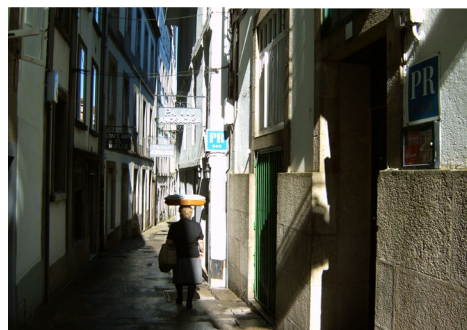


# I TERRITORI LOCALI

Fra valorizzazione endogena  
e fruizione turistica sostenibile

*a cura di*  
Marina Marengo e Enrico Bernardini





*I quaderni di TeTusLab*

1

*Collana diretta da:*

Marina Marengo e Nicoletta Varani (*Università di Genova*)

*Comitato Scientifico:*

Guido Amoretti (*Università di Genova*)

Franco Bochicchio (*Università di Genova*)

Franco Manti (*Università di Genova*)

Federico De Boni (*Università di Genova*)

Enrico Bernardini (*Università di Genova e Università di Ginevra*)

Andrea Riggio (*Università di Cassino*)

Dino Gavinelli (*Università di Milano*)

Flavia Cristaldi (*Università di Roma La Sapienza*)

Mauricette Fournier (*Università di Clermont-Auvergne*)

Marco Alberio (*Université du Québec à Rimouski e Università di Bologna*)

Flavio Lucchesi (*Università di Milano*)

Diana Spulber (*Università di Mosca*)

Lucrezia Lopez (*Università di Santiago di Compostela*)

Greta Tommasi (*Università di Limoges*)

# I TERRITORI LOCALI

Fra valorizzazione endogena  
e fruizione turistica sostenibile

Atti del convegno del 30 e 31 marzo 2021

*a cura di*

Marina Marengo e Enrico Bernardini

Comitato scientifico del convegno: Guido Amoretti, Enrico Bernardini,  
Franco Manti, Marina Marengo, Nicoletta Varani

In copertina: composizione di foto realizzate da Marina Marengo.  
In alto: Polignac (Haute-Loire) – Emporio a Pieve di Teco (IM) – Abitazione  
tradizionale a Thoiry (Pays-de-Gex).  
A sinistra: Il tortello alla Lastra di Corezzo-Vallesanta (AR).  
Al centro: Chaîne des Puys-Faille de la Limagne-Sito Unesco  
(Puy-de-Dome) – Ecomuseo di Caprauna (CN) – Montegrosso e Fronté  
visti da Pornassio (IM).  
In basso: Le tre cascate-Badia Prataglia-Parco delle Foreste  
Casentinesi-sito Unesco (AR) – Calle con signora: Santiago di Compostela

© 2021 GUP

I contenuti del presente volume sono pubblicati con la licenza  
Creative commons 4.0 International Attribution-NonCommercial-ShareAlike.



Alcuni diritti sono riservati.

Realizzazione Editoriale  
**GENOVA UNIVERSITY PRESS**

Via Balbi, 6 - 16126 Genova  
Tel. 010 20951558 - Fax 010 20951552  
e-mail: [gup@unige.it](mailto:gup@unige.it)  
<https://gup.unige.it/>

ISBN: 978-88-3618-109-4 (versione eBook)

Pubblicato dicembre 2021

## Sommario

<b>Questioni di valorizzazioni e di turismi: riflessioni introduttive</b>	9
Marina Marengo	
<b>La valorizzazione dei territori come responsabilità sociale</b>	13
Franco Manti	
<b>Josep Pla y su modelo de ‘relato de viaje’ en <i>Cartes d’Itàlia</i> (1955). Una mirada creativa, desde el paisaje y la literatura, sobre el territorio local</b>	22
Joan Tort Donada, Rosa Català Marticella	
<b>Écriture de la terre et valorisation éthico-poétique de l’Algérie par Isabelle Eberhardt et Albert Camus: feuille de route</b>	34
Ema Galifi	
<b>La Ciociaria e il cinema: quando un <i>simulacrascape</i> stigmatizza un territorio</b>	47
Camilla Giantomaso	
<b>Valorizzazione territoriale e paradigma slow. Binomio vincente dello “Spatial e Cultural (Re)Turn” nelle industrie culturali creative del Cammino di Santiago</b>	59
Lucrezia Lopez	
<b>L’editoria italiana e i cammini: un’opportunità per lo sviluppo locale</b>	71
Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin	

<b>Le <i>lifestyle migrations</i> quale risorsa per la valorizzazione dei territori</b>	83
Marina Marengo	
<b>Verso il turismo sostenibile. Un quadro interpretativo</b>	101
Tiziana Banini	
<b>Luoghi di lentezza e identità locale: percorsi partecipati di conoscenza e di turismo</b>	117
Stefania Cerutti	
<b>Turismo, territorio y educación. Una aproximación a partir de la obra literaria de Vicente Blasco Ibáñez</b>	128
Alexandre Bataller Català	
<b>Alla ricerca di luoghi autentici: la scoperta delle Cinque Terre tra Otto e Novecento</b>	141
Andrea Zanini	
<b>L'Irlande rêvée de John Ford dans "l'Homme tranquille": du mythe cinématographique à la réalité touristique</b>	151
Eric Bordessoule	
<b>La cucina del Levante ligure nel mondo del web 2.0: tra comunicazione turistica e valorizzazione del territorio</b>	163
Enrico Bernardini, Elisa Varese	
<b>Autori</b>	175



