

# UN PAESE CI VUOLE

Studi e prospettive per i centri abbandonati e in via di spopolamento



a cura di Annunziata Maria Oteri  
Giuseppina Scamardi

ArchistoR  
EXTRA



## Abandoned Villages in Liguria. Tourist Development and Transformation of the Sense of Place

Lucina Napoleone (Università di Genova)

*Liguria is a land rich in coastal villages, for which it is famous all over the world. Still, it has numerous centers scattered inland, perhaps less visible, where the steepness of the hills has allowed the settlement. A subsistence economy characterized these centers; it was based on the exploitation of the chestnut woods, on cultivation on terraces or the exploitation of mineral resources. They usually were formed only by an agglomeration of a few houses, but they played a fundamental role in the creation and maintenance of the Ligurian landscape. A balance persisting at least until the end of the nineteenth century when, on the one hand, some strong earthquakes and, on the other, the tumultuous industrial and port development of the cities of Genoa, Savona and La Spezia – with the consequent recall of workforce – have led people to move and in many cases to empty the hinterland. Exemplary cases of these circumstances are the village of Balestrino in the province of Savona, evacuated by the landslide of the land and the earthquake of 1887, and the small rural areas behind the city of Genoa abandoned around the 50s-60s of the Twentieth century when the few inhabitants, who worked in the city, no longer endured the lack of a connection with the city. The recipes are different, but a useful reflection must go to the root of the question: the change of role and meaning of Cultural Heritage when it becomes part of the economic circuit and the tourist industry.*

## ONE NEEDS A TOWN

Studies and perspectives for abandoned or depopulated small towns

[www.archistor.unirc.it](http://www.archistor.unirc.it)

ArchistoR EXTRA 7 (2020)

ISSN 2384-8898

Supplemento di ArchistoR 13/2020

ISBN 978-88-85479-09-8

DOI: 10.14633/AHR253



# Borghi abbandonati in Liguria. Valorizzazione turistica e trasformazione del senso del luogo

Lucina Napoleone

La Liguria è terra ricca di borghi costieri, per i quali è famosa in tutto il mondo ma conta anche numerosi centri nell'entroterra, fin dove la ripidità dei colli ne ha permesso l'insediamento. Borghi un tempo legati a un'economia di sussistenza basata sullo sfruttamento dei boschi di castagno, delle risorse minerarie e su una coltivazione che strappava terra coltivabile ai pendii. Formati da un semplice agglomerato di case, per le caratteristiche del territorio e delle scarse risorse che potevano sostenere un ridotto numero di famiglie, essi hanno rivestito un ruolo fondamentale per la creazione e manutenzione del paesaggio ligure. Un equilibrio che si è mantenuto almeno fino agli inizi del XX secolo quando le popolazioni hanno cominciato a spostarsi e, in molti casi, a svuotare l'entroterra<sup>1</sup> seguendo una dinamica, tuttora in atto, condivisa con l'intero territorio nazionale. Infatti, da uno studio del 2009 che ha censito i borghi abbandonati, regione per regione, risultano percentuali che vanno da un fisiologico 2% in Lombardia al quasi 9% dei borghi laziali e campani<sup>2</sup>, al 7% della Liguria, tra le regioni più in sofferenza<sup>3</sup>.

1. ROCCATI, DE LORENZI 2015.

2. M. BASSANELLI, *Geografie dell'abbandono. La dismissione dei borghi d'Italia*, DPA – Politecnico di Milano, report di ricerca, settembre 2009, [http://www.lablog.org.uk/wp-content/090929\\_abstract-call-abitare.pdf](http://www.lablog.org.uk/wp-content/090929_abstract-call-abitare.pdf) (ultimo accesso 9 marzo 2020).

3. PIRLONE 2016, p. 20.

Le cause dell'abbandono sono sostanzialmente di due tipi: eventi naturali, come il diffuso dissesto idrogeologico e un forte terremoto che nel 1887 colpisce le provincie di Savona e Imperia<sup>4</sup>, e il tumultuoso sviluppo industriale e portuale delle città costiere. Ne sono esempio le vicende del borgo di Bussana vecchia, distrutto e abbandonato dopo il terremoto del 1887, quello di Balestrino, dislocato nel 1953<sup>5</sup> per la franosità del terreno che si era andata a sommare ai danni causati dallo stesso terremoto e quella dei piccoli nuclei rurali, alle spalle della città di Genova, abbandonati tra gli anni 50-60 del Novecento quando i pochi abitanti, tutti portuali, non hanno più sopportato la mancanza di un collegamento con il capoluogo<sup>6</sup>. Risalire alle cause è più complesso se l'abbandono è dovuto non ad azioni ma a omissioni, soprattutto se in politica agricola e nella gestione ordinaria dei territori rilevabile dalla scarsa manutenzione e dalla perdita dei servizi essenziali.

