persone di una certa età tendono a preferire percorsi attrezzati più adatti alle esigenze di un pubblico non particolarmente esperto o poco propenso a rinunciare ad alcune comodità.

A corredo di questi elementi va considerato il contesto ovvero tutto ciò che sta non lungo il sentiero ma nel suo intorno: insediamenti, attività produttive, attività commerciali, capitale sociale delle comunità. Coloro che prediligono questo tipo di turismo e di attività ricreativa privilegiano quei contesti in cui possono godere oltre che della qualità ambientale del territorio anche di esperienze culturali, venendo a contatto con usi, costumi e tradizioni locali.

La società odierna a causa dei processi di globalizzazione è soggetta a una forte spinta all'omologazione che appiattisce le differenze e le specificità. D'altro canto per attirare i flussi turistici si assiste spesso a operazioni di marketing che aderiscono a visioni stereotipate. In questo senso un aspetto non secondario è la ricerca di autenticità e la volontà di apprendimento. La maggiore attenzione per i prodotti locali e per la loro qualità che accomuna questo tipo di visitatore, per esempio, è espressione del desiderio di voler vivere un'esperienza di viaggio diversa dal puro consumo, così come una generale predisposizione verso le diverse espressioni della cultura locale. L'enogastronomia, l'arte del patrimonio, la cultura locale ed il contatto con il territorio, l'accoglienza "amichevole" e la disponibilità ad intrecciare rapporti con gli altri sono tutti elementi che vengono ricondotti a questo tipo di turismo (Gazzola et al., 2020).

Le aree rurali sembrano adattarsi perfettamente alle esigenze e alle

motivazioni di questi turisti, e sono percepite come aree in grado di fornire esperienze diverse che incontrano un mercato eterogeneo (Kastenholz et al., 1999).

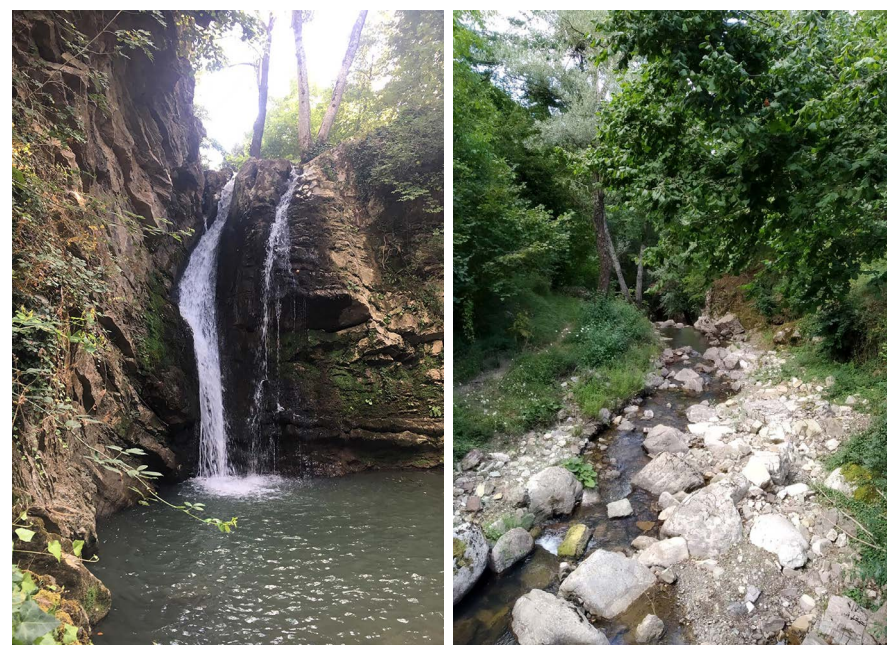
#### 4.4.3. *Aspetti legati alla governance e alla comunicazione*

La gestione del territorio e la manutenzione dei sentieri sono richiamati in letteratura in vari modi. Prima di tutto sotto il profilo della sicurezza e della appetibilità, soprattutto nel caso di sentieri in aree protette e parchi (Eagles, McCool, 2002; Lourens, 2007). Coloro che sono interessati ai sentieri e alla ricreazione a contatto con la natura ricercano la qualità ambientale, aree integre, poco antropizzate e la loro percezione della zona e della sua "naturalità" è fortemente influenzata dalle condizioni in cui versa il sentiero e più in generale il sito. I visitatori sono sensibili agli effetti palesi del passaggio di altri fruitori (come la presenza di rifiuti, o il danneggiamento della vegetazione) e allo stato di conservazione dell'ambiente come ad esempio all'esposizione delle radici degli alberi, all'abbattimento degli alberi, alla perdita di vegetazione e all'erosione del suolo (Roggenbuck et al., 1993; Hollenhorst, Gardner, 1994). Le attività di manutenzione, come il decespugliamento, la sramatura, la pulizia e manutenzione del fondo, la creazione di canalette e deviatori per l'acqua, la chiusura di passaggi non idonei, la posa e manutenzione di attrezzature fisse, ecc costituisce un aspetto critico della sentieristica poiché richiede grande dispiego di mezzi a fronte di limitate risorse economiche e ha un certo impatto sui visitatori. Spesso la manutenzione è attuata grazie al contributo di associazioni di volontariato che si fanno carico di una parte di queste operazioni. Tali associazioni costituiscono una risorsa importante sotto molti aspetti e in alcuni casi il loro ruolo nel promuovere un determinato sentiero è stato riconosciuto come determinante in quanto capace di contribuire a creare una maggiore consapevolezza intorno al percorso.

Tuttavia se anche le caratteristiche proprie dei percorsi e del contesto circostante sono importanti le esperienze di maggiore successo si caratterizzano per essere riuscite a distinguersi in termini di pianificazione e governance. La capacità di trasformare le risorse territoriali in occasione di sviluppo sono infatti legate alla costruzione di una visione più generale che guardi ai sentieri e ai territori attraversati in modo sistemico e coordinato e guidi ogni azione secondo una prospettiva di medio lungo termine. Il coinvolgimento del settore privato, in particolare degli attori

locali, come gli imprenditori o le associazioni, è un fattore determinante che facilita il processo di ricostruzione territoriale a partire dai sentieri e quindi dall'ambiente come catalizzatore della rigenerazione locale. Una disponibilità capillare di alloggi a basso costo, e lo sviluppo del circuito dell'accoglienza, anche attraverso la formula dell'albergo diffuso, spesso citata come strategia da perseguire può costituire un vantaggio che va tuttavia correlato ad altre azioni.

Diversi studi hanno sottolineato l'importanza di un piano strategico maturato da consultazioni e accordi tra i diversi livelli di pianificazione, tra i diversi enti territoriali e tra i diversi comuni che convergono sui sentieri (Lourens, 2007; Balestrieri, Congiu, 2017), oltre alla capacità di lavorare con costanza al raggiungimento di un obiettivo futuro costruito a partire da obiettivi parziali più immediati. È necessario costruire partenariati di sviluppo locale nella gestione continuativa delle vie verdi, ricercare e sfruttare la disponibilità di fondi per l'attuazione di azioni di conservazione e riabilitazione dei percorsi e dei beni patrimoniali connessi. Se si guarda al Cammino de Santiago questo ha potuto non solo usufruire di una combinazione di programmi di finanziamento ma ha potuto contare su una forte volontà politica, soprattutto a livello locale



*Figg. 3,4,5,6: Punti di interesse*



e regionale che ha svolto un ruolo significativo nella sua pianificazione e promozione e su una forte partnership cooperativa tra l'amministrazione locale, il governo regionale e il settore privato per realizzare vari progetti ai fini turistici (Lourens, 2007).

La riscoperta dei territori marginali attraverso la valorizzazione del loro patrimonio storico e naturale tramite i sentieri e i cammini necessita anche di una buona strategia di promozione e comunicazione. Attualmente la pianificazione delle strategie di marketing della promozione dei sentieri è ancora un aspetto poco esplorato.

È stato riconosciuto che le immagini di un luogo ricoprono un ruolo importante nel processo di decision making relativo alla pianificazione di un viaggio. Molti studi hanno indagato il rapporto tra immagine di una destinazione turistica e scelte dei fruitori sia focalizzandosi sugli attributi delle immagini sia sui meccanismi che a partire da tali immagini producono una scelta, ovvero che inducono a preferire una meta ad un'altra. La psicologia cognitiva ha indagato le immagini dei luoghi come un insieme degli attributi salienti di una destinazione, le impressioni olistiche (Echtner, Ritchie, 1991) e il vissuto individuale. La scelta di una destinazione è spesso influenzata non tanto dalle conoscenze scientifiche o geografiche di cui un individuo dispone su un luogo quanto dall'immagine che se ne è costruito (Maeran, Novello, 1991). Questa immagine è interpretabile come un connubio di componenti cognitive e affettive che definisce una rappresentazione multidimensionale, nella mente del turista, dotata di specifiche proprietà (Fattorini, 2007).

Ogni individuo si costruisce inconsciamente un'immagine prototipale dei diversi ambienti a partire dai dati percettivi e dai modelli presenti in memoria, (Nuvoli, 1999) che divengono aspettative che danno vita ad un circolo vizioso.

Gli aspetti legati alla comunicazione sono messi pertanto in evidenza in vari studi, poiché da un lato questa concorre a far conoscere un luogo dall'altra a renderlo attraente proprio attraverso la connessione con queste immagini. In questo quadro si inseriscono le strategie di marketing e i circuiti promozionali che tramite vari canali pubblicizzano il territorio e delle sue peculiarità. L'immagine che un luogo propone di se stesso può avere un potere condizionante, può mettere in moto un meccanismo che si autoalimenta poiché si consolida una visione collettiva che difficilmente poi viene scardinata.

#### **4.5. Ripartire dal paesaggio per costruire un progetto territoriale**

Ripartire dall'ambiente e costruire un progetto territoriale a partire dai sentieri, dall'antica pratica del camminare e dal paesaggio è dunque possibile sebbene non semplice. Il processo di crescita territoriale può realizzarsi solo a condizione che l'area interessata riesca a trattenere al proprio interno la ricchezza generata ed a convogliare la domanda turistica sui prodotti del territorio. Quando la spesa turistica si incanala su produzioni esterne al territorio e i prodotti consumati all'interno dell'area provengono da altri luoghi si genera quella che in economia viene definita «enclave turistica»; si realizza, cioè, una divergente polarizzazione delle risorse turistiche rispetto alle attività produttive coinvolte (Delbono, Fiorentini, 1987). La possibilità di avviare un processo di sviluppo endogeno duraturo, soprattutto nel caso di territori fragili, passa attraverso la creazione di sistemi economici di qualità altamente integrati (Bimonte, Pagni, 2003). In un tale contesto il turismo può svolgere il ruolo di volano senza che questo generi una monocultura turistica. Per questo studiare le caratteristiche strutturali della domanda e verificarne l'impatto sul sistema territoriale assume una certa rilevanza (Bimonte, Pagni, 2003).

Il processo di rigenerazione può avvenire se si riesce a realizzare un alto grado di integrazione e coordinamento territoriale che sappia trasformare un comparto come quello rurale, che si presenta solitamente come frammentato, in un sistema strutturato fondato su connessioni reticolari tra risorse economiche, sociali, culturali e ambientali e i differenti attori (Belletti, Berti, 2011). L'appoggio da parte della comunità locale è fondamentale per la sostenibilità del processo, la mobilitazione delle forze locali intorno a un progetto di valorizzazione del territorio può avere immediati effetti benefici sia sulla società sia sull'ambiente. Mettere a sistema le risorse paesaggistiche comporta un coinvolgimento a catena, in cui gli attori richiamano altri attori, condividono risorse, prendono parte ad azioni collettive per il vantaggio reciproco, elaborano idee basate sulla cooperazione. Questo approccio implica il perseguimento di un'azione congiunta, e la costruzione di un'organizzazione fondata sul riconoscimento di una strategia comune o complementare.

## 5. La comunicazione come strategia per la costruzione dell'identità urbana e territoriale

### 5.1. La costruzione dell'identità urbana e territoriale

La costruzione dell'identità urbana e territoriale si configura oggi come uno strumento fondamentale con cui attrarre quei flussi di persone e di capitali di cui si nutrono i processi di competizione tra le città globali. La comunicazione delle trasformazioni territoriali viene per questo spettacolarizzata raggiungendo ed affascinando anche le città e i territori più marginali che, in assenza di strategie alternative, finiscono con l'adottare atteggiamenti emulativi da cui emergono nuovi interrogativi sulle prospettive di sviluppo dei territori più esterni alle conurbazioni urbane.

Nel corso degli ultimi venti anni, l'affermazione dell'immagine urbana è stata diffusamente assunta come una priorità all'interno delle politiche e dei progetti delle amministrazioni locali (Ashworth, Voogd, 1990; Paddison, 1993; Ward, 1998; Mommas, 2002). Un'immagine positiva e seducente della città e del suo territorio viene infatti considerata oggi uno dei principali strumenti di promozione e di attrazione dei flussi di persone e di capitali che costituiscono la linfa vitale della società globalizzata di questo inizio secolo. Il tema della costruzione dell'immagine urbana ha acquisito per questo grande rilevanza soprattutto in relazione alle dinamiche di competizione urbana che coercitivamente allineano le città alle condizioni dettate dal mercato globale (Harvey, 1989; Esser, Hirsh, 1989; Albrechts, 1990).

Inoltre, alla perpetua corsa verso un'immagine ideale di città fiorente, vitale, accogliente e stimolante, si accompagna il rifiuto e il contrasto di rappresentazioni urbane negative che gli eventi storici ed economici hanno consegnato ai nostri giorni. Così come un'immagine positiva può rappresentare un adiuvante per lo sviluppo urbano, un'immagine negativa viene percepita come un ostacolo che impedisce ai territori il

raggiungimento dei propri obiettivi di sviluppo socioeconomico (Avraham, 2004). Stereotipi, percezioni superficiali o credenze semplificanti sono molto difficili da estirpare una volta radicate nell'immaginario collettivo (Gold, 1994; Avraham, 2004), non solo degli osservatori esterni ma anche delle popolazioni che vivono i territori (Avraham, 2000). La letteratura descrive i modelli più significativi dei processi di trasformazione fisica e di rigenerazione dell'immagine delle città soprattutto dal punto di vista delle azioni istituzionali finalizzate alla costruzione di nuove rappresentazioni della realtà urbana. Ma più pervasive, credibili e influenti sono le rappresentazioni che autonomamente si creano al di fuori delle consuete pratiche di marketing: la letteratura, il cinema, i media non solo influenzano profondamente le rappresentazioni delle città ma costruiscono e modificano il significato stesso di cosa debba oggi considerarsi città (Brill, 1989; Gold, 1995).