# L'editoria italiana e i cammini: un'opportunità per lo sviluppo locale<sup>1</sup>

Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin

## 1. Introduzione

Il presente contributo presenta i primi risultati di un percorso di ricerca orientato allo studio del ruolo che l'editoria italiana sta svolgendo nell'ambito di un più ampio processo di diffusione e comunicazione del cosiddetto 'turismo dei cammini'. Si tratta di una pratica turistica in parte nuova, perché il fenomeno affonda le sue radici, da un lato, in una delle più antiche attività proto-turistiche, quella del pellegrinaggio, e dall'altro lato è espressione della modernità. Fin dall'antichità abbiamo infatti testimonianze di questa pratica, ma è soprattutto a partire dal V secolo (con il pellegrinaggio religioso a Tours) che il fenomeno comincia a strutturarsi nella direzione che ancora oggi conosciamo, anche se la sua diffusione capillare in Europa avviene solo durante il Medioevo, soprattutto a partire dal XIII secolo (Lavarini, 1997). Da questo punto di vista si tratta di un fenomeno decisamente longevo, che ha saputo mantenersi vivo nel corso dei secoli senza cambiare sostanzialmente le proprie caratteristiche originarie, legate alla relazione con i luoghi eletti come mete. Tuttavia la modernità ci ha insegnato che il successo di una meta di pellegrinaggio richiede non solo la formazione spontanea di una forte devozione popolare, ma anche la programmazione di precisi interventi da parte delle istituzioni (Battilani, 2001; Stock et alii, 2017). Da molti secoli quindi la nascita di un pellegrinaggio non dipende solo da scelte individuali e dalle caratteristiche del luogo verso cui il viaggiatore punta ad andare, ma anche da una progettazione mirata e consapevole dell'itinerario e dei territori attraversati. Tale progettazione mira a creare le basi strutturali e infrastrut-

---

<sup>1</sup> Il presente contributo è frutto di un lavoro condiviso dai due autori. Per l'attribuzione delle parti: i paragrafi 1, 3 e 5 sono curati da Dino Gavinelli; i paragrafi 2 e 4 sono curati da Giacomo Zanolin.

turali per sostenere il flusso di persone che si propongono di raggiungere una certa meta e che si distribuiscono lungo un percorso prestabilito. Un fondamentale ruolo in questo processo è svolto da coloro che si occupano di costruire una narrazione volta a caricare di significato spirituale il percorso, le sue tappe e la meta. Tale ruolo è stato svolto originariamente dal potere civile e religioso, mentre oggi a questi si affiancano operatori turistici ed editori, i quali dedicano molte energie alla costruzione di *storytelling* mirati ed efficaci. Tuttavia pellegrinaggio e turismo sono pratiche sociali e territoriali in parte differenti tra loro (Collins-Kreiner, 2010), il 'turismo dei cammini' è infatti un fenomeno più ampio rispetto al pellegrinaggio, e comprende quest'ultimo nell'ambito di un complesso insieme di pratiche. Il tema religioso è solo uno tra i tanti che muovono i contemporanei camminatori verso le mete più disparate e anche quando la meta finale è un sito connotato dal punto di vista spirituale, non è detto che la pratica possa essere del tutto definita come pellegrinaggio. L'esempio più eclatante, da questo punto di vista, è sicuramente il 'Cammino di Santiago di Compostela', che ricalca i vari percorsi nati a partire dall'XI secolo e ne ripropone i capisaldi narrativi anche se, sempre più, tale percorso si configura come un'esperienza turistica più complessa e articolata, in cui la devozione al Santo è solo una delle possibili motivazioni al viaggio (Lopez, 2013; Lopez et alii, 2017).

La contemporanea pratica del cammino si carica quindi di significati nuovi e ancora in parte da esplorare, soprattutto in relazione alle modalità e alle criticità con cui propone esperienze turistiche, sovente presentate come alternative rispetto a quelle di massa. Il presente contributo cerca di ragionare su alcuni di questi aspetti, con riferimento specifico al ruolo svolto dall'editoria, la quale si sta dimostrando un eccezionale motore in grado di costruire *storytelling* convincenti per un'ampia platea di persone, tradizionalmente impegnata in forme di turismo alternativo (Borghi, Celata, 2009). Pratiche come il Backpacking (Cerutti, 2021), l'escursionismo (Hall et alii, 2017), il turismo sportivo (Giuntarelli, 2021), l'ecoturismo (Fennel 2020), lo *slow tourism* (Dickinson, Lumsdon, 2010), il turismo rurale (Ercole, 2019), il turismo culturale (Cusimano, 2006), trovano infatti uno straordinario campo di convergenza nell'ambito del 'turismo dei cammini' e la narrazione costruita dagli editori italiani è un fondamentale strumento utile per tenere insieme tutte queste pratiche.

