

# Le strategie per una valorizzazione sostenibile del territorio

Il valore della lentezza, della qualità  
e dell'identità per il turismo del futuro

a cura di Viviana Calzati  
e Paola de Salvo



**Sociologia  
urbana e rurale**

**FrancoAngeli**

# Sociologia urbana e rurale

COLLANA DIRETTA DA **GIOVANNI PIERETTI**

Comitato scientifico: Giandomenico Amendola, Paola Bonora, Ada Cavazzani, Pier Luigi Cervellati, Alberto Gasparini, Nancy Holman, Richard Ingersoll, Jean François Laé, Ezio Marra, Guido Martinotti, Antonietta Mazzette, Alfredo Mela, Fiammetta Mignella Calvosa, Harvey L. Molotch, Osvaldo Pieroni, Fortunata Piselli, Mario L. Small, Antonio Tosi, Francesca Zajczyk

---

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

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

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

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

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

# **Le strategie per una valorizzazione sostenibile del territorio**

Il valore della lentezza, della qualità  
e dell'identità per il turismo del futuro

a cura di **Viviana Calzati**  
e **Paola de Salvo**



**Sociologia  
urbana e rurale**

**FrancoAngeli**

Copyright © 2012 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Introduzione</b> , di <i>Viviana Calzati e Paola de Salvo</i>	pag. 9
<b>1. L'accessibilità alle risorse turistiche dalla prospettiva dello slow tourist</b> , di <i>Mario Boffi, Matteo Colleoni e Licia Lipari</i>	» 13
1. Pedonalità e accessibilità	» 13
2. Profili di mobilità e <i>slow tourism</i>	» 16
3. Contesto di indagine e metodo di ricerca	» 18
4. Principali risultati	» 19
5. Conclusioni	» 26
Riferimenti bibliografici	» 26
<b>2. Turista slow e stile di vita: una prima indagine sul territorio di Todi in Umbria</b> , di <i>Viviana Calzati</i>	» 28
1. Nuove pratiche turistiche e sostenibilità	» 28
2. Il turismo responsabile: definizione e caratteri	» 30
3. Il turismo lento: un possibile framework teorico	» 33
4. Stile di vita e turismo slow: una prima indagine sul territorio di Todi	» 35
5. I risultati	» 37
6. Conclusioni	» 40
Riferimenti bibliografici	» 40
<b>3. Le Comunità Urbane Ecocompatibili. Città lente e intelligenti</b> , di <i>Gilda Catalano e Giovanni Tocci</i>	» 45
1. La città lenta e intelligente	» 45
2. Le comunità urbane lente: dal marchio slow alla via ecocompatibile	» 47

3. Città slow e città smart: un percorso congiungibile	pag. 52
4. Sguardo conclusivo	» 58
Riferimenti bibliografici	» 59

**4. Rallentare: senso del luogo e ritmi urbani, di Pierluigi Cervelli**

	» 61
1. Introduzione	» 61
2. Pasolini e la forma della città	» 61
3. Dalla città-forma alla città-lista	» 63
4. La città veloce	» 64
5. Ipotesi di ricerca	» 66
6. Caso di studio	» 68
7. Lo spazio come processo: stratificazioni e percorsi	» 69
8. Militarizzazioni urbane	» 70
9. Luoghi per rallentare	» 71
10. Conclusioni	» 73
Riferimenti bibliografici	» 73

**5. L'olio come risorsa culturale e turistica: il caso della Strada regionale dell'olio Dop Umbria, di Paola de Salvo**

	» 75
1. Il prodotto tipico come risorsa culturale e turistica	» 75
2. Espressioni della multifunzionalità dell'agricoltura: le strade e i percorsi del tipico	» 78
3. La Strada regionale dell'Olio DOP Umbria	» 79
4. Conclusioni	» 87
Riferimenti bibliografici	» 88

**6. Le comunità locali nel turismo responsabile: un confronto Italia Spagna, di Sergio Fadini**

	» 91
1. Introduzione	» 91
2. Un concetto con più accezioni	» 92
3. Il Turismo Responsabile nei documenti sovranazionali	» 93
4. Il Turismo Responsabile per le realtà europee	» 96
5. Teorie sugli attori	» 97
6. Chi sono le comunità locali nel turismo	» 99
7. La ricerca sul campo. Le comunità locali nel turismo responsabile	» 100
8. Conclusioni	» 105
Riferimenti bibliografici	» 106

