

ANNALI DI RICERCHE E STUDI DI GEOGRAFIA



animos sustentat amor



ANNALI DI RICERCHE E STUDI DI GEOGRAFIA



animos sustentat amor

anno LXXVII-LXXVIII, n.s. - volume unico 2021-2022

**ANNALI
DI RICERCHE E STUDI DI GEOGRAFIA**

anno LXXVII-LXXVIII, nuova serie, volume unico 2021-2022
ISSN 0392-8713

ISBN 978-88-6056-906-6 (print)

ISBN 978-88-6056-907-3 (online)

© 2024 eum edizioni università di macerata, Italy

Iscrizione al n. 30 del registro della stampa periodica del tribunale di Genova (decreto in data 2-III-1995). Pubblicazione registrata presso l'Ufficio della proprietà artistica e scientifica della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

La rivista «Annali di Ricerche e Studi di Geografia», fondata nel 1946, si pubblica in un unico volume annuale. Contiene articoli originali, note brevi e segnalazioni bibliografiche. I lavori presentati sono sottoposti a referaggio.

Direttore: Maria Luisa Scarin

Condirettore: Paolo Rovati

Comitato di redazione: Maria Luisa Scarin, Paolo Rovati, Stefania Mangano e Pietro Piana

Per richieste di cambi e corrispondenza indirizzare a: Prof.ssa Stefania Mangano, DISPI, Università di Genova, Piazzale E. Brignole, 3a canc. 16125 - Genova (GE), e-mail: stefania.mangano@unige.it

Responsabile scientifico per l'area iberica e latino-americana: Paolo Rovati

Consulenti scientifici:

Michael Buzzelli, Univ. of Western Ontario, London (Canada)

Alberto Capacci, Univ. di Genova

Raffaella Coppier, Univ. di Macerata

Maria Rosa Cozzani, Univ. di Mendoza (Argentina)

Laura Federzoni, Univ. di Bologna

Peris Persi, Univ. di Urbino

Gian Marco Ugolini, Univ. di Genova

Ciascun autore è responsabile delle opinioni espresse nei rispettivi lavori

Proprietà letteraria riservata

Editore-distributore

eum edizioni università di macerata

Palazzo Ciccolini, via XX settembre, 5 - 62100 Macerata;

tel. (39) 733 258 6080

web: <http://eum.unimc.it>, e-mail: info.ceum@unimc.it

Orders/ordini: ceum.riviste@unimc.it

Progetto grafico: Carla Moreschini

Indice (LXXVII-LXXVIII)

LORENZO BROCADA, STEFANIA MANGANO

- 7 Introduzione: il Golfo Paradiso, un inquadramento territoriale /
Introduction: the Golfo Paradiso, a territorial framework

FRANCESCO AMANTINI, LORENZO BROCADA

- 21 La Valle di Recco (Liguria): criticità e opportunità per una
valorizzazione integrata del territorio / *The Recco Valley (Liguria):
critical issues and opportunities for an integrated enhancement of the
territory*

VALENTINA BORNIOTTO

- 39 I santuari del Golfo Paradiso: immagini di culto e fattori identitari /
The Sanctuaries of the Golfo Paradiso: cult images and identity factors

PIETRO BAUTIER DE MONGEOT, EDOARDO TESTA

- 57 Divulgare l'immagine di un territorio all'epoca dei social network: il
caso del Golfo Paradiso / *Disclosing the image of an area in the age of
social networks: the Golfo Paradiso case*

ALBERTO GIRANI

- 69 Immagine del Golfo Paradiso nella storia recente / *Image of Golfo
Paradiso in recent history*

LORENZO BROCADA* STEFANIA MANGANO**

Introduzione: il Golfo Paradiso, un inquadramento territoriale

Introduction: the Golfo Paradiso, a territorial framework

Il presente volume della Rivista *Annali di Ricerche e Studi di Geografia* è interamente dedicato a un'area geografica ubicata nella Città metropolitana di Genova che prende il nome di Golfo Paradiso.

Come vedremo, a livello scientifico, già negli anni Settanta qualche studioso aveva cercato di definirne i confini geografici realizzando però delle ricerche esclusivamente su specifici comuni o singole tematiche. Solo di recente – a partire dal 2020 – alcuni ricercatori genovesi hanno iniziato ad occuparsene in modo più approfondito e marcatamente interdisciplinare organizzando anche dei momenti di confronto pubblico che si sono concretizzati nella realizzazione di due tavole rotonde organizzate il 10 settembre 2020 e il 26 marzo 2021 – la prima a Genova, la seconda in modalità telematica – alla quale hanno partecipato ricercatori universitari, membri di associazioni, guide escursionistiche, esponenti politici e studiosi locali. A queste ha fatto seguito un Convegno a Recco il 28 gennaio 2023 patrocinato dalla sezione Liguria dell'Associazione Italiana Insegnanti di Geografia, associato a una mostra fotografica volta a mettere in luce gli aspetti paesaggistici meno noti di questo territorio.

I contributi ivi raccolti contengono infatti una sintesi delle principali tematiche affrontate durante tali incontri. In particolare, Amantini e Brocada propongono i risultati preliminari di una ricerca empirica volta a verificare i costi e i benefici della valorizzazione territoriale nella Valle del Tempo (Comuni di Uscio e Avegno) includendo anche il Comune di Recco. Conseguentemente definiscono gli obiettivi e le strategie progettuali per il miglioramento dell'area

* Scuola di Dottorato, Università degli Studi di Sassari, l.brocada@phd.uniss.it.

** DISPI, Università di Genova, stefania.mangano@unige.it.

avvalendosi dello strumento cartografico. Valentina Borniotto si concentra sul ruolo dei santuari mariani del Golfo Paradiso – situati tra i Comuni di Recco, Sori e Camogli – che rappresentano dei centri spirituali significativi, in cui il culto per le immagini sacre, acheropite o taumaturgiche, ha avviato la costruzione di una forte identità collettiva, trascendendo il solo valore devozionale ed assumendo significati civici, spirituali e di coesione sociale, in vista di un auspicato ruolo di protezione e tutela del territorio. Il contributo di Buatier e Testa si focalizza sulla necessità per il Golfo Paradiso di essere presentato utilizzando una narrazione che abbia influenze positive sugli equilibri socioeconomici e sulle peculiarità ambientali locali. Si tratta di un progetto decisamente ambizioso, ma l'uso consapevole di alcuni strumenti del *branding* territoriale, come lo *storytelling* e l'immagine coordinata, possono contribuire a raggiungere dei risultati in tal senso. Gli autori si soffermano sull'importanza di costruire per i comuni del Golfo Paradiso una narrazione capace di raccontare le specificità dei singoli territori che integrano il comprensorio concentrandosi sulle caratteristiche fisico-ambientali, storico-culturali e sociali che li connotano. Sottolineano inoltre l'importanza di descrivere ogni luogo facendo riferimento anche agli ambiti che lo circondano ma, allo stesso tempo, di considerarlo autonomamente evitando una trattazione che sia unicamente ancillare rispetto alle località più famose, attrattive e/o potenzialmente ricettive del Golfo. Uno *storytelling* di questo tipo potrebbe contribuire ad evitare un'elevata concentrazione di visitatori nelle zone più conosciute, garantendo, invece, un maggiore interesse anche per tutti quelle aree erroneamente considerate di "importanza minore". Infine, Alberto Girani, partendo da un'analisi teorica dell'importanza dell'immagine nel veicolare l'essenza di un territorio, si sofferma su come quella del Golfo Paradiso negli ultimi anni sia stata comunicata a livello sia pubblico sia privato. Evidenzia inoltre la necessità di coinvolgere tutti gli *stakeholder* locali – dalle amministrazioni comunali alle associazioni di categoria, dagli studiosi ai "produttori di immagini", dai commercianti agli operatori del settore turistico, ecc. – per costruire un'immagine condivisa anche al fine di sviluppare politiche di *marketing* territoriale efficaci.

In prima battuta, in questa breve introduzione viene presentata la definizione "storica" di Golfo Paradiso, peraltro coincidente con quella adottata nel volume di Stringa (1984) e dagli autori del presente volume degli Annali. Successivamente, l'accento è stato posto sulla situazione sociodemografica dell'area, focalizzando poi l'attenzione sulla resilienza del settore turistico anche alla luce della grave crisi che ha dovuto affrontare tale comparto a livello mondiale a seguito della pandemia da Covid-19. Implementare politiche territoriali condivise che vadano pertanto al di là dei limiti comunali diventa quanto mai strategico, se non addirittura necessario. L'idea di Golfo Paradiso è anche questo: per i piccoli comuni è infatti decisivo unire le proprie forze per raggiungere obiettivi di sviluppo territoriale, sociale ed economico di medio e

lungo periodo. Già all'inizio degli anni Settanta per questi comuni era emersa quale esigenza prioritaria quella di «avere contatti maggiori fra loro per risolvere alcuni problemi generali comuni. Il loro numero va crescendo; ai primi quattro cioè Camogli, Recco, Avegno e Uscio, si uniscono quelli rivieraschi verso Genova, cioè Pieve Ligure, Sori e Bogliasco, dando luogo a un unico “comprendorio” detto del “Golfo Paradiso”, anche se questi interessi comuni della popolazione si estendono in parte oltre il golfo» (Scarini, 1972, p. 6). In realtà, ancora oggi i tentativi di coordinamento territoriale, specialmente dal punto di vista dell'offerta turistica, stentano a decollare.

Il termine Golfo Paradiso ha un'origine relativamente recente, infatti, sebbene Maria Luisa Scarini (1972, p. 1) faccia risalire l'uso del toponimo al primo dopoguerra, i primi riferimenti documentati risultano essere contenuti nella pubblicazione *Marine d'Italia* del Touring Club Italiano del 1951 (Brocada, 2024).

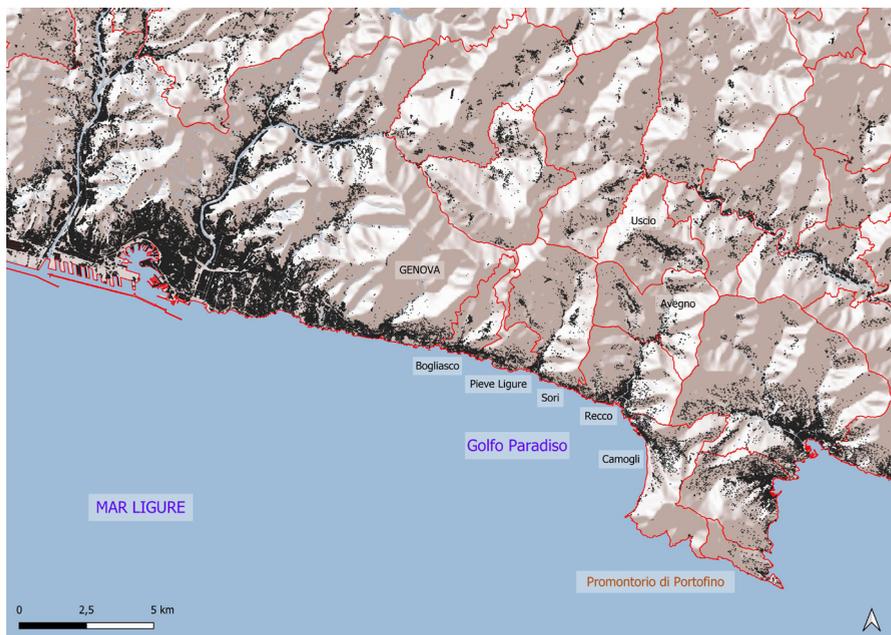
La insenatura nelle vecchie carte dei secoli scorsi non ha alcun nome, né è mai così stata chiamata nelle numerose descrizioni del paese [...]. Solo nell'attuale secolo [XX], specie dopo la Prima guerra mondiale, si è via via diffuso questo termine che si è poi generalizzato. La bellezza e la varietà dei paesaggi sono tali che la definizione sembra essere giustificata o comunque ben scelta.

Esso comprende i comuni costieri di Bogliasco, Pieve Ligure, Sori, Recco e Camogli e due ubicati nell'immediato entroterra: Avegno e Uscio. Questi ultimi ricadono in quella che è stata definita “Valle del Tempo” per la tradizionale produzione di campane e orologi da campanile. Come si può osservare dalla carta (Fig. 1) e dalla fotografia (Fig. 2), tuttavia, gran parte dell'urbanizzato, quindi delle attività socioeconomiche, sono concentrate lungo una sottile linea costiera.