### 5.2. La spettacolarizzazione mediatica

L'attenzione mediatica tende a focalizzarsi sugli eventi negativi. I media dedicano alle città maggiore attenzione soprattutto in occasione dei loro momenti di crisi, influenzando le opinioni e condizionando i comportamenti del pubblico, che spesso contribuiscono all'aggravarsi delle stesse crisi. I media vengono per questo accusati dalle istituzioni locali di un'eccessiva focalizzazione su fenomeni problematici quali criminalità, disoccupazione, violenza e problemi sociali, distorcendo così l'immagine delle città; ma questo pare essere ciò che il pubblico preferisce (Avraham, 2000). La rappresentazione della città viene così influenzata dalle preferenze e dalle aspettative del pubblico, "il pubblico della città", fruitore non passivo dello spazio urbano ma, al contrario, dotato di opinioni e punti di vista sui fenomeni che nella città si realizzano. Il "pubblico della città" è il soggetto collettivo cui i progetti dell'ambiente costruito sono diretti, la cui opinione e il cui giudizio sono capaci di condizionare fortemente le politiche e le scelte delle istituzioni preposte alla gestione della macchina urbana (Cicalò, 2010).

Sebbene la teoria delle *Broken Windows* descritta nell'omonimo articolo del 1982 sull'*Atlantic Monthly*, sia stata nei successivi vent'anni ampiamente discussa, smentita e ridimensionata, ancora oggi sintetizza quanto sia rilevante la percezione dei fenomeni urbani rispetto alla loro reale entità. "Le barriere collettive – il senso di rispetto reciproco e i doveri di inciviltà – vengono erose da atti interpretabili come segni di in-



curia. [...] La trascuratezza porta alla distruzione degli strumenti collettivi di controllo”: il passo da un vetro rotto al declino totale di un quartiere sembra, secondo le teorie di Wilson e Kelling (1982), solo una questione di tempo.

Le ricerche dei decenni successivi hanno dimostrato che il processo non sia nella realtà così lineare, ma è innegabile che esso venga spinto ed enfatizzato dalla percezione dell’opinione pubblica e dalla spettacolarizzazione delle dinamiche urbane operata dai media. Vetri rotti, marciapiedi sporchi, scritte sui muri, comportamenti considerati anti-sociali, non sono sufficienti a incoraggiare la criminalità, ma sicuramente determinano cambiamenti nelle percezioni e nei comportamenti del pubblico, ma poiché risulta ben più complesso agire sulle cause profonde che generano le dinamiche del degrado sociale, e urbano, si preferisce agire sull’aspetto maggiormente visibile, mitigando la percezione del problema e rafforzando, conseguentemente, il consenso di cui beneficiano gli enti promotori.

Non sono i “vetri rotti” a generare la percezione dell’insicurezza e del degrado, ma sono quei “vetri rotti” inquadrati e ritagliati dalle rappresentazioni mediatiche, i vetri rotti decontestualizzati, selezionati in quanto immagini efficaci, sintetiche e significative del messaggio sensazionale che i media ambiscono a offrire quotidianamente. I fenomeni nella loro complessità vengono descritti attraverso immagini semplificate secondo cui il quartiere è un vetro rotto, la città è un vetro rotto: “esiste davvero ciò che esiste in quanto immagine” (Augè, 2004). Se il problema è di tipo percettivo e la malattia è stata trasmessa dai media, allora anche la cura non può che essere di tipo mediatico. Alle politiche spaziali e sociali si preferiscono le politiche mediatiche supportate da efficaci slogan e la repressione dei crimini definiti “a forte rischio di allarme sociale”. I problemi vengono ridotti ad allarmi e a percezioni. Come nella teoria delle *Broken Windows* faceva risalire al degrado ambientale i fenomeni di illegalità e la mancanza di sicurezza, oggi ai vetri rotti si attribuisce non tanto il problema della sicurezza, quanto la sua percezione. Questo cambiamento è sintomatico di una deriva delle politiche pubbliche e dei progetti urbani rivolti non più alla qualità della vita urbana, bensì alla sua semplice percezione. Il problema si sposta così dal rendere migliori le vite delle persone al come far percepire la qualità della vita.

### **5.3. La rappresentazione dei luoghi nei processi di marketing urbano e territoriale**

L’immagine urbana, definita come l’insieme delle credenze, degli ideali e delle impressioni che le persone hanno di un certo luogo (Kotler et al., 1993), è il prodotto di un processo cognitivo che mette insieme una grande quantità di informazioni, rappresentazioni grafiche, percezioni e suggerimenti di un gran numero di individui sia in forma personale che associata (Kotler et al., 1993). La valorizzazione dell’immagine urbana e delle percezioni del pubblico sono gli obiettivi principali su cui si concentrano le teorie del marketing urbano. Secondo tali teorie, le immagini legate alla città possono contribuire efficacemente al suo successo o al suo fallimento economico (Ashworth, Voogd, 1990; Paddison, 1993). Questo tipo di approccio alla progettazione urbana focalizzato sulla promozione e sulla rappresentazione dei luoghi è finalizzato alla creazione e alla diffusione di nuove immagini che possano attrarre e trattenere risorse all’interno delle dinamiche competitive tra territori (Short et al., 2000). Sebbene le sue origini siano più remote, il concetto di marketing urbano appare all’interno delle teorie urbane europee degli anni Ottanta (Avraham, 2004; Gold, 1994; Paddison, 1993). In origine, il termine “marketing urbano” era riferito allo sviluppo economico locale e alla promozione dei luoghi e delle città come strumento per favorire la collaborazione tra settore pubblico e privato per il raggiungimento di obiettivi comuni. Sebbene questa espressione abbia assunto significati diversi, in passato l’espressione ‘marketing della città’ è sempre stata usata principalmente per indicare alcune particolari strategie di sviluppo urbano chiaramente definite e chiaramente identificabili. Tuttavia, il marketing urbano non può più essere visto come un approccio semplice, particolare e circoscritto alla trasformazione della città; esso pervade piuttosto l’intera cultura urbana contemporanea. Le tecniche di marketing sono diventate pervasive, e sono entrate a far parte dei processi quotidiani di trasformazione urbana attraverso un trasferimento di concetti, tecniche e procedure semplificate. Per queste ragioni, la rappresentazione dei luoghi è diventata parte costitutiva dei processi di trasformazione urbana.

### **5.4. La comunicazione visiva nei processi di Place-Making**

Le strategie di costruzione dell’immagine urbana comprendono sia azioni tangibili, orientate alla trasformazione fisica dei luoghi, sia intan-

gibili, orientate alla rappresentazione grafica e alla comunicazione (Lew, 2017). Queste ultime appaiono spesso come la sola chiave di successo nelle azioni di marketing mettendo in ombra le azioni sullo spazio fisico. Tuttavia, affinché la comunicazione di una nuova immagine possa essere efficace, e non essere semplicemente un'effimera illusione di decoro e vitalità urbana, è necessario un reale miglioramento della qualità urbana e la reale percezione del miglioramento delle relazioni tra persone e luoghi. In caso contrario, la campagna di comunicazione e la rigenerazione dell'immagine urbana difficilmente può avere successo (Avraham, 2004). Questi interventi sulla sfera materiale e immateriale non sono in genere rigidamente separati, ma devono essere visti come un continuum, in cui le azioni di place-making e le azioni di place-branding mirano a cambiare la percezione del luogo e l'immaginario delle popolazioni che abitano lo spazio urbano (Avraham, 2004; Beriatos, Gospodini, 2004; Hubbard, 1996).

All'espressione place-making vengono generalmente attribuiti diversi significati che tendono sempre a focalizzarsi sulle relazioni tra persone e luoghi, e in particolare sulla percezione che le persone hanno dei luoghi, che sta alla base dei significati da loro assunti (Lew, 2017). La produzione di questi significati può avvenire attraverso tre diversi processi: attraverso l'esperienza diretta del luogo, attraverso il progetto e la trasformazione del luogo, e attraverso la visualizzazione e le rappresentazioni (Ashworth, 2009). Il place-branding appare come una strategia efficace per promuovere e influenzare questi processi (Ashworth, 2009) per agire sulla sfera intangibile delle rappresentazioni e delle percezioni, attribuendo al luogo un'identità unitaria (Mac an Bhreithiún, 2012) e un valore differenziale in grado di distinguere quel luogo da tutti gli altri, con benefici in termini di riconoscibilità e competitività. Attraverso il progetto, l'elaborazione e la pubblicazione di immagini di vario tipo, il luogo viene connotato in modo che possa radicarsi nell'immaginario e nella memoria del pubblico (Hanna, Rowley, 2008). Così, come avviene per i prodotti commerciali, il primo aspetto da cui parte il marchio del luogo è la definizione dell'identità del marchio (Konecnik, Go, 2008). Ai luoghi sono associati marchi che preparano il territorio ai meccanismi di promozione pubblicitaria (Olins, 1999). In questo modo i prodotti della comunicazione visiva diventano sempre più protagonisti dei processi di rigenerazione urbana (Avraham, 2000; Ward, 1998).



Fig. 1: Esempio di city branding della città di Porto

## 5.5. I processi di marketing urbano

Il miglioramento dell'immagine urbana e delle percezioni del pubblico è uno dei principali obiettivi su cui si focalizzano le teorie del marketing urbano, secondo le quali le immagini mentali connesse alla città sarebbero componenti attive del loro successo o del loro fallimento economico (Ashworth, Voogd, 1990, Paddison, 1993). Questo particolare approccio al progetto urbano si focalizza sulla promozione e sulla rappresentazione dei luoghi finalizzata alla creazione e alla vendita di una nuova immagine capace di attrarre e conservare risorse all'interno delle dinamiche competitive tra territori (Short et al., 2000).

La promozione dei luoghi diviene così parte costitutiva dei processi di trasformazione urbana. Le immagini dei progetti devono essere attraenti quanto è più delle loro stesse realizzazioni; le trasformazioni territoriali strategicamente sostenute da concorsi-evento ne sono la prova più tangibile. Slogan, marchi, loghi, materiali promozionali di varia natura e fitte reti di pubbliche relazioni accompagnano costantemente i processi di rigenerazione urbana (Ward, 1998; Avraham, 2000). Ai luoghi vengono attribuiti marchi che preparano il prodotto-territorio ai meccanismi della promozione pubblicitaria (Olins, 1999).

La riuscita dei progetti si lega alla percezione e dalla valutazione pubblica, all'impatto sul "pubblico della città". A questi strumenti, che rientrano nelle tradizionali pratiche di promozione dei prodotti e nelle consuete tecniche di mercato, si accompagnano due ulteriori azioni che incidono profondamente sulla morfologia e sul vissuto delle città contemporanea: la messa in scena di eventi e la costruzione di architetture iconiche, che corrispondono in letteratura alla *event-led regeneration strategy* (Harvey, 1989; Richard, Wilson, 2004; Smith, Fox, 2002; Smith, 2005) e alla *design-led regeneration strategy* (Bianchini et al., 1992; Hubbard 1995; Gospodini, 2002). La profonda penetrazione delle logiche del marketing all'interno degli ambiti disciplinari legati alla trasformazione dello spazio obbliga i progettisti a doversi confrontare con le nuove sfide della comunicazione globale, oltre che con quelle più tradizionali relative trasformazione fisica del territorio urbano.

Queste azioni sono in genere l'aspetto più visibile, più spettacolarizzato e più mediatizzato di processi talvolta capaci di trasformazioni non solo morfologiche ma anche strutturali. Le strategie di costruzione dell'immagine urbana comprendono sia azioni materiali che immateriali, come quelle sulla percezione dei suoi abitanti e sull'immaginario delle varie popolazioni che abitano lo spazio urbano (Hubbard, 1996, Avhram,

2004; Beriatis, Gospodini, 2004). I processi di costruzione dell'immagine urbana mettono in ombra l'azione concreta sulla città fisica apparendo come l'unica chiave di successo delle campagne di marketing. Ma affinché la comunicazione della nuova immagine possa essere efficace, e non sia semplicemente un allestimento effimero del decoro e della vitalità urbana, è necessario che le città vengano dotate dei servizi e delle infrastrutture che possono soddisfare i bisogni di tutte le popolazioni urbane. Senza un miglioramento tangibile della qualità urbana, senza l'azione progettuale e trasformatrice che permette questo miglioramento, le campagne di rigenerazione dell'immagine urbana difficilmente avranno successo (Avhram, 2004).

## 5.6. Patrimonio culturale e Place-Branding

I processi di costruzione dell'immagine urbana non coinvolgono solo le città globali, impegnate nella competizione per la supremazia all'interno delle gerarchie urbane. Dalle grandi città globali questi fenomeni si diffondono coinvolgendo le città più piccole che emulano questo tipo di processi di rigenerazione urbana. Di fronte alle regole della concorrenza, i governi locali hanno spesso la sensazione di non avere alternative all'adozione di queste formule consolidate (Albrechts, 1991), trascurando e dimenticando così i punti di forza e le peculiarità della loro dimensione locale. La competizione urbana porta all'omogeneizzazione e alla ripetizione delle strategie che si manifestano nella riproduzione seriale dei modelli di sviluppo. La creazione di nuove immagini urbane deve mediare tra due processi: lo sviluppo economico e il mantenimento dell'identità locale. Dopo aver superato la concezione positivista secondo cui il progresso deve facilitare l'osservanza di standard universali, si sta rafforzando un'idea diversa secondo cui l'orizzonte ideale dello sviluppo è rappresentato dal riconoscimento e dalla promozione dell'alterità locale. In questo senso il patrimonio culturale materiale e immateriale gioca un ruolo strategico (Hollinshead et al., 2009) diventando parte integrante dell'identità dei luoghi e dei territori.

Il patrimonio culturale materiale e immateriale che da forma al paesaggio costituisce anche per le realtà più piccole una risorsa fondamentale su cui calibrare le politiche turistiche e culturali e su cui basare le strategie di costruzione dell'immagine urbana e territoriale. Queste possono richiedere sia azioni materiali orientate alla trasformazione fisica dei luoghi, sia azioni immateriali orientate alla comunicazione. Le due

dimensioni, materiale e immateriale, non sono rigidamente separate ma formano un continuum, come nel caso delle azioni di place-making e di place-branding volte a modificare la percezione dei luoghi.

I caratteri peculiari locali diventano l'elemento su cui fondare la costruzione dell'identità locale (Konecnik, Go, 2008) soprattutto per quelle piccole città, spesso sconosciute o dimenticate. In questi contesti, il patrimonio culturale materiale e immateriale costituisce una risorsa chiave su cui calibrare le politiche turistiche e culturali (Abankina, 2013; Fan, 2014) e i processi di costruzione dell'immagine urbana e regionale. Poiché l'immagine dei territori e della comunicazione del patrimonio culturale e dell'identità locale diventa una componente chiave dello sviluppo territoriale, la promozione dei territori e delle loro risorse all'interno dei circuiti globali obbliga i governi locali a investire maggiormente sulla qualità della comunicazione delle risorse locali, essendo costretti a misurarsi con offerte provenienti da altri contesti in un'ottica di competizione territoriale.