<b>7. Flâneur o turista: due modi diversi di relazionarsi con la Città</b> , di <i>Giampaolo Nuvolati</i>	pag.108
1. Premessa	» 108
2. Camminar lento, corpo e flânerie	» 108
3. Flâneur, turisti e abitanti	» 114
Riferimenti bibliografici	» 121
<b>8. Il paesaggio come risorsa: tra conservazione e nuove attività produttive</b> , di <i>Mauro Sarrica, Bruno Mazzara</i>	» 123
1. La relazione uomo-ambiente tra identità, appartenenze e cultura	» 123
2. Paesaggio come processo e progetto	» 124
3. Il conflitto sull'eolico come luogo di ricostruzione del senso comune	» 125
4. Caso di studio	» 127
5. Obiettivi di ricerca	» 129
6. Metodo	» 129
7. Conclusioni	» 135
Riferimenti bibliografici	» 138
<b>9. Città e musei di arte contemporanea: il caso del Mart a Rovereto</b> , di <i>Giovanni Sechi</i>	» 140
1. Premessa	» 140
2. Le architetture dei musei come elementi di attrazione	» 141
3. Il Mart a Rovereto: breve cronistoria	» 142
4. La relazione museo-città	» 144
5. Considerazioni e conclusioni	» 152
Riferimenti bibliografici	» 153
<b>10. Definire e operativizzare lo slow tourism: il modello Castle</b> , di <i>Moreno Zago</i>	» 155
1. La proposta transfrontaliera di slow tourism	» 155
2. Il profilo del turista slow	» 161
3. Il disciplinare Slow Tourism	» 167
Riferimenti bibliografici	» 169
<b>Gli autori</b>	» 171



# *Introduzione*

di *Viviana Calzati e Paola de Salvo*

La lentezza nuovo modello culturale di comportamento implica un cambiamento del modo di concepire il consumo di beni e servizi e il concetto di qualità della vita. La filosofia slow non deve essere infatti interpretata come un fenomeno del momento, una moda o un innovativo prodotto turistico, ma come una filosofia di vita, un movimento sociale e globale che negli ultimi anni ha caratterizzato i diversi ambiti socio-economici delle comunità locali. La lentezza intesa come ricerca della qualità dell'esperienza, che consente di riappropriarsi di ritmi, di riscoprire territori e comunità locali, attribuisce al turismo una valenza innovativa sulla possibilità di caratterizzare l'esperienza turistica non tanto in base alle qualità del "prodotto", ma piuttosto rispetto a modelli di comportamento autodiretti.

La relazione tra turismo e lentezza implica così una ridefinizione delle pratiche turistiche attuali che risultano essere sempre più influenzate da un nuovo senso di responsabilità ambientale del turista e dalla ricerca di esperienze autentiche. Pertanto il turismo slow nell'economia dell'immateriale si configura come capace di valorizzare il *genius loci*, lo spirito del luogo, di stabilire attive relazioni con la comunità locale promuovendo ritmi di vita e di consumo del prodotto turistico più lenti in una visione di sostenibilità reale e non presunta. Questo rinnovato cambiamento culturale porta con sé una nuova valutazione del valore del territorio, non più oggetto passivo di strategie decise altrove, ma soggetto attivo ed attuatore di strategie di sviluppo costruite intorno alla propria identità. L'identità è intesa non solo come recupero del patrimonio storico-culturale e valorizzazione delle altre risorse territoriali, ma anche come processo di interazione tra i diversi soggetti, che implica una accumulazione di scelte sempre più differenziate e peculiari di un territorio. Ne scaturiscono nuovi equilibri territoriali che vanno verso l'avvio di rinnovati rapporti tra i singoli attori, i territori e le

rispettive sovranità, soprattutto nelle piccole realtà urbane. Ed è proprio in questi contesti, ed in particolare nella loro caratterizzante lentezza, intesa come conquista di un ritmo esistenziale compatibile con una elevata qualità della vita, che i governi locali riescono a dare risposte alle rinnovate richieste sia dei residenti che dei turisti, sempre più attenti ad una qualità dell'accoglienza, dell'arredo urbano, della valorizzazione dei prodotti e delle tradizioni locali. Si delinea un approccio alternativo allo sviluppo economico, dove la qualità della vita viene proposta come strategia di sviluppo locale che contribuisce ad una maggiore stabilità delle comunità e viene trasformata in fattore competitivo. È la qualità della vita che attrae residenti e turisti, così come è la qualità dei prodotti enogastronomici, delle risorse culturali e la sostenibilità delle scelte di governo a permettere una continuazione delle attività economiche e a rigenerarle per il futuro.