Su queste basi si proverà, in sintesi, a ragionare sul modo in cui il 'turismo dei cammini' si inserisce in quel 'paradigma delle nuove mobilità' su cui Sheller e Urry (2006) ci hanno proposto di riflettere per comprendere le nuove modalità con cui si sviluppano le relazioni tra i turisti e i luoghi attraversati e visitati, sempre più contraddistinti da una dimensione di eterogeneità e mobilità. Proveremo quindi a capire se e in che modo i cammini, per come sono promossi dagli editori italiani, generano un nuovo approccio al turismo domestico in Italia e una diversa concezione del patrimonio territoriale e culturale,

attivando processi di sviluppo locale e favorendo nuove forme di auto- ed etero-rappresentazione delle località turistiche (Musella, La Foresta, 2018).

Dal punto di vista metodologico la ricerca si avvale di una serie di interviste e di colloqui informali svolti con editori, autori specializzati, esperti di settore e turisti che hanno percorso i cammini qui presentati.

## ***2. Il 'turismo dei cammini', una pratica contemporanea***

Prima di addentrarci nei risultati della ricerca che qui intendiamo presentare, è doveroso proporre una brevissima digressione volta a definire il 'turismo dei cammini', individuando alcune caratteristiche distintive di ciò che definiamo come 'un cammino'. Questi può infatti essere considerato come uno spazio nel quale convergono una molteplicità di esperienze e pratiche che offrono al turista l'opportunità di relazionarsi con i luoghi visitati, con le comunità locali, con il patrimonio naturale e culturale e, grazie alla lentezza imposta dal ritmo del passo, di entrare in relazione intima con i paesaggi nei quali si immerge. In questa direzione il Ministero dei Beni Culturali e del Turismo (MIBACT), creando *l'Atlante digitale dei Cammini d'Italia*, ha definito i cammini come 'una rete di mobilità slow per dotare il Paese di una vera e propria infrastruttura intermodale di vie verdi'<sup>2</sup>, mettendo l'accento soprattutto sulla dimensione della lentezza e della pervasività dei percorsi lungo l'intero territorio nazionale. Sulla base di questa proposta, possiamo approfondire l'analisi soffermandoci in particolare sull'eterogeneità dei percorsi descritti nell'Atlante digitale. Alcuni di essi possono infatti essere considerati come semplici percorsi escursionistici che, svolgendosi in più tappe, consentono di penetrare in profondità anche nelle 'aree interne' del nostro Paese, a volte tralasciate dai grandi itinerari turistici nazionali e internazionali. Il 'turismo dei cammini' è quindi caratterizzato dal fatto che propone una nuova modalità di relazione con spazi tradizionalmente etichettati come 'naturali' o 'rurali' in virtù di una semplificazione della complessità dei processi geo-storici e sociali che li hanno generati. Offrendo l'occasione di entrare in contatto diretto con luoghi meno turistici, i cammini svolgono invece un utilissimo ruolo educativo, rivelando l'importanza della dimensione non urbana che caratterizza ancora gran parte del territorio italiano (Agnoletti, 2018). Altri cammini invece assumono caratteristiche diverse e anziché portare i visitatori lontano dai centri abitati, li invitano a cercarli, a scoprirli e a conoscerli, entrando così in contatto con le comunità locali. Tra questi, alcuni hanno un tema religioso (richiamando così in vario modo i principi del pellegrinaggio), ma molti

---

<sup>2</sup> A tal proposito si veda <https://www.turismo.beniculturali.it/home-cammini-ditalia/atlante-dei-cammini/>

sono completamente laici e si focalizzano principalmente sull'esplorazione culturale del territorio. Sono questi ultimi cammini che stanno diventando particolarmente importanti nel contesto italiano, guadagnando un ruolo come occasioni per proporre nuove modalità di fruizione del patrimonio presente in maniera capillare lungo tutta la penisola e nelle isole. Il 'turismo dei cammini' propone quindi un tipo di esperienza che consente di incontrare l'*heritage* nella sua complessità, offrendo in questo modo l'opportunità di riflettere sul valore del patrimonio culturale per come è vissuto e rappresentato in Italia (Cerutti et alii, 2021).

Tutto questo ci conduce a introdurre un ultimo tema chiave, importante per comprendere il 'turismo dei cammini', ovvero l'autenticità (o inautenticità) delle località turistiche (Cohen, 2007; Lovell, Bull, 2018). Richiamando una categoria ampiamente utilizzata nell'ambito di studi turistici, potremmo forse parlare a questo proposito di *staged authenticity* (Mac Cannell, 2013), sottolineando l'artificiosa costruzione di significati attribuiti ai luoghi, dalla quale dipende fortemente il senso dell'esperienza vissuta dai turisti. Riflettere sul tema dei cammini da questa prospettiva risulta potenzialmente molto interessante soprattutto nel momento in cui ci poniamo l'obiettivo di comprendere il senso di uno *storytelling* pervasivo, mediato da alcuni editori italiani, che sta avendo il merito di costruire un nuovo immaginario collettivo relativo al valore del patrimonio italiano e alle modalità di fruizione. Queste ultime, come ci ha mostrato Tim Ingold (2016; 2020), sono basate sulla dimensione della linea più che su quella del punto e questo favorisce l'integrazione territoriale e sociale, nonché una comprensione più approfondita delle relazioni tra i luoghi.