### 5.7. Il ruolo degli spazi pubblici

Le città europee, alla ricerca di un rilancio dopo il declino industriale, hanno investito importanti risorse sulla rigenerazione dei propri spazi pubblici, affidandogli la rappresentazione della rinascita urbana e la costruzione di una nuova immagine capace di misurarsi con i processi globali di rilocalizzazione delle imprese e degli investimenti (Madanipur, 2004).

Uno spazio pubblico attivo e vivace viene adottato a nuovo simbolo di urbanità (Mitchell, Staeheli, 2006). Apparire vitali e vivaci costituisce per le città un imperativo imprescindibile. Inoltre, la necessità di ricercare il consenso e di conquistare l'opinione pubblica, spinge oggi verso l'esibizione della qualità urbana che appare in maniera crescente legata alla sicurezza della sfera privata e alla vitalità della sfera pubblica.

Nell'era della globalizzazione, sostiene Gospodini (2002), si modifica il rapporto tra economia e progetto. Per secoli la qualità dell'ambiente urbano è stata il risultato della crescita economica della città, mentre oggi rappresenta un prerequisito al suo sviluppo economico; il progetto dello spazio pubblico diviene strumento con cui alimentare le prospettive di crescita. L'attrattività degli spazi urbani riveste un ruolo centrale all'interno delle politiche delle grandi capitali europee così come delle piccole e medie città con un passato industriale, in competizione tra loro alla ricer-

ca di una collocazione nella gerarchia urbana globale (Hubbard, 1995; Gospodini, 2002, 2004; Akkar, 2005).

Su questo sfondo, lo spazio pubblico rappresenta un catalizzatore per i flussi di consumatori, turisti, investitori e operatori immobiliari; attraverso la sua rigenerazione si possono delineare nuove opportunità di occupazione, favorendo il benessere della popolazione e dunque il conseguimento del pubblico interesse (Akkar, 2005). I progetti sullo spazio pubblico non si limitano ad inserirsi in un contesto modificandone la morfologia, ma aspirano a stimolare processi strutturali per il rinnovamento urbano e territoriale. I governi più sensibili iniziano per questo ad elaborare raccomandazioni formali specifiche finalizzate alla loro valorizzazione. Gli spazi pubblici vengono in questo modo riconosciuti ufficialmente quali componente chiave del processo di riqualificazione fisica, di marketing e di rigenerazione dell'immagine urbana. Gli investimenti delle amministrazioni locali si concentrano inoltre sulla creazione di eventi che possa-no attrarre sullo spazio pubblico folle sempre maggiori di visitatori e consumatori (Zukin, 1995; Sorkin, 1992; Philo, Kearns, 1993; Knox, 1993). Come osservato da Hajer e Reijndrop (2002), con l'affermazione della classe media, nella cultura occidentale si rafforza per il "cittadino ordinario" il desiderio di esperienze straordinarie. Anche le città e la loro architettura divengono conseguentemente macchine per la produzione di esperienze, il teatro di eventi capaci di attrarre folle provenienti da bacini sovralocali la cui portata sancisce il successo stesso degli eventi e dei luoghi che li ospitano. L'eventismo culturale viene presentato oggi come ricetta miracolosa per il recupero dell'ambita vitalità urbana. Il fenomeno degli eventi urbani, che oggi alimenta le speranze e le aspirazioni delle varie municipalità, elegge gli spazi pubblici con una più forte carica iconica a romantiche quinte scenografiche che fanno da sfondo alla presunta rinascita urbana. Sembra inevitabile che la rigenerazione delle realtà locali debba passare attraverso queste iniezioni di risorse sovra locali, ancor meglio se di portata internazionale e globale. Eventi e festival concentrano nel locale le energie globali favorendone così la rinascita. Le architetture iconiche divengono spot promozionali della realtà locale e attraggono le attenzioni dei media e del pubblico globale.

Lo spazio pubblico, asserisce Marc Augè (2004), è ampiamente dominato dall'immagine e tributario di essa. Lo spirito del nostro tempo è volto al consumo immediato, che si concilia perfettamente con la spettacolarizzazione del mondo. Non può sorprendere, allora, che lo spazio pubblico venga spettacolarizzato sin dalla sua progettazione, per poi essere enfatizzato mediaticamente nella varie fasi di realizzazione fino alla

consacrazione finale della sua realizzazione e del suo ingresso nel vissuto urbano. Percorrendo il meccanismo della sineddoche queste architetture ambiscono a rappresentare l'intera città e l'intero territorio all'interno del quale vengono localizzate (Smith, 2005). Poiché non è possibile racchiudere la complessità e la vastità delle grandi realtà urbane in un'unica immagine onnicomprensiva, diviene necessario associare la città ad un'immagine sintetica, efficace e facilmente memorizzabile (Donald, 1997). La costruzione di queste immagini implica una riduzione della complessità urbana all'interno di una rappresentazione semplificata e peculiare, spesso coincidente con quella dei monumenti o con gli skyline maggiormente caratterizzati (Tuan, 1977). Per questo, soprattutto dove questi elementi risultano deboli o assenti, importanti investimenti vengono rivolti alla creazione di edifici iconici fortemente evocativi, capaci di quella figurabilità indagata da Lynch (1960) a partire dagli anni Settanta.

Parlare di spettacolarizzazione dei processi di trasformazione urbana significa sostenere che sulla città agiscono i fenomeni correlati alla produzione dello spettacolo. Sennett (1972) sostiene che la voglia del pubblico di partecipare allo spettacolo è proporzionale alla fama di chi va in scena, e ciò determina il disinteresse pressoché totale a qualunque evento prodotto da personaggi sconosciuti. Il principio fondamentale dello star system, ovvero il rapporto diretto tra il desiderio del pubblico di partecipare all'evento e la fama di chi l'evento lo produce, è assolutamente valido anche per i processi di progettazione dello spazio urbano da cui deriva la figura contemporanea dell'archistar. La necessità di creare consenso sulle istituzioni che governano le città e i territori conduce all'alimentazione dello spettacolo urbano e alla concentrazione dei riflettori mediatici sui processi di rigenerazione urbana. Come per la musica, la letteratura, il teatro e tutte le forme di produzione artistica soggette a processi di spettacolarizzazione, anche l'architettura e l'urbanistica soggiacciono al principio secondo cui "tutte le esecuzioni sono prive di interesse se non se ne riconosce l'eccezionalità" (Sennett, 1994).

I festival, gli eventi e le manifestazioni culturali diventano strumento attraverso il quale creare il pubblico, suggerendo identità e facendo leva sulla difficoltà contemporanea di riconoscersi, di incontrarsi e di formare comunità. Il successo degli eventi urbani che sembrano poter rianimare lo spazio pubblico è in parte attribuibile e alla necessità delle persone di stare in mezzo agli altri, di esserci, di vedere e di farsi vedere, di prendere parte, di uscire eccezionalmente dall'involucro del privato per partecipare allo scorrere degli accadimenti interrompendo una quotidianità impoverita della sua dimensione pubblica. Questi fenomeni di concentrazio-

ne fanno leva su quella che Gehl (1996) definisce "la capacità attrattiva delle folle" e si accompagnano alla ricerca di condivisione di emozioni che, secondo Sennett (1972), sarebbe significativa del bisogno di affermazione dell'identità personale.

Gli individui sviluppano la propria identità attraverso l'adesione agli eventi e agli spazi; nel partecipare non si assiste solamente a un avvenimento ma si viene ammessi all'interno di un pubblico di cui si sposa lo stile di vita che quell'evento vuole rappresentare (Hajer, Reijndrop, 2002). Nel loro essere eccezionalmente mobili nell'aderire a queste "congestioni collettive", le persone alimentano continuamente la costruzione di nuovi pubblici resi effimeri e mutevoli dal costante aggiornamento dell'offerta e dell'immagine urbana.

### **5.8. La ridefinizione dell'identità urbana nei centri urbani minori**

La globalizzazione come tendenza macrosociale si materializza nelle aree metropolitane; all'avvento del nuovo secolo le città riappaiono sito strategico per la comprensione dei fenomeni che rimodellano l'ordinamento sociale (Sassen, 2001, 2007). Tuttavia i processi di costruzione dell'immagine e di spettacolarizzazione dello spazio pubblico non coinvolgono solamente le città globali impegnate nella competizione per il primato all'interno delle gerarchie urbane. Così come le teorie della globalizzazione possono essere estese dalle città globali a tutte le città di qualunque dimensione (Short et. al., 2000), anche le teorie sulla costruzione dell'immagine urbana coinvolgono tutte le realtà locali.

I fenomeni che investono le grandi metropoli globali si riflettono nelle città minori e nei territori più marginali attraverso processi di emulazione degli aspetti più visibili dei processi di rigenerazione urbana precedentemente descritti. Grande enfasi viene data agli aspetti più spettacolari di questi processi, come la realizzazione di progetti e architetture che pervadono l'immaginario collettivo. Si diffondono in questo modo episodi di emulazione degli oggetti e degli eventi, nell'illusione che la replica delle forme architettoniche possa condurre direttamente alla replica dei processi urbani. Di fronte alle regole della competizione le amministrazioni locali hanno spesso la sensazione di non avere altre alternative all'adozione di queste formule consolidate (Albrechts, 1990) trascurando e dimenticando i punti di forza e le peculiarità della propria dimensione locale.

La competizione urbana conduce ad un'omogeneizzazione e ad una ripetizione delle strategie che si manifesta nella riproduzione seriale dei modelli di sviluppo. Le innovazioni e gli investimenti ideati per rendere un'area specifica maggiormente attrattiva vengono repentinamente imitati ovunque, rendendo in questo modo effimero qualunque vantaggio acquisito. I paesaggi urbani globalizzati tendono così a rassomigliarsi.

Secondo diverse ricerche, la diffusione seriale delle soluzioni architettoniche e delle strategie urbane indebolirebbe le identità dei luoghi (Relph, 1976; Mommaas, 2002), ma potrebbe rafforzare le identità delle popolazioni globalizzate che abitano gli stessi. Questi studi hanno analizzato il funzionamento dei processi di identificazione negli oggetti, in particolare negli oggetti architettonici (Leach, 2002; Miles, 2005). Il significato, secondo questi studi, trarrebbe origine dalle rappresentazioni discorsive che non sono affatto indipendenti dagli oggetti, ma al contrario esse vengono dagli oggetti attivate. In questo modo le costruzioni di oggetti e di discorsi entrano tra loro in relazione generando rapporti di appartenenze. Le stesse ricerche hanno poi indagato le relazioni tra la morfologia urbana e il senso di appartenenza ai luoghi delle differenti popolazioni che fruiscono lo spazio urbano e hanno dimostrato come il ruolo del patrimonio edilizio tenderebbe a indebolirsi a vantaggio degli interventi architettonici più innovativi. Le architetture contemporanee vengono messe al centro dei processi di identificazione delle società multietniche e multiculturali che caratterizzano la società urbana attuale come nel passato accadeva tra le comunità locali – più circoscritte e definite dal punto di vista etnico-culturale – e il patrimonio edilizio storico (Gospodini, 2004). La creazione di nuove immagini urbane deve mediare tra due processi: lo sviluppo economico e la trasformazione sociale da un lato, il mantenimento dell'identità locale dall'altro (Jansson, 2003). Superata la concezione positivista secondo cui il progresso deve favorire l'adeguamento a standard universali, si rafforza un'idea differente secondo la quale l'orizzonte ideale di sviluppo è rappresentato dal riconoscimento e dalla promozione delle alterità. Ne deriva una nuova concezione di locale (Maciocco, 1997; 2008b), riferita non necessariamente ad una dimensione limitata, angusta e appartata dello spazio, ma intesa come disponibilità dei contesti ad accogliere azioni progettuali finalizzate alla valorizzazione delle peculiarità e alla riscoperta dei legami tra architettura e territorio, tra le dimensioni locali e sovralocali dell'abitare che sono costitutive dell'identità e dei valori culturali contestuali.

## 5.9. Strategie integrate di comunicazione e rigenerazione urbana: un caso studio

Si illustra di seguito il caso di studio del progetto di comunicazione dell'identità locale e del patrimonio culturale locale di un centro urbano della Sardegna (la cui amministrazione comunale in occasione di un progetto di conservazione e restauro del principale monumento del territorio, il Nuraghe is Paras, ha deciso di integrare questo intervento con un progetto di comunicazione del monumento inserendolo all'interno della comunicazione di un più ampio sistema di beni culturali).

Questo progetto ha fornito l'opportunità di rappresentare le peculiarità del territorio e di renderlo accessibile attraverso l'integrazione di azioni diverse, sia tangibili che intangibili, volte a rendere percepibile e trasmissibile il patrimonio culturale locale. Gli interventi consistono nell'integrazione di azioni sullo spazio urbano (come la riqualificazione degli spazi pubblici, l'arredo urbano e la grafica ambientale), con attività promozionali attraverso vari canali (editoria, web, mostre) a partire dalla progettazione di un marchio territoriale e di un'immagine coordinata a cui tutte le azioni fanno riferimento. Le scelte di progettazione grafica e architettonica si riferiscono a particolari elementi del patrimonio culturale materiale e del patrimonio immateriale locale come l'archeologia e le tradizioni artigianali.

### 5.9.1. La riqualificazione degli spazi pubblici

Nei piccoli insediamenti, marginali rispetto alle dinamiche della città globale, lo spazio pubblico si manifesta attraverso modalità che ancora richiamano l'ideale di spazio pubblico proveniente dalla tradizione della cultura classica. Qui, dove le comunità sono ancora pressoché omogenee ed è ancora possibile riconoscere forme superstiti di solidarietà urbana, questi spazi assolvono al ruolo di terreno comune in cui il confronto e il dialogo con l'altro possono favorire la presa di coscienza della realtà del mondo (Allen, 1969). Spazio del vedere e del farsi vedere (Arendt, 1958), luogo di libero incontro e scambio, gli spazi pubblici degli insediamenti minori costituiscono un importante patrimonio di socialità. Se da un lato la piazza rappresenta ancora il luogo dell'evento, è nella passeggiata (De Certeau, 1993), spesso coincidente con la strada principale su cui scorre la mobilità sovralocale, che si dispiega la commedia della vita quotidiana.

La passeggiata, spazio dichiaratamente longitudinale e bidirezionale,



Fig. 2: Spazi pubblici e arredo urbano



Fig. 3: Segnali informativi e grafica ambientale

viene scandita dal ritmo del camminare, dall'alternanza di sosta e movimento. La messa in scena del gioco del vedere e del farsi vedere costituisce la base su cui si fonda "una delle più note istituzioni sociali del bacino Mediterraneo" (Goffman, 1959).