Il saggio di *Mario Boffi, Matteo Colleoni e Licia Lipari* propone uno studio empirico sulla mobilità pedonale dei turisti, al fine di rilevarne la morfologia degli spostamenti e, in modo indiretto, l'accessibilità alle risorse turistiche urbane. La rilevazione dei profili spazio-temporali di mobilità, attraverso l'uso integrato degli strumenti di indagine tradizionali con quelli innovativi, permette di cogliere gli stili di visita delle popolazioni urbane mobili e il livello di accessibilità alle risorse di interesse turistico dal punto di vista della loro pedonalità (walkability) e capacità attrattiva.

Il saggio di *Viviana Calzati* affronta il tema della relazione tra turismo e lentezza che implica una ridefinizione delle pratiche turistiche attuali sempre più influenzate da un nuovo senso di responsabilità ambientale del turista e dalla ricerca di nuove esperienze. Il contributo, dopo un'analisi della letteratura nazionale e internazionale, ha definito i legami tra il turismo responsabile e quello slow e successivamente ha proposto un possibile framework teorico sul turismo lento orientato a sistematizzare e organizzare quanto emerso dai singoli studi empirici. L'autrice propone i risultati di una prima indagine, su un campione di turisti slow del territorio di Todi, finalizzata ad indagare la relazione tra preferenze per specifiche attività e servizi turistici e comportamenti responsabili e abitudini di consumo adottati nel quotidiano.

Il capitolo di *Gilda Catalano e Giovanni Tocci* affronta il tema della sostenibilità urbana attraverso lo studio dei recenti modelli della città slow e della smart city. In particolare il lavoro evidenzia come le più recenti strategie ecocompatibili, adottate sullo scenario internazionale, richiamino spesso parallelamente i temi dell'efficienza e della lentezza. È da questa prospettiva che nasce l'idea di approfondire i punti di confluenza esistenti tra città slow e città smart nel tentativo di comprendere come i due modelli

urbani possano in concreto cooperare per implementare lo scambio di buone pratiche ecocompatibili.

Il capitolo di *Pierluigi Cervelli* muove dall'ipotesi di ricerca che lentezza e velocità possano costituire dei fattori di articolazione interna delle città, utili alla comprensione dei fenomeni urbani anche in grandi aree metropolitane, dal punto di vista delle relazioni fra configurazioni urbanistiche, pratiche urbane e processi abitativi. Nella parte teorica dell'articolo si attua un confronto fra riflessioni appartenenti a diversi campi disciplinari intorno al tema dell'espansione della dimensione urbana e alle conseguenze analitiche e concettuali che esso implica. Nella seconda parte si presenta un caso di studio relativo ai temi della privatizzazione/militarizzazione dello spazio e dei percorsi urbani, a partire da alcune osservazioni etnosemiotiche, svolte a São Paulo (BR).

Il contributo di *Paola de Salvo* sostiene come il complesso delle attività economiche e sociali, e la presenza di risorse turistiche/territoriali nelle zone rurali, possano stimolare la formazione di partenariati per la formulazione di strategie di valorizzazione dei prodotti tipici, anche attraverso lo sviluppo del turismo. Il lavoro in particolare ha analizzato come la Strada dell'olio extravergine di oliva DOP Umbria possa essere considerata un possibile strumento di valorizzazione del territorio con il quale promuovere, oltre la conoscenza del prodotto tipico legato alla storia e alla tradizione locale, anche un turismo di qualità.

Il turismo responsabile in Europa si connota per una particolare attenzione alle comunità locali che, sebbene non ancora ben supportato da documenti e prassi adeguate, rappresenta una novità di rilievo nel panorama turistico. La ricerca condotta da *Sergio Fadini* ha inteso fare luce su questo modo di pensare il turismo, fra analisi dei documenti e interviste effettuate a operatori italiani e spagnoli che si rifanno alla filosofia del responsabile.