### 3. L'editoria italiana e la geografia: un piccolo ma dinamico settore

Il settore dell'editoria di taglio geografico è secondo le ultime stime un settore non molto ampio in Italia ma molto dinamico ed eterogeneo per tipologie di opere prodotte<sup>3</sup>. A dominare il mercato sono grandi case editrici e gruppi con una tradizione consolidata

<sup>3</sup> Secondo i dati del quotidiano Il Sole 24 ore, nel 2018 si sono pubblicati, in ambito geografico, 955 guide turistiche e 540 atlanti e testi riguardanti il tema del viaggio. Ad essi si devono aggiungere 649 opere di vario tipo: alcune sono a cavallo tra geografia culturale, etnografia, folclore e tradizioni popolari; altre rientrano nella vasta categoria dell'editoria geografica 'odeporica' e dell'editoria geo-cartografica e geo-storica. Importante è pure l'editoria geografica 'tradizionale' della grande produzione di testi scolastici per la scuola primaria, la secondaria di primo grado e la secondaria di secondo grado. Di un certo peso, infine, anche la pregevole e specifica editoria rivolta all'università e alla diffusione della ricerca scientifica.

Per un'ulteriore analisi si rimanda al sito <https://www.infodata.ilssole24ore.com/2019/12/18/libri-giornali-lettura-tutti-numeri-delleditoria/>

(De Agostini, Touring Club Italiano, Club Alpino Italiano, National Geographic ecc.) e prodotti ben identificati nell'immaginario collettivo (Guide turistiche ed escursionistiche, collane editoriali di taglio geografico, atlanti, riviste specializzate nel trekking, nei viaggi e nel tempo libero)<sup>4</sup>. Esiste poi una pletera di altri protagonisti di dimensioni medio-piccole che sono molto attivi nel produrre contenuti geo-cartografici ed escursionistici su supporti tradizionali e informatici (Geo4Map, La Libreria Geografica, Slow Food, Terre di Mezzo, ecc.). In questo vasto ed eterogeneo panorama di produzioni grandi e piccole, l'editoria geografica turistica ed escursionistica si è oggi specializzata nella fornitura di contenuti e risposte sia al turista tradizionale più orientato alle pratiche balneari, montane, della villeggiatura e della fruizione del patrimonio sia a quello 'prosumer' più incline alle nuove pratiche del turismo contemporaneo che spaziano da quello di avventura a quello del turismo estremo, dal tour individuale all'ecoturismo, dal turismo sostenibile a quello responsabile, dal puro divertimento a quello per la cura del corpo e del benessere (Gavinelli, Zanolin, 2019).

La gran parte dell'editoria geografica turistica ed escursionistica presenta generalmente percorsi che puntano a far scoprire il patrimonio naturale e culturale presente lungo determinati percorsi ritenuti particolarmente significativi da esperti e redattori che, recandosi sul posto o a tavolino, individuano pure la scelta del taglio editoriale da fornire al prodotto destinato ad uscire sul mercato. La prima scelta editoriale è dunque quella tra utenza generalista (la famiglia) o fruitore specializzato (*les randonneurs*). A volte si opta per una soluzione intermedia tra le due. Non necessariamente queste scelte sono esplicitate nella guida turistica o nei prodotti geo-cartografici acquistati dall'utente. Sicuramente però i diversi prodotti (guide, carte tematiche, percorsi escursionistici, piccoli atlanti ecc.) sono concepiti come strumenti che consentono di arricchire le conoscenze dell'escursionista-viaggiatore e di veicolare informazioni molto eterogenee, per qualità e quantità, sulle fondamentali categorie geografiche di 'spazio', 'ambiente naturale', 'territorio costruito e modellato dai gruppi umani', 'paesaggio', oltre che su altre dimensioni storico-sociali e politico-economiche, su elementi specifici (agricoltura, uso plurimo delle acque, sfruttamento di altre risorse, ecc.). Gli stessi prodotti editoriali possono essere anche strumenti per invogliare alcuni a praticare una geografia concreta sul terreno, con «i piedi nel fango» (Frémont, 2007) o per ripassare nozioni e conoscenze disciplinari acquisite in precedenza.