Il progetto di riqualificazione degli spazi pubblici del Corso Vittorio Emanuele a Isili definisce un'architettura pedonale capace di inserirsi discretamente all'interno del vissuto quotidiano e di favorire i momenti di socialità in esso localizzati. Il forte richiamo alla cultura materiale contestuale e il coinvolgimento dei saperi locali sono i principali elementi che contribuiscono alla costruzione di uno spazio simbolico significativo dell'identità del luogo. Il lungo percorso pedonale, nettamente definito dal preesistente muro di confine dell'adiacente parco urbano, viene scandito da sedute realizzate in rame: volumi metallici che segnano gli spazi della sosta. Questi reinterpretano i materiali e le tecniche tradizionali della cultura locale. Alla memoria del rame è legata, infatti, non soltanto la cultura materiale del luogo, ma anche e soprattutto quella immateriale legata alle peculiarità linguistiche, all'iconografia e alle tradizioni musicali radicate nelle tradizioni culturali dell'antica comunità dei ramai.

Interfaccia tra spazi e tempi differenti, la passeggiata, viene cadenzata dal ritmo di oggetti astratti, corpi estranei che sembrano provenire da tempi altri, che accompagnano l'atto del camminare scandendo il trascorrere del tempo attraverso il loro inarrestabile invecchiamento, dichiarato dal processo di ossidazione del rame che ne modificherà i cromatismi e le superfici.

La forte longitudinalità della geometria dell'area interessata dall'intervento (lunga 250m e larga soli 4 m) ha vincolato e suggerito le diverse scelte progettuali. La percezione della larghezza dell'area pedonale è stata deformata attraverso l'uso di un unico materiale caratterizzato da cromatismi particolarmente luminosi e omogenei capaci di dilatare virtualmente lo spazio fruibile: la pietra bianca richiamante i rilievi calcarei del Sarcidano e utilizzata attraverso modalità differenti. Il marciapiede viene, infatti, disegnato dall'alternanza ritmica di differenti tessiture ottenute usando lo stesso materiale con varie pezzature e attraverso differenti trattamenti superficiali.

Dalla lunga piastra così ottenuta fuoriescono con decisione i tronchi degli alberi, quasi a conquistare il proprio spazio vitale tra gli interstizi di un substrato roccioso. La crescita del loro diametro verrà assorbita all'interno della superficie soffice delle aiuole, la cui geometria deformata longitudinalmente e il cui trattamento superficiale permette di ottimizzare l'uso dello spazio dedicato al flusso e alla sosta dei pedoni.

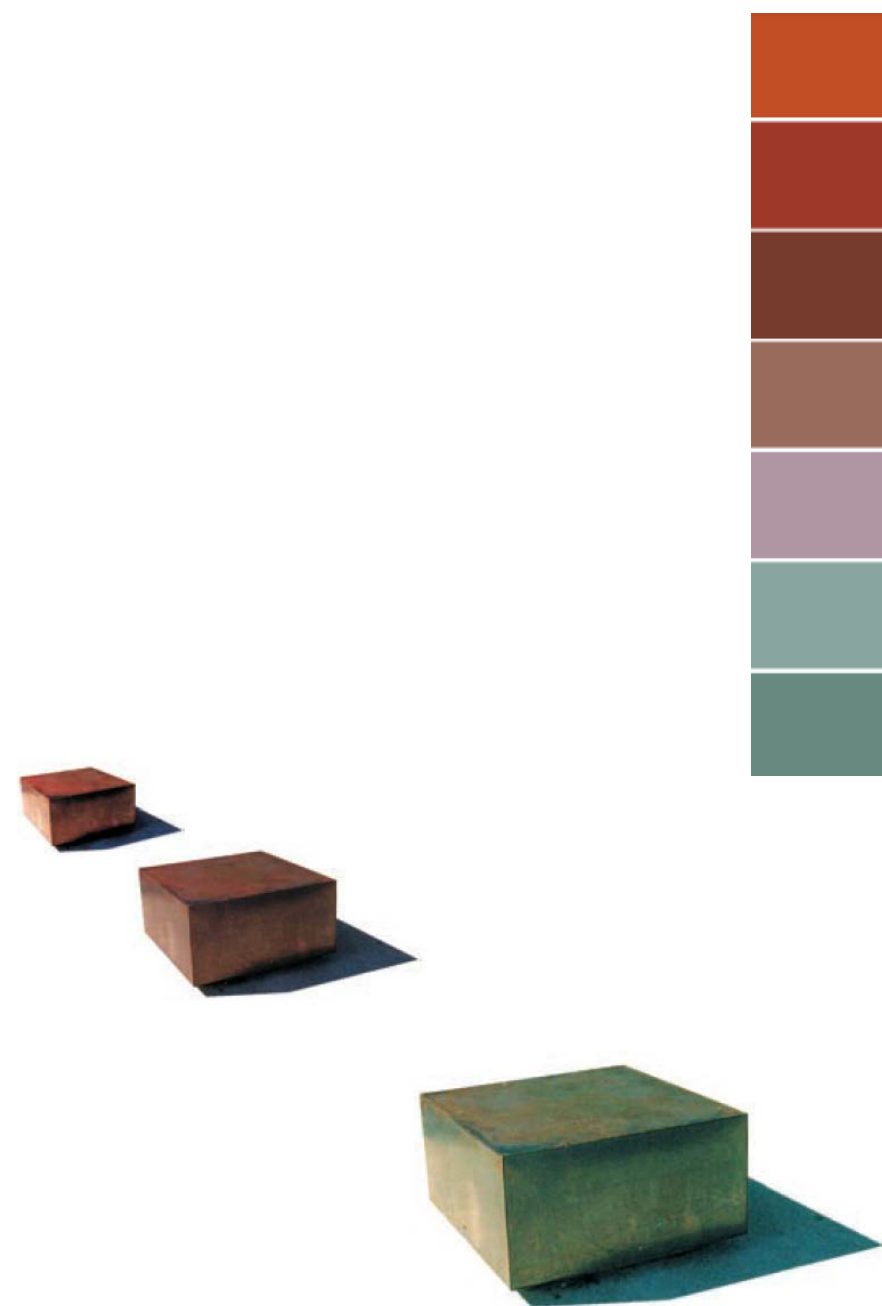


Fig. 4: Studio dei colori istituzionali dell'identità visiva per il progetto di comunicazione dell'identità e delle risorse territoriali





Fig. 5: Segno grafico ispirato ai motivi decorativi dell'artigianato del rame e alla geometria dei nuraghi a tholos



Fig. 6: Font ideati per il progetto di comunicazione e ispirati all'artigianalità del rame e del tessuto

### 5.9.2. La comunicazione dell'identità urbana e territoriale

Della città di Isili, terra di artigiani, la lavorazione del rame è certamente la caratteristica più peculiare per almeno tre motivi. In primo luogo Isili è l'unico luogo in Sardegna in cui si producono manufatti in rame; i suoi artigiani parlano tradizionalmente una lingua segreta speciale con radici gitane, s'Arromaniscu o Arbaresca; infine, questa lavorazione è legata all'uso di una tecnologia arcaica probabilmente di origine nuragica. La vicinanza della città con le miniere di rame di Raminosa Funtana (letteralmente "la fontana del rame"), e la notevole quantità di scorie di rame rintracciabili nei siti archeologici della zona, suggeriscono un "percorso del rame" lungo il quale, fin dalla preistoria, veniva trainato il metallo prezioso. Il progetto di comunicazione dell'identità territoriale si ispira ai gesti pazienti dei maestri ramaioli, ormai quasi scomparsi, la cui tradizione pervade la cultura materiale e immateriale del luogo, e all'armonia delle geometrie del nuraghe Is Paras tholos, emblema della perfezione architettonica nuragica, che si fondono in un marchio che accompagna e caratterizza il progetto di valorizzazione delle risorse locali e di comunicazione dell'identità territoriale locale. Sui motivi tradizionali dell'artigianato e sul patrimonio archeologico si basano una ricca varietà di interventi e azioni integrate per la costruzione e la comunicazione dell'identità territoriale come la grafica ambientale, l'arredo urbano, l'editoria cartacea e multimediale, e le mostre; tutte azioni, queste, orientate al place-branding e alla promozione delle eccellenze del territorio.

Il progetto prevede l'integrazione di interventi di comunicazione e riqualificazione urbana degli spazi pubblici che divengono percorsi identitari che ospitano dei richiami all'identità locale.

### 5.9.3. L'integrazione tra gli interventi di riqualificazione spaziale e la comunicazione dell'identità urbana e territoriale

Il progetto prevede l'integrazione tra interventi sullo spazio fisico e sullo spazio mentale degli abitanti e i fruitori degli spazi e in particolare è stata proposta l'integrazione tra le seguenti azioni:

a. Design del marchio territoriale e dell'immagine identitaria. Logo, font, colori istituzionali e tutte le scelte grafiche si ispirano ai motivi decorativi della tradizionale lavorazione artigianale del rame locale.

b. Grafica ambientale e segnaletica informativa. Le nuove insegne informative sono state realizzate da ramai locali e sono coordinate con

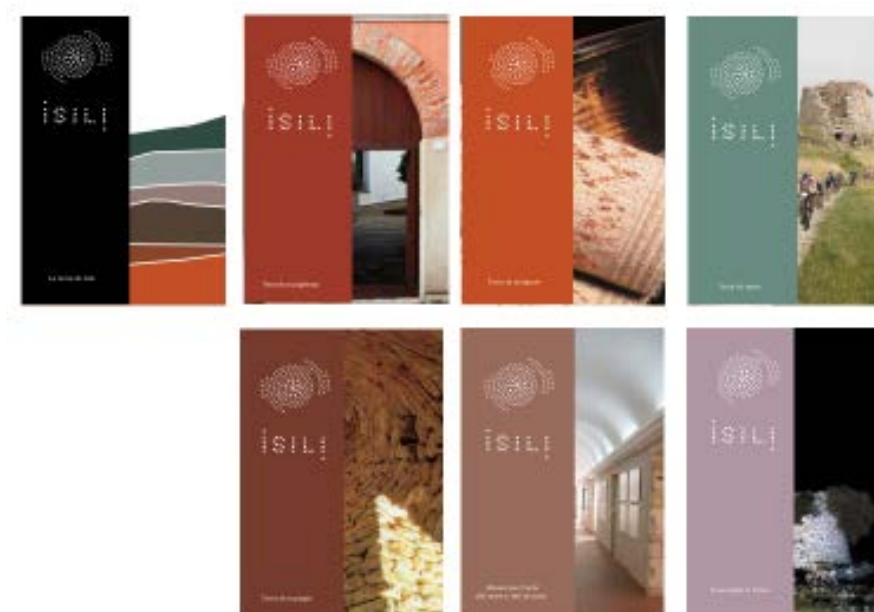
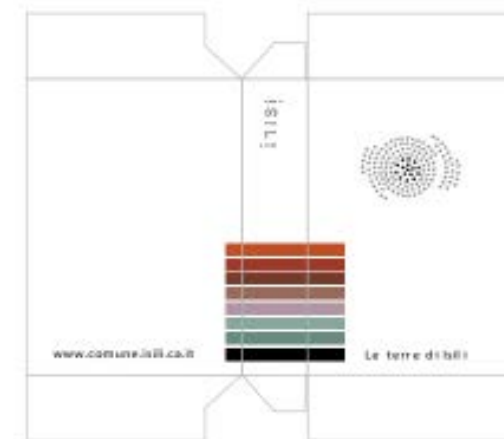


Fig. 7: Progetto grafico di prodotti di comunicazione dell'identità territoriale e delle risorse paesaggistiche

gli altri interventi del progetto di comunicazione. Concepite come una serie di arredi urbani che si ripetono nei punti più significativi della città, le grafiche ambientali rendono visibile l'identità territoriale, collocandosi con discrezione all'interno della vita quotidiana e contribuendo alla definizione del *genius loci* (Macan Bhreithiún, Burke, 2014).

c. Riqualificazione degli spazi pubblici e design degli arredi urbani utilizzando materiali e tecniche costruttive che richiamano i saperi tradizionali e l'identità locale.

d. Stampe. La serie dei libri di promozione tematica descrive alcune delle risorse tematiche del territorio: archeologia, artigianato, orticoltura, attrezzature sportive e strutture ricettive. Inoltre, una serie di libri didattici, calibrati su pubblici appartenenti a diverse epoche, introduce al mondo dell'archeologia e ai principali siti e monumenti della città.

e. Esposizioni. Una prima serie di mostre, sia permanenti che temporanee e itineranti, promuove le risorse culturali e storiche locali. In particolare, le mostre raccolgono e presentano i principali siti archeologici del territorio, stratificati in un arco di tempo che va dal Calcolitico fino all'età punica e romana.

f. Web. Il sito web ha una ricca sezione di aree tematiche dove sono pubblicate informazioni utili alla visita e alla conoscenza del territorio. Inoltre, il sito web è stato concepito come un servizio al cittadino che facilita la comunicazione tra il Comune e i vari soggetti interessati, siano essi provenienti dal contesto locale o sovra-locale.

#### 5.9.4. Ulteriori sviluppi

Negli anni successivi, dopo il completamento dei lavori, il progetto descritto è stato ulteriormente sviluppato. Con il cambiamento dell'amministrazione locale c'è stato un primo cambio di direzione sulle politiche territoriali e urbanistiche che ha coinvolto anche gli interventi del progetto. Tuttavia, nonostante il cambiamento di volontà politica, negli anni successivi il marchio è stato adottato come logo del Marate - Museo del Rame e del Tessuto (2010) e la grafica è stata estesa alla comunicazione e al catalogo del museo (2015) oltre che ad altre iniziative locali, quali murali e utilizzo del marchio su diversi supporti di comunicazione.