Il capitolo di *Giampaolo Nuvolati* è dedicato al flâneur. In particolare l'autore tratta questa figura ottocentesca, ma oggi tornata prepotentemente di moda, da due punti di vista: sotto il profilo della lentezza dei suoi movimenti legati al camminare in città e dal punto di vista delle differenze e similitudini riscontrabili con altri soggetti che si spostano a piedi nei contesti urbani ma sono mossi da motivazioni diverse, soprattutto i turisti. Il flâneur viene descritto facendo ricorso ad una serie di ossimori che lo caratterizzano. Particolare rilievo viene inoltre dato alla dimensione corporea e a quella intellettuale che interessano il flâneur nelle sue peregrinazioni urbane e che gli consentono di esplorare la città attraverso prospettive di movimento e di analisi alternative rispetto a quelle più tradizionali.

Il contributo di *Mauro Sarrica e Bruno Mazzara* esamina il conflitto

ambientale sorto sul parco eolico di Scansano (GR). L'analisi del contenuto tematica condotta su 85 articoli di quotidiano pubblicati tra il 2003 e il 2009, indica significati distinti della ruralità, che rimandano a diversi progetti della comunità nel paesaggio sostenuti dagli stakeholders. In particolare, se le élite adottano criteri estetici nella lettura del territorio, amministratori e associazioni sostengono una rappresentazione in divenire, in cui il paesaggio è elemento da trasformare a fini produttivi. Entrambe le prospettive sembrano tuttavia escludere la cittadinanza dalla partecipazione al progetto, perdendo l'opportunità di trasformare la disputa in chiave costruttiva ed inclusiva.

Il contributo di *Giovanni Sechi* propone un'analisi della relazione tra grandi musei e piccole città, ponendo in particolare l'attenzione sul caso del Mart, il Museo di Arte Contemporanea di Rovereto. L'Autore si chiede quali siano gli effetti principali dell'apertura di un museo di rilevanza internazionale in una città di piccole dimensioni, come la cultura possa effettivamente fungere da motore per favorire processi di sviluppo locale ed infine se l'incontro tra museo, turisti e cittadini sia potenzialmente in grado di favorire uno sviluppo urbano sostenibile. Per rispondere a queste domande si cerca di individuare il ruolo del museo e la sua influenza su quattro dimensioni della città: spazio pubblico, identità locale, turismo ed economia.

Il capitolo di *Moreno Zago* elabora l'esperienza maturata con il progetto di cooperazione transfrontaliera Slow Tourism per la valorizzazione e la promozione di itinerari slow tra l'Italia e la Slovenia proponendo una definizione di turismo lento articolata in sei dimensioni - contaminazione, autenticità, sostenibilità, tempo, lentezza, emozione -, descrivendo i comportamenti del turista slow - praticare attività sportive, immergersi nel locale, vivere la natura, osservare il passato, riappropriarsi del tempo - e suggerendo le linee guida per gli operatori che vogliono ospitare con uno stile slow. Il progetto che ha portato alla creazione di una rete Slow Tourism dell'Alto Adriatico ha avuto un prestigioso riconoscimento dai mercati asiatici.

*Un ringraziamento particolare è rivolto alla professoressa Mariangela Franch dell'Università di Trento e al professor Giovanni Pieretti dell'Università di Bologna che sono stati un prezioso e costante punto di riferimento. Si ringrazia inoltre il professor Pierluigi Daddi, preside della Facoltà di Economia dell'Università di Perugia per l'attenzione e la disponibilità dimostrata per la realizzazione della presente pubblicazione.*

# *1. L'accessibilità alle risorse turistiche dalla prospettiva dello slow tourist*

di Mario Boffi, Matteo Colleoni e Licia Lipari (1)

*Nessuna città dovrebbe essere tanto grande  
che un uomo una mattina non possa uscirne camminando.*  
Cyril Connolly (1944)

## **1. Pedonalità e accessibilità**

Dall'avvento della società della automobile, o come dice Urry della auto-mobilità (Urry 2002, Martinotti 2004), muoversi a piedi è sempre stato considerato un comportamento marginale e residuale. Marginale poiché riguardante la popolazione povera, che non avendo le risorse per acquistare e utilizzare i mezzi di trasporto motorizzati è costretta a muoversi a piedi; residuale poiché relativo a quote di popolazione minoritarie, non superiori al 18% del totale secondo l'indagine nazionale sulla mobilità (Isfort 2011). Marginalità e residualità che si sono tradotte nella scarsa attenzione dedicata alla mobilità pedonale, troppo breve nello spazio e troppo frammentaria nel tempo per essere rilevata.