Dal punto di vista fisico è un'area che si estende fra le propaggini orientali del Comune di Genova (Nervi¹) e il Promontorio di Portofino (Punta Chiappa) ed è delimitato dal Mar Ligure a sud, e a nord da un crinale secondario, compreso fra 450 e 900 m di quota, parallelo allo spartiacque tirrenico padano dell'Appennino ligure. Il tratto di Riviera fra Nervi e Camogli presenta una morfologia “a pettine”, con linee di crinale disposte in modo perpendicolare rispetto alla linea di costa che, nell'ultimo tratto, prima di giungere al mare, subiscono una biforcazione dovuta all'erosione marina, sviluppando una serie di testate simmetriche esposte a sud (Scarini, 1972). Il Golfo Paradiso «risulta in sostanza dal protendersi verso il mare del promontorio, di forma trapezoidale, che è la più importante articolazione esistente nel Mare Ligure, dopo quella che rinchiude il Golfo della Spezia. Proprio per la presenza di questo promontorio la costa assume un aspetto arcuato, ben evidente nella visione

¹ Fino al 1926 comune indipendente e fortemente turistico (Brocada, 2021).

Fig. 1. Localizzazione dei comuni del Golfo Paradiso



Fonte: elaborazione propria da Geoportale Regione Liguria

Fig. 2. Fotografia panoramica del Golfo Paradiso visto dal Promontorio di Portofino



Fonte: foto L. Brocada

dall'alto da alcuni punti panoramici, ma non altrettanto dall'esame della carta topografica» (Ivi, p. 1).

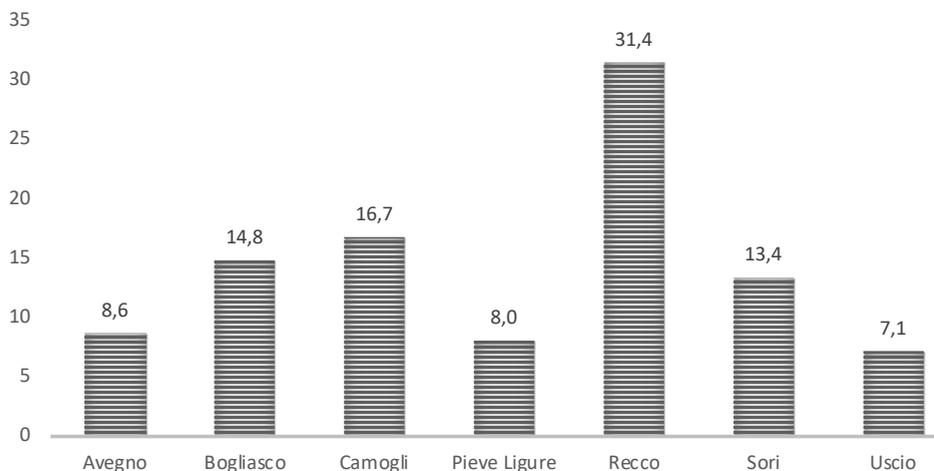
Si tratta pertanto di una regione geografica piuttosto omogenea dal punto di vista fisico ma complessa da quello antropico. In passato come oggi, essa non ha goduto di particolare interesse strategico – ad esclusione di Camogli – come dimostra la scarsità di documentazione e cartografia specifica. Tranne alcuni riferimenti ai singoli centri urbani inseriti in descrizioni generali dell'età moderna, riportati da Quaini (1981), non risultano dati particolarmente dettagliati su questo tratto di Liguria, in particolare, come sottolinea Quaini (1973, p. 72) rispetto all'agricoltura:

a Levante di Genova la povertà di documentazione ci consente di dire poco sull'interessante distretto agrario che si estende fino a Rapallo: gli sparsi documenti medievali richiamano i paesaggi della cultura promiscua che abbiamo ritrovato lungo tutto l'arco costiero e la vitale presenza del castagno accuratamente coltivato.

Ad ogni modo, da un'economia incentrata sul settore primario – in particolare olivicoltura e frutticoltura a ridosso della linea di costa, castanicoltura e pascolo nella fascia altimetrica superiore (Moreno, 1990) – si è passati nel Novecento a un'economia terziaria incentrata sulle attività turistiche di prossimità e sovranazionali, in particolare balneari e di villeggiatura. Infatti, il settore primario non è riuscito a svilupparsi a causa della impervia morfologia locale che ha impedito la meccanizzazione, ma anche per il valore economico assunto dai terreni in un'ottica costruttiva residenziale. Soltanto i terreni più accessibili ai mezzi di trasporto sono stati mantenuti produttivi seppure riconvertiti quasi interamente alla floricoltura, mentre le produzioni tipiche sono quasi totalmente scomparse (Brocada, 2021, 2024).

Guardando la dimensione demografica fotografata al 1° gennaio 2023 emerge che sono presenti sul territorio del Golfo Paradiso poco meno di 30.000 abitanti – in leggero calo negli ultimi due decenni: 31.434 nel 2001, 31.833 nel 2011, 30.364 nel 2021 – distribuiti su una superficie di 61,4 km², per una densità pari a 487,8 ab/km². Quasi l'85% si concentra nei comuni costieri, ove la densità raggiunge livelli decisamente più elevati (618,0 ab/km²). Il Comune di Recco ospita da solo più del 30% della popolazione (Fig. 3) e si attesta su una densità assai prossima ai 1.000 ab/km², al pari del Comune di Bogliasco (Tab. 1). I dati sulla struttura della popolazione mostrano che nel Golfo Paradiso l'incidenza della popolazione con più di 65 anni è prossima al 30%, mentre nella Città metropolitana e nel Comune di Genova supera di poco il 27%. Camogli è il comune in cui gli over 65 raggiungono il picco massimo – sono più del 32% –, ad Avegno invece il valore più basso: meno del 24%. L'indice di vecchiaia medio è di 291 – con un picco a Camogli di 366 –, mentre l'età media è di 49 anni.

Fig. 3. Distribuzione percentuale della popolazione dei Comuni del Golfo Paradiso



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Tab. 1. Popolazione, densità del Golfo Paradiso, del Comune di Genova e della Città metropolitana

Unità amministrative/territoriali	Popolazione (2023)	Densità
Avegno	2.584	236,4
Bogliasco	4.420	1000,0
Camogli	4.998	496,3
Pieve Ligure	2.404	698,8
Recco	9.412	963,4
Sori	4.004	304,7
Uscio	2.128	221,0
Golfo Paradiso	29.950	487,8
<i>Città metropolitana di Genova</i>	<i>816.606</i>	<i>240,3</i>
<i>Comune di Genova</i>	<i>561.191</i>	<i>1833,8</i>

Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

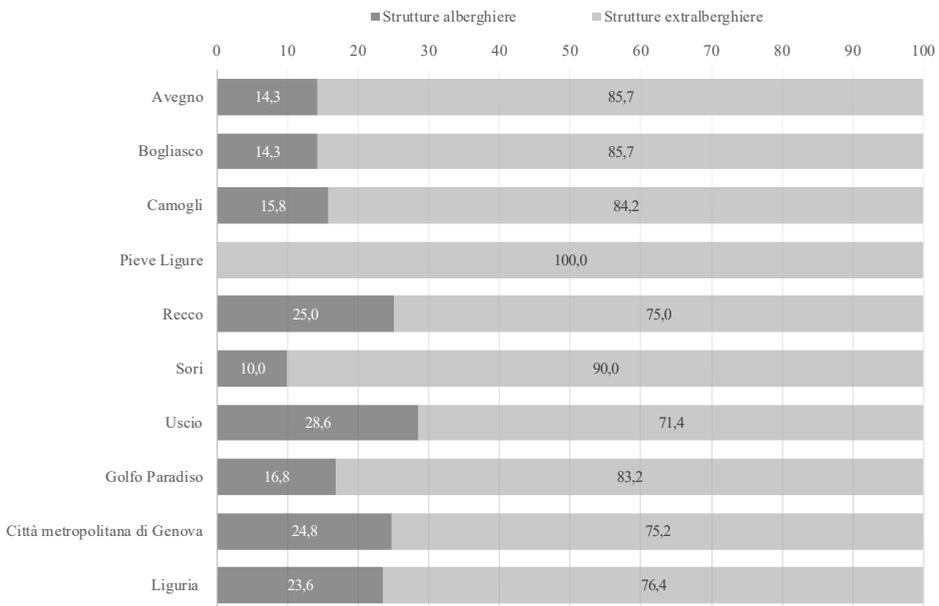
Dal punto di vista dell'occupazione, i comuni del Golfo hanno visto una crescita complessiva: 11.699 nel 2001, 12.839 nel 2011 e 12.260 nel 2021, dimostrando una certa vivacità economica nonostante il leggero calo demografico e l'anzianità della popolazione.

In particolare, l'analisi dei dati relativi all'offerta ricettiva alberghiera ed extralberghiera e alla domanda turistica da essi generata permette di collocare il comprensorio del Golfo Paradiso nel contesto turistico della Città metropolita-

na di Genova (i cui confini corrispondo alla ex-provincia di Genova) e, più in generale, in quello regionale. Nel 2022 il Golfo Paradiso ospitava 107 strutture ricettive, pari all'8,2% di quelle della Città metropolitana e al 2% dell'intera Regione, e 1.546 posti letto, ovvero il 4% di quelli metropolitani e l'1% di quelli regionali. Guardando all'incidenza del comparto alberghiero rispetto al totale delle strutture si nota che il comprensorio si posiziona al di sotto della media della Città metropolitana (24,8%) e della Liguria (23,6%) registrando un valore pari al 16,8% (18 strutture). Invece, nel caso dei posti letto alberghieri il comprensorio si attesta su un valore più elevato, pari al 51,9% (803 posti letto), rispetto a quello raggiunto dall'ex-provincia di Genova (44,5%) e dalla Regione nel suo complesso (38,1%). Per contro, il settore extralberghiero registra valori al di sopra della media in termini di strutture (89, pari all'83,2%) e al di sotto per quanto riguarda i posti letto (749, pari al 48,1%) (Fig. 4 e Fig. 5).

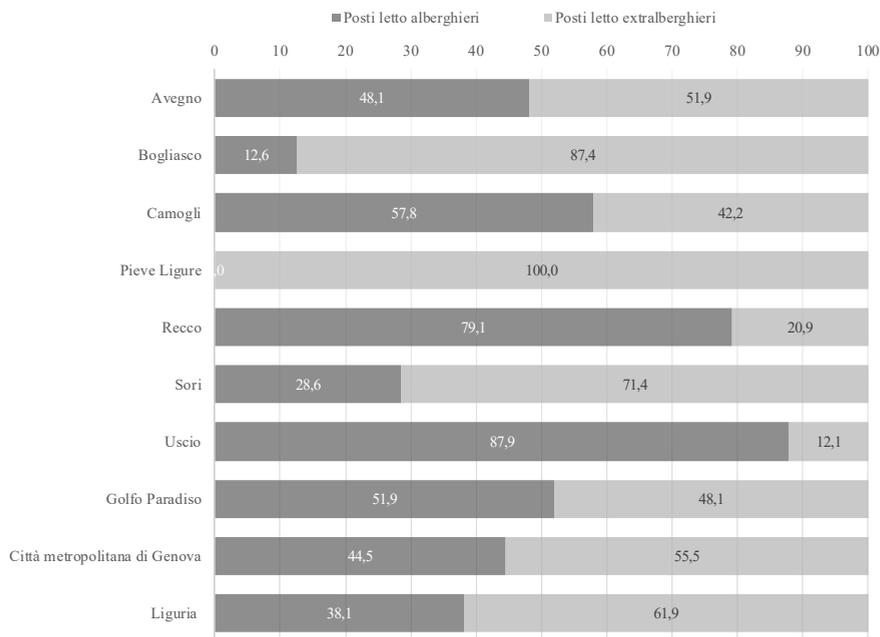
La limitata consistenza dell'offerta ricettiva giustifica senz'altro i valori piuttosto contenuti del movimento turistico in termini di arrivi e presenze: nel 2022 i 72.930 arrivi incidono rispettivamente per il 4,3% e l'1,5% a livello di Città metropolitana e di Regione, le 172.642 presenze per il 4,0% e l'1,1%. Tali percentuali sono rimaste pressoché costanti nel tempo, anche il periodo pandemico (Tab. 2, Tab. 3).