Tenendo infine conto della particolare situazione contingente, molte pratiche e forme di turismo 'nell'era Covid' incentivano la riscoperta di spazi e territori vicini e favoriscono l'uso dei prodotti editoriali alla scala regionale e nazionale. Il turismo di prossimità

---

<sup>4</sup> Si pensi, solo a titolo di esempio, alla fama di cui godono alcuni prodotti del TCI (Le Guide rosse, le guide verdi, gli atlanti stradali, le guide per smartphone) e della De Agostini (Il Grande Atlante, l'Atlante geografico, il Calendario Atlante che esce puntualmente ogni anno).

diventa pertanto un'occasione da sfruttare per le comunità locali attraversate dagli escursionisti, per avviare pratiche condivise all'interno di piccoli gruppi di turisti, per adottare forme alternative o *slow* di viaggio, per avvicinare i viaggiatori a regioni poco frequentate e lontane dal turismo di massa. Il turismo di prossimità, pertanto, aiuta a riscoprire la grande scala, come dimensione geografica complementare a quella dei grandi viaggi internazionali a medio e lungo raggio che la globalizzazione ha alimentato negli ultimi decenni.

#### ***4. L'editoria italiana e i cammini: tra scoperta e invenzione***

Sulla base di tutto quanto riportato finora, possiamo finalmente concentrare l'attenzione sulle modalità con cui gli editori italiani si stanno dedicando al tema dei cammini. Come è facile scoprire grazie a una banale indagine per parole chiave attraverso i motori di ricerca disponibili nel web, un crescente numero di editori sta dedicando attenzione a questo tema, attraverso la pubblicazione di guide, saggi o numeri tematici di riviste. È importante sottolineare che si stanno avvicinando a questo mondo sia editori specializzati nel turismo (ad esempio: Touring Club Editore, Ediciclo, Terre di Mezzo), sia editori generalisti (ad esempio: Hoepli, Domus, Newton Compton, Marsilio). Ad essi si devono poi aggiungere editori esplicitamente specializzati proprio nei cammini (come le Edizioni dei cammini). Un panorama quindi ampio e diversificato, che sta producendo una vasta ed eterogenea congerie di pubblicazioni, le quali presentano questa pratica introducendo varie e diversificate narrazioni che evidenziano, di volta in volta, le caratteristiche culturali, spirituali, religiose, naturalistiche, escursionistiche o sportive dei cammini. In tale ampio contesto, la presente indagine si concentra, giocoforza, sui lavori pubblicati da due editori specializzati (Touring Club Italiano e Terre di Mezzo), che consentono di evidenziare e riflettere su due principali tendenze attualmente in atto. La maggior parte delle guide e delle pubblicazioni uscite nell'ultimo periodo non si limitano infatti a riportare sulla carta descrizioni di percorsi e resoconti, utili a stimolare il desiderio di ripetere esperienze già sperimentate da altri lungo le medesime rotte. Essi infatti scoprono (o riscoprono) itinerari già esistenti e li caricano di significati capaci di renderli attrattivi per i turisti contemporanei, oppure inventano *ex-novo* percorsi ai quali attribuiscono un valore identitario, indispensabile per renderli riconoscibili e quindi appetibili per i fruitori. 'Scoperta' e 'invenzione' sono quindi due parole chiave attraverso le quali possiamo ragionare sul ruolo dell'editoria nella crescita del 'turismo dei cammini' in Italia. Per chiarezza espositiva si procederà riportando schematicamente alcune caratteristiche del lavoro svolto dai due editori individuati come significativi anche se è necessario chiarire che, come ogni schematizzazione, quella che presentiamo è una mera semplificazione. In effetti i due editori seguono entrambe le

sudette tendenze le quali, pur muovendosi in un'ottica commerciale, pongono al tempo stesso al centro dei loro contenuti i territori attraversati dai cammini e costruiscono, indirettamente, alcune opportunità per lo sviluppo locale.

#### 4.1. Il Touring Club Italiano 'scopre' i cammini

Il Touring Club Italiano (TCI) è un'associazione di lunga data che, a partire dal 1894, ha spinto e continua a spingere milioni di cittadini italiani a esplorare gli angoli più remoti della penisola (Pivato, 2006). Tra i diversi asset strategici del TCI, l'editoria ha svolto da sempre un ruolo di primo piano, portando un contributo fondamentale alla diffusione di conoscenze geografiche tra i cittadini italiani (Morri, 2020). Alla luce di queste considerazioni, possiamo considerare la decisione del TCI di investire significativamente sul tema dei cammini come una dimostrazione della loro crescente importanza nel contesto dell'offerta turistica e dell'attenzione che sta guadagnando da parte della domanda interna del Paese.