La dinamica di spostamento della popolazione dall'interno verso le città e i borghi costieri si mantiene costante dalla fine del XIX secolo fino alla seconda metà del XX ma, a partire dal 1971, si assiste a una diminuzione globale del 15% della popolazione ligure e a un progressivo allontanamento dalle città verso i "comuni di cintura"<sup>7</sup>, i cosiddetti "territori dell'invasione suburbana"<sup>8</sup>. La consapevolezza della fragilità dei territori abbandonati spinge già negli anni Cinquanta la Camera di Commercio di Genova a redigere un piano per lo sviluppo economico dell'Appennino genovese<sup>9</sup>. Lo studio riconosce l'area dell'Appennino come "zona depressa", e perviene alla conclusione che lo sviluppo turistico avrebbe potuto essere una grande opportunità per borghi in via di spopolamento. Da notare che essi erano, per la maggior parte, privi di servizi primari (elettricità, rete fognaria e acquedotto nelle frazioni più piccole) e di qualunque infrastruttura legata al turismo (tralasciando i casi particolari come Torriglia in Val Trebbia che vanta una lunga tradizione come luogo di villeggiatura

4. ISSEL 1888.

5. Decreto Ministeriale del 9 aprile 1953, *Consolidamento e trasferimento parziale dell'abitato di Balestrino in provincia di Savona*, ai sensi della legge 10 gennaio 1952, n. 9.

6. PIRLONE 2016, pp. 30-37.

7. DE MATTEIS 2008, p. 64.

8. Localizzati a meno di 20 minuti dai centri maggiori. Si tratta di 123 sul totale dei 235 comuni liguri, in MARCHIORO 2018, p. 650.

9. Alcuni dei comuni montani della provincia di Genova vedono un ritmo di spopolamento che, nella prima metà del XX secolo, 50%. Genova nello stesso periodo vede un incremento della popolazione dell'81.5% e in generale la popolazione tende a concentrarsi nei paesi che si trovano sulle vie di comunicazione principali: Casella (+64%), Busalla (+43.3%), Rossiglione (+20%) o sulla costa come nel caso di Sori (+133%), Bogliasco (+76%), Santa Margherita (+54%), Rapallo (+52.3%), CAMERA DI COMMERCIO 1954.

per i genovesi)<sup>10</sup>. Ciononostante, il turismo è proposto come soluzione privilegiata sin dagli anni Cinquanta (figg. 1-3).

### *Spopolamento da troppo successo: i borghi costieri*

Una storia differente è quella che raccontano i borghi costieri che già nella prima metà dell'Ottocento mostrano un forte sviluppo delle località costiere di San Remo, Pegli e Nervi<sup>11</sup> alle quali si aggiungono, alla fine del secolo, Portofino e Levanto e, negli anni venti del XX sec., Monterosso, Portovenere e Lerici.

Una “fortuna” turistica ottenuta nonostante le difficoltà dovute all’accessibilità faticosa, pensiamo a Portofino o ai borghi delle Cinque Terre. Essi, proprio per la loro conformazione e il loro estremo isolamento, erano riusciti a mantenere per secoli equilibrio demografico e autosufficienza economica grazie alla pesca e allo sviluppo di tecniche di coltura sui terreni impervi tramite terrazzamenti su muretti a secco<sup>12</sup>. Alla fine dell'Ottocento, però, gli abitanti di Portofino, che nel 1871 erano 1305, si riducono a meno di mille. Negli anni successivi, quando il successo del borgo come meta turistica d’élite si è ormai consolidato, gli abitanti risalgono a 1100 unità ma proprio allora, siamo negli anni Cinquanta, tornano a scendere fino a giungere ai 400 attuali. Il successo mondiale di Portofino finisce per cannibalizzarlo trasformandolo in una vittima di quella che potremmo definire “sindrome di Venezia”: città svuotate dagli abitanti e trasformate in potenti dispositivi turistici<sup>13</sup>.

Le Cinque Terre pur avendo le stesse caratteristiche di qualità paesaggistica sono, al contrario di Portofino, meno isolate e raggiungibili con la ferrovia. La relativa accessibilità ha influito sul loro sviluppo turistico che dal principio si è connotato come turismo di massa. Negli ultimi anni, a seguito del loro riconoscimento come Patrimonio mondiale dell’umanità, i numeri sono letteralmente esplosi, con punte di tre milioni di visite l’anno che collocano il sito al quarto posto tra le mete italiane. L’impatto sui borghi, che in tutto contano 4.000 abitanti, rischia di essere altrettanto devastante di quello su Portofino, con problemi di cambio di identità e iper-sfruttamento<sup>14</sup>.

10. *Ibidem*.

11. DELL’AGNESE, BAGNOLI 2004; ROCCA 2013, pp. 193-225.

12. GHERSI, GHIGLIONE 2012; la tecnica dei muretti a secco è stata riconosciuta nel 2018 dall’UNESCO come patrimonio immateriale dell’umanità.