Questo caso di studio dimostra come sia possibile comunicare l'identità locale valorizzando il patrimonio tangibile e immateriale. L'artigianato tradizionale e il patrimonio archeologico suggeriscono i segni grafici che sono diventati i segni distintivi del territorio. Inoltre, il caso di studio mo-

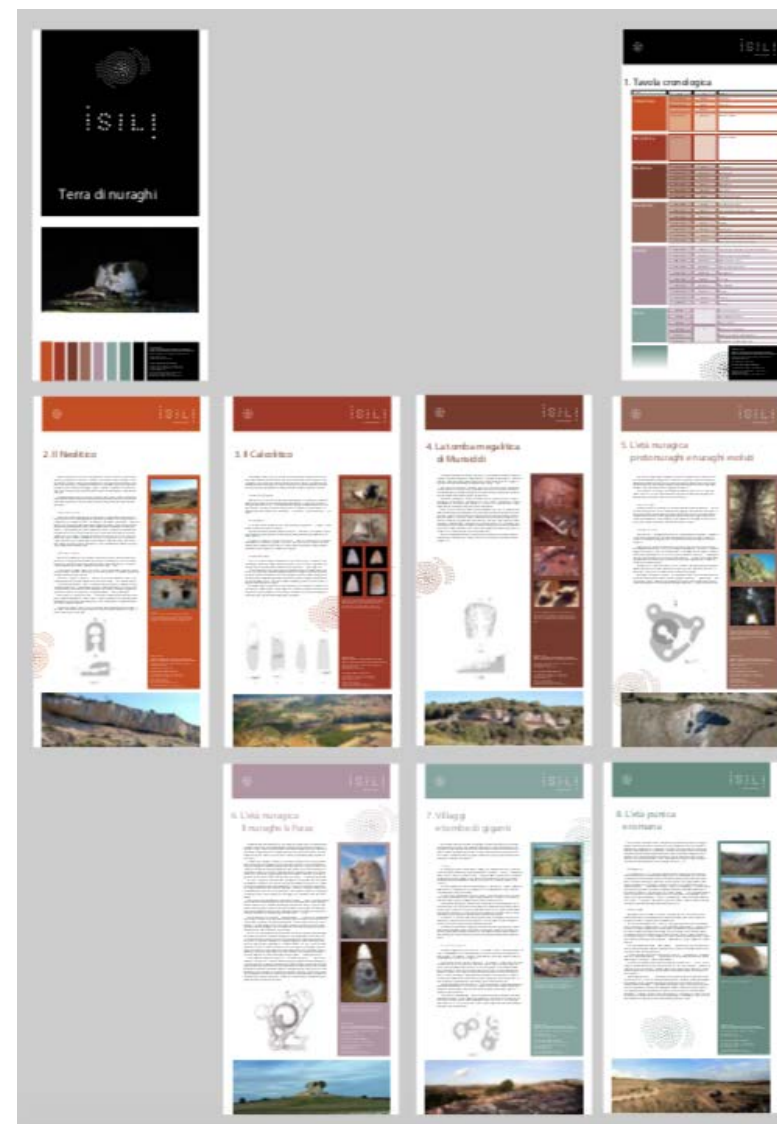


Fig. 8: Pannelli interpretativi facenti parti dell'allestimento di un esposizione temporanea incentrata sulle risorse archeologiche locali

stra come l'identità di un luogo possa essere esplorata, rappresentata e resa disponibile alla comunità locale attraverso l'integrazione di azioni che coinvolgono sia la sfera materiale che quella immateriale (dal design urbano alla grafica ambientale e alla comunicazione web) e che sono state ideate e progettate in collaborazione con i maestri artigiani locali. Grazie a questo approccio le strategie di rappresentazione adottate sono in grado di differenziare la comunicazione e la percezione dell'identità del luogo ponendosi in antitesi al pericolo di omologazione insito in queste strategie di diffusione globale. Partendo dalla tradizione locale e dal patrimonio culturale è possibile avviare processi virtuosi di place-branding e di place-making anche nelle piccole città che possono, se le popolazioni locali condividono e riconoscono come propri, evolvere autonomamente.



Fig. 9: Estensione dell'identità visiva al Museo MARATE



Fig. 10: Estensione dell'identità visiva al Museo MARATE

## POSTFAZIONE

La tutela del paesaggio, inteso nelle sue diverse scale e nelle sue più svariate declinazioni, è strettamente connessa al concetto di 'permanenza' che si lega a sua volta ad un'idea di sfera pubblica in senso harendtiano, inteso come spazio comune fondato sul concetto di permanenza; uno spazio che trascende il nostro arco di vita tanto nel passato che nel futuro; che esisteva prima che noi vi giungessimo e continuerà dopo il nostro breve soggiorno in esso. Ciò che noi abbiamo in comune non solo con quelli 'che vivono con noi', ma anche con quelli che c'erano prima e con quelli che verranno dopo di noi può assumere una dimensione intergenerazionale solo in quanto visibile e fruibile dal pubblico. È questo essere pubblico che può consentire la trasmissione attraverso i secoli.

Il paesaggio può essere dunque realmente ascritto alla sfera pubblica se reso accessibile, visibile, conoscibile e fruibile. La sua comunicazione al pubblico diventa in tal senso uno strumento fondamentale di tutela. Per comunicazione e rappresentazione del patrimonio culturale si intende in questo senso quel complesso di azioni e interventi che favoriscono l'educazione, l'informazione, la sensibilizzazione, il coinvolgimento, l'identificazione di coloro che 'vivono con noi' e che attraverso il loro accesso al paesaggio, con la loro fruizione, la loro percezione e con la loro conoscenza possono prendersene cura, potenziandone così il processo di tutela.

Il rinnovamento del concetto di tutela deve passare per questo concetto di paesaggio come mondo comune, capace di trascendere le esistenze individuali e di fondarsi su permanenza, condivisione, 'pubblicità' e dunque accessibilità e fruibilità. Un bene sopravvive solo se fa parte dei mondi mentali delle società che li fruiscono, e affinché possa farne parte esso deve essere conosciuto e ricordato, dunque fruito per diventare parte costitutiva dell'identità dei singoli e delle loro diverse possibili forme di società che sentiranno la necessità e il dovere di prendersene cura. Il paesaggio necessita per questo di essere continuamente e accuratamente comunicato, rappresentato e raccontato. La sua tutela si può fondare su progetti che favoriscano la fruibilità degli spazi e degli oggetti fisici così come su progetti di costruzione della conoscenza che a quegli spazi e a quegli oggetti è connessa.

In coerenza con le linee guida, le raccomandazioni e le normative vigenti a livello sia nazionale che internazionale, alla progettazione del paesaggio deve affiancarsi un'azione di comunicazione diretta al pubblico dei valori ad esso connessi. L'accessibilità al paesaggio non deve essere intesa dunque solo in termini di accessibilità ai territori e agli spazi fisici ma anche e soprattutto in termini di accessibilità alla conoscenza e ai saperi ad esso connessi. Il rinnovamento del concetto di tutela è oggi chiamato ad occuparsi dei differenti livelli di accessibilità, richiamando così il contributo dei diversi saperi e coinvolgendo diverse professionalità.

Le relazioni tra azioni di progettazione e pianificazione e azioni di comunicazione al pubblico acquisiscono oggi un ruolo centrale alla luce delle mutazioni delle relazioni sempre più complesse e delicate tra le trasformazioni del territorio alle diverse scale e dell'opinione pubblica, sempre più protagonista grazie alla diffusione dei nuovi canali di comunicazione favoriti dalle nuove tecnologie digitali. Inoltre l'efficacia e la riuscita dei processi di progettazione e pianificazione è sempre più connessa con gli usi che il pubblico farà di quegli spazi, e che con i propri comportamenti può sia diventare attore protagonista delle trasformazioni territoriali, sia sancire il successo o il fallimento delle azioni di trasformazione e delle nuove proposte progettuali.

Il volume *Fruire il paesaggio* vuole discutere il ruolo delle azioni mirate al rafforzamento delle relazioni tra pubblico e paesaggio; azioni che assumono di volta in volta differenti declinazioni e che possono ricorrere a strategie di vario tipo tra cui quelle che questo volume intende porre al centro dell'attenzione e che si orientano verso la trasmissione di conoscenze, valori e consapevolezza attraverso processi di comunicazione finalizzati a stimolare nuove e virtuose relazioni tra società e spazi. Attraverso un approccio transdisciplinare che nasce dal dialogo tra le discipline del progetto e della pianificazione e quelle della rappresentazione e della comunicazione è possibile definire strategie integrate di sviluppo socioeconomico delle città e dei territori che vedono una combinazione di interventi sugli spazi fisici dei territori e sugli spazi mentali delle popolazioni, capaci di potenziarsi e di collaborare per migliorare la qualità della vita e contribuire alla tutela del paesaggio e più in generale del patrimonio culturale, così da poterli non solo tramandare alle future generazioni ma anche così da poterli far fruire dalle popolazioni che li vivono e che possono basare su di essi il proprio sviluppo socioeconomico. In questo modo il paesaggio può diventare una risorsa fondamentale per lo sviluppo dei territori, la rigenerazione urbana e la costruzione del nostro futuro.

## BIBLIOGRAFIA

- Abankina, T. (2013), "Regional development models using cultural heritage resources", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 3-10.
- Agnoletti, M. (Ed) (2013), *Italian Historical Rural Landscapes*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Agnoletti, M. (2010a), *Paesaggi rurali storici. Per un catalogo nazionale*, Laterza, Bari.
- Agnoletti, M. (2010b), *Paesaggio rurale. Strumenti per la pianificazione strategica*, Edagricole, Bologna.
- Agnoletti, M. (2007), "The degradation of traditional landscape in a mountain area of Tuscany during the 19th and 20th centuries: implications for biodiversity and sustainable management", *Forest Ecology and Management* 249 (1/2), Special Issue on Traditional Knowledge, Cultural Heritage and Sustainable Forest Management.
- Aguirre, J.A. (2009), "Sustainable Trail Management in Costa Rica National Parks: the use of photography for trail surfacing decisions under tropical rainforest conditions", *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 29-42.
- Akkar, M. (2005), "The Changing 'Publicness' of Contemporary Public Spaces: a Case Study of the Grey's Monument Area, Newcastle upon Tyne", *Urban Design International*, 10, 95-113.
- Albrechts, L. (1991), "Changing roles and positions of planners", *Urban Studies*, 28(1), 123-127.
- Allen, E.B. (1969), "The Passeggiata", *Landscape*, 18(1).
- Amirante, D. (2003), "La conservazione della natura in Europa. La direttiva Habitat e il processo di costruzione della Rete Natura 2000", in AA.VV. *La conservazione della natura in Europa. La direttiva Habitat e il processo di costruzione della Rete Natura 2000*, Francoangeli, Milano.
- An, L.T., Markowski, J., Bartos, M., Rzenca, A., Namiecinski, P. (2009), "An evaluation of destination attractiveness for nature-based tourism: Recommendations for the management of national parks in Vietnam", *Nature Conservation*, 32, 51-80.
- Angileri, V., Toccolini, A. (1993), "The assessment of visual quality as tool for conservation of rural landscape diversity", *Landscape and Urban Planning*, 24 (1e4), 105e112.
- Appleyard, D., Lynch, K., Myer, J. (1964), *The view from the road*, Mass: MIT Press, Cambridge.
- Appleton, K., Lovett, A. (2003) "GIS-based visualisation of rural landscapes: defining 'sufficient' realism for environmental decision-making", *Landscape and Urban Planning*, 65(3), 117-131.
- Appleton, K., Lovett, A., Sünnerberg, G., Dockerty, T. (2002), "Rural landscape visualisation from GIS databases: a comparison of approaches, options and problems. Computers", *Environment and Urban Systems*, 26(2-3), 141-162.
- Arendt, H. (1958), *The Human Condition*, University of Chicago, Chicago.
- Armstrong, P., Frost, W., Hall, M. (2008), "Horse Riding in Protected Areas: A Critical Review and Implications for Research and Management", *Current Issues in Tourism*, 11(2), 144-166.
- Arriaza, M., Cañas-Ortega, J.F., Cañas-Madueño, J.A., Ruiz-Aviles, P. (2004), "Assessing the visual quality of rural landscapes", *Landscape and Urban Planning*, 69 (1), 115e125.
- Ashworth, G.J. (2009), "The instruments of place branding: how it is done?" *European Spatial Research and Policy*, 16(1), 9-22.
- Ashworth, G.J., Voogd, H. (1990), *Selling the city. Marketing approaches in public sector urban planning*, Belhaven Press, London.
- Augè, M. (2004), *Le temps en ruine*, Gallimard, Paris.
- Avraham, E. (2004), "Media strategies for improving an unfavorable city image", *Cities*, 21(6), 471-479.
- Avraham, E. (2000), "Cities and their news media images", *Cities*, 17(5), 363-370.
- Balestrieri, M., Cicalò, E., Ganciu, A. (Eds.) (2018), *Paesaggi Rurali. Prospettive di ricerca*, Francoangeli, Milano.
- Balestrieri M. (2018), "I Paesaggi rurali nel dibattito disciplinare. Alcuni temi chiave", in Balestrieri M., Cicalò, E., Ganciu, A. (Eds.), *Paesaggi Rurali. Prospettive di ricerca*, Francoangeli, Milano.
- Balestrieri, M., Congiu, T. (2017), "Rediscovering Rural Territories by Means of Religious Route Planning", *Sustainability*, 9(3), 363.
- Balestrieri, M. (2014), "The rural landscape in an 'urban-centric' world", *Agribusiness Landscape & Environment*, 17(1), 195-207.
- Balestrieri, M. (2011), *Marginalità e progetto urbano*, Francoangeli, Milano.
- Balibrea, M. (2001), "Urbanism, Culture and the Post-industrial City: Challenging the 'Barcelona Model'", *Journal of Spanish Cultural Studies*, 2(2), 187-210.
- Ballantyne, M., Pickering, C. M., McDougall, K.L., Wright, G.T. (2014), "Sustained impacts of a hiking trail on changing Windswept Feldmark vegetation in the Australian Alps", *Australian Journal of Botany*, 62(4), pp. 263-275.
- Banks, J., Marsden, T. (2000), "Integrating Agri-environment Policy, Farming Systems and Rural Development: Tir Cymen in Wales", *Sociologia Ruralis*, 40 (4), 466-80.
- Basta, C., Moroni, S. (Eds.) (2013), *Ethics, Design and Planning of the Built Environment*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Belletti, G., Berti, G. (2011), "Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche", in Pacciani A. (a cura di), *Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*, Francoangeli, Milano.
- Benfield, J., Miller, Z.D., D'Antonio, A., Schwartz, F. (2019), "The Role of Tourism Impacts on Cultural Ecosystem Services" *Environments*, 6, 43.
- Bennett, R., Savani, S. (2003), "The Rebranding of City Places: an International