Fig. 4. Distribuzione delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere (2022)



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Fig. 5. Distribuzione dei posti letto alberghieri ed extralberghieri (2022)



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Tab. 2. Andamento degli arrivi (2014 e 2019-2022)

Comuni/territori	Arrivi (v.a.)				
	2014	2019	2020	2021	2022
Avegno	2.150	2.022	1.570	2.222	2.367
Bogliasco	5.345	4.948	3.079	4.610	7.464
Camogli	32.194	40.747	21.599	31.686	43.505
Recco	16.341	14.832	7.861	12.471	15.984
Sori	800	1.800	1.121	2.462	3.068
Uscio	1.980	1.755	218	312	542
Golfo Paradiso	58.810	66.104	35.448	53.763	72.930
Città metropolitana di Genova	1.464.359	1.674.261	753.857	1.218.504	1.713.992
Liguria	4.066.978	4.797.820	2.392.444	3.494.333	4.874.399
Comune di Genova	798.167	929.423	360.284	627.215	925.037

Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Va considerato anche l'alto numero di abitazioni non occupate stabilmente, peraltro in costante aumento negli ultimi due decenni come si può notare nei dati dei censimenti ISTAT: 5.632 nel 2001, 6.802 nel 2011, 9.540 nel 2021 che sicuramente incide sulla frequentazione turistica del comprensorio, ma che ovviamente non risulta dai dati ufficiali sul movimento pubblicati

Tab. 3. Andamento delle presenze (2014 e 2019-2022)

Comuni/territori	Presenze (v.a.)				
	2014	2019	2020	2021	2022
Avegno	5.214	4.788	4.475	5.666	6.449
Bogliasco	23.074	14.056	9.305	13.728	20.587
Camogli	74.315	90.943	50.564	79.210	106.496
Recco	30.277	28.247	15.443	24.534	29.155
Sori	1.783	4.102	3.065	5.466	6.337
Uscio	5.331	8.425	4.635	4.077	3.618
Golfo Paradiso	139.994	150.561	87.487	132.681	172.642
<i>Città metropolitana di Genova</i>	<i>3.548.929</i>	<i>4.003.356</i>	<i>2.190.742</i>	<i>3.195.510</i>	<i>4.293.621</i>
<i>Liguria</i>	<i>13.474.247</i>	<i>15.074.888</i>	<i>8.568.423</i>	<i>11.791.468</i>	<i>15.469.705</i>
<i>Comune di Genova</i>	<i>1.581.097</i>	<i>1.905.777</i>	<i>916.433</i>	<i>1.427.520</i>	<i>2.053.325</i>

Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

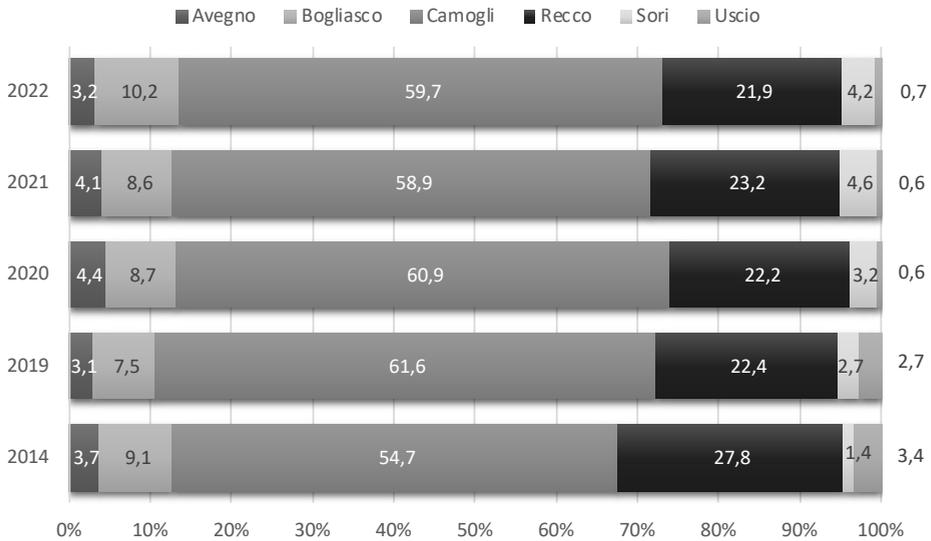
dall'ISTAT. Come noto, questi ultimi si riferiscono esclusivamente al movimento registrato nelle strutture alberghiere ed extralberghiere nelle quali non sono incluse le seconde a meno che non siano dichiarate ad uso turistico.

Dall'analisi della serie storica riportata da Scarin (1972) per i soli comuni di Camogli, Recco, e Uscio, e dei dati più recenti (2014 e 2019-2022) relativi ad arrivi e presenze in tutto il comprensorio del Golfo Paradiso², è stato possibile comprendere se e quanto sia variato il movimento turistico del comprensorio nel tempo ed anche se la pandemia abbia influito in modo diverso a livello comunale. Confrontando i dati odierni con quelli degli anni Sessanta notiamo che le presenze sono grossomodo le stesse, mentre gli arrivi sono nettamente superiori, confermando la tendenza sorta a ridosso del nuovo millennio di effettuare più periodi di vacanza sempre più brevi. Fra il triennio 1954-1956 e il triennio 1969-1971 l'andamento degli arrivi (alberghieri ed extralberghieri) fu positivo per Camogli: da 4.000 a 9.000 soprattutto grazie agli italiani; parzialmente negativo per Uscio: 2.400 poi picco di 3.600 e calo costante fino a 2.500 soprattutto negli arrivi alberghieri; e negativo per Recco, dove però mancano i primi 2 trienni: da 7.400 si sono assestati a 5.000). Per quanto riguarda le presenze invece l'andamento fu piuttosto altalenante sia a Camogli che a Uscio e Recco: il primo oscillava tra 90.000 e 115.000 presenze, il secondo tra 19.000 e 21.000, infine Recco tra 20.000 e 50.000.

In tutti gli anni considerati i comuni che registrano una maggiore incidenza sul movimento turistico del comprensorio del Golfo Paradiso sono Camogli

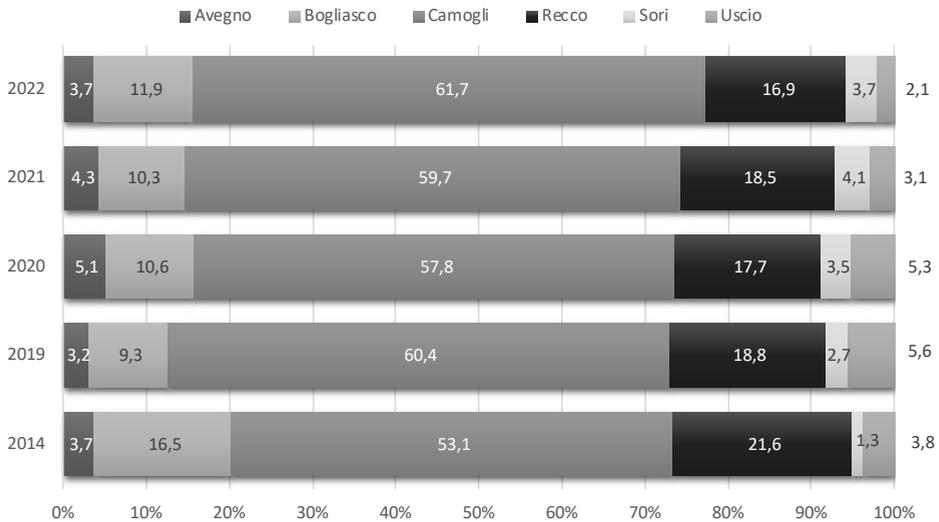
² Si fa presente che in questo caso i comuni considerati sono tutti ad eccezione di quello di Pieve Ligure, poiché avendo solo tre strutture i dati sul movimento sono oscurati in ottemperanza delle norme vigenti in materia di tutela del segreto statistico.

Fig. 6. Incidenza % degli arrivi totali nei comuni del Golfo Paradiso (2014 e 2019-2022)



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Fig. 7. Incidenza % delle presenze totali nei comuni del Golfo Paradiso (2014 e 2019-2022)



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

e Recco (Fig. 6 e Fig. 7). In particolare, gli arrivi a Camogli hanno registrato livelli che variano tra il minimo del 54,7% nel 2014 e un massimo del 61,6% del 2019, le presenze tra il 53,1% del 2014 e il 61,7% del 2022, con spiccate differenze tra la componente nazionale ed internazionale (Tab. 4 e Tab 5). Nel Comune di Recco nel 2014 si è registrata l'incidenza massima sia degli arrivi (27,8%) sia delle presenze (21,6%), l'incidenza minima per ambedue le variabili si è avuta nel 2022 (arrivi: 21,9% e presenze: 16,9%). Anche in questo caso come per tutti i restanti comuni si registra una marcata differenza nell'incidenza della componente italiana e quella straniera (Tab. 4 e Tab 5).

Tab. 4. Andamento percentuale degli arrivi nazionali e stranieri (2014 e 2019-2022)

Comuni/ territori	Arrivi (%)									
	2014		2019		2020		2021		2022	
	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri
Avegno	5,1	1,6	4,6	0,9	5,7	1,3	5,1	2,5	4,7	1,5
Bogliasco	7,3	11,6	7,1	8,0	7,0	12,8	7,4	10,5	8,3	12,6
Camogli	50,7	60,4	56,1	69,5	59,6	64,0	56,0	63,9	55,4	64,8
Recco	30,9	23,5	26,5	16,8	24,0	17,7	26,4	17,7	26,6	16,2
Sori	1,8	0,8	2,3	3,3	2,8	4,0	4,3	5,0	4,0	4,4
Uscio	4,2	2,1	3,5	1,5	0,8	0,2	0,7	0,3	1,0	0,5
Golfo Paradiso	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

Tab. 5. Andamento percentuale delle presenze nazionali e straniere (2014 e 2019-2022)

Comuni/ territori	Presenze (%)									
	2014		2019		2020		2021		2022	
	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri	Italiani	stranieri
Avegno	6,0	1,5	5,6	0,7	7,1	1,0	6,1	1,9	6,4	1,3
Bogliasco	16,2	16,8	9,0	9,7	8,7	14,7	8,7	12,5	9,5	14,1
Camogli	45,6	60,7	50,4	70,6	54,3	65,1	55,7	64,9	55,2	67,5
Recco	24,4	18,8	23,0	14,4	19,2	14,4	21,1	15,1	21,4	12,9
Sori	1,8	0,7	2,1	3,3	3,0	4,6	3,5	4,9	3,6	3,7
Uscio	6,0	1,5	9,9	1,2	7,7	0,2	4,8	0,8	3,9	0,5
Golfo Paradiso	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

In tutti gli anni considerati, a Camogli e a Bogliasco l'incidenza degli stranieri sul totale dei comuni del Golfo Paradiso – sia per gli arrivi, sia per le presenze – risulta sempre più elevata. Si tratta infatti di località che più di altre hanno mostrato una maggiore attrattività nei confronti dell'utenza straniera: sono diversi i resoconti di viaggio che le menzionano³.

Osservando nel dettaglio l'evoluzione dell'incidenza percentuale degli arrivi e delle presenze dei singoli comuni sul totale del Golfo Paradiso emerge che nel 2020 e nel 2021 in uno dei due comuni della Valle del Tempo, Avegno, il movimento risulta in crescita rispetto al 2019: i turisti e soprattutto i pernottamenti si attestano su valori più elevati, nel 2022 la situazione si riassesta sui livelli pre-Covid. Diversa invece la situazione di Uscio: il turismo nel Comune subisce una battuta d'arresto rispetto al 2019 e non viene superata neanche nel 2022. Sebbene i dati considerati, lo dimostrino solo in modo parziale, negli ultimi anni si è registrata una riscoperta dell'entroterra che ha inciso anche sui flussi turistici e non solo sul movimento escursionistico, ma è indubbio che in molti casi le strutture utilizzate non siano state esclusivamente o in massima parte quelle ufficiali, bensì hanno certamente giocato un ruolo importante le seconde ed anche l'ospitalità presso parenti e/o amici. Pertanto, oggi più che mai in territori complessi come quelli del comprensorio del Golfo Paradiso, per comprendere la reale portata del fenomeno turistico, diventa urgente integrare i dati ufficiali con quelli dedotti da indagini sul campo essendo le uniche in grado di tenere conto della complessità territoriale. Un approccio di questo tipo nel medio e lungo periodo garantirebbe anche un uso più sostenibile dei territori costieri ma anche interni che, al pari degli altri, per lo meno in alcuni periodi dell'anno sono vessati da una non trascurabile pressione antropica.

³ Tra gli altri Vallardi G. (1820), *Itinerario d'Italia, o sia Descrizione dei viaggi per le strade più frequentate alle principali città d'Italia*, P&G Vallardi, Milano.