13. MILANO 2018.

14. LOZATO-GIOTART 1991.



Figure 1-2. Balestrino (Savona). Vedute del paese abbandonato nel 1953 a seguito di un movimento franoso che si registrava fin dal secolo precedente (foto A. Mazzucchelli, A. Nobile, 2012).



Figura 3. Canate di Marsiglia (Genova). Piccola frazione di abbandonata negli anni tra il 1950 e il 1960 per la mancanza di collegamenti con il paese di Marsiglia e con il porto di Genova, in cui lavoravano gli abitanti (foto L. Napoleone, 2015).

### *Strategie di valorizzazione*

La necessità di rivitalizzare i borghi dell'entroterra ha portato negli anni a elaborare diverse strategie di valorizzazione, dal borgo telematico, agli alberghi diffusi, ai tanti esempi di sperimentazioni sociali, agricole, ecologiche o artistiche.

Il recupero di Colletta di Castelbianco (16 chilometri da Albenga e 50 chilometri da Savona) è ideato e realizzato negli anni Novanta con l'impegno di Giancarlo De Carlo, entusiasta dell'idea di recuperare un antico borgo disabitato per trasformarlo in un luogo d'elezione per chi volesse isolarsi e al contempo rimanere connesso col mondo attraverso infrastrutture digitali allora all'avanguardia. Il progetto auspicava la ricostruzione di una vera e propria comunità di residenti uniti dalla ricerca di isolamento ma al contempo attirati da una vita di relazioni<sup>15</sup>.

Una diversa e interessante strategia di valorizzazione turistica è quella dell'Albergo Diffuso. L'idea nasce in Carnia nel post terremoto del 1976, per proporre un precoce esempio di turismo sostenibile<sup>16</sup>, ma si delinea, nei termini in cui lo conosciamo oggi, alla fine degli anni Ottanta a San Leo in provincia di Rimini<sup>17</sup>. In Liguria gli alberghi diffusi sono regolamentati dalla Legge regionale n. 13 del 2007 che prevede questo tipo di ricettività diffusa per i comuni non costieri e prescrive una «gestione unitaria dei servizi di ricevimento, di pernottamento e di ospitalità al pubblico in unità abitative localizzate in più stabili separati, articolate in tipologie caratterizzate da: 1) unità abitative localizzate nello stesso centro storico o nelle sue immediate vicinanze; 2) unità abitative localizzate in più borghi, nuclei o edifici singoli dello stesso comune ovvero in più comuni»<sup>18</sup>. Le strutture in Liguria sono due, entrambe in provincia di Imperia, ad Apricale e a Borgomaro<sup>19</sup>. La struttura di Apricale conta venticinque camere in un 600 di seicento abitanti, quella di Borgomaro, 879 abitanti, dispone di quattordici camere in tre diversi edifici.

Gli esempi di Colletta, di Apricale e Borgomaro evidenziano che il successo di un'operazione di valorizzazione dipende prima di tutto dallo stato di salute del borgo e, in grado minore, dalle soluzioni proposte. Nel caso di Colletta, il borgo era completamente disabitato e nonostante l'intervento fosse

15. DE CARLO 2004, p. 4.

16. ROCCA 2013, p. 354; TOSON 2015.

17. *Ibidem*.

18. Legge regionale n. 13 del 2007, art. 2 comma 4.

19. Dati dell'Associazione Nazionale Alberghi Diffusi <https://www.alberghidiffusi.it/alberghi-diffusi-doc/> in particolare la pagina <https://www.alberghidiffusi.it/risultati/?term=Liguria> (ultimo accesso 1 settembre 2019).

di una certa entità, interessando la totalità del borgo, e qualità, l'obiettivo principale della rinascita di una comunità è fallito e oggi esso è una sorta di residence. Ad Apricale e Borgomaro, l'albergo diffuso si è insediato in seno a comunità che fruiscono ancora dei servizi minimi come la farmacia, l'ufficio postale, i vigili urbani. In tale contesto i borghi traggono vantaggio dalla struttura turistica perché essa viene ad aggiungersi a un tessuto economico e sociale ancora esistente aiutandoli nell'obiettivo di invertire la tendenza allo spopolamento offrendo occupazione sia nella struttura sia nell'indotto.

Nel caso di abbandono già totale sembra invece più efficace una vera e propria "colonizzazione" da parte di gruppi di persone che perseguono obiettivi comuni: artisti, ecologisti, agricoltori biologici e così via. In questo caso gli abitanti tendono a formare spontaneamente una comunità. È il caso, in Liguria, di Bussana vecchia, borgo ridotto in rovina dal terremoto del 1887, colonizzato a partire dagli anni '60 da artisti che negli anni successivi intervennero su alcuni edifici per renderli abitabili ripristinando il servizio idrico, elettrico e fognario<sup>20</sup>.