- Comparative Investigation", *International Public Management Review*, 4(2), 70-87.
- Beriatos, E., Gospodini, A. (2004) "'Glocalising' Urban Landscapes: Athens and the 2004 Olympics", *Cities*, 21, 187-202.
- Bertrand, G. (2014), "Paisagem e Geografia Física Global", *Cadernos de Ciências da Terra*, 8, 141-152.
- Bertoline, G.R. (1998), "Visual Science: An Emerging Discipline", *Journal for Geometry and Graphics*, 2(2), 181-187.
- Bianchini, F., Dawson, J., Evans, R. (1992), "Flagship Projects in Urban Regeneration", in Healey, P., Davoudi, S., Tavsanoğlu, S. (Eds.) *Rebuilding the City: Property-led Urban Regeneration*, E & FN Spon, London.
- Bimonte, S., Pagni R. (Eds.) (2003), *Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana*, Irpet.
- Bishop, I.D. (2011), "Landscape planning is not a game: Should it be?", *Landscape and Urban Planning*, 100, 390-392.
- Bishop, I.D., Lange, E., (Eds.) (2005), *Visualization in landscape and environmental planning. Technology and Applications*, Taylor & Francis, London and New York.
- Bissanti, A.A. (1991), *Puglia geografia attiva. Come e perché*, Mario Adda, Bari.
- Bobbio, R. (2016), *Bellezza ed economia dei paesaggi costieri*, Donzelli, Roma.
- Bourdieu, P. (1983), *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna.
- Brill, M. (1989), "Transformation, Nostalgia, and Illusion in Public Life and Public Place", in Altman, I., Zube, E.H. (Eds.), *Public Places and Spaces: Human Behavior and Environments*, vol. 10, Plenum, New York.
- Brodin, J. (2007), "Public Space: Exploration of a Concept", *California Politics & Policy*, 11(1), 47-65.
- Buckley, C., van Rensburg, T. M., Hynes, S. (2009), "Recreational demand for farm commonage in Ireland: A contingent valuation assessment", *Land Use Policy*, 26(3), 846-854.
- Buckley, R. (Ed.) (2004), *Environmental impacts of ecotourism*, 389. CABI Publishing, New York.
- Buhalis, D. (2000), "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Bulut, Z., Yilmaz, H. (2009), "Determination of waterscape beauties through visual quality assessment method", *Environmental Monitoring and Assessment*, 154 (1e4), 495e568.
- Burton, R.J.F. (2004), "Seeing through the 'Good Farmer's' Eyes: Towards Developing an Understanding of the Social Symbolic Value of 'Productivist' Behaviour", *Sociologia Ruralis*, 44 (2), 195-215.
- Busck A.G. (2002), "Farmers' Landscape Decisions: Relationships between Farmers' Values and Landscape Practices", *Sociologia Ruralis*, 42 (3), 233-49.
- Caber, M., Albayrak, T. (2016), "Push or pull? Identifying rock climbing tourists' motivations", *Tourism Management*, 55, 74-84.
- Carneiro, M. J., Lima, J., Lavrador Silva, A. (2015), "The relevance of landscape in the rural tourism experience: Identifying important elements of the rural landscape" *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1217-1235.
- Carneiro, M.J., Lima, J., Lavrador A. S. (2015), "Landscape and the rural tourism experience: identifying key elements, addressing potential, and implications for the future", *Journal of Sustainable Tourism*, 23, 8-9, 1217-1235.
- Cassatella, C. (2015), "Landscape scenic values. Protection and management from a spatial planning perspective", in Gambino, R., Peano, A. (Eds.), *Nature policies and landscape policies*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Cesaro, L., Romano, R., Zumpan, C. (2013), *Analisi e approfondimenti sul post 2013 Foreste e Politiche di Sviluppo Rurale Stato dell'arte, opportunità mancate e prospettive strategiche*, INEA.
- Chhetri, P., Arrowsmith, C., Jackson, M. (2004), "Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations", *Tourism Management*, 25, 31-43.
- Cicalò, E. (2009), *Spazi pubblici. Progettare la dimensione pubblica della città contemporanea*. FrancoAngeli, Milano.
- Clark, G. (1997), "The educational value of the rural trail: A short walk", *Journal of Geography in Higher Education*, 21(3), 349-362.
- Coeterier, J.F. (1996), "Dominant attributes in the perception and evaluation of the Dutch landscape", *Landscape and Urban Planning*, 34 (1), 27e44.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1993), *Tourism: Principles and Practice*, Longman Group Limited, Harlow.
- Cosgrove, D.E. (1990), *Realtà sociale e paesaggio simbolico*, UNICOPLI, Milano.
- Cosgrove, D.E. (1998), *Social Formation and Symbolic Landscape*, The University of Wisconsin Press, Madison.
- Cowan, R., Hall, P.G. (2005), *The dictionary of urbanism. Vol. 67*, Streetwise press, Tisbury.
- Crang, M. (2000), "Public Space, Urban Space and Electronic Space: Would the Real City Please Stand Up?", *Urban Studies*, 37(2), 301-317.
- Crouch, G.I. (2010), "Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", *Journal of Travel Research*, 1-19.
- Cundari, C. (2006), *Il disegno. Ragioni, fondamenti, applicazioni*, Kappa, Roma.
- Cullen, G. (1971), *The concise townscape*, Routledge, London.
- Davis, M. (1990), *City of Quartz. Excavating the Future in Los Angeles*, Verso, London.
- De Certau, M. (1993), "Walking in the city," in During, S. (Ed), *The cultural studies reader*, Routledge, London.
- De Veer, A.A., Burrough, P.A. (1978), "Physiognomic landscape mapping in the Netherlands", *Landscape planning*, 5(1), 45-62.
- Delbono, F., Fiorentini, G. (1987), *Economia del Turismo*, NIS, Roma.
- Deliperi, S. (2011), "Gli usi civici e gli altri diritti d'uso collettivi in Sardegna", *Rivista giuridica dell'ambiente*, 3-4, 387-418.
- Denstadli, J.M., Jacobsen, J.K.S. (2011), "The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes", *Tourism Management*, 32(4), 780-789.

- Donald, J. (1997), "Imagining the Modern City", in Westwood, S., Williams, J. (Eds.), *Imagining Cities: Scripts, Signs, Memory*, Routledge, London.
- Dorwart, C.E, Moore, R.L., Leung, Y. (2009), "Visitors' Perceptions of a Trail Environment and Effects on Experiences: A Model for Nature-Based Recreation Experiences", *Leisure Sciences*, 32 (1), 33-54.
- Downward, P., Lumsdon, L. (2001), "The development of recreational cycle routes: an evaluation of user needs", *Managing Leisure*, 6(1), 50-60
- Dorwart, C.E, Moore, R.L., Leung Y. (2009), "Visitors' Perceptions of a Trail Environment and Effects on Experiences: A Model for Nature-Based Recreation Experiences", *Leisure Sciences*, 32 (1), 33-54.
- Dramstad, W.E., Tveit, M.S., Fjellstad, W.J., Fry, G.L.A. (2006), "Relationship between visual landscape preferences and map-based indicators of landscape structure", *Landscape and Urban Planning*, 78 (4), 465-474.
- Duncan, J.S., Duncan, N.G. (2004), *Landscapes of Privilege. The Politics of the Aesthetic in American Suburb*, Routledge, New York-London.
- Eagles, P.F.J., McCool, S.F., (2002), *Tourism in National Parks and Protected Areas: Planning and Management*, CABI, New York.
- Echtner, C.M., Ritchie J.R.B. (1991), "The Meaning and Measurement of Destination Image", *Journal of Tourism Studies*, 2, 2-12.
- Ecotur (2016), *13° Rapporto Ecotur sul Turismo Natura*, Osservatorio permanente sul turismo natura.
- Egoz, S., Makhzoumi, J., Pungetti, G. (Eds.) (2011), *The Right to Landscape. Contesting Landscape and Human Right*, Ashgate, Farnham.
- Empler, T., Bianconi, F., Bagagli, R. (2006), *Rappresentazione del paesaggio modelli virtuali per la rappresentazione ambientale e territoriale*, DeI, Roma.
- Esser, J., Hirsch, J. (1989), "The crisis of fordism and the dimensions of a 'postfordist' regional and urban structure", *International Journal of Urban and Regional Research*, 13(3), 417-437.
- Ettema, J.S., Peer, L. (1995) "Good News from a Bad Neighborhood: toward an Alternative to the Discourse of Urban Pathology", *Journalism Quarterly*, 73, 835-856.
- Evans, N., Yarwood, R. (1995), "Livestock and Landscape", *Landscape Research*, 20(3), 141-46.
- Fan, H. (2014), "Branding a place through its historical and cultural heritage: the branding project of Tofu Village in China", *Place Branding and Public Diplomacy*, 10(4), 279-287.
- Fariás Torbidoni, E.I. (2011), "Managing for Recreational Experience Opportunities: The Case of Hikers in Protected Areas in Catalonia, Spain", *Environmental Management*, 47 (3), 482-496.
- Farias, E.I., Grau, H.R., Camps, A. (2005), "Trail Preferences and Visitor Characteristics in Aigu estortes I Estany Sant Maurici National Park, Spain", *Mountain Research and Development*, 25 (1), 51-59.
- Farias, E.I., Grau, H.R., Camps, A. (2005), "Trail Preferences and Visitor Characteristics in Aigu estortes I Estany Sant Maurici National Park, Spain", *Mountain Research and Development*, 25(1), 51-59.
- Farrell, T. A., Marion, J. L. (2001), "Identifying and assessing ecotourism visitor impacts at eight protected areas in Costa Rica and Belize", *Environmental Conservation*, 28(3), 215-225.
- Fasoli, V., Scotti Tosini, A. (1999), *Dal giardino al parco urbano: il verde nella città dell'ottocento*, Celid, Torino.
- Fattorini, R., (2007) "Ecoturismo e agriturismo: un contributo della psicologia cognitiva all'analisi del fenomeno", in Donato, C. (a cura di), *Turismo rurale, agriturismo ed ecoturismo quali esperienze di un percorso sostenibile*, EUT Edizioni Università di Trieste.
- Faulks, P., Ritchie, B., Fluker, M. (2007), *Cycle Tourism in Australia: An Investigation into its Size and Scope*, Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, Gold Coast, Australia.
- Fitzpatrick and Associates (2005), *The economic value of trails and forest recreation in the Republic of Ireland*, Coillte Publications, Wicklow.
- Flink, C.A., Searns R.M. (1993), *Greenways: a guide to planning, design and development*, Island Press, Washington.
- Forsyth, A. (2015), "What is a walkable place? The walkability debate in urban design", *Urban Design*, 20(4), 274-292.
- Frank, L.D., Sallis, J.F., Conway, T.L., Chapman, J.E., Saelens, B.E., Bachman, W. (2006), "Many pathways from land use to health: associations between neighborhood walkability and active transportation, body mass index, and air quality", *Journal of the American Planning Association*, 72, 75-87.
- Fredin, E.S., Kosicki, G.M. (1989), "Cognitions and Attitudes about Community: Compensating for Media Images", *Journalism Quarterly*, 66, 835-856.
- Friedmann, J. (1999), "Claiming Rights: Citizenship and the Spaces of Democracy", *Plurimondi. An International Forum for Research and Debate on Human Settlements*, 2, 37-46.
- Galician, M., Vestre, N.D. (1987), "Effects of 'Good News' and 'Bad News' on Newscast Image and Community Image", *Journalism Quarterly*, 64, 99-405.
- Gambardella, C. (2008), "Usi civici: patrimonio, conoscenza, rappresentazione", in Gambardella, C. et al. (Eds.) *Molise. Usi civici e paesaggio*, La Scuola di Pitagora, Napoli.
- Ganciu, A., Balestrieri, M., Barra, M. (2018), "Green Infrastructures: dispositivi per la connessione spaziale e multifunzionale del paesaggio contemporaneo", in Balestrieri, M., Cicalò, E., Ganciu, A. (Eds.), *Paesaggi rurali Prospettive di ricerca*, Francoangeli, Milano.
- Garrod, B., Wornell, R., Youell, R. (2006), "Re-conceptualising Rural Resources as Countryside Capital: The Case of Rural Tourism", *Journal of Rural Studies*, 22(1), 117-28.
- Gattullo, M. (2018), "Il paesaggio come commons. Riflessioni teoriche e analisi empiriche: il caso del Parco Paduli nel Salento delle Serre", *Bollettino della Società Geografica Italiana serie*, 14, 1(1), 79-89.
- Gazzola, P., Grechi, D., Romanelli, M., Pollice, F. (2020), "Il Turismo Religioso: la Via Francigena, un'Opportunità per l'Italia", *Economia Aziendale Online - Business and Management Sciences International Quarterly Review*, 11(3), 341-358.
- Gazzola, P., Grechi, D., Romanelli, M., Pollice, F. (2020), "Il turismo religioso: la via Francigena, un'opportunità per l'Italia", *Economia Aziendale Online*,



- 11(3), 341-358.
- Gehl, J. (1996), *Life between Buildings: Using Public Space*, Arkitektens Forelag, Copenhagen.
- Geuze, A. (1996), "Nuovi parchi per nuove città", *Lotus*, 88, 51-78.
- Ghadirian, P., Bishop, I.D. (2008), "Integration of augmented reality and GIS: a new approach to realistic landscape visualisation", *Landscape and Urban Planning*, 86(3-4), 226-232.
- Girau, L. (Ed) (1988), *Il parco urbano e il parco naturale contemporaneo di F.L. Olmsted tra urbanistica ed architettura del paesaggio*, Cuec, Cagliari.
- Gobster, P.H. (1995), "Perception and use of a metropolitan greenway system for recreation", *Landscape and Urban Planning*, 33 (1-3), 401-413.
- Godtman Kling, K., Fredman, P., Wall-Reinius, S. (2017), "Trails for tourism and outdoor recreation: A systematic literature review", *Tourism*, 65, 4, 488-508.
- Goffman, E. (1981), *Forms of talk*, Basil Blackwell, Oxford.
- Goffman, E. (1959), *The presentation of self in everyday life*, Doubleday, New York
- Gold, J. (1994), "Locating the message: place promotion as image communication", in Gold, J.R., Ward, S.V. (Eds.), *Place promotion: the use of publicity and marketing to sell towns and regions*, Wiley, Chichester.
- Gold, J. (1985), "From Metropolis to the City: Film Visions of the Future City", in Burgess, J., Gold, J. (Eds), *Geography, the Media and Popular Culture*, Croom Helm, London.
- González, M.V. (2008), "Intangible heritage tourism and identity", *Tourism management*, 29(4), 807-810.
- Goodwin, H., (2002), "Local community involvement in tourism around national parks: Opportunities and constraints", *Current Issues in Tourism*, 5(3-4), 338-360.
- Gospodini, A. (2002), "European Cities in Competition and the New 'Uses' of Urban Design", *Journal of Urban Design*, 7(1), 59-73.
- Gospodini, A. (2004), "Urban Space Morphology and Place Identity in European Cities; Testing Built Heritage and Innovative Design of space", *Journal of Urban Design*, 9(2), 225-248.
- Grant, J., Mittelsteadt, L. (2004), "Types of gated communities", *Environment and Planning B: Planning and Design*, 31, 913-930.
- Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M.J., Whatmore, S. (Eds.) (2011), *The dictionary of human geography*, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Grenville, J. (1999), *Managing the Historic Rural Landscape*, Routledge, London.
- Hajer, M., Reijndorp, A. (2002), *In Search of the New Public Domain*, Nai Publishers, Rotterdam.
- Hall, M., Ram, Y., and Shoval, N. (Eds.) (2017), *Handbook of Walking The Routledge international handbook of walking*, Routledge, London.
- Hall, P. (1997), "Modelling the Post-industrial City", *Futures*, 29(4/5), 311-322.
- Handy, S.L., Niemeier, D.A. (1997), "Measuring accessibility: an exploration of issues and alternatives", *Environment and Planning A*, 29(7), 1175-1194.
- Hanna, S., Rowley, J. (2008), "An analysis of terminology use in place branding", *Place Branding and Public Diplomacy*, 4(1), 61-75.
- Hansen, W.G. (1959), "How accessibility shapes land use", *Journal of the American Institute of planners*, 25(2), 73-76.
- Harcourt, B.E. (2001), *Illusion of Order: The False Promise of Broken Windows Policing*, Harvard University Press.
- Harris, D., Ruggles, D.F. (2007), *Sites Unseen. Landscape and Vision*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh.
- Harvey, D. (2012), *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*, Verso, London, New York.
- Harvey, D. (2003), "The right to the city", *International Journal of Urban and Regional Research*, 27.4, 931-41.
- Harvey, D. (1989), *The condition of postmodernity*, Blackwell, Oxford.
- Hes, C., Ostrom, E. (2009), "Introduzione. Panoramica sui beni comuni della conoscenza", in Hess, C. Ostrom, E. (a cura di) *La conoscenza come bene comune. Dalla teoria alla pratica*, Mondadori, Milano.
- Hietala-Koivu, R., Lankoski, J., Tarmi, S. (2004), "Loss of Biodiversity and its Social Cost in an Agricultural Landscape", *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 103(1), 75-83.
- Higgins, B. (1996), "The Global Structure of the Nature Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, 35(2), 11-18.
- Hill, W., Pickering, C.M. (2006), "Vegetation associated with different walking track types in the Kosciuszko alpine area, Australia", *Journal of Environmental Management*, 78, 24-34.
- Hirsch, F. (1981), *I limiti sociali allo sviluppo*, Bompiani, Milano.
- Hollenhorst, S., Gardner, L. (1994), "The indicator performance estimate approach to determining acceptable wilderness conditions", *Journal of Environmental Management*, 18, 901-906.
- Hollinshead, K., Ateljevic, I., Ali, N. (2009), "Worldmaking agency – world-making authority: the sovereign constitutive role of tourism", *Tourism Geographies*, 11(4), 427-443.
- Hubbard, P. (1996), "Re-imagining the city: the transformation of Birmingham's urban landscape", *Geography*, 81(1), 26-36.
- Hubbard, P. (1995), "Urban Design and Local Economic Development. A Case Study in Birmingham", *Cities*, 12(4), 243-251.
- Ippoliti, E., Menesini, A. (2010), "From the '3D model' to the '3D scene'. Prospects and opportunities for the enhancement of an architectural and urban cultural heritage", *Disegnare Con*, 3(6), 77-91.
- Ittelson, W.H., Proshansky, H.M., Rivlin, L. G., & Winkel, G.H. et al. (1974), *An introduction to environmental psychology*, Holt, Rinehart & Winston.
- James, Q., Wilson, (1997), *Fixing Broken Windows: Restoring Order and Reducing Crime in our Communities*, Simon & Schuster Ltd, New York.
- Jansson, A. (2003), "The Negotiated City Image: Symbolic Reproduction and Change through Urban Consumption", *Urban Studies*, 40(3), 463-479.
- Julier, G. (2005), "Urban Designscapes and the Production of Aesthetic Con-