Tuttavia Litman ci ricorda che gli spostamenti a piedi, che rappresentano solo il 3% circa dell'intera distanza percorsa quotidianamente, consumano il 18% del tempo complessivo dedicato alla mobilità e interessano ben il 25% degli spostamenti (mentre i rapporti per l'auto, pur maggioritari, scendono rispettivamente dal 51% al 41%, Litman 2003). Più in generale la letteratura sulla sostenibilità, e sulla mobilità sostenibile in particolare, considera la mobilità a piedi non un comportamento marginale e residuale ma una pratica virtuosa. L'uso del termine pedonalità riassume bene il maggiore valore associato alla mobilità a piedi la quale, più che una modalità di spostamento, viene considerata un vero e proprio stile di mobilità (o stile di visita, se si dedica attenzione al soggetto mobile turista). Stile di mobilità che dal punto di vista del soggetto mobile rinvia alla qualità della mobilità (o della visita), ai tempi (la durata, la collocazione temporale rispetto alle

1. Matteo Colleoni è autore dei paragrafi 1 e 2; Mario Boffi e Licia Lipari sono autori dei paragrafi 3 e 4.

altre attività, la velocità, le soste) e ai luoghi attraversati e visitati. Stile di mobilità che coinvolge però anche dimensioni più soggettive che rimandano al sentimento di estraneità, spesso associato alla visita temporanea dei luoghi e al desiderio di attraversarli con agio (in tal senso di abitarli). Dal punto di vista dei luoghi visitati lo stile di mobilità rinvia invece alla loro accessibilità, laddove quest'ultima viene intesa nel suo significato originale di proprietà delle risorse urbane (*opportunities* nella letteratura tematica anglosassone, Dijst 2001) non solo di essere raggiunte ma di essere fruite nei modi, nei tempi e nei luoghi più idonei rispetto ai bisogni dei soggetti mobili (Colleoni 2012). Rinvia a questa accezione di accessibilità il riferimento, sempre più frequente nella letteratura tematica, al concetto di pedonalità (normalmente espresso con il termine inglese *walkability*), ovvero la proprietà che hanno i luoghi, nel nostro caso quelli che sono o in cui vi sono risorse turistiche, di essere visitati a piedi. La *walkability* può essere vista allora come una dimensione dell'accessibilità che riguarda la costruzione dello spazio abitato funzionale alla visita (turistica) pedonale e che partecipa ad incrementare il livello di attrattività delle risorse turistiche.

Come noto muoversi a piedi, rispetto alle forme di mobilità veicolare, comporta un elevato coinvolgimento sensoriale; camminando lo sguardo, l'olfatto e l'udito vengono stimolati permettendo al pedone/visitatore di essere parte dell'*habitat* urbano e di coglierne aspetti insoliti ed inattesi. Camminare è inoltre la modalità di spostamento più antica, naturale e diffusa che esista, tutti potenzialmente possono farlo con costi contenuti e benefici psico-fisici elevati. Le pratiche di mobilità pedonale vengono normalmente riassunte nella letteratura tematica sotto il termine *walking* mentre le condizioni ambientali e infrastrutturali che favoriscono gli spostamenti a piedi rientrano nel capitolo più generale della pedonalità (o *walkability*). Quest'ultimo ha assunto particolare importanza negli studi e negli interventi di pianificazione urbana, sempre più attenti alla mobilità lenta e alle caratteristiche dell'ambiente che favoriscono l'accesso alle risorse e agli spazi urbani. Oltre a migliorare la qualità dell'ambiente urbano, gli interventi sulla *walkability* sono finalizzati a promuovere un uso efficiente degli spazi pubblici, a potenziare lo stato di salute psico-fisico del pedone, a ridurre i costi della mobilità e le disuguaglianze di accesso alle risorse e ad incrementare il livello di vivibilità delle comunità locali e le relazioni tra gli individui. La possibilità di raggiungere a piedi i principali luoghi e servizi urbani entro soglie accettabili di distanze spazio-temporali e di farlo in un ambiente confortevole e adeguato rappresentano, in particolare, gli obiettivi dei progetti e delle politiche di gestione dei servizi e della mobilità urbana. Si tratta, in generale, di strumenti di pianificazione e di gestione che, ispira-

ti ai principi della crescita intelligente della città (*smart growth*), promuovono una localizzazione degli insediamenti e dei servizi urbani che faciliti l'accessibilità con modalità sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale (Calthorpe 1993, Katz 1994, Cervero e Kockelman 1997, Benfield *et al.*, 2001, Krizek 2003, Levine *et alii* 2005).