Solo nel caso in cui si abbia la ricostruzione di una comunità e di un tessuto sociale articolato è possibile allora parlare di recupero; in caso contrario i progetti, pur avendo la tutela degli edifici tra gli obiettivi, rischiano di operare un profondo snaturamento del luogo<sup>21</sup>.

### *Valorizzazione turistica vs conservazione del senso dei luoghi*

Riflettiamo allora sul cambiamento di ruolo e di senso di un bene culturale che entri a far parte del circuito economico dell'industria turistica (figg. 4-7). Si tratta di un processo non nuovo ma sembra aver subito recentemente un mutamento profondo che proveremo a descrivere ragionando con categorie ispirate al mondo economico. La scelta è obbligata in quanto i meccanismi e i processi a cui sono sottoposti i beni culturali negli ultimi anni sono di questo tipo e proprio in questo passaggio dal culturale all'economico si verifica una profonda trasformazione di senso che non è stata ancora indagata del tutto.

Se analizziamo il linguaggio contemporaneo della tutela notiamo l'introduzione di termini che non rappresentano solo una variazione lessicale ma una sostanziale risemantizzazione: sostenibilità, governo dei processi di trasformazione e criteri di trasformabilità, conservazione dinamica e

20. Si vedano gli articoli apparsi sui quotidiani «Il Secolo XIX» e «La Repubblica» tra il 2013 e oggi.

21. Il luogo inteso come un sentimento, uno stato d'animo, oltre che una pura posizione geografica gode di una cospicua letteratura che spazia dal concetto di spazio vissuto, di senso del luogo, di *genius loci*, di psicologia dei luoghi, fino alla recente neurogeografia, BACHELARD 2006; TUAN 1977 [2001]; PANE 1978; TETI 2014; TETI 2017.





Da sinistra, figura 4. Le Mont Saint-Michel, Francia, effetto “turistificazione”: il borgo è trasformato in attrazione turistica e il turismo diventa l’unica attività economica innescando un processo di omologazione e di massificazione (Gettyimages, [www.istockphoto.com/wjarek](http://www.istockphoto.com/wjarek)); figura 5. Vernazza (La Spezia), situazione di estremo affollamento verificatosi durante le ferie pasquali 2019 che ha innescato un acceso dibattito sul “consumo” dei borghi delle Cinque Terre (foto tratte dalla pagina Facebook *Riomaggiore nel mondo*, [https://www.facebook.com/search/top/?q=Riomaggiore%20nel%20mondo&epa=SEARCH\\_BOX](https://www.facebook.com/search/top/?q=Riomaggiore%20nel%20mondo&epa=SEARCH_BOX) (ultimo accesso 13 settembre 2019).

innovativa, rigenerazione, condivisione delle responsabilità, democratizzazione dei processi, patrimonio culturale come risorsa e volano di sviluppo. Tra tutti, quelli più interessanti, in questa sede, sono le ultime due locuzioni “patrimonio culturale come risorsa”, e “volano di sviluppo”<sup>22</sup>. Vediamo cosa comporta concepire in questo modo il patrimonio, interpretando le parole “risorsa” e “sviluppo” non solo in termini culturali e sociali bensì economici. Se partiamo dalla fase di studio vediamo come alle analisi tradizionali rivolte alla descrizione del bene materiale, si siano aggiunte ricerche sull’individuazione delle potenzialità e dei tematismi, sulla costruzione del *concept* e di un *brand* efficace. Procedendo dall’analisi alla progettazione, valorizzazione e gestione, emerge il ruolo che hanno assunto gli strumenti del marketing e della comunicazione che hanno il compito di affrontare una concorrenza che si gioca ormai sul mercato globale<sup>23</sup>. Si ribaltano così sul patrimonio

22. A tale proposito ricordiamo il Simposio della XVII Assemblea Generale dell’ICOMOS dal titolo *Heritage, a driver of development* tenutosi a Parigi nel 2011.

23. CROCI 2009; CERQUETTI 2010; MORESCHINI, RAMELLO, SANTAGATA 2016.



Figura 6. Vernazza (La Spezia) (Gettyimages, istock.com/simona sirio).

culturale modi propri del mondo del consumo, trasformandolo in merce<sup>24</sup> che, come tutte le merci, deve essere identificabile per competere sul mercato mondiale. Non ci si può permettere che il cliente/turista vaghi di luogo in un luogo in cerca di qualcosa di indefinibile; è necessario catturare l'attenzione, creare una necessità che verrà fatalmente soddisfatta unicamente attraverso la visita di quel particolare luogo, è necessario passare dal pellegrino al turista<sup>25</sup>.