L'interesse verso questa pratica può essere letto, a un primo livello, rilevando la pubblicazione di alcuni volumi illustrati di carattere descrittivo e divulgativo, ma soprattutto di diverse guide, uscite in tre specifiche collane. In un primo tempo infatti sono usciti alcuni volumi (fondamentale per esempio quello dedicato alla Via Francigena) nella storica collana *Guide Verdi d'Italia*. In questo modo si è introdotta una novità in una collana tradizionalmente impostata sulla dimensione urbana e regionale. Successivamente si è inaugurata una collana dedicata ai cammini e intitolata *Itinerari a piedi* costituita da pubblicazioni spesso co-finanziate da amministrazioni pubbliche locali, e quindi esplicitamente volte alla promozione turistica dei territori. Tale nuova collana si differenzia da quelle precedenti per una più marcata accentuazione sul ruolo potenziale del turismo lento e per l'intento di condurre gli italiani alla scoperta del proprio territorio muovendosi lungo percorsi originali. Ultima, ma non meno interessante, è la pubblicazione delle *Guide e taccuini per il viaggio*. Non si tratta in realtà di una vera e propria collana, anche se ne ha ormai assunto tutte le caratteristiche, avendo già pubblicato otto volumi in italiano e due in inglese. Dal punto di vista dell'impostazione e dei contenuti, si tratta di guide ormai consapevoli del fatto che i cammini non sono semplicemente itinerari da percorrere a piedi, bensì anche percorsi che penetrano nei territori e ne mettono in moto lo sviluppo locale. Queste guide sono studiate per turisti desiderosi di scoprire il territorio, di esplorarlo e di catturarne il senso più profondo. Tale caratteristica fondamentale è resa evidente anche da una specifica scelta editoriale legata al formato delle guide che richiama le storiche Moleskine, una sorta di *status symbol* per viaggiatori in qualche modo desiderosi di emulare personaggi emblematici come Bruce Chatwin o Ernest Hemingway<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> <https://www.moleskine.com/it-it/il-mondo-di-moleskine/la-nostra-storia/>



Figura n. 1  
*Segnaletica lungo il Sentiero del Viandante*  
Fonte: foto di Dino Gavinelli

Non si tratta quindi di semplici guide da cui trarre ispirazione per il viaggio, ma anche taccuini su cui riportare la cronaca e le emozioni derivate dall'esperienza del cammino, sempre più percepito come una delle modalità più appropriate per confrontarsi con l'autenticità delle località e dei territori italiani.

La capacità del TCI di scoprire (e ri-scoprire) cammini, attribuendo loro nuova vita e nuovi significati, non si limita però alla sola pubblicazione di guide, ma si arricchisce di un nuovo progetto, attraverso il quale si impegna a certificare i percorsi con un marchio di qualità denominato *Cammino certificato Touring Club Italiano*. A partire da un processo di autocandidatura, gli enti locali collegati da un cammino possono quindi decidere di sottoporsi a un'attenta valutazione da parte di certificatori specializzati, che verificano in incognito il rispetto di una serie di parametri e alla fine stabiliscono se autorizzare la concessione del marchio e/o proporre piani di miglioramento. Allo stato attuale, il primo cammino certificato dal Touring è il *Sentiero del Viandante*, un itinerario escursionistico già esistente da tempo, che è stato riscoperto a partire dall'iniziativa del Sindaco di Bellano, il quale ha voluto cercare di rilanciare il turismo nel proprio comune provando ad



attrarre non solo semplici escursionisti già abituati a frequentare i sentieri delle Provincie di Lecco e di Sondrio, ma anche una più ampia pletora di turisti interessati al viaggio a piedi e alla scoperta dei piccoli ma rilevanti valori culturali della sponda orientale del lago di Como e del fondovalle valtellinese.

#### 4.2. L'editore Terre di Mezzo 'inventa' i cammini

Un secondo editore chiave nell'ambito della promozione dei cammini è Terre di Mezzo che, dopo un quarto di secolo di attività e la pubblicazione di diverse collane editoriali, è diventato un protagonista nel panorama editoriale. Una delle collane più importanti e più rappresentative delle strategie di questo editore è intitolata *Percorsi* e ormai da diversi anni pubblica guide dedicate al 'turismo dei cammini'. Le prime pubblicazioni, dedicate al Cammino di Santiago e alla Via Francigena, hanno per certi versi posto le basi per una vera e propria esplosione registrata nell'ultimo periodo, con la pubblicazione ogni anno di nuove guide che offrono ai turisti la possibilità di immaginare nuovi itinerari in grado di soddisfare le loro diverse esigenze. Questa strategia editoriale ha iniziato a introdurre una rilevante novità, perché Terre di Mezzo non si limita più a pubblicare guide che descrivono itinerari esistenti, ma sta cominciando a contribuire alla creazione di nuovi itinerari, che prendono vita proprio grazie alla pubblicazione delle guide stesse. Diverse sono le esperienze di questo tipo, ma tra tutte merita almeno una rapida menzione il *Cammino di San Benedetto*, inventato dall'autore della guida, Simone Frignani, il quale nel 2012 ha tracciato un percorso da Norcia a Montecassino. Esso unisce una serie di luoghi variamente connessi alla tradizione Benedettina e attraversa realtà meno note ma molto interessanti dell'Italia centrale, ricche di fascino legato alla storia, all'arte, alla natura e alla ruralità. Il Cammino di San Benedetto non ricalca, come quello di Santiago, il percorso di un pellegrinaggio antico ma ne inventa uno nuovo, ispirato a una figura chiave della spiritualità cristiana italiana ed europea; esso trascende però il significato esclusivamente religioso, proponendo un'esperienza culturale a tutto tondo nel cuore dell'Italia centrale.