Se il tema della pedonalità e dell'accessibilità ha cominciato a trovare ospitalità nei progetti e negli strumenti di pianificazione urbanistica, in particolare nei paesi più attenti alla qualità della vita urbana, scarsa attenzione continua invece a ricevere dalle politiche per il turismo urbano, in particolare nazionali. I motivi sono molteplici e rinviano, da una parte, alla tradizionale disattenzione ai comportamenti e ai bisogni delle popolazioni temporanee e dall'altra alla scarsa propensione a tener conto dei contesti spaziali e temporali della mobilità. Con attenzione al primo punto, sebbene i turisti facciano parte delle popolazioni temporanee (come i city users e i lavoratori di posizione apicale ad elevata mobilità) essi hanno pratiche di utilizzo degli spazi e dei servizi urbani caratterizzati dalla scarsa conoscenza, dall'elevata dipendenza dalle informazioni acquisite in modo indiretto (guide, passaparola...) anziché attraverso l'esperienza personale e dall'imitazione dei comportamenti della maggioranza. Con riferimento invece ai contesti spazio-temporali, gli stili di mobilità dei turisti tendono a conservare la connotazione sperimentale e mutevole che caratterizza la mobilità degli attori nelle prime esperienze di spostamento finalizzate al raggiungimento di luoghi inusuali

Dietro la scelta dei turisti di muoversi soprattutto a piedi, poiché più adatta a scoprire luoghi sconosciuti, vi sono in realtà profili di mobilità lenta molto diversi in relazione ai momenti della giornata, alla velocità, alla direzione e ai luoghi in cui si svolgono. La concentrazione spaziale e temporale (sia giornaliera che settimanale e stagionale) della presenza turistica può, in tal senso, essere vista come l'esito della concentrazione di flussi di mobilità non regolamentati da adeguati interventi di gestione delle presenze e dei movimenti turistici. La stagionalità è l'esito macro temporale negativo più evidente di questa situazione, ma conseguenze negative sono presenti anche a livello micro temporale, per esempio nella presenza di concentrazione spaziale e giornaliera dei flussi turistici in alcune aree urbane a discapito di altre o nella difficoltà di accedere ai luoghi non sufficientemente segnalati o non adeguatamente attrezzati per consentirne il raggiungimento pedonale.

## 2. Profili di mobilità e *slow tourism*

I percorsi compiuti dai turisti rientrano, nella maggioranza dei casi, nella categoria dei tragitti non obbligati, caratterizzati da tempi flessibili e da destinazioni variabili (Vilhelmson 1999). Sebbene il turista sia un attore sociale che opera scelte razionalmente motivate (Cohen 1974), la natura ludica delle sue attività apre spazio ad un'elevata variabilità di comportamenti, molti dei quali non sempre prevedibili, soprattutto dal punto di vista della loro collocazione spazio-temporale. Si pone in tale prospettiva l'interesse per il turismo lento (*slow tourism*), laddove la lentezza rappresenta l'attributo di una delle dimensioni (quella temporale) che costituiscono il profilo di mobilità e, quindi, lo stile di visita del turista. Oltre a quella temporale, il profilo di mobilità è l'esito della combinazione di altre dimensioni, in particolare lo spazio (nel senso di direzione, localizzazione e distanza dello spostamento) e le mete o destinazioni (sia dal punto di vista funzionale sia geografico).

La combinazione delle tre dimensioni consente di conoscere gli orari, la durata e la velocità degli spostamenti in relazione ai luoghi visitati o, semplicemente, attraversati e alle attività che vi vengono svolte. Conoscendo le caratteristiche socio-anagrafiche dei turisti è così possibile analizzarne le differenze di profilo in funzione per esempio della nazionalità, del genere e dell'età. Lo stesso può essere fatto con attenzione a variabili più specificamente turistiche, quali il tipo di alloggio, il periodo, la durata e il motivo del soggiorno. I profili e gli stili di mobilità hanno ricadute sostanziali per la gestione turistica, essendo associati non solo alle caratteristiche degli attori ma anche a quelle degli spazi e delle risorse turistiche.