- sent", *Urban Studies*, 42(5/6), 869-887.
- Kalivoda, O., Vojar, J., Skivanová, Z., & Zahradník, D. (2014), "Consensus in landscape preference judgments: The effects of landscape visual aesthetic quality and respondents' characteristics", *Environmental Management*, 137, 36-44.
- Kaplan, R., Kaplan, S., Ryan, R. (1998), *With people in mind: Design and management of everyday nature*, Island Press, Washington.
- Kaplan, R., Kaplan, S. (1989), *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*, Cambridge University Press, New York.
- Kaplan, R., Kaplan, S. (1995), *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*, Cambridge University Press, New York.
- Kastenholz, E., Rodrigues, A. (2007), "Discussing the potential benefits of hiking tourists in Portugal", *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18 (1), 5-21.
- Kastenholz, E., Davis, D., Paul, G. (1999), "Segmenting tourism in rural areas: The case of north and central Portugal", *Journal of Travel Research*, 37, 353-363.
- Kelley, H., van Rensburg, T.M., Jeserichbc, N. (2016), "Determinants of demand for recreational walking trails in Ireland", *Tourism Management*, 52, 173-186.
- Kizos, T., Primdahl, J., Kristensen, L.S., Busck, A.G. (2010), "Introduction: Landscape Change and Rural Development", *Landscape Research*, 35 (6), 571-76.
- Knight, R.L., Cole, D.N. (1995), "Wildlife responses to recreation", in Knight R.L., Gutz-willer K. J. (Eds.), *Wildlife and recreationists: coexistencethrough management and research*, Island Press, Washington.
- Knox, P.L. (1993), "Capital, Material Culture and Social-spatial Differentiation", in Knox, P.L. (Ed), *The Restless Urban Landscape*, Englewood Cliff, Prentice-Hall.
- Konecnik, M., Go, F. (2008), "Tourism destination brand identity: the case of Slovenia", *Journal of Brand Management*, 15(3), 177-189.
- Kotler, P., Gertner, D. (2002), "Country as Brand, Products, and beyond: a Place Marketing and Brand Management Perspective", *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 249-261.
- Kotler, P., Haider, D.H., Rein, I. (1993), *Marketing places*, Free Press, New York.
- Kristensen, L.S., Thenail, C., Kristensen, S.P. (2004), "Landscape Changes in Agrarian Landscapes in the 1990s: The Interaction between Farmers and the Farmed Landscape. A Case Study from Jutland, Denmark", *Journal of Environmental Management*, 71, 231-44.
- Lange, E. (2011), "99 volumes later: We can visualise. Now what?", *Landscape and Urban Planning*, 100(4), 403-406.
- Lange, E., Hehl-Lange, S. (2010), "Making visions visible for long-term landscape management", *Futures*, 42(7), 693-699.
- Lange, E. (2001), "The limits of realism: perceptions of virtual landscapes", *Landscape and Urban Planning*, 54, 163-182.
- Lau, J.C.Y, Chui, C.C.H (2003), "Accessibility of low-income workers in Hong Kong", *Cities*, 20(3), 197-204.
- Leach, N. (2002), "Belonging: towards a Theory of Identification with Space", in Hillier, J., Rooksby, E. (Eds.), *Habitus: A Sense of Place, Aldershot*, Ashgate, Farnham.
- Lefebvre, H. (1991), *The production of space*, Blackwell Publishers, Oxford.
- Lefebvre, H., Regulier, C. (1985), "Le projet rythmanalytique", *Communication*, 41, 191-199.
- Legambiente (2019), *Rapporto spiagge 2019. La situazione dei cambiamenti in corso nelle aree costiere italiane*, disponibile in [www.legambiente.it](http://www.legambiente.it).
- Lew, A.A. (2017), "Tourism planning and place making: place-making or place-making?", *Tourism Geographies*, 1-19.
- Liberato, D., Ferreira, F.A., Azevedo, A.F. (2020), "Landscape as a Tourism Resource: A Case Study in the Northern Region of Portugal", in Rocha, A., Abreu, A., de Carvalho, J., Liberato, D., González, E., Liberato, P. (Eds.), *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol 171, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York. .
- Lindberg, K., Veisten, K. (2012), "Local and non-local preferences for nature tourism facility development", *Tourism Management Perspectives*, 4, 215-222.
- Lynch, K. (1960), *The Image of the City*, MIT, Cambridge Mas.
- Lo, R.H. (2009), "Walkability: What is it?", *Journal of Urbanism*, 2(2), 145-166.
- Lois González, R. C. (2013), "The Camino de Santiago and its contemporary renewal: Pilgrims, tourists and territorial identities", *Culture and Religion*, 14(1), 8-22.
- Lotfi, S., Koohsari, M. J. (2009), "Measuring objective accessibility to neighborhood facilities in the city (A case study: Zone 6 in Tehran, Iran)", *Cities*, 26(3), 133-140.
- Lourens, M. (2007), "Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development", *Development Southern Africa*, 24(3), 475-490.
- Low, S. (2013), "How Private Interests Take over Public Space: Zoning, Taxes, and Incorporation of Gated Communities", in Low, S., Smith, N. (Eds.), *The Politics of Public Space*, 81-104, Routledge, London.
- Luzar, E.J., Diagne, A., Gan, C., Henning, B.R. (1995), "Evaluating nature-based tourism using the new environmental paradigm", *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 27(2), 544-555.
- Lynn, N. A., Brown, R. D. (2003), "Effects of recreational use impacts on hiking experiences in natural areas", *Landscape and Urban Planning*, 64 (1/2), 77-87.
- Mac an Bhreithiún, B., Burke, A. (2014), "Language, typography, and place-making: walking the Irish and ulster-scots linguistic landscape", *Canadian Journal of Irish Studies*, 38, 84-125. Light, J.S. (1999), "From city space to cyberspace", in Crang, M., Crang, P., May, J. (Eds.), *Virtual Geographies. Bodies, Space and Relations*, Routledge, London.
- Mac an Bhreithiún, B. (2012), "Graphic design, globalization, and placemaking in the neighbourhoods of Amsterdam", *Imagining global Amsterdam*, 255-272.
- Maciocco, G. (Ed) (2008a), *Urban Landscape perspectives*, Springer, Verlag, Hei-

- delberg, Berlin, New York. .
- Maciocco, G. (2008b), *Fundamental Trends in City Development*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Maciocco, G., Serreli, S. (2010), *Paesaggi costieri e progetti di territorio*, Franco-angeli, Milano.
- Maciocco, G., Tagliagambe, S. (1997), *La città possibile*, Dedalo, Bari.
- Madanipur, A. (2004), "Marginal Public Spaces in European Cities", *Journal of Urban Design*, 9(3), 267-286.
- Maeran, R., Novello, V. (1991), "Comunicare l'intangibile: l'arte e la cultura nei messaggi pubblicitari turistici", in Cinanni, V., Viridi, R., Fumai, G. (a cura di), *Ambiente, salute, cultura nuove questioni di psicologia del turismo*, Kappa, Roma.
- Maller, C., Townsend, M., Pryor, A., Brown, P., Leger, S.T. (2006), "Healthy nature healthy people: 'contact with nature' as an upstream health promotion intervention for populations", *Health Promotion International*, 21 (1), 45-54.
- Marcuse, P. (2009), "From critical urban theory to the right to the city", *City*, 13(2), 185-197.
- Marion, J.L., Wimpey, J. (2017), "Assessing the influence of sustainable trail design and maintenance on soil loss", *Journal of Environmental Management*, 189, 46-57.
- Marion, J.L., Leung, Y.F. (2011), "Indicators and Protocols for Monitoring Impacts of Formal and Informal Trails in Protected Areas", *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 17 (2), 215-236.
- Marion, J.L., Park, L., Wimpey, J. (2011), *Informal and formal trail monitoring protocols and baseline conditions: Acadia National Park. Final Report for the USDI, U.S. Geological Survey, Virginia Tech College of Natural Resources and Environment, Blacksburg, VA.*
- Martinetti, P. (2017), "I Parchi nazionali un patrimonio da salvaguardare per il turismo sostenibile, Marketing del territorio", disponibile in <http://www.marketingdelterritorio.info/index.php/en/notizie/3056-i-parchi-nazionali-un-patrimonio-da-salvaguardare>
- Marujo, N., Santos, N. (2012), "Tourism, tourists and landscape", *Investigaciones Turísticas, juliodeciembre*, (4), 35-48.
- MATTM, Unioncamere, Federparchi, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile (in collaborazione con) (2017), *Natura e Cultura. Le aree protette, luoghi di turismo sostenibile, Analisi Tecnica 2017*, Roma, disponibile in [http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/biodiversita/Rapporto\\_Natura\\_Cultura.pdf](http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/biodiversita/Rapporto_Natura_Cultura.pdf).
- Menatti, L. (2017), "Landscape from common good to human right", *International Journal of the Commons*, 11(2), 641-683.
- Miles, S. (2005), "'Our Tyne': Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in Newcastle Gateshead", *Urban Studies*, 42(5/6), 913-926.
- Mitchell, D. (2003), *The right to the city: social justice and the fight for public space*, The Guilford Press, New York.
- Mitchell, D., Staeheli, L. A. (2006), "Clean and Safe? Property Redevelopment, Public Space, and Homelessness in Downtown San Diego", in Low, S., Smith, N. (Eds.), *The Politics of Public Space*, Routledge, London.
- Mommaas, H. (2002), *City branding. image building and building images*, NAI Uitgevers, Rotterdam.
- Moreschini, I. (2017), "Usi civici e Governo del territorio", *Diritto & Diritti*, disponibile in <https://www.diritto.it/usi-civici-e-governo-del-territorio/>.
- Morgan, N., Pritchard, A., Pride R. (2002), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Morrison, A.M. (2013), *Marketing and managing tourism destinations*, Routledge, London.
- Morris, J.M., Dumble, P.L., Wigan, M.R. (1979), "Accessibility indicators for transport planning", *Transportation Research Part A: General*, 13(2), 91-109.
- Nakamae, E., Qin, X., Tadamura, K. (2001), "Rendering of landscapes for environmental assessment", *Landscape and Urban Planning*, 54(1-4), 19-32.
- Neil, S., Williams, P. (Eds.) (2013), *Gentrification of the City*, Routledge, London.
- Nijhuis, S., Lammeren, R. van, Hoeven, F.D. van der (2011), *Exploring the visual landscape: advances in physiognomic landscape research in the Netherlands*, IOS Press, Amsterdam.
- Novello, G., Vitali, M. (2013), "Le difficoltà di rappresentare l'essenziale: sfide, speranze, disillusioni e ragioni dagli studi sui beni culturali e ambientali", in Conte, A., Filippa, M. (a cura di), *Patrimoni e Siti Unesco. Memoria, Misura e Armonia*, Gangemi, Roma.
- Nuvoli G., (1999), *Conoscenza ed educazione all'ambiente: modelli ed esperienze*, Franco Angeli, Milano.
- Ode, A., Fry, G., Tveit, M.S., Messenger, P., Miller, D. (2009), "Indicators of perceived naturalness as drivers of landscape preference", *Journal of Environmental Management*, 90 (1), 375e 383.
- Oficina del Peregrino (2017), Informe estadístico año 2017, disponibile in <https://oficinadelperegrino.com>
- Oh, C.O., Hammitt, W.E. (2010), "Determining Economic Benefits of Park Trails: Management Implications", *Journal of Park and Recreation Administration*, 28 (2), 94-107.
- Olins, W. (1999), *Trading identities: why countries and companies are taking on each others' roles*, The Foreign Policy Centre, London.
- Oliver, T., Jenkins, T. (2003), "Sustaining Rural Landscapes: The Role of Integrated Tourism", *Landscape Research*, 28(3), 293-307.
- Oliverio, F.S. (2008), "Verso una nuova definizione degli usi civici", *Agriregionieuropa*, 14, 55.
- Olwig, K.R. (2013), "Globalism and the Enclosure of the Landscape Commons", in Rotherham, I.D. (Ed), *Cultural Severance and the Environment – The Ending of Traditional and Customary Practice on Commons and Landscapes Managed in Common*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York. .
- Olwig, K.R. (2002), *Landscape, Nature and the Body Politic*, University of Wisconsin Press, Madison.
- Olwig, K.R., Mitchell, D. (Eds.) (2009), *Justice, Power and the Political Landscape*, Routledge, London.