Guide come quella dedicata al Cammino di San Benedetto, hanno quindi il merito di costruire una percezione e una narrazione nuova per i territori. La loro importanza non è però solo rappresentativa, trattandosi pur sempre di guide di viaggio, esse hanno anche una fondamentale dimensione pratica, proponendo posti tappa, alloggi, luoghi per la ristorazione, ecc. La stesura delle guide diventa così l'occasione per inventare cammini interessanti da molti punti di vista, poiché stimolano la sinergia e il legame tra le diverse località, traggono forza dal sostegno reciproco tra la realtà territoriale e la sua rappresentazione, insegnano alle comunità locali a immaginarsi come parti di una rete, più che come punti isolati nello spazio.



Figura n. 2  
*In marcia lungo il Cammino di San Benedetto*  
Fonte: foto di Giacomo Zanolin

## 5. Conclusioni

La produzione editoriale qui rapidamente presentata, anche attraverso il riferimento specifico al TCI e a Terre di Mezzo, si inserisce nel solco di un nuovo protagonismo, capace di veicolare innovative strategie di auto - ed etero - rappresentazione del territorio essenzialmente volte alla sua promozione turistica.

La scoperta o l'invenzione di cammini da parte degli editori, genera implicitamente un nuovo approccio al turismo domestico e delinea una concezione più ampia del patrimonio e della sua fruizione. Come abbiamo avuto modo di mostrare, il 'turismo dei cammini' coinvolge una molteplicità di pratiche variamente connesse alle dimensioni dell'*heritage*, della spiritualità, della ruralità, della naturalità e dello sport. L'inserimento di una località all'interno di un cammino arricchisce quindi la sua immagine turistica, portandola al di là del singolo valore specifico che tradizionalmente ne ha caratterizzato il posizionamento nell'ambito dell'offerta turistica del territorio in cui è collocata. I prodotti editoriali studiati contribuiscono quindi in definitiva a ridefinire il senso complessivo del sistema turistico di un territorio, rielaborandolo dal punto di vista narrativo e riorganizzandolo da quello pratico. Inoltre in molti casi il lavoro dell'editore avviene in sinergia con gli attori locali, favorendo l'attivazione (o il rafforzamento) di processi di sviluppo basati sulla condivisione di una visione progettuale e sulla messa a sistema dell'offerta turistica. Gli attori del territorio riscoprono così se stessi, non più come punti isolati nello spazio (le località), bensì come elementi di una linea (il cammino) la quale

favorisce connessioni, sinergie e collaborazioni. Il patrimonio assume in questo modo una dimensione olistica, non più semplice espressione di una singola unità territoriale ma elemento fondante di una più vasta rete turistica regionale e interregionale.

In questo processo, assume un ruolo centrale la dimensione dell'autenticità, in quanto le narrazioni costruite attorno al 'turismo dei cammini', esaltano la capacità di questa pratica di favorire l'incontro con la dimensione locale, sovente presentata come autentica perché favorita dalla lentezza della pratica. Come sempre però tale autenticità è costruita, messa in scena, allo scopo di costruire un'offerta in grado di soddisfare le specifiche aspettative di un pubblico alla ricerca di esperienze il più possibile vicine alle dinamiche locali dei territori visitati.

Inventando o (ri-) scoprendo i cammini, gli editori studiati contribuiscono, in definitiva, alla costruzione e alla diffusione di narrazioni turistiche che alimentano nuove forme di auto - ed etero - rappresentazione dei valori dei territori, ognuna a suo modo utile per lo sviluppo locale.

## ***Bibliografia***

Agnoletti M., *Storia del bosco: il paesaggio forestale italiano*, Roma-Bari, Laterza, 2018.

Bartilani P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Bologna, Il Mulino, 2001.

Borghesi R., Celata F., *Turismo critico. Immaginari geografici, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo*, Milano, Unicopli, 2009.

Cerutti S., «Il turismo backpacker nell'esperienza degli studenti universitari: analisi di un caso italiano», in *Rivista geografica italiana*, n. 1, 2021, pp. 61-85.

Cerutti S., Cottini A., Menzardi P., *Heritography. Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Roma, Aracne, 2021.

Cohen E., «"Authenticity" in Tourism Studies: Après la Lutte», in *Tourism Recreation Research*, n. 32, 2007, pp. 75-82.

Collins-Kreiner N., «Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations», in *Annals of Tourism Research*, n. 2, 2010, pp. 440-456.

Cusimano G. (ed.), *Luoghi e turismo culturale*, Bologna, Pàtron, 2006.

Dickinson J., Lumsdon L., *Slow Travel and and Tourism*, London, Routledge, 2010.

Ercole E., *Sviluppo Locale, Sostenibilità, Autenticità, Emozioni*, Milano, FrancoAngeli, 2019.

Fennel D.A., *Ecotourism*, London, Routledge, 2020.

Frémont A., *Vi piace la Geografia?* (tr. it. D. Gavinelli), Roma, Carocci, 2007.