Proviamo a ragionare su un ipotetico borgo in via di spopolamento da valorizzare. Il lavoro di brandizzazione permette di costruire un'identità comunicabile efficacemente che tenga insieme merci e attività: i prodotti enogastronomici, quelli dell'artigianato locale, l'edificio rurale trasformato in museo contadino, la casa privata trasformata in dimora, il pacchetto di itinerari escursionistici, le feste, le

24. I beni culturali vengono mercificati e proposti sul mercato del turismo culturale, ma la *commodification* riguarda anche il settore delle "public utilities" acqua, telecomunicazioni, autostrade, elettricità, gas. Si veda a tal proposito il dibattito italiano sui beni comuni in particolare MATTEI 2011; SETTIS 2012; RODOTÀ 2013; FIDONE 2017; e la riflessione sui limiti del mercato in SANDEL 2013.

25. BAUMANN 1999.

sagre e le manifestazioni culturali, l'organizzazione di percorsi sensoriali, l'offerta di esperienze di scavo archeologico piuttosto che della produzione del mattone di terra cruda.

A ben vedere, però, questo passaggio ci porta oltre la semplice mercificazione del patrimonio a cui assistiamo e che si denuncia da anni ed è proprio su questa fase che ci vorremmo soffermare: da passiva merce il patrimonio è stato trasformato in attivatore di processi economici facendolo entrare nel mondo della produzione.

Un notevole salto di qualità se pensiamo che solo qualche decennio fa quello stesso patrimonio era rigorosamente separato dalle logiche di mercato, dalle cui spinte speculative andava protetto. Oggi non solo se ne evidenzia il carattere economico ma addirittura la capacità di concorrere alla crescita in quanto vero e proprio mezzo di produzione.

Il passaggio da merce a mezzo di produzione è stato possibile dalla profonda trasformazione semantica del concetto di "merce" a seguito della grave crisi di domanda per sovrapproduzione che ha condotto il maturo mercato occidentale in primis a "colonizzare" altri mercati, in seguito ad ampliare e diversificare l'offerta e, infine, a creare nuovi bisogni da soddisfare attraverso un'inedita tipologia di merci<sup>26</sup>. Dunque, partendo da una concezione classica e puramente materialistica della merce, sempre coincidente con un manufatto, si è giunti alla sua totale dematerializzazione<sup>27</sup> trasformando ciò che era considerato fino ad allora un obiettivo, un dono del caso o una ricerca personale e cioè una arricchente esperienza vissuta, in un bisogno da soddisfare con un acquisto, aprendo enormi, nuove fette di mercato<sup>28</sup>.

In questo scenario il più efficace mezzo di produzione è quello che produce esperienze dei più disparati tipi: sportive, culinarie, emozionali e, naturalmente, culturali. Il patrimonio culturale emerge come attivatore di esperienze, pensiamo ai musei che ne sono l'esempio principale di questi ultimi anni ma anche ai piccoli borghi dove è possibile mettere a sistema, attraverso la costruzione di un'efficace narrazione, una serie di attività commerciali, agricole e artigianali e il patrimonio di feste, manifestazioni culturali, musei e l'insieme del patrimonio immateriale (dialetto, riti religiosi, tradizioni, attività e abilità particolari, ecc.)<sup>29</sup>.

26. CARMAGNOLA, FERRARESI 1999.

27. Oltre al fondamentale DEBORD 1997, si vedano PINE, GILMOUR 2000; RIFKIN 2000.

28. SALMON 2007; FONTANA 2010; CALABRESE, RAGONE 2016.

29. MILESI 2017; il 2017 è stato l'"anno dei borghi" promosso dal MiBACT. Sul sito istituzionale del Ministero leggiamo: « le culture locali sono elementi di forte appeal. Risorse turistiche preziose e originali per contraddistinguersi sul mercato globale ed essere competitivi in termini di offerta. Comporre un itinerario interregionale attraverso identità

Proviamo però a riflettere sull'impatto che tale passaggio – da bene culturale “puro” a bene mercificato e infine a mezzo di produzione – ha sulla tutela, sul suo significato e il suo ruolo.

Anzitutto, se a un paesaggio, a un appartamento nel centro di una città d'arte, a una chiesa sconsacrata o a un barcone su un fiume vengono attribuiti il ruolo di risorsa economica, i proprietari, divenuti proprietari di un mezzo produttivo, fatalmente opereranno per “valorizzarlo”. Inoltre, per una serie di fattori<sup>30</sup>, essi tenderanno al massimo ritorno economico nel breve periodo. Obiettivo dei mezzi di produzione è, infatti, quello di remunerare il capitale investito per soddisfare le legittime aspettative del loro proprietario. La quantità di profitto da ricavare sarà decisa dal proprietario stesso che, di conseguenza, deciderà a quale livello di sfruttamento sottoporre il bene.