Profili connotati da molte pause potrebbero, a titolo esemplificativo, essere indicativi della presenza di turisti anziani ma anche dell'elevata densità delle risorse turistiche. La concentrazione di profili in alcune aree urbane è la condizione normalmente associata alla presenza di importanti attrattori turistici (una chiesa o un monumento importante per esempio), ma la rarefazione dei profili potrebbe essere il prodotto della scarsa valorizzazione di alcune aree e risorse urbane. Allo stesso modo, la presenza di profili di mobilità (e di visita) veloci può essere sintomatica dell'esistenza di risorse non sufficientemente valorizzate. Poiché camminare è il tipo di mobilità a più elevato coinvolgimento motorio, il pedone è particolarmente attento alle durate e alle distanze dei percorsi.

Informare sui tempi e sulle distanze di raggiungimento delle risorse rappresenta, quindi, una scelta positiva di supporto alla mobilità pedonale. Lo stesso vale per l'allestimento e la gestione delle infrastrutture per la pedo-

nalità, quali marciapiedi curati e spaziosi, sedute frequenti e riparate e punti di attraversamento protetti e privi di ostacoli (Icma 2011). L'esperienza dei Piani dei tempi e degli orari di alcune città italiane (Zedda 2009, Mareggi 2011) ha insegnato che la mobilità lenta è favorita anche dalla presenza di affacci stradali ricchi e differenziati (negozi diversi alternati a caffè, ristoranti e punti di offerta dei servizi pubblici e privati).

Poiché per muoversi e accedere alle opportunità urbane (generiche o turistiche) occorre avere informazioni e competenze, in alcune città italiane e straniere sono stati attuati programmi di accompagnamento alla mobilità lenta che si sono avvalsi di diverse azioni. Tra queste ricordiamo la semplificazione della segnaletica informativa, l'adeguamento delle informazioni rispetto alle competenze di lettura e di interpretazione delle popolazioni deboli (anziani, disabili, minori) e di quelle temporanee, l'addestramento degli operatori pubblici e, spesso, anche di quelli privati (negozianti, assistenti volontari) per lo svolgimento della funzione di supporto alla mobilità, all'orientamento e all'accessibilità. A questo proposito, l'esperienza del "negoziante amico" attuata dal Comune di Bolzano negli anni passati (caratterizzata dalla presenza di contrassegni sui negozi aderenti all'iniziativa) si è dimostrata molto efficace nel favorire la mobilità pedonale dei bambini lungo i percorsi casa-scuola, mostrando buone potenzialità di applicazione anche nel settore turistico. Non essendo socializzato rispetto ai codici culturali e comunicativi dei luoghi visitati (in particolare se stranieri), il turista deve essere accompagnato nelle sue esplorazioni urbane da programmi estensivi e mirati che sappiano coinvolgere l'intero sistema delle risorse e delle servizi amministrativi.

In tal senso sarebbe opportuno elaborare piani per la mobilità pedonale nel settore turistico simili a quelli già adottati in alcune amministrazioni nel comparto più generale della mobilità sostenibile. Rispetto a questi ultimi, i piani per la mobilità pedonale turistica dovrebbero avere non solo il fine di supportare la mobilità lenta dei pedoni ma anche quello di aumentare il livello di attrattività delle risorse turistiche.

### 3. Contesto di indagine e metodo di ricerca

Condotta dall'Università di Milano Bicocca (2) nell'aprile 2012, l'indagine è finalizzata a conoscere gli stili di visita dei visitatori del Fuori-salone (3) realizzato in occasione dell'ultima edizione del Salone internazionale del mobile di Milano. Il Fuori-salone costituisce un contesto peculiare in cui studiare gli stili di visita e lo *slow tourism*; secondo la classificazione dei grandi eventi proposta da Guala (2002), esso rientra all'interno della categoria degli "eventi economici speciali" che, parallelamente ad una significativa ricaduta sull'indotto economico della città, contribuiscono a mutarne i ritmi, l'identità e l'uso di alcune zone del centro durante la settimana in cui si svolge. Esso rappresenta il più importante appuntamento nel campo del *design* in Italia e al mondo, con una spiccata capacità di attrarre flussi consistenti di visitatori e di espositori italiani e stranieri. Studiato per la prima volta quest'anno dal punto di vista sociologico, il Fuori-salone è strutturato in modo da offrire una conoscenza dell'ambiente urbano ai turisti che vogliono muoversi a piedi e pertanto rappresenta un contesto privilegiato di analisi della mobilità lenta e della *walkability*.