Gavinelli D., Zanolin G., *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*, Roma, Carocci, 2019.

- Giuntarelli P., *Turismo sportivo. Teoria e metodo*, Roma, Armando editore, 2021.
- Hall C.M., Ram Y., Shoval N. (eds.), *The Routledge International Handbook of Walking*, London Routledge, 2017.
- Ingold T., *Lines: A Brief History*, London, Routledge, 2016.
- Ingold T., *Siamo linee. Per un'ecologia delle relazioni sociali*, Roma, Treccani, 2020.
- Lavarini R., *Il pellegrinaggio cristiano*, Genova, Marietti, 1997.
- Lopez L., «How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last?», in *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, n. 1, 2013 - <https://doi.org/10.21427/D7C133>
- Lopez L., Lois González R.C., Castro Fernández B.M., «Spiritual tourism on the way of Saint James the current situation», in *Tourism Management Perspectives*, n. 24, 2017, pp. 225-234.
- Lovell J., Bull C., *Authentic and Inauthentic Places in Tourism: From Heritage Sites to Theme Parks*, Milton Park, Taylor & Francis Ltd., 2018.
- MacCannell D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Oakland, University of California Press, 2013.
- Morri R., *Pratiche di public geography. Un anno con il Touring Club Italiano alla riscoperta della geografia*, Bologna, Pàtron, 2020.
- Musella M., La Foresta D. (eds.), *Turismo, turismi e sviluppo dei territori*, Torino, Giappichelli, 2018.
- Pivato S., *Il Touring Club Italiano*, Bologna, Il Mulino, 2006.
- Sheller M., Urry J., «The new mobilities paradigm», in *Environment and Planning*, n. 38, 2006, pp. 207-226.
- Stock M., Coëffé V., Violier P., *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2017.

## Sitografia

<https://www.moleskine.com/it-it/il-mondo-di-moleskine/la-nostra-storia/>

<https://www.turismo.beniculturali.it/home-cammini-ditalia/atlante-dei-cammini/>

<https://www.infodata.ilssole24ore.com/2019/12/18/libri-giornali-lettura-tutti-numeri-delleditoria/>

**Marina Marengo** è professore di Geografia presso il Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) dell'Università di Genova. I suoi principali campi di ricerca sono: I fenomeni migratori e interculturali; i gender studies, la valorizzazione dei territori locali, la geografia culturale e letteraria, le metodologie qualitative in geografia.

**Marina Marengo** is professor of Geography at the Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) at the University of Genoa. The main fields of her research are: Migratory phenomena and interculturality; Gender Studies, enhancement of local territories; Cultural and Litterary geography; Qualitative methodology of geography.

**Enrico Bernardini** è docente a contratto di Geografia all'Università di Genova e dottorando in Scienze Sociali, indirizzo sociologia, all'Università di Ginevra. I suoi interessi di ricerca riguardano le migrazioni altamente qualificate, l'Africa sub-sahariana, il Sud America, il turismo enogastronomico ed il turismo sostenibile. Ha pubblicato svariati articoli di carattere geografico su riviste nazionali ed internazionali.

**Enrico Bernardini** is adjunct professor Geography at the University of Genoa and PhD student in Social Sciences, specialising in sociology, at the University of Geneva. His research interests concern highly skilled migration, sub-Saharan Africa, South America, food and wine tourism and sustainable tourism. He has published several geographical articles in national and international journals.

Il convegno è stato organizzato con l'obiettivo di permettere di analizzare congiuntamente i processi di valorizzazione dei territori locali, incentrati prevalentemente sulle questioni patrimoniali – materiali ed immateriali – e i sempre più presenti fenomeni turistici slow. L'approccio congiunto ha permesso di prendere in considerazione i punti di vista degli *insiders* – attivatori di processi di valorizzazione volti alla soddisfazione dei bisogni e aspirazioni degli abitanti dei territori – e degli *outsiders*, fruitori esterni attratti dalla qualità dell'offerta a loro disposizione dai contesti locali.

*Le colloque a été organisé dans le but d'une analyse conjointe des processus de valorisation des territoires locaux – surtout centrés sur les questions du patrimoine (matériel et immatériel) – et les toujours plus importants et fréquents phénomènes de tourisme slow. Cette approche couplée nous a permis de nous situer du point de vue des insiders – à l'origine des processus de valorisation centrés sur la réponse aux besoins et aspirations des habitants des territoires – ainsi que des outsiders, utilisateurs externes attirés par la qualité de l'offre des contextes locaux.*

*The conference was organized with the aim of allowing to jointly analyze the processes of enhancement of local areas, mainly focused on patrimonial issues – tangible and intangible – and the increasingly present slow tourism phenomena. The joint approach made it possible to take into consideration the points of view of the insiders – activators of enhancement processes aimed at satisfying the needs and aspirations of the inhabitants of the territories – and of the outsiders, external users attracted by the quality of the offer available to them by local contexts.*

ISBN: 978-88-3618-109-4



9 788836 181094

Immagine di copertina  
composizione di foto  
realizzate da Marina Marengo