In quanto mezzo di produzione esso andrà mantenuto in efficienza e, se possibile, aggiornato alle necessità e ai gusti dell'utilizzatore che non sarà più un abitante/custode bensì un turista/cliente. Si viene così a rompere il legame che stava alla base della tutela e che le dava senso e legittimità: quello tra colui che eredita, l'oggetto ereditato e le generazioni future. Torniamo al borgo che stiamo utilizzando come esempio: la collettività, trasformata in un insieme di imprenditori, si trova a vivere in un luogo che è allo stesso tempo paese e brand turistico e a trasformare in azienda la parte di patrimonio o di paesaggio di cui è proprietaria, immettendola sul mercato dei bed & breakfast, dell'agriturismo, delle camere in affitto<sup>31</sup>. Allo stesso modo lo Stato colloca sul mercato le sale dei musei e dei palazzi del Comune o aliena edifici pubblici per ripianare debiti e la Chiesa affitta per eventi l'edificio conventuale e i suoi giardini, e così via. È il processo attraverso il quale i beni comuni vengono cannibalizzati.

I limiti di tale processo possono essere delineati solo da un attore terzo che stia al di fuori delle logiche del mercato, ruolo tradizionalmente esercitato dallo Stato. Ma se analizziamo la recente legislazione italiana troviamo ulteriori spinte verso una monocultura turistica. Prendiamo due documenti: la *Carta nazionale del Paesaggio* del 2018 e il *Piano strategico di sviluppo del Turismo* 2017-2022. Vi leggiamo che è necessario «rimettere l'economia del turismo al centro delle politiche nazionali attraverso azioni di medio-lungo periodo capaci di cogliere le opportunità per la crescita,

di luoghi tipici, rappresenta un contenuto forte in termini di comunicazione e promozione di questo patrimonio, tutto italiano, riconosciuto ed apprezzato sia dal mercato interno che da quello internazionale. E che riserva ancora grandi opportunità», in <http://www.turismo.beniculturali.it/news/ttg-2017-anno-dei-borghi/> (ultimo accesso 5 marzo 2019).

30. In particolare il dibattito sull'accelerazione del tempo, l'appiattimento sul presente e la perdita del futuro. Vedi tra gli altri: BAUMANN 2008; AUGÉ 2009; ZAGREBELSKY 2014.

31. SEMI 2015.

potenziando le attrazioni culturali, artistiche, storiche e paesaggistiche che l'Italia può offrire ai quasi due miliardi di turisti che tra vent'anni viaggeranno per il mondo»<sup>32</sup>, avendo come obiettivo finale «accrescere il contributo del settore turismo al benessere economico, sociale e sostenibile e rilanciare la leadership dell'Italia sul mercato turistico internazionale»<sup>33</sup> da perseguire attraverso: «innovazione tecnologica e organizzativa, capacità di adattamento alle trasformazioni del mercato, valorizzazione del patrimonio territoriale e culturale; adeguamento delle competenze; rafforzamento delle condizioni favorevoli per le attività imprenditoriali»<sup>34</sup>, promuovendo «il paesaggio italiano come *brand*, in linea con il Piano strategico del Turismo, per un'offerta destinata a un turismo sostenibile e diffuso sul territorio»<sup>35</sup>.

Seguendo questa logica il nostro borgo è stato trasformato nel principale generatore di ricchezza per i suoi abitanti in uno scenario desertificato da ogni altra politica di medio-lungo periodo, sia essa industriale, agricola, di sviluppo, culturale. Il borgo produce il bene principale per il mercato contemporaneo, l'esperienza, e funge da innesco per un indotto costituito dalle attività del territorio che si riconvertono per entrare in sintonia con il *brand* (i negozi di souvenir, di prodotti a km zero e artigianali, gli alberghi diffusi, ecc.).

Ritornando al tema del limite: in un sistema che poneva il patrimonio culturale fuori dalle logiche di mercato, si attivava una forte dialettica nei confronti delle spinte speculative, di sviluppo industriale o infrastrutturale, a cui veniva contrapposto un discorso valoriale che si trovava su un altro piano, seguendo esso logiche differenti da quelle della sola sostenibilità economica. Tale indipendenza del discorso valoriale imposta dalla normativa veniva condivisa dai cittadini. In pochi anni, la capacità di opporre questioni valoriali “pure” è venuta meno (soprattutto se parliamo di siti e di edifici non vincolati), le contrapposizioni attuali si giocano unicamente nell'ambito dell'equilibrio economico-finanziario mettendo sempre più da parte gli argomenti di carattere socio-politico-culturale di natura squisitamente extra-economica.

È evidente, concludendo e ricapitolando, che parlare di patrimonio culturale e di strategie di conservazione e valorizzazione, al di là dei singoli progetti, necessita di un generale ripensamento

32. *Piano Strategico di sviluppo del Turismo 2017-2022*, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, [https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1481892223634\\_PST\\_2017\\_IT.pdf](https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1481892223634_PST_2017_IT.pdf) (ultimo accesso 9 marzo 2020).

33. *Ibidem*.

34. *Ibidem*.