La popolazione di indagine è costituita dai visitatori, in particolare il campione è rappresentato da 1.200 soggetti selezionati, in modo non casuale, tra i visitatori delle iniziative. Si tratta di italiani e stranieri che, nella maggioranza dei casi, associano alla visita dell'evento altre finalità di tipo turistico e che, quindi, bene rappresentano il tipo di turista/visitatore multifunzionale che sempre più visita le nostre città. La rilevazione dei profili di visita risponde anche al fine di proseguire la sperimentazione sull'uso integrato degli strumenti di indagine tradizionali con quelli innovativi per cogliere gli stili di visita delle popolazioni mobili (come quelle turistiche) e il livello di accessibilità delle risorse turistiche, dal punto di vista della loro pedonalità e attrattività (Boffi e Colleoni 2011). L'indagine è realizzata con

2. Il gruppo di ricerca è composto da Francesca Zajczyk, Silvia Mugnano, Mario Boffi, Matteo Colleoni coadiuvati dai dottorandi del Dottorato di Ricerca Qua\_Si (Qualità della vita e Società dell'informazione) e dagli studenti dei Corsi di Laurea triennale in Sociologia e in Scienze del Turismo.

3. Rispetto al Salone Internazionale del Mobile, che si svolge ogni anno in contemporanea nel polo fieristico di Rho, il Fuorisalone nasce nei primi anni ottanta come evento promosso dalle aziende specializzate nel campo del *design* (in particolare arredamento e design industriale) con l'intento di aprire al pubblico i loro *showroom* collocati in diverse zone della città (in particolare Brera, Porta Romana, Tortona e Ventura-Lambrate). Oltre alla visita degli stand espositivi, l'evento offre la possibilità di visitare mostre, partecipare a dibattiti, feste e altri avvenimenti mondani diurni e notturni. Per un approfondimento dell'ultimo Fuori-salone si rinvia al sito [www.fuori salone.it/2012/](http://www.fuori salone.it/2012/).

il supporto di tecniche integrate di rilevazione dei dati, quelle interrogative tradizionali (questionari) con tecniche più innovative quali i diari della mobilità e i GPS (*global position system*, Boffi 2004, Calabrese *et alii* 2010). In questo modo è possibile conoscere gli stili di visita e di mobilità dei visitatori in relazione al loro profilo socio-anagrafico e alla loro opinione sulla qualità e sul livello di accessibilità degli eventi seguiti e, più in generale, dei luoghi e delle risorse turistiche di Milano. L'uso del GPS è motivato anche dalla necessità di rilevare i percorsi di mobilità dei visitatori (la cosiddetta morfologia) nel modo più preciso possibile con attenzione ai seguenti parametri:

- posizione nello spazio (latitudine e longitudine) con una precisione non inferiore ai 4 metri;
- tempo (data e ora);
- direzione (attraverso l'azimut (4));
- velocità istantanea;
- pendenza (5).

Il profilo dello spostamento che si ottiene è il risultato di punti campionari rilevati ad intervalli di tempo costanti, preferibilmente di pochi secondi. Attraverso la trasformazione dei dati forniti dal GPS è, poi, possibile costruire modelli di rappresentazione della folla idonei ad analizzare la morfologia degli spostamenti dei flussi turistici.

#### **4. Principali risultati**

Nella sezione che segue sono presentati i principali risultati dell'indagine, nella prima parte con attenzione alla morfologia degli spostamenti e nella seconda ai profili dei visitatori e alle loro opinioni sulla qualità e accessibilità del Fuori-salone e dei luoghi e delle risorse di Milano, più in generale. Con attenzione alla morfologia degli spostamenti e dei flussi, nella figura 1 sono riportati i flussi e georeferenziati gli *stand* ove si è rilevata una maggiore affluenza di visitatori, aspetto che può essere tra-

4. L'azimut è la distanza angolare compresa tra la direzione in cui cade la perpendicolare di un punto e la direzione del nord magnetico. Ad esempio, l'azimut 281.8°, attribuito ad uno dei punti della tabella 1, indica che il soggetto in quel momento era rivolto verso ovest.

5. Nel contesto urbano il parametro della pendenza è quasi sempre trascurabile, ancor più in una città di pianura qual è Milano. Ad ogni modo la pendenza fornisce informazioni aggiuntive sullo spostamento dei soggetti - se ad esempio essi si recano ai piani alti di un palazzo o se salgono su un ponte, ecc. - che, a seconda degli interessi di ricerca, possono essere utili.