- Orland, B., Budthimedhee, K., Uusitalo, J. (2001), "Considering virtual worlds as representations of landscape realities and as tools for landscape planning", *Landscape and Urban Planning*, 54(1-4), 139-148.
- Ostrom, E. (2006), *Governare i beni collettivi*, Marsilio Editore, Venezia.
- Paddison, R. (1993), "City marketing, image reconstruction and urban regeneration", *Urban Studies*, 30(2), 339-350.
- Palang, H., Sooväli, H., Antrop, M., Setten, G. (Eds.) (2004), *European Rural Landscapes: Persistence and Change in a Globalising Environment*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Palang, H., Fry, G. (2003), *Landscape Interfaces: Cultural Heritage in Changing Landscapes*, Vol. 1, Springer Science & Business Media, Dordrecht.
- Palmer, J.F. (2004), "Using spatial metrics to predict scenic perception in changing landscape: Dennis, Massachusetts", *Landscape and Urban Planning*, 69 (2e3), 201e218.
- Papacharissi, Z. (2002), "The virtual sphere: The internet as a public sphere", *New Media & Society*, 4(1), 9-27.
- Papadopoulos, N., Heslop, L. (2002), "Country Equity and Country Branding: Problems and Prospects", *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 294-314.
- Peil, T., Jones, M. (Eds.) (2005), *Landscape, Law and Justice*, Novus Forlag/ Institute for Comparative Research in Human Culture, Oslo.
- Pettit, C., Cartwright, W., Bishop, I. (2014), *Landscape Analysis and Visualisation: Spatial Models for Natural Resource Management and Planning*, Springer, Verlag, Heidelberg, Berlin, New York.
- Petrosillo, I., Zurline, G., Corliano, M.E., Zaccarelli, N., Dadamo, M. (2007), "Tourist perception of recreational environmental and management in a marine protected area", *Landscape and Urban Planning*, 79, 29-37.
- Philo, C., Kearns, K. (1992), *Selling Places: The city as Cultural Capital*, Pergamon, London.
- Pickering, C.M., Norman, P. (2017), "Comparing impacts between formal and informal recreational trails", *Journal of Environmental Management*, 193, 270-279. Piva, G. (a cura di) (2005). I parchi nel terzo millennio. Bologna: Alberto Perdisa.
- Potito, A.P., Beatty, S.W. (2005), "Impacts of Recreation Trails on Exotic and Ruder Species Distribution in Grassland Areas Along the Colorado Front Range", *Environmental Management*, 36(2), 230-236.
- Pouta, E., Sievanen, T., Neuvonen, M. (2004), "Profiling recreational users of national parks, national hiking areas and wilderness areas in Finland", in Sievanen, T., Erkkonen, J., Jokimaki, J., Saarinen, J., Tuulentie, S., Virtanen, E. (Eds.) *Policies, methods and tools for visitor management. Proceedings of the second international conference on monitoring and management of visitor flows in recreational and protected areas*, Rovaniemi, Finland, June 16-20.
- Porcu, E. (2014), "Gated communities in Sardegna: una proposta di analisi", in *Proceedings XXVIII convegno SISF*, Perugia, 11-13 settembre 2014.
- Pouta, E., Sievanen, T., Neuvonen, M. (2004), "Profiling recreational users of national parks, national hiking areas and wilderness areas in Finland", in Sievanen, T., Erkkonen, J., Jokimaki, J., Saarinen, J., Tuulentie, S., Virtanen, E. (Eds.) *Policies, methods and tools for visitor management. Proceedings of the second international conference on monitoring and management of visitor flows in recreational and protected areas*, June 16-20, 2004, Rovaniemi, Finland.
- Prebensen, N.K., Foss, L. (2011), "Coping and co-creating in tourist experiences", *International Journal of Tourism Research*, 13, 54-66.
- Price, R.L. (1983), *Una geografia del turismo: paesaggio e insediamenti umani sulle coste della Sardegna*, Formez, Cagliari.
- Prideaux, B., McNamara, K., Thompson, M. (2012), "The irony of tourism: visitor reflections of their impacts on Australia's World Heritage rainforest", *Journal of Ecotourism*, 11 (2), 102-117.
- Punter, J.V. (1990), "The Privatisation of the Public Realm", *Planning Practice & Research*, 5, 9-16.
- Raj, R., Griffin, K.A. (Eds.) (2015), *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective*, CAB International, Wallingford.
- Relph, E. (1976), *Place and Placeness*, Pion, London.
- Richard, G., Wilson, J. (2004), "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001", *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.
- Richter, P.S. (2003), "Proprietà collettive, usi civici e interesse pubblico", *Diritto amministrativo*, 1, 183-193.
- Riley, M. (2006), "Reconsidering Conceptualisations of Farm Conservation Activity: The Case of Conserving Hay Meadows", *Journal of Rural Studies*, 22(3), 337-53.
- Rinschede, G. (1992), "Forms of religious tourism", *Annals of tourism Research*, 19(1), 51-67.
- Rippon, S. (2004), *Historic Landscape Analysis: Deciphering the Countryside*, Council for British Archaeology, York.
- Roe, J.J., Ward, Thompson, C., Aspinall, P. A., Brewer, M. J., Duff, E. J., Miller, D., Mitchell, R., Clow, A. (2013), "Green Space and Stress: Evidence from Cortisol Measures in Deprived Urban Communities", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10(9), 4086-4103.
- Roggenbuck, J.W., Williams, D.R., Watson, A.E. (1993), "Defining acceptable conditions in wilderness", *Environmental Management*, 17, 187-197.
- Ruggles, D.F., Harris, D.S. (Eds.) (2007), *Sites Unseen: Landscape and Vision*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh.
- Samuelson, P.A. (1954), "The Pure Theory of Public Expenditure" *The Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387-389.
- Salerno, R. (2015), "Oltre la mappa verso un rilievo sensoriale", in Novella, G., Marotta, A. (Eds.), *Drawing and City. Culture, Art, Science, Information*, Gangemi, Roma.
- Sassen, S. (2007), *A Sociology of Globalization*, W. W. Norton & C., New York.
- Sassen, S. (1991), *The Global City*, Princeton University Press, Princeton NJ.
- Sasu, K.A., Epuran, G. (2016), "An overview of the new trends in rural tourism", *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 9 (58), 119-126.
- Sesana, G. (2006), *Pellegrini e turisti. L'evoluzione del viaggio religioso*, Hoepli,

Milano.

- Setola, N., Marzi, L., Torricelli M.C. (2018), "Accessibility indicator for a trails network in a Nature Park as part of the environmental assessment framework", *Environmental Impact Assessment Review*, 69, 1-15.
- Selman, P. (1993), "Landscape Ecology and Countryside Planning: Vision, Theory and Practice", *Journal of Rural Studies*, 9(1), 1-21.
- Sennett, R. (2003), *The Fall of Public Man*, Penguin, New York-London.
- Sennett, R. (1994), *Flesh and Stone: the Body and the City in Western Civilization*, Norton and Company, New York.
- Shaw, D.V. (2001), "The Post-industrial City", in Paddison, R. (Ed), *Handbook of Urban Studies*, Sage Publications, London.
- Sheppard, S.R. (2012), *Visualizing climate change: a guide to visual communication of climate change and developing local solutions*, Routledge, London.
- Settis, S. (2013), *Il paesaggio come bene comune*, La Scuola di Pitagora, Napoli.
- Smith, A. (2005), "Conceptualizing City Image Change: The 'ReImaging' of Barcelona", *Tourism Geographies*, 7(4), 398-423.
- Smith, A., Fox, T. (2002), "'From 'Event-led' to 'Event-themed Regeneration: The 2002 Commonwealth Games Legacy Programme'", *Urban Studies*, 44(5/6), 1125-1143.
- Sheppard, S.R.J. (2012), *Visualizing climate change: A guide to visual communication of climate change and developing local solutions*, Routledge, London.
- Short, J.R., Breitbach, S., Buckman, S., Essex, J. (2000), "From world cities to gateway cities", *City*, 4(3), 317-340.
- Short, J.R., Benton, L.M., Luce, W.B., Walton, J. (1993), "Reconstructing the Image of an Industrial City", *Annals of American Geographers*, 83, 207-224.
- Slogan, W.G. (1990), *Disorder and Decline: Crime and the Spiral of Decay in American Neighborhoods*, University of California Press.
- Soares, J., Nunes, N. (2020), "Levada walks and canyoning as mountain sport products in nature tourism", *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*, 10(1), 41-55.
- Soja, W.E. (2010), *Seeking spatial justice*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Sorkin, M. (1992), *Variations on a Theme Park: the New American City and the End of Public Space*, Hill and Wang, New York.
- Stobbelaar, D.J., Pedroli, B. (2011), "Perspectives on Landscape Identity: A Conceptual Challenge", *Landscape Research*, 36(3), 321-339.
- Strecker, A. (2011), "The 'Right to Landscape' in International Law", in Egoz, S., Makhzoumi, J., Pungetti, G. (Eds.), *The Right to Landscape. Contesting Landscape and Human Right*, Ashgate, Farnham.
- Strumse, E. (1994), "Environmental attributes and the prediction of visual preferences for agrarian landscapes in Western Norway", *Journal of Environmental Psychology*, 14 (4), 293e303.
- Sullivan, W.C., Lovell, S.T. (2006), "Improving the visual quality of commercial development at the rural-urban fringe", *Landscape and Urban Planning*, 77(1-2), 152-166.
- Taczanowska, K., González, L.M., Garcia-Massó, X., Muhar, A., Brandenburg, C., Toca-Herrera, J.L. (2014), "Evaluating the structure and use of hiking trails in recreational areas using a mixed GPS tracking and graph theory approach", *Applied Geography*, 55, 184-192.
- Taff, B.D., Benfield, J., Miller, Z.D., D'Antonio, A., Schwartz, F. (2019), "The Role of Tourism Impacts on Cultural Ecosystem Services", *Environments*, 6(43), 1-13.
- Tagliagambe, S. (2018), *Il paesaggio che siamo e che viviamo*, Feltrinelli, Milano.
- Talen, E., Anselin, L. (1998), "Assessing spatial equity: an evaluation of measures of accessibility to public playgrounds", *Environment and Planning A*, 30(4), 595-613.
- Taylor, P. (2015), "What factors make rail trails successful as tourism attractions? Developing a conceptual framework from relevant literature", *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 12, 89-98.
- Taylor, R.B. (2000), *Breaking Away from Broken Windows*, Westview Press Inc., Boulder.
- Tempesta, T., Thiene, M. (2006), *Percezione e valore del paesaggio*, Feltrinelli, Milano.
- Timothy, D.J., Boyd, S.W. (2015), *Tourism and trails. Cultural, ecological and management issues*, Channel View Publications, Bristol.
- Timothy, D., Olsen, D. (Eds.) (2006), *Tourism, religion and spiritual journeys*, Routledge, London.
- Tomczyk, A.M., Ewertowski, M.W. (2016), "Recreational trails in the Poprad Landscape Park, Poland: the spatial pattern of trail impacts and use-related, environmental, and managerial factors", *Journal of Maps*, 12(5), 1227-1235.
- Tomczyk, A., Ewertowski, M. (2013), "Planning of recreational trails in protected areas: Application of regression tree analysis and geographic information systems", *Applied Geography*, 40, 129-139.
- Traisci, F.P. (2013), "Gli usi civici fra storia e geografia", in Fontanarosa, F. (Ed), *Usi civici e proprietà collettive tra realtà odierne e prospettive future*, Palladino Editore, Campobasso.
- Tress, B., Tress, G. (2003), "Scenario visualisation for participatory landscape planning: a study from Denmark", *Landscape and Urban Planning*, 64(3), 161-178.
- Tscharntke, T., Klein, A.M., Kruess, A., Steffan-Dewenter, I., Thies, C. (2005), "Landscape Perspectives on Agricultural Intensification and Biodiversity—Ecosystem Service Management", *Ecology Letters*, 8 (8), 857-74.
- Tsou, K.W., Hung, Y.T., Chang, Y.L. (2005), "An accessibility-based integrated measure of relative spatial equity in urban public facilities", *Cities*, 22(6), 424-435.
- Tuan, Y. (1977), *Space and Place: The Perspective of Experience*, Edward Arnold, London.
- Turenscape (2017), "Quzhou Luming Park", *Area*, 152, 88.
- Urry, J. (1992), The Tourist Gaze "Revisited", *American Behavioral Scientist*, 36, 2, 172-186.
- Valbuena, D., Verburg, P.H., Veldkamp, A., Bregt, A.K., Ligtenberg, A. (2010),

- "Effects of Farmers' Decisions on the Landscape Structure of a Dutch Rural Region: An Agentbased Approach", *Landscape and Urban Planning*, 97(2), 98-110.
- Van Herzele, A., Wiedemann, T. (2003), "A monitoring tool for the provision of accessible and attractive urban green spaces", *Landscape and Urban Planning*, 63(2), 109-126.
- Vannucchi, M. (2003), *Giardini e parchi. Storia morfologia ambiente*, Alinea, Firenze.
- Vespasiani, S. (1997), *Città stagionali. Rigenerazione urbana oltre il turismo*, Francoangeli, Milano.
- Viganò, G. (2000), *La programmazione di un'area turistica. Master Turismo*, Università Bocconi, Mimeo, Milano.
- Viveiros de Castro, E., Thiago Beraldo Souza, T., Thapa, B. (2015), "Determinants of tourism attractiveness in the national parks of Brazil", *PARKS*, 21 (2), 51-62.
- Walker, A.J., Ryan, R.L. (2008), "Place attachment and landscape preservation in rural New England: a Maine case study", *Landscape and Urban Planning*, 86(2), 141-152.
- Ward Thompson, C. (2011), "Linking Landscape and Health: The Recurring Theme", *Landscape and Urban Planning*, 99(3), 187-195.
- Ward, S. (1998), *Selling places: the marketing and promotion of towns and cities 1850-2000*, E and FN Spon, London.
- Watson, S. (1991), "Gilding the Smokestacks: the New Symbolic Representation of Deindustrialised Regions", *Environment and Planning D: Society and Space*, 9, 59-70.
- Wilson, J.Q., Kelling, G.L. (2003), "Broken Windows", in Richard T., LeGates, F.S. (Eds.), *The City Reader*, Routledge, London.
- Wolf, I.D., Croft, D.B., Green, R.J. (2019), "Nature Conservation and Nature-Based Tourism: A Paradox?", *Environments*, 6, 104.
- Xu, M., Xin, J., Su, S., Weng, M., Cai, Z. (2017), "Social inequalities of park accessibility in Shenzhen, China: The role of park quality, transport modes, and hierarchical socioeconomic characteristics", *Journal of Transport Geography*, 62, 38-50.
- Zanni, F. (2016), "Il Cammino di Santiago, storia e origine", doi: 10.13140/RG.2.1.3563.2404.
- Zukin, S. (1995), *The Cultures of Cities*, Blackwell, Oxford.