35. OSSERVATORIO NAZIONALE 2018, p. 14.

di idee, categorie e valori che vanno messi in relazione con una realtà che si è profondamente modificata. Basti pensare, oltre al conflitto al quale si è accennato tra interesse privato e pubblico<sup>36</sup>, al ruolo delle “comunità di eredità-patrimonio” introdotto nella convenzione di Faro<sup>37</sup> e all’impatto sul tradizionale rapporto tra portatori di competenze e portatori di saperi e interessi<sup>38</sup>; al ruolo dei valori che continuano a essere evocati senza però essere definiti nel loro attuale significato per esser fatti valere; infine, al ruolo del discorso pubblico sulla tutela e alla necessità di analizzare criticamente i modelli di comunicazione che utilizziamo e che ci influenzano.

36. Anche alla luce del dibattito sui “beni comuni” nei quali è possibile far rientrare i beni culturali (soprattutto quelli non vincolati).

37. *Convention on the Value of Cultural Heritage for Society*, Council of Europe, Faro, 27 ottobre 2005, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199> (ultimo accesso 9 marzo 2020).

38. MUÑOZ VIÑAS 2017.

## Bibliografia

- AUGÉ 2009 - M. AUGÉ, *Che fine ha fatto il futuro? Dai non luoghi al non tempo*, Eléuthera, Milano 2009 (edizione originale: *Où est passé l'avenir?*, Paris, 2008).
- BACHELARD 2006 - G. BACHELARD, *La poetica dello spazio*, Dedalo, Bari, 2006 (edizione originale: *La poetique de l'espace*, Presses Universitaires de France, Paris 1957).
- BAUMAN 1999 - Z. BAUMAN, *La società dell'incertezza*, Il Mulino, Bologna 1999 (edizione originale: *Broken Lives, Broken Strategies, in Life in Fragments. Essay in Postmodern Morality*, Blackwel, Oxford 1995).
- BAUMAN 2008 - Z. BAUMAN, *Vite di corsa. Come salvarsi dalla tirannia dell'effimero*, Il Mulino, Bologna 2008.
- CALABRESE, RAGONE 2016 - S. CALABRESE, G. RAGONE, *Transluoghi. Storytelling, beni culturali, turismo esperienziale*, Liguori, Napoli 2016.
- CAMERA DI COMMERCIO 1954 - Camera di Commercio Industria e Agricoltura, *Piano per lo sviluppo economico dell'Appennino genovese mediante la sua valorizzazione turistica*, Tipografia SAGA, Genova 1954.
- CARMAGNOLA, FERRARESI 1999 - F. CARMAGNOLA, M. FERRARESI, *Merci di culto: ipermerce e società mediale*, Castelvecchi, Roma 1999.
- CERQUETTI 2010 - M. CERQUETTI, *Strategie di branding del cultural heritage nella prospettiva esperienziale*, in «Sinergie», 2010, 82, pp. 123-142.
- CROCI 2009 - E. CROCI, *Turismo culturale. Il marketing delle emozioni*, Franco Angeli, Milano 2009.
- DEBORD 1997 - G.-E. DEBORD, *La società dello spettacolo*, Baldini & Castoldi, Milano 1997 (edizione originale: *La société du spectacle*, Buchet/Chastelm, Paris 1967).
- DELL'AGNESE, BAGNOLI 2004 - E. DELL'AGNESE, L. BAGNOLI, *Modi e mode del turismo in Liguria da Giovanni Ruffini a Rick Steves*, Unicopli, Milano 2004.
- DE CARLO 2004 - G. DE CARLO, *Colletta di Castelbianco*, in «Places», 2004, 2, vol. 16, pp. 4-12.
- DEMATTEIS 2008 - G. DEMATTEIS, *Concentrazione costiera e morfogenesi paesaggistica nelle aree interne*, in REGIONE LIGURIA (a cura di), *Meeting sul paesaggio*, Atti del convegno (Genova 13-15 novembre 2008), Genova 2008, pp. 62-67.
- FIDONE 2017 - G. FIDONE, *Proprietà pubblica e i beni comuni*, ETS, Pisa 2017.
- FONTANA 2010 - A. FONTANA, *Storytelling. Strategie del racconto per vendere sé stessi, i propri prodotti, la propria azienda*, Rizzoli, Milano 2010.
- GHERSI, GHIGLIONE 2012 - A. GHERSI, G. GHIGLIONE, *Paesaggi terrazzati. I muretti a secco nella tradizione rurale ligure*, Il Piviere, Gavi 2012.
- ISSEL 1888 - A. ISSEL, *Il terremoto del 1887 in Liguria*, Tipografia nazionale, Roma 1888.
- LOZATO-GIOTART 1991 - J.-P. LOZATO-GIOTART, *Geografia del turismo. Dallo spazio vissuto allo spazio consumato*, Franco Angeli, Milano 1991 (edizione originale: *Géographie du tourisme*, Masson, Paris 1987).
- MARCHIORO 2018 - C. MARCHIORO, *Dinamiche socio-economiche nelle aree interne della Liguria*, in Atti della XXII Conferenza nazionale delle Federazione italiana Associazioni Scientifiche per le Informazioni Territoriali e Ambientali ASITA 2018 (Bolzano, 27-29 2018), pp. 649-657, <http://atti.asita.it/ASITA2018/Pdf/501-706.pdf> (ultimo accesso 9 marzo 2020).
- MATTEI 2011 - U. MATTEI, *Beni comuni. Un manifesto*, Laterza, Roma-Bari 2011.
- MILANO 2018 - C. MILANO, *Saturazione turistica e movimenti di protesta e resistenza a Barcellona*, in «Ananke», 2018, 85, pp. 88-92.