Riferimenti bibliografici

- BROCADA L. (2021), *Problematiche ambientali e paesaggistiche connesse all'espansione della selva: il caso di Nervi e Sant'Ilario (Genova)*, «Documenti geografici», 2, pp. 153-169.
- BROCADA L. (2024), *Il palinsesto paesaggistico del Golfo Paradiso (Genova): fra processi di rinaturalizzazione e amnesia del paesaggio*, in G. Bonini, R. Pazzagli (a cura di), *Paesaggio e viabilità. Quaderni 20 - Scuola di paesaggio Emilio Sereni 2022*, Edizioni Istituto Alcide Cervi, Gattatico, pp. 333-348.
- BROCADA L., GIRANI A. (2022), *Itinerari di turismo lento e processi partecipativi per la valorizzazione del territorio nel Golfo Paradiso (Genova): tra conflittualità e collaborazione*, in L. Spagnoli (a cura di), *Itinerari per la rigenerazione territoriale tra sviluppi reticolari e sostenibili*, FrancoAngeli, Milano, pp. 362-371.
- MORENO D. (1990), *Dal documento al terreno. Storia e archeologia dei sistemi agro-silvo-pastorali*, Il Mulino, Bologna.
- QUAINI M. (1973), *Per la storia del paesaggio agrario in Liguria*, C.C.I.A.A., Savona.
- QUAINI M. (1981), *La conoscenza del territorio ligure fra medio evo ed età moderna*, SAGEP, Genova.
- SCARIN M.L. (1972), *Camogli e Recco nel Golfo Paradiso*, Arti Grafiche, Città di Castello.
- STRINGA P. (1984), *Il Golfo Paradiso. Da Genova a Portofino*, Stringa, Avegno.
- VALLARDI G. (1820), *Itinerario d'Italia, o sia Descrizione dei viaggi per le strade più frequentate alle principali città d'Italia*, P&G Vallardi, Milano.

Parole chiave: Golfo Paradiso, territorio, turismo

Keywords: Golfo Paradiso, territory, tourism

SUMMARY – This introductory chapter, in addition to summarizing the main themes addressed in the subsequent contributions, provides a geographical description of the Golfo Paradiso and an in-depth analysis of the tourist accommodation offerings and demand, considering both the foreign and hotel/non-hotel components. The data related to the historical series of tourist movements has also highlighted the extent to which Covid-19 has impacted the entire area and individual municipalities.

RÉSUMÉ – Ce chapitre introductif, en plus de résumer les principaux thèmes abordés dans les contributions ultérieures, fournit une description géographique du Golfo Paradiso et une analyse approfondie des offres d'hébergement touristique et de la demande, en tenant compte à la fois des composantes étrangères et hôtelières/non hôtelières. Les données relatives à la série historique des mouvements touristiques ont également mis en évidence dans quelle mesure le Covid-19 a impacté l'ensemble de la région et les municipalités individuelles.

ZUSAMMENFASSUNG – Dieses einführende Kapitel fasst nicht nur die Hauptthemen der nachfolgenden Beiträge zusammen, sondern bietet auch eine geografische Beschreibung des Golfo Paradiso und eine eingehende Analyse der touristischen Unterkunftsangebote und Nachfrage, unter Berücksichtigung sowohl der ausländischen als auch der hotel- und nicht-hotelbezogenen Komponenten. Die Daten zur historischen Serie touristischer Bewegungen haben außerdem gezeigt, inwieweit Covid-19 das gesamte Gebiet und einzelne Gemeinden beeinflusst hat.

RESUMEN: Este capítulo introductorio, además de resumir los temas principales abordados en las contribuciones siguientes, proporciona una descripción geográfica del Golfo Paradiso y un análisis detallado de las ofertas de alojamiento turístico y la demanda, considerando tanto los componentes extranjeros como los hoteleros/no hoteleros. Los datos relacionados con la serie histórica de movimientos turísticos también han destacado en qué medida la Covid-19 ha impactado en toda la zona y en los municipios individuales.

FRANCESCO AMANTINI*, LORENZO BROCADE**

La Valle di Recco (Liguria): criticità e opportunità per una valorizzazione integrata del territorio¹

The Recco Valley (Liguria): critical issues and opportunities for an integrated enhancement of the territory

La Valle di Recco: un crocevia fra Riviera ed entroterra ligure

La valle del torrente Recco² (22,4 kmq), ubicata nella prima parte della Riviera di Levante all'interno della Città Metropolitana di Genova, si affaccia sul Golfo Paradiso. Similmente al resto del territorio regionale, l'orografia è notevolmente marcata e le quote variano da 0 a quasi 700 m a poca distanza dalla costa, fattore che si traduce in versanti molto acclivi, i quali hanno fortemente influenzato lo sviluppo del territorio. L'andamento della valle è perpendicolare alla costa e vi sono due valichi relativamente a bassa quota (Colle Caprile, 488 m; Passo della Spinarola, 546 m) che consentono i collegamenti con la Val Fontanabuona e il resto dell'entroterra ligure.

In passato, infatti, questo territorio esercitava una funzione di collegamento fra zone costiere, entroterra e città di pianura, tramite le cosiddette "vie del sale", le quali hanno rivestito un ruolo fondamentale per tutto il Medioevo e l'età moderna (Cambri, 1990; Barozzi, 1991). La viabilità di quest'area nell'età contemporanea ha subito una rotazione di 90° assumendo un andamento parallelo alla costa (Scarin, 1972). Da oltre un secolo, infatti, la valle è attraversata – all'altezza del centro di Recco – dalla linea ferroviaria che

* Corso di laurea magistrale in Progettazione delle aree verdi e del Paesaggio, Università degli studi di Genova - Università degli Studi di Milano - Università degli Studi di Torino - Politecnico di Torino.

** Scuola di Dottorato, Università degli Studi di Sassari, l.brocada@phd.uniss.it.

¹ Anche se l'intera elaborazione ha costituito un lavoro comune, i § 1 e 2 sono da attribuirsi a Lorenzo Brocada, mentre i § 3 e 4 a Francesco Amantini.

² Nota anche con il toponimo turistico di "Valle del Tempo" datole nel Novecento per ricordare la tradizionale produzione di orologi da campanile e campane (Pellegrini, 2011).

collega Genova a La Spezia e dagli anni Sessanta anche dall'autostrada A12 Genova-Rosignano Marittimo (Livorno). Inoltre, da alcuni anni, è presente un piccolo scalo nautico utilizzato prevalentemente dai battelli turistici diretti al Promontorio di Portofino.

La valle comprende tre comuni: Avegno, Uscio e Recco; quest'ultimo – l'unico direttamente costiero – conta da solo 9.412 abitanti (ISTAT, 2023). A differenza della maggior parte dei comuni liguri, in questa valle la popolazione non è in declino ma piuttosto stabile: dai 14.512 del 2001 si è passati a 14.888 nel 2011 e nel 2021 a 14.329. Questa tendenza, nonostante il saldo naturale negativo, è dovuta sia alle cosiddette *lifestyle migrations*³ (Marengo, 2019), sia al forte pendolarismo su Genova. La vicinanza al capoluogo regionale, infatti, consente a molti residenti di continuare a lavorare in città spostandosi quotidianamente; caratteristiche che accomunano anche gli altri comuni del Golfo Paradiso.

Il territorio presenta una modesta vocazione turistica concentrata soprattutto nella stagione estiva e prevalentemente nell'unico comune costiero, che è favorito dalla vicinanza a rinomate località di fama internazionale quali Camogli e Portofino e in generale del Tigullio ma anche la stessa Genova⁴. Le presenze turistiche medie annue della Valle nel periodo 2014-2019, ovvero prima della pandemia di Covid-19, ammontavano a 47.000, con un picco nel 2015-16 di oltre 55.000 difficilmente spiegabile. Nei due anni più colpiti dalla pandemia, i due comuni interni – Avegno e Uscio – non hanno subito una flessione marcata quanto Recco (Fig. 1), una tendenza che si è verificata in molte località dell'entroterra ligure “riscoperte” proprio in tale periodo da utenti alla ricerca di zone tranquille “nel verde” (Mangano, 2020); infine nel 2022 si è tornati pressoché ai numeri pre-Covid.

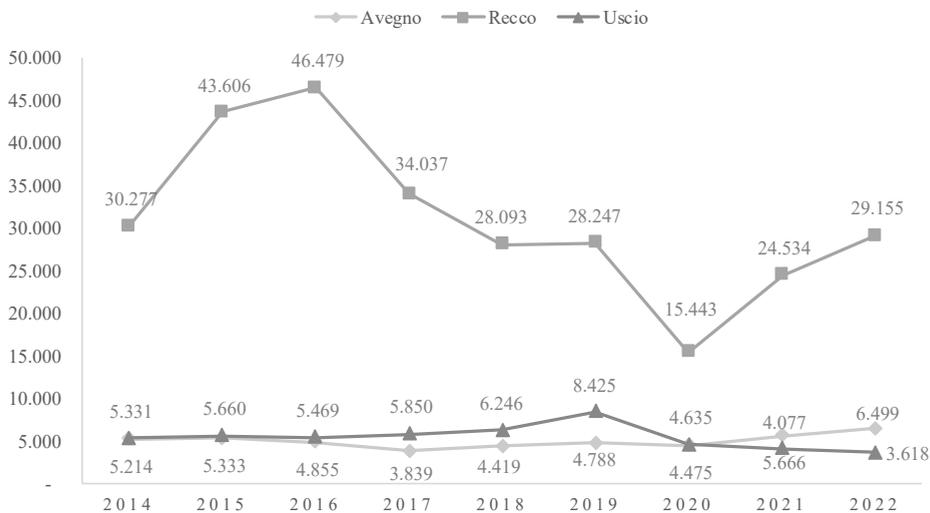
Il territorio è caratterizzato da un numero di seconde case piuttosto elevato, anche se inferiore ad altri comuni limitrofi, in particolare, secondo i dati ISTAT (2021): Uscio conta 864 abitazioni non occupate⁵, ovvero il 45% rispetto al totale delle abitazioni, Avegno 605 (34% del totale) e Recco 2.139 (31% del totale). Questo comporta peraltro una stima al ribasso dei flussi turistici in quanto, come già osservato da diversi autori – tra cui Scarin (1972), Leardi (1991), Mangano (2007) e Brandolini *et al.* (2017) – i villeggianti delle

³ Ovvero, riassumendo, la tendenza a trasferirsi in luoghi climaticamente e paesaggisticamente più piacevoli da parte di persone in pensione provenienti spesso dal Nord Europa o dal Nord Italia.

⁴ Recco appare tuttavia un gradino sotto le località limitrofe anche a causa del suo aspetto urbanistico atipico dovuto ai bombardamenti della Seconda guerra mondiale che ne hanno causato la ricostruzione da zero nel Dopoguerra (Pellegrini, 2011).

⁵ L'ISTAT le definisce come «abitazioni vuote o occupate esclusivamente da persone non dimoranti abitualmente».

Fig. 1. Andamento delle presenze turistiche nei comuni della Valle di Recco (2014-2022)



Fonte: elaborazione propria su dati ISTAT, 2023.

secondo case non sono facilmente quantificabili al netto delle presenze turistiche effettive.

Sotto l'aspetto ambientale, questo territorio riveste una rilevanza notevole all'interno della rete ecologica regionale; infatti i crinali che delimitano la Valle funzionano da corridoi ecologici tra importanti *Core Areas* inserite nella Rete Natura 2000, quali il SIC del Monte di Portofino e il SIC del Monte Fauce e il SIC del Rio Tuia - Montallegro, nonché verso le aree naturali protette appenniniche riconducibili ai Parchi Regionali dell'Antola e dell'Aveto.

Tale connessione, pur risultando indebolita dalla scarsità di verde urbano che contraddistingue il fondovalle di Recco, non è ostacolata dalle grandi infrastrutture di trasporto (ferrovia e autostrada) in quanto esse scorrono quasi interamente in galleria o su ponte, consentendo alla fauna di muoversi liberamente fino alla costa. Una caratteristica che accomuna tutta la regione e che rappresenta una delle cause dei frequenti avvistamenti di ungulati – cinghiali e caprioli soprattutto – persino nelle spiagge e nei centri urbani (Pampaloni, Brocada, 2022).

Il territorio presenta inoltre una vegetazione piuttosto fitta e diffusa, costituita prevalentemente da boschi secondari, arbusteti e cespuglieti tipici degli spazi post-pastorali. Gli spazi aperti, un tempo molto più diffusi a causa dell'intensa attività di pascolo (Moreno, 1990; Rota, 1991), sono ormai ridotti a pochi prati lungo i crinali, i quali sono mantenuti tali sia dai cacciatori, che per svolgere l'attività venatoria necessitano di spazi aperti in funzione

Fig. 2. Cavallo brado al pascolo presso la località Sullagà (Recco)



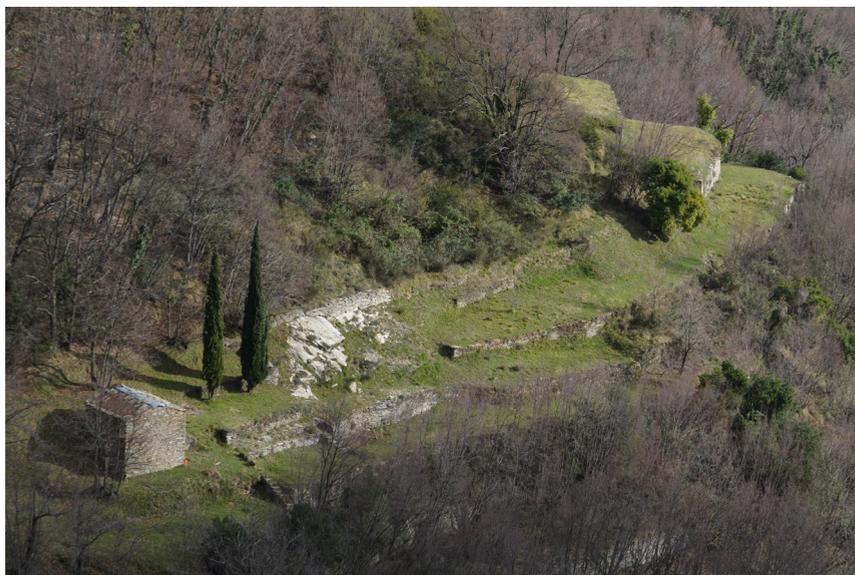
Fonte: L. Brocada.

dell'avvistamento delle prede, sia – in forma minore – dai cavalli bradi che da alcuni anni si sono diffusi in tutta l'area e vi pascolano liberamente (Fig. 2). Gli spazi boschivi a quote inferiori derivano invece dall'abbandono delle colture su terrazzamento che caratterizzavano questa e altre valli liguri (Quaini, 1973): un processo di rinaturalizzazione che a primo acchito può apparire positivo dal punto di vista ambientale, ma che comporta la perdita di un patrimonio storico-architettonico, materiale e immateriale di grande valore per tutta la regione, nonché di biodiversità (Brancucci et al., 2001; Cevasco, 2014). Questo patrimonio rurale, composto non soltanto dai caratteristici terrazzamenti che sostenevano principalmente oliveti, ma anche da altre strutture connesse come i frantoi, le “caselle” e le “*maxere*” (Fig. 3), è oggi divenuto invisibile proprio a causa della copertura vegetale che ha preso il sopravvento su tali manufatti in pietra a secco⁶.

La maggior parte dell'area di studio, essendo coperta da boschi, è considerata dai piani urbanistici dei tre comuni “territorio non edificabile” ossia zone in cui sono consentite le nuove edificazioni solo se appartenenti alle de-

⁶ Come è ben visibile nel progetto di *re-photography* svolto in un precedente lavoro (Brocada, 2020).

Fig. 3. Versante terrazzato quasi interamente abbandonato, sponda sud del Monte Cornua



Fonte: L. Brocada.

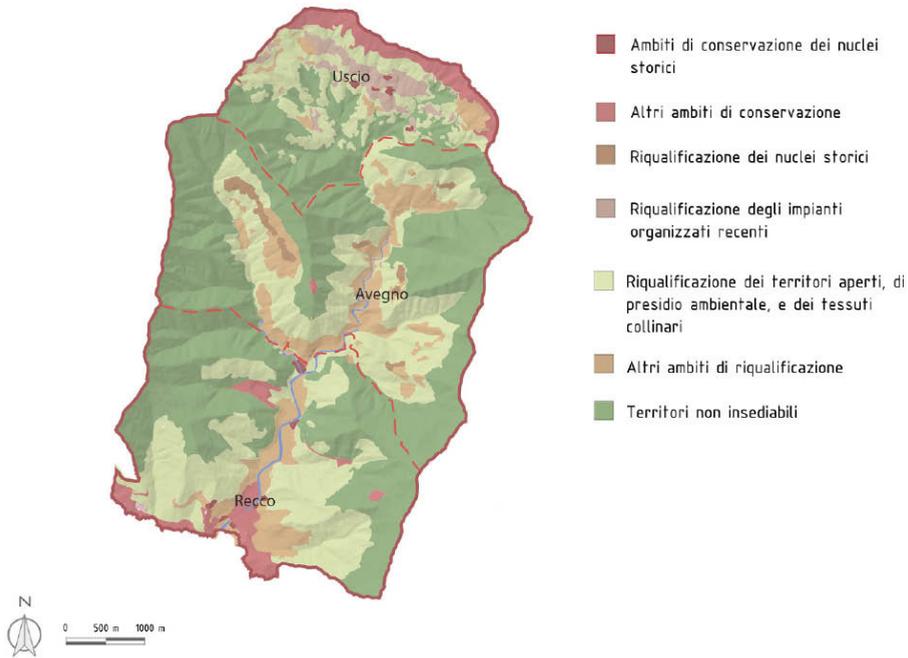
stinazioni funzionali di protezione ambientale, agricoltura montana, fruizione scientifica, fruizione escursionistica, tecnologica o infrastrutturale. Per gran parte delle aree agricole, i vincoli e le previsioni dei piani sono volti invece al recupero degli oliveti e dei castagneti abbandonati, prevedendo la ripresa, quando possibile, della sistemazione “a fasce” per gli interventi sulle aree aperte (Fig. 4).

Analisi delle opportunità e criticità del territorio

Di seguito sono presentati i risultati di una ricerca empirica basata essenzialmente su una fase di osservazione sul campo e su momenti di incontro/confronto con la comunità locale. Le informazioni ricavate hanno consentito di individuare le principali criticità e potenzialità dell'area studiata e di rappresentarle cartograficamente (Fig. 5). Tali risultati potranno essere utilizzati per elaborare strategie progettuali finalizzate a risolvere almeno in parte le problematiche individuate.

Alcune criticità emerse come la scarsa coesione sociale, la fragilità del territorio e la forte stagionalità del turismo, hanno notevoli ripercussioni sia a livello ambientale sia sociale, e inoltre non permettono ai visitatori di fruire

Fig. 4. Piani e vincoli persistenti nei tre comuni



Fonte: elaborazione propria su dati del Comune di Recco (2007) - Piano Urbanistico Comunale; Comune di Avegno (2006) - Piano Urbanistico Comunale; Comune di Uscio (2017) - Piano Urbanistico Comunale.

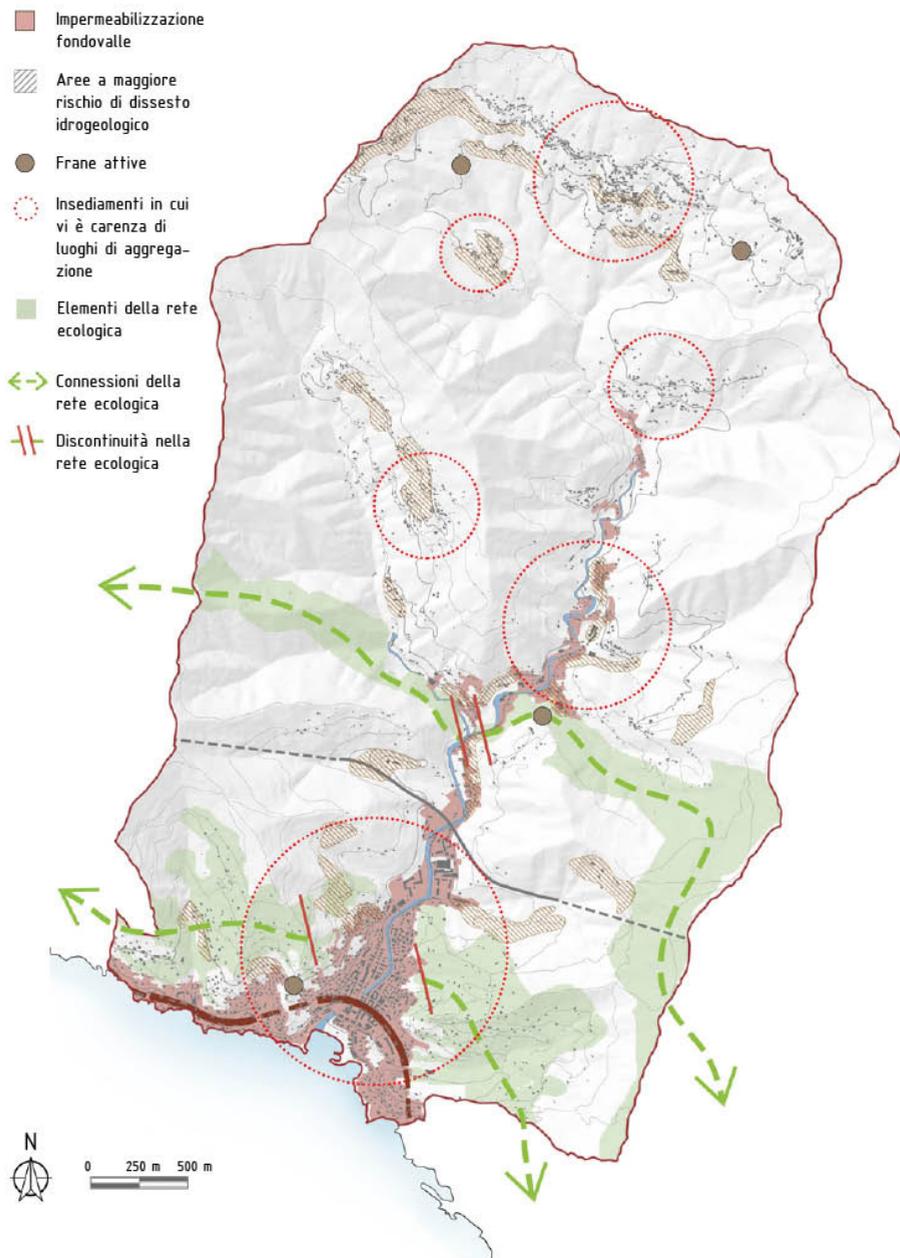
appieno delle risorse presenti nella Valle. Si tratta comunque di problematiche presenti anche in diverse altre aree della regione.

L'estesa impermeabilizzazione e edificazione del fondovalle accentua i problemi di dissesto idrogeologico, a loro volta aggravati dalla diffusa presenza di terrazzamenti abbandonati lungo i versanti (Brandolini et al., 2008; Ceva-sco et al., 2014).

Dal punto di vista sociale, invece, è da evidenziare il generale degrado e l'inefficienza che caratterizzano la maggior parte degli spazi di aggregazione. Tale carenza risulta particolarmente problematica per gli insediamenti interni che non essendo dotati di aree in cui praticare attività di svago o socializzazione vengono percepiti come luoghi privi di identità.

Come già osservato da Brocada e Girani (2022) in seguito a una serie di incontri con alcuni *stakeholder* del territorio collinare del Golfo Paradiso – che comprende anche la Valle di Recco – inoltre, vi è una forte disomogeneità

Fig. 5. Valle di Recco: principali criticità



Fonte: elaborazione propria.

nella segnaletica e nella manutenzione dei sentieri, nonché una scarsa consapevolezza del potenziale turistico della rete sentieristica che al contempo potrebbe far aumentare il valore di tutto il territorio circostante favorendone anche la salvaguardia. A livello locale è emerso, infine, un certo scetticismo circa la possibilità di far ricadere nel Parco di Portofino anche i comuni della Valle, operazione che potrebbe portare effetti benefici a tutto l'area in quanto la presenza del parco contribuirebbe ad attrarre più finanziamenti nonché a stimolare azioni di tutela e valorizzazione. Non va dimenticato anche il potenziale legato al turismo "educativo" delle scuole e delle famiglie con bambini che potrebbe essere attirato da percorsi didattici ben strutturati non distanti da un bacino d'utenza importante quale è quello di Genova.

La Valle dispone di un patrimonio culturale, eno-gastronomico e paesaggistico rilevante comprendente:

- Due strutture museali private – Museo delle campane di Avegno e Museo dell'orologio di Uscio – istituite dalle aziende: ex fonderia Picasso di Avegno e fabbrica di campane e orologi da torre Trebino⁷, fondate rispettivamente nel XVI secolo e nel 1824;
- Un ecomuseo abbandonato presso le antiche cave di ardesia di Uscio;
- Diversi ettari di opere in pietra a secco coperti dalla vegetazione che se riattivati fornirebbero un notevole colpo d'occhio al visitatore, nonché la possibilità di reintrodurre colture di pregio o realizzare ospitalità diffusa.
- Un sistema di strutture di ristorazione tipiche appoggiate principalmente al marchio IGP della Focaccia col formaggio di Recco, ma anche a: un altro IGP (Acciughe sotto sale del Mar Ligure), due DOP (Olio Riviera ligure di Levante e Basilico Genovese), un vino DOC (Golfo del Tigullio – Portofino), uno IGT (Colline del Genovesato), e una serie di specialità culinarie non riconosciute da marchi ma riconducibili al territorio del Golfo Paradiso;
- Una rete sentieristica connessa ad itinerari di lunga percorrenza quali la Via del Mare, il Sentiero Liguria e l'Itinerario Storico Colombiano, nonché connessa a quella del Parco regionale di Portofino;
- Un'offerta di sport acquatici che varia dalla semplice balneazione al surf, fino ad arrivare alla pallanuoto⁸.

La messa a sistema di queste risorse costituirebbe una strategia fondamentale per la rivitalizzazione di un territorio che non presenta attrazioni di spicco ma che può diventare una destinazione turistica legata al turismo lento e al turismo di prossimità.

⁷ Quest'ultima, tuttora attiva, è *leader* nella produzione e manutenzione di orologi da campanile in Italia ed è fornitore di molte istituzioni laiche e religiose.

⁸ La squadra della Pro Recco è infatti la più titolata in Italia e in Europa.

La buona diffusione di strutture di ristorazione che caratterizza l'intero territorio garantirebbe peraltro adeguati servizi ai turisti, anche se, dai dati relativi all'offerta alberghiera ed extralberghiera, emergono diverse carenze. In particolare, come si osserva nella Tab. 1, in tutta la valle sono presenti soltanto due agriturismi nel comune di Recco e, paradossalmente, nella parte più rurale della valle non ne esiste nessuno.

Tab. 1. Strutture di ospitalità turistica nei tre comuni della Valle (2021)

Comune	Alberghi		Agriturismi		B&B		Altre strutture		Totale	
	N°	Posti letto	N°	Posti letto	N°	Posti letto	N°	Posti letto	N°	Posti letto
Avegno	1	25	0	0	3	12	0	0	4	48
Recco	4	167	2	9	8	26	5	26	19	228
Uscio	2	124	0	0	2	10	2	4	6	138
Totale	7	316	2	9	13	48	0	0	29	414

Fonte: ISTAT, 2021.

Tale tipologia di struttura ricettiva si inserirebbe in modo più coerente con progetti di valorizzazione turistica sostenibile come quelli proposti nei successivi paragrafi, in un'ottica di turismo *green* ed esperienziale.

Azioni proposte per una valorizzazione integrata del territorio

In una regione come la Liguria – caratterizzata da un forte sbilanciamento turistico fra costa ed entroterra (Bisio, Lombardini, 2010) – è necessario oggi favorire ulteriormente la diversificazione e la destagionalizzazione dei flussi turistici, investendo su specifiche tipologie di turismo: naturalistico, culturale, enogastronomico e sportivo, sempre più apprezzati da diverse fasce della popolazione, in particolare a seguito della pandemia di Covid-19 (Mangano, 2020).

Due strumenti che potrebbero essere utili a sistematizzare le risorse della Valle in un'ottica di valorizzazione innovativa sono: il museo diffuso (Bassanelli, 2016; Montella, 2020) e la cooperativa di comunità (Pezzi, Urso, 2018; Brocada, Primi, 2021). Si tratta di modelli già sperimentati positivamente in altre zone della Regione, ad esempio: il primo nell'area del Finalese (SV) e il secondo a Mendatica (IM) in Alta Valle Arroscia. Tali forme di cooperazione territoriale permetterebbero infatti di partecipare a bandi competitivi per ottenere fondi da investire sul territorio, promuovendolo come un'unica destinazione anziché come singole località turistiche secondo una logica ormai superata di concorrenza localistica. In tal senso, i tre comuni potrebbero utilizzare un unico *brand* turi-

stico (Valle del Tempo), e utilizzare per la promozione un unico sito e rispettive pagine *social* aggiornati costantemente con tutte le attività ludico ricreative e/o di *edutainment* realizzate lungo tutto l'arco dell'anno nella valle.

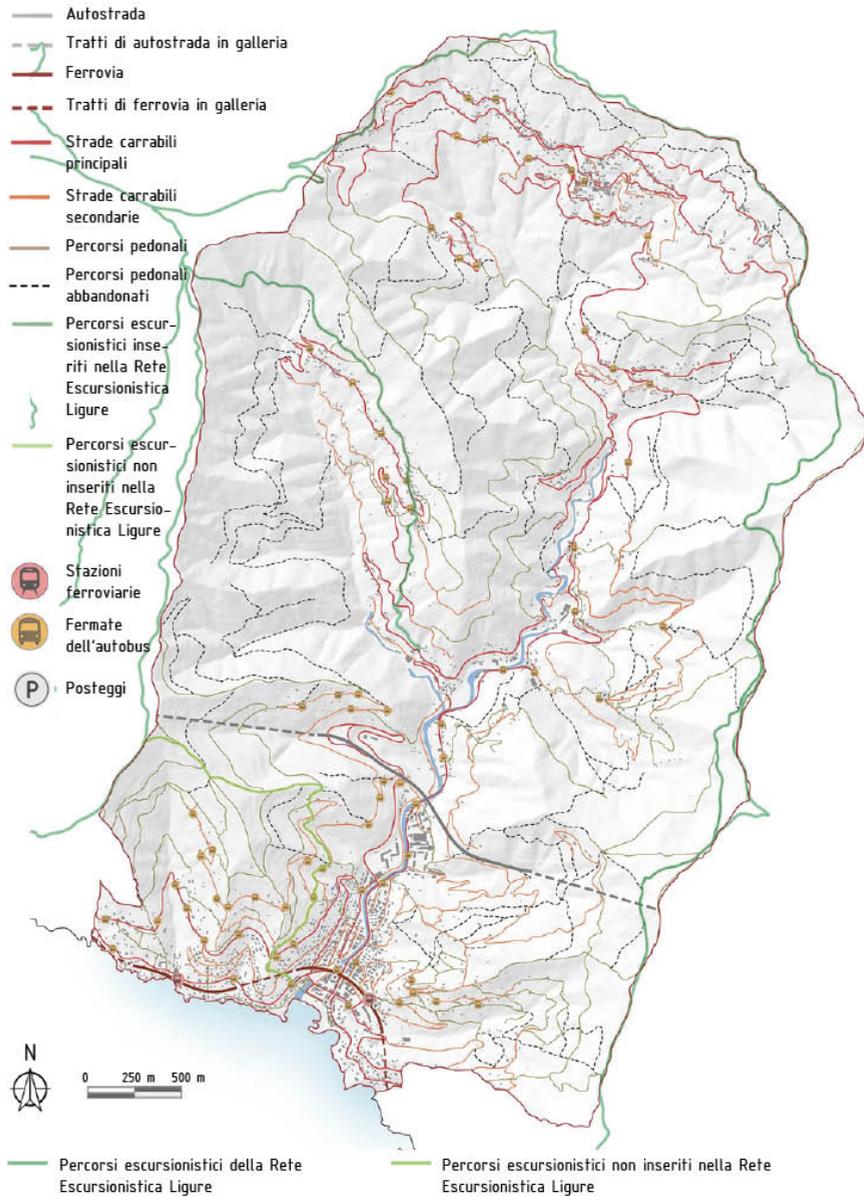
Un esempio di buona pratica a riguardo è sicuramente quello del Trentino, dove ogni valle possiede una struttura di questo tipo e le logiche di promozione turistica della singola località sono quasi definitivamente state superate da diversi anni.

L'istituzione di un museo diffuso costituirebbe un modo per documentare, conservare e valorizzare i tanti siti naturali e le altrettanto numerose manifestazioni della cultura materiale e immateriale (sistemi colturali in pietra a secco, siti d'estrazione dell'ardesia, fabbricazione di orologi e campane e altre pratiche tradizionali), che corrono il rischio di andare perdute o rimanere testimoniato soltanto all'interno di libri di storia locale o vecchie fotografie. Per di più, se incluso in una cooperativa di comunità, tale museo potrebbe essere gestito dai diversi attori del territorio in forma collettiva, con la possibilità di assumere personale specializzato (personale per accoglienza e fruizione turistica, social media manager, ecc.), redistribuendo le spese fra più aziende ed enti e ottimizzando le risorse umane del territorio.

La fase successiva alla definizione del *brand* territoriale e agli strumenti di valorizzazione consiste in una strategia per perseguire obiettivi quali: la redistribuzione dei flussi turistici verso l'entroterra, l'incentivazione della mobilità sostenibile e la valorizzazione del patrimonio storico, architettonico e naturalistico, tramite la progettazione e promozione di itinerari tematici che siano pensati per soddisfare diverse categorie di utenze e permettere ai fruitori di vivere un'esperienza che offra un arricchimento culturale e allo stesso tempo costituisca una forma di svago. Un esempio di questo tipo è rappresentato dal Finalese in Liguria dove lo sviluppo del turismo *outdoor* ha contribuito alla valorizzazione di un territorio in precedenza escluso dai circuiti turistici tradizionali della Liguria, tradizionalmente vocata al turismo legato al mare.

Gli itinerari rappresentano, inoltre, un'ottima strategia per aumentare l'attrattività turistica delle zone interne, riducendo la pressione sulla costa, e offrendo la possibilità alla comunità locale di riscoprire il suo stesso territorio, incentivando gli spostamenti a piedi o in bici. L'adozione di sistemi più sostenibili di mobilità può contribuire anche a una diminuzione della congestione del traffico, a una riduzione dell'inquinamento, un complessivo miglioramento della salute delle persone e il recupero del reticolo pedonale non inserito nella REL (Rete Escursionistica Regionale) (Fig. 6) un tempo abbondantemente sviluppato e interconnesso in quanto utilizzato non soltanto per i quotidiani spostamenti della popolazione locale, ma anche per commerci e pellegrinaggi (Brocada, Girani, 2022).

Fig. 6. Rete dei percorsi censiti



Fonte: elaborazione propria su dati OpenStreetMap; Google Earth; Istituto Geografico Militare (1936) - Carta d'Italia. Serie M891. Foglio RECCO 83 III SE; Regione Liguria-CTR scala 1:5000 (2007/2013).

Conclusioni: una proposta di masterplan per la Valle del Tempo

Alla luce delle criticità e delle potenzialità emerse dalle analisi, sono state definiti gli obiettivi e le strategie del progetto per il miglioramento dell'area e rappresentate in forma cartografica (Fig. 7). In generale lo scopo principale delle proposte è quello di favorire la (ri)scoperta della valle da parte dei turisti e degli stessi abitanti, inducendoli a sviluppare un maggiore senso di appartenenza verso il proprio paesaggio. Altri obiettivi importanti sono il miglioramento dell'efficienza e dell'interconnessione del sistema dei percorsi pedonali per favorire gli spostamenti a piedi, la valorizzazione dei prodotti agricoli locali e il potenziamento delle strutture turistiche, in particolare gli agriturismo e i musei.

Per perseguire tali obiettivi sono stati ideati itinerari – riassunti in una proposta di *masterplan* (Fig. 8) – che raggiungono i più interessanti e caratteristici punti di interesse storico, architettonico e archeologico, le aree di maggiore pregio panoramico e naturalistico e il maggior numero possibile di ristoranti, trattorie o strutture ricettive. Sono stati concepiti anche per essere utilizzabili da diverse categorie di utenza e ciascuno di essi è contraddistinto da un determinato tema culturale. Gli itinerari rappresentano non solo un incentivo per riscoprire la bellezza e il valore della valle praticando attività motoria, ma anche un'occasione per attuare diverse strategie:

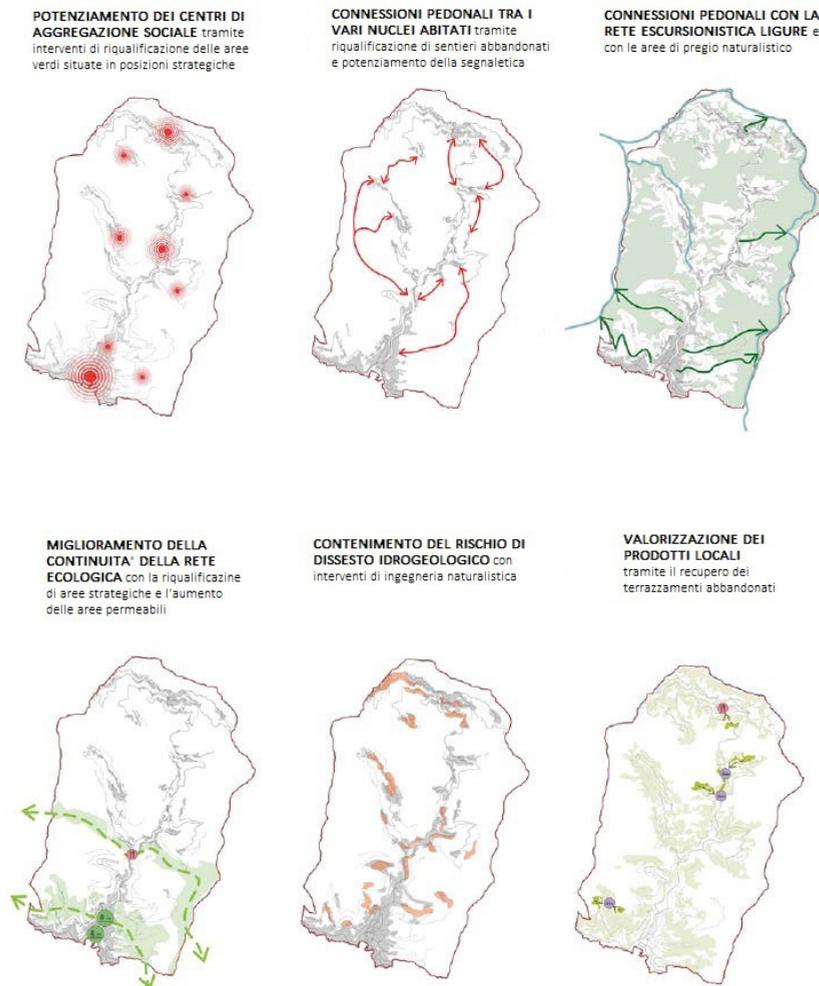
- Creare nuovi centri di aggregazione o potenziare quelli esistenti per offrire nuove opportunità di svago o relax e rendere più forte l'identità dei vari insediamenti sparsi all'interno della valle.
- Aumentare il valore ecologico di aree verdi o aree agricole per aumentare l'estensione della superficie permeabile del fondovalle, migliorare la continuità della rete ecologica e fornire nuovi spazi fruibili o produttivi.
- Recuperare sentieri storici al momento abbandonati e non percorribili o percorsi in stato di degrado in modo da connettere più efficacemente i vari insediamenti minori, alcuni dei quali risultano oggi parzialmente isolati e difficilmente raggiungibili a piedi, e consentire di raggiungere più agevolmente i percorsi escursionistici dei crinali.
- Recuperare terrazzamenti abbandonati che attualmente rappresentano un problema per il dissesto idrogeologico e per la perdita di testimonianze storiche, che potrebbero diventare aree produttive e fornire prodotti locali di qualità a ristoranti, trattorie e Bed & Breakfast.
- Mitigare il rischio di dissesto realizzando interventi di ingegneria naturalistica nelle aree che rappresentano una minaccia per la sicurezza dei centri abitati e dei percorsi.

Sono stati ideati quindi quattro itinerari tematici, caratterizzati da differenti lunghezze, dislivelli e interessi, in modo da renderli adeguati a più fasce di età e per diverse esigenze. Per ciascun itinerario sono stati poi individuate

dei siti adatti alla realizzazione di aree attrezzate per la sosta breve o prolungata in modo da consentire ai fruitori di avere a disposizione tappe per riposare, ma anche per svolgere pic-nic.

La posizione di tali tappe all'interno degli itinerari è stata scelta in modo da dividere il percorso in tratti che non risultino eccessivamente impegnativi per l'utenza potenziale. Sono stati individuati, inoltre, dei percorsi secondari di "allacciamento" in modo tale da dare la possibilità ai visitatori di scegliere alternative più brevi e più semplici, ma altrettanto interessanti.

Fig. 7. Obiettivi e strategie del progetto



Fonte: elaborazione propria.

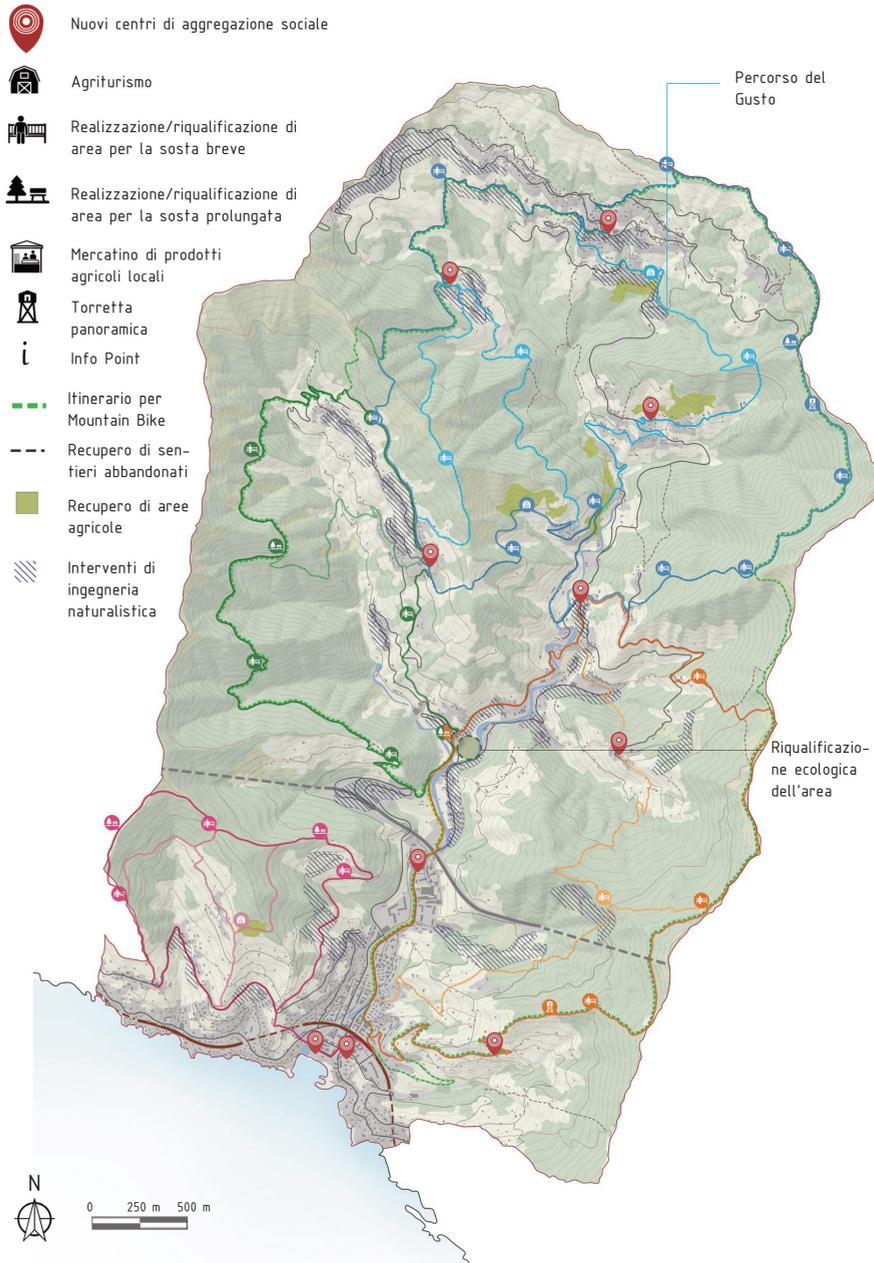
Gli itinerari proposti sono:

- Architettura e Panorama: È pensato principalmente per dare la possibilità ai turisti in mezza giornata di scoprire e ammirare il paesaggio agricolo e naturale di Recco senza richiedere un'elevata preparazione fisica.
- Natura e Cultura: Richiede un impegno e una preparazione fisica lievemente più elevati rispetto all'itinerario Architettura e Panorama. Dà modo di godere dei panorami delle aree a bassa vegetazione dei crinali orientali, di immergersi nel paesaggio rurale di Avegno e di visitare alcuni piccoli insediamenti storici.
- Natura Selvaggia: È Pensato sia per i turisti che per gli abitanti locali, richiede un impegno e una preparazione fisica media ed è percorribile in mezza giornata. Offre la possibilità di esplorare la parte della valle che è stata storicamente meno antropizzata.
- Valle Interna: È l'itinerario più impegnativo; è adatto a escursionisti con una discreta preparazione fisica. Collega diversi piccoli insediamenti interni, e dà modo di gustare i piatti tipici della zona nelle svariate trattorie che si incontrano lungo il tragitto.

La presenza di numerosi elementi di interesse storico, architettonico e naturalistico lungo tali percorsi, e il grande patrimonio boschivo della valle, se fossero attuate adeguate strategie per la loro valorizzazione integrata, consentirebbe di diversificare e rendere più interessante l'offerta turistica non soltanto dei tre comuni ma di tutto il Golfo Paradiso, andando a costituire una moderna destinazione turistica in linea con gli obiettivi delineati dal Piano Strategico di Sviluppo del Turismo (2017-2022) elaborato dal Ministero dei beni e della attività culturali e del turismo:

- Innovare, specializzare e integrare l'offerta,
- Accrescere la competitività del sistema turistico,
- Sviluppare un marketing efficace e innovativo,
- Realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione e definizione del Piano e delle politiche turistiche.

Fig. 8. *Masterplan* generale del progetto



Fonte: elaborazione propria.

Riferimenti bibliografici

- BAROZZI P. (1991), *Le vie di valico liguri*, in Vallega A., *La Liguria e il mare*, Pubblicazioni dell'Istituto di Scienze Geografiche Università di Genova, Genova.
- BASSANELLI M. (2016), *Il museo diffuso come azione di valorizzazione e riappropriazione dei luoghi per il patrimonio "invisibile" dei borghi*, in Corradi E., Massacesi R. (a cura di), *Infrastrutture minori nei territori dell'abbandono. le reti ferroviarie*, Aracne Editrice, Roma, pp. 163-167.
- BISIO L., LOMBARDINI G. (2010), *Il progetto di una Regione. Pianificazione e territorio in Liguria*, Gangemi Ed., Roma.
- BRANCUCCI G., GHERSI A., RUGGIERO M.E. (2001), *Paesaggi liguri a terrazze. Riflessioni per una metodologia di studio*, Alinea Editrice, Firenze.
- BRANDOLINI P., FACCINI F., PESCIOTTO C. (2008), *I paesaggi terrazzati d'Italia. I terrazzamenti della Liguria: un bene culturale e del paesaggio a rischio*, «L'Universo», 88, 2, pp. 204-221.
- BRANDOLINI P., FACCINI F., PALIAGA G., PIANA P. (2017), *Urban geomorphology in coastal environment: Man-made morphological changes in a seaside tourist resort (Rapallo, Eastern Liguria, Italy)*, «Quaestiones Geographicae», 36, 3, pp. 97-110.
- BROCADA L. (2020), *La fotografia di paesaggio come strumento didattico e di analisi geografica*, «Ambiente Società Territorio. Geografia nelle scuole», 65, 4, pp. 21-25.
- BROCADA L., PRIMI A. (2021), *Percorsi innovativi nelle poliferie genovesi. Il caso della Cooperativa Borghi sparsi di Serra Riccò*, in F. Dini, F. Martellozzo, F. Randelli, P. Romei (a cura di), *Oltre la Globalizzazione. Feedback*, «Memorie Geografiche», NS 19, pp. 623-631.
- BROCADA L., GIRANI A. (2022), *Itinerari di turismo lento e processi partecipativi per la valorizzazione del territorio nel Golfo Paradiso (Genova): tra conflittualità e collaborazione*, in Spagnoli L. (a cura di), *Itinerari per la rigenerazione territoriale. Promozione e valorizzazione dei territori: sviluppi reticolari e sostenibili* (Roma, 22-24 giugno 2022), FrancoAngeli, Milano, pp. 328-337.
- CAMBRI G. (1990), *Recco nel Medioevo: una via, un ponte, un borgo fortificato*, ECIG, Genova.
- CEVASCO A., PEPE G., BRANDOLINI P. (2014), *The influence of geological and land use settings on shallow landslides triggered by an intense rainfall event in a coastal terraced environment*, «Bulletin of Engineering Geology and the Environment», 73, 3, pp. 859-875.
- CEVASCO R. (2014), *La fine della "naturalizzazione": approccio storico e geografico ai problemi dell'abbandono dei sistemi culturali locali*, in Scaramellini G., Mastropietro E. (a cura di), *Atti del XXXI congresso geografico italiano*, Mimesis, Milano, pp. 363-374.
- COMUNE DI AVEGNO (2006), *Piano Urbanistico Comunale*.
- COMUNE DI RECCO (1998), *Piano Regolatore Generale*.
- COMUNE DI USCIO (2017), *Piano Urbanistico Comunale*.

- LEARDI E. (1991), *Il prezzo e il costo del Mar Ligure*, in Vallega A., *La Liguria e il mare*, Pubbl. Ist. Scienze Geografiche Università di Genova, Genova, pp. 217-246.
- MANGANO S. (2007), *Turismo e tempo libero nelle aree naturali protette*, Carocci, Roma.
- MANGANO S. (2020), *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*, Aracne, Canterano (RM).
- MARENGO M. (2019), *Diversamente migranti: il ruolo delle lifestyle migrations nelle dinamiche di gentrificazione rurale contemporanee. Il caso della Vallesanta (Casentino)*, «Geotema», 61, pp. 107-115.
- MONTELLA M. (2020), *Sistema Museale e Museo Diffuso/Museum System and Diffused Museum*, «Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», Suppl. Speciale, pp. 299-307.
- MORENO D. (1990), *Dal documento al terreno. Storia e archeologia dei sistemi agro-silvo-pastorali*, Il Mulino, Bologna.
- OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE DELLA LIGURIA (2022), *Studio sul turismo verde e sostenibile. Risorse green e attori locali per una Liguria competitiva*, SMART&GREEN Centro di ricerca e formazione per la valorizzazione territoriale - Università di Genova, Regione Liguria.
- PAMPALONI C., BROCADÀ L. (2022), *Urban wildlife: l'inselvaticamento dello spazio urbano*, in Primi A., Brocada L. (a cura di), *Selve urbane: percorsi di ricerca*, GUP, Genova, pp. 17-30.
- PELLEGRINI S. (2011), *Recco, Avegno, Uscio. Storia di una vallata*, Capurro, Recco.
- PEZZI M. G., URSO G. (2018), *Innovazione sociale e istituzionalizzazione: l'esempio delle cooperative di comunità nell'area interna dell'Appennino Emiliano*, «Geotema», 56, pp. 93-100.
- QUAINI M. (1973), *Per la storia del paesaggio agrario in Liguria*, C.C.I.A.A., Savona.
- REGIONE LIGURIA (2018), *Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico*.
- ROTA M.P. (1991), *La copertura vegetale della Liguria costiera. Dalla antropizzazione alla rinaturalizzazione*, in Vallega A. (a cura di), *La Liguria e il mare*, Genova, Pubbl. Ist. Scienze Geog., Università di Genova, pp. 125-146.
- SCARIN M.L. (1972), *Camogli e Recco nel Golfo Paradiso*, Arti Graf. Città di Castello, 1972.
- STRINGA P. (1984), *Il Golfo Paradiso. Da Genova a Portofino*, Stringa Editore, Avegno.

Parole chiave: turismo sostenibile, valorizzazione del territorio, Liguria.
Keywords: sustainable tourism, territorial enhancement, Liguria.

ABSTRACT – This work proposes an examination of the criticalities and opportunities of territorial enhancement in the Valley of Recco in Liguria. The development of these reflections stems both from empirical field research and statistical data analysis; as well as from the debate held at the conference “Paesaggio e Immagine del Golfo Paradiso: dall’arte topografica ai social network”.

RÉSUMÉ – Le travail propose un examen des criticités et des opportunités de valorisation territoriale dans la Vallée de Recco en Ligurie. Le développement de ces réflexions découle à la fois de recherches empiriques sur le terrain et d’analyses de données statistiques; ainsi que du débat tenu à l’occasion du congrès “Paesaggio e Immagine del Golfo Paradiso: dall’arte topografica ai social network”.

ZUSAMMENFASSUNG – Die Arbeit bietet eine Analyse der Kritikalität und Möglichkeiten der territorialen Aufwertung im Recco-Tal in Ligurien. Die Entwicklung dieser Überlegungen geht sowohl auf empirische Feldforschung als auch auf statistische Analysen zurück; sowie auf die Debatte anlässlich der Tagung “Paesaggio e Immagine del Golfo Paradiso: dall’arte topografica ai social network”.

RESUMEN – El trabajo propone un examen de las criticidades y oportunidades de valorización territorial en el Valle de Recco en Liguria. El desarrollo de estas reflexiones deriva tanto de la investigación empírica en el campo como del análisis de datos estadísticos; así como del debate celebrado con ocasión del congreso “Paesaggio e Immagine del Golfo Paradiso: dall’arte topografica ai social network”.

VALENTINA BORNIOTTO*

I santuari del Golfo Paradiso: immagini di culto e fattori identitari

The Sanctuaries of the Golfo Paradiso: cult images and identity factors

Il recente censimento scientifico e sistematico dei santuari liguri, confluito nella pubblicazione del volume *Santuari d'Italia. Liguria*¹, ha evidenziato una capillare presenza di numerose realtà santuariali sul territorio regionale, pari a 265 edifici, diffusi tra l'entroterra, le aree campestri e montane, le città e la costa; all'inevitabile eterogeneità architettonico-decorativa di tali edifici, si contrappone una comune matrice culturale, dove alcuni elementi – fondanti e reiterati – costituiscono il fattore stesso di identificazione dello *status* santuariale, nonché, spesso, il motivo dell'edificazione.

A livello generale, il santuario è di solito uno «spazio sacro dove un evento eccezionale, qualcosa di straordinario è accaduto» (Rech, 2017, p. 19), un luogo – dunque – dove fenomeni quali le riconosciute mariofanie o le miracolose agnizioni di immagini antiche o taumaturgiche hanno dato avvio alla costruzione di una forte identità collettiva, nella quale le comunità si riconoscevano e, ancora, si riconoscono.

I santuari mariani del Golfo Paradiso, dislocati tra i Comuni di Recco, Sori e Camogli, si inseriscono pienamente in queste dinamiche, costituendo per le comunità di pertinenza importanti centri spirituali: il culto *ab antiquo* per le opere sacre conservate in questi contesti si è nel tempo irradiato e radicato nel territorio, complici le solenni processioni, durante le quali – in occasione della festività – l'immagine sacra supera i confini stessi del santuario, incontrando

* Università di Genova, Assegnista di Ricerca, Dipartimento di Italianistica, Romanistica, Antichistica, Arti e Spettacolo (DIRAAS), valentina.borniotto@lettere.unige.it.

¹ Il volume a cura di Laura Stagno (Università di Genova) comprende 9 saggi e 265 schede; è stato pubblicato nel 2021 da De Luca Editori (Roma) e si inserisce nella collana dedicata ai *Santuari d'Italia*. Per una panoramica sui santuari della Liguria si vedano inoltre gli studi di Lauro Magnani (1979; 1986; 2004; 2021), di Claudio Paolucci (2002) e di Giovanni Meriana (1993).

più direttamente la popolazione nelle strade cittadine ed estendendo, di fatto, lo spazio della devozione.

Nei riflessi e nei profumi delle candele, nel movimento oscillatorio delle casse processionali, nei cori e nelle preghiere pronunciate dai fedeli, l'esperienza con il sacro acquisisce un carattere multisensoriale, trovando un'ulteriore componente emotiva nel fatto di percorrere collettivamente proprio quei luoghi dove, in origine, si sarebbe verificato l'evento miracoloso. In questi momenti di festa, normalmente, l'intera comunità è coinvolta, partecipando a «cristallizzare, favorire e preservare l'identità sociale» (Garnett, Rosser, 2013, p. 20).

Talora la stessa immagine sacra trascende il valore devozionale, divenendo baluardo della comunità anche in senso civico e assumendo, quindi, il ruolo di protezione e salvaguardia del territorio: indicativi, per l'area di interesse, sono i casi della Madonna del Suffragio – riconosciuta quale patrona di Recco – e della Madonna del Boschetto, posta a difesa del borgo di Camogli.

Su affini fattori identitari si fondano il santuario di Nostra Signora delle Grazie a Megli (presso Recco) e l'omonimo santuario di Sori; i due edifici sono inoltre accomunati da una simile leggenda di fondazione, che vede coinvolti due capitani di mare – rispettivamente Fabio Ageno per Megli e Gerolamo Stagno per Sori – artefici dell'arrivo in Liguria di icone mariane provenienti dall'Oriente, ritenute di natura acheropita o, comunque, riconosciute come taumaturgiche e miracolose.

Secondo lo stato attuale degli studi, quella che si ritiene essere la più antica immagine mariana ligure, dipinta su legno, si conserva proprio nel santuario di Megli (Di Fabio, 2021, pp. 27-28): si tratta di un'icona corrispondente all'iconografia della *Madonna Hodigitria*, nella quale Gesù bambino – seduto sul grembo della madre, in atto benedicente – reca un pettirosso appoggiato sul braccio, interpretabile come simbolo di prefigurazione del suo stesso sacrificio, per la redenzione dell'umanità. Dal punto di vista stilistico, l'opera è riferibile al XIII secolo e risulta perciò compatibile con la tradizione leggendaria che riconosce al capitano Fabio (o Fabiano) Ageno – di ritorno da una spedizione in Terrasanta – il merito di aver condotto il manufatto in Liguria nel 1216.

Il racconto, riportato da numerose fonti locali e devozionali, risulta privo di basi documentarie, tuttavia, trova un rapporto diretto con il ruolo di un altro membro della famiglia Ageno, Giulio, figlio di Fabio, accreditato localmente come responsabile dell'arrivo a Megli di un secondo oggetto sacro di particolare rilevanza: una pisside eburnea – ancora conservata nel santuario – di probabile manifattura arabo-sicula, anch'essa databile al XIII secolo, seppur con aggiunte successive (Di Fabio, 2014, p. 83).

L'importanza culturale di tale prezioso, quanto raro, manufatto si deve alla reliquia cristologica in esso contenuta, ossia un piccolo frammento di una spina della corona di Cristo² – consistente in un sottile aculeo di circa 45 mm, sulla cui punta è visibile un grumo di sangue essiccato – che Giulio Ageno avrebbe recuperato in Oriente nel 1290 e, quindi, trasferito a Megli (Remondini, 1887, pp. 40-41).

La presenza “tangibile” del sacro trova quindi nel santuario di Nostra Signora delle Grazie una duplice manifestazione: la spina insanguinata evoca in maniera diretta la sofferenza della Passione di Cristo e si connette alla sacralità della citata *Madonna Hodigitria*, permeata di una valenza sovranaturale in quanto attribuita al pennello di San Luca Evangelista³.

L'icona di Megli è dunque ritenuta «non fatta per le mani d'huomini, ma invisibilmente per opera divina» (Paleotti, 1582, I, pp. 54-55); un'opera, quindi, intrinsecamente dotata di «suprema liminalità» (Bacci, 2006, p. 43), partecipante della natura di immagine e, al contempo, di quella di reliquia.

Il carattere straordinario di tale effigie ne ha, nel tempo, accresciuto il culto, fino a dare avvio – ai primordi del XVII secolo – alla riconfigurazione dello spazio ad essa designato, attraverso un'incorniciatura monumentale marmorea, messa in opera da Tommaso Orsolino, con Dio Padre benedicente e gli angeli in volo a reggere la cornice contenente la tavola duecentesca (Fig. 1).

Tale operazione si inserisce nella linea di un'attenzione postridentina all'ostensione di antiche immagini ritenute sacre o miracolose, che si esplicita tramite meccanismi di *enshrinement* volti a mediare «il rapporto tra l'oggetto di devozione e il santuario di cui esso è fulcro» (Stagno, 2021b, p. 65); in questa fase l'antica tavola non *manufacta* fu probabilmente decurtata da entrambi i lati, per adattarsi alla nuova 'macchina' marmorea, con un ulteriore intervento pittorico volto ad aggiungere i due angioletti in volo, sopra il gruppo principale (Di Fabio, 2021, p. 28).

A partire dalla riconfigurazione seicentesca, l'aspetto dell'oggetto di culto si è, di fatto, cristallizzato, influenzando tanto l'immaginario collettivo – e, quindi, la produzione di immagini seriali di carattere devozionale – quanto le fasi decorative succedutesi nel santuario tra Ottocento e primo Novecento.

² A fronte dell'origine duecentesca della pisside, la prima documentazione circa «Una de spinis Coronae Jesus Christi» è piuttosto tarda, poiché risale all'inventario compilato, in occasione della visita a Megli, dall'arcivescovo Centurione nell'anno 1598 (Capurro, 2021c, pp. 238-239).

³ Sul ruolo di San Luca quale primo pittore si vedano in particolare gli studi di Michele Bacci (1998; 2000; 2006).

Alla fine del XIX secolo risale la riedificazione del prospetto in stile neo-classico, nel quale, immediatamente sopra al portale principale, è replicata l'icona di Nostra Signora delle Grazie, nella sua connotazione di *framing image* dovuta all'intervento dell'Orsolino: la sua sistemazione in facciata ha il compito di traslare l'immagine dall'interno all'esterno, nell'ottica di un'auspicata protezione del borgo e del territorio.

Si pone anche attenzione sull'affresco, pressoché coevo, della navata centrale del santuario, che esprime gli stessi valori di identità civica, spirituale e sociale, declinandoli, però, in senso narrativo.

Nel riquadro ovale, opera di un anonimo pittore locale, è immaginato l'arrivo a Megli del capitano Fabio Ageno proveniente dall'Oriente (Fig. 2): in un'ambientazione marinara, che riproduce idealmente l'arenile di Recco, l'Ageno sta incedendo verso un gruppo di fedeli, inginocchiati sulla spiaggia in adorazione dell'immagine che egli reca tra le mani.

L'icona è qui, giustamente, priva dell'incorniciatura marmorea, ma riproduce l'aggiunta seicentesca dei due angioletti in volo, evidentemente ritenuta originale dall'artista; nel gesto del capitano, che porge il quadro ai fedeli, si esplicita quindi, idealmente, l'avvio di una devozione secolare.

All'Ageno si contrappone, nel territorio di Sori, la figura del