- MILESI 2017 - A. MILESI, *Vendere l'immateriale. Intangible marketing, marketing sensoriale, marketing narrativo*, Guerini Next, Milano 2017.
- MORESCHINI, RAMELLO, SANTAGATA 2016 - L. MORESCHINI, G. B. RAMELLO, W. SANTAGATA, *Un marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza: dai siti UNESCO ai luoghi italiani della cultura, dell'arte e del paesaggio*, in «Quaderni della Valorizzazione», 2016, 3, numero monografico.
- MUÑOZ VIÑAS 2017 - S. MUÑOZ VIÑAS, *Teoria contemporanea del restauro*, Castelveccchi, Roma 2017 (edizione originale: *Contemporary Theory of Conservation*, Elsevier, Oxford 2005).
- OSSERVATORIO NAZIONALE 2018 - Osservatorio nazionale per la qualità del paesaggio, *Carta nazionale del paesaggio. Elementi per una strategia per il paesaggio italiano*, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Gangemi, Roma 2018, [https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1521021831506\\_Carta\\_nazionale\\_del\\_paesaggio\\_MiBACT\\_Osservatorio\\_nazionale\\_paesaggio.pdf](https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1521021831506_Carta_nazionale_del_paesaggio_MiBACT_Osservatorio_nazionale_paesaggio.pdf) (ultimo accesso 9 marzo 2020).
- PANE 1978 - R. PANE, *Urbanistica architettura e restauro nell'attuale istanza psicologica*, in «Rivista di psicologia analitica», 1978, 18, pp. 13-25.
- PINE, GILMORE 2000 - J. B. PINE, J. H. GILMORE, *Economia delle esperienze: oltre il servizio*, Rizzoli, Milano 2000 (edizione originale: *Economy of Experiences*, Harvard Business School Press, Boston 1998).
- PIRLONE 2016 - F. PIRLONE, *I borghi antichi abbandonati. Patrimonio da riscoprire e mettere in sicurezza*, Franco Angeli, Milano 2016.
- RIFKIN 2000 - J. RIFKIN, *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano 2000 (edizione originale: *The age of access: the new culture of Hypercapitalism where all of life is a paid-off Experience*, Tarcher/Putnam, New York 2000).
- ROCCA 2013 - G. ROCCA, *Dal prototurismo al turismo globale. Momenti, percorsi di ricerca, casi di studio*, Giappichelli, Torino 2013.
- ROCCATI, DE LORENZI 2015 - C. ROCCATI, P. DE LORENZI, *Villaggi fantasma. Passeggiate su antichi sentieri tra Piemonte e Liguria*, Edizioni del Capricorno, Torino 2015.
- RODOTÀ 2013 - S. RODOTÀ, *Il terribile diritto. Studi sulla proprietà privata e i beni comuni*, Il Mulino, Bologna 2013.
- SALMON 2007 - C. SALMON, *Storytelling, la machine à fabriquer de histoires et à formater les esprits*, La Decouverte, Paris 2007.
- SANDEL 2013 - M.J. SANDEL, *Quello che i soldi non possono comprare. I limiti morali del mercato*, Feltrinelli, Milano 2013 (edizione originale: *What Money can't buy. The Moral Limits of Markets*, 2012).
- SEMI 2015 - G. SEMI, *Gentrification. Tutte le città come Disneyland?*, Il Mulino, Bologna 2015.
- SETTIS 2012 - S. SETTIS, *Azione popolare. Cittadini per il bene comune*, Einaudi, Torino 2012.
- TETI 2014 - V. TETI, *Il senso dei luoghi*, Donzelli, Roma 2014.
- TETI 2017 - V. TETI, *Quel che resta. L'Italia dei paesi tra abbandoni e ritorni*, Donzelli, Roma 2017.
- TOSON 2015 - C. TOSON, *Il racconto dell'Albergo Diffuso: 1978-2014*, CreateSpace, s.l. 2015.
- TUAN 1977 [2001] - Y.-F. TUAN, *Space and place. The perspective of experience*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1977 [2001].
- ZAGREBELSKY 2014 - G. ZAGREBELSKY, *Contro la dittatura del presente. Perché è necessario un discorso sui fini*, Laterza, Roma-Bari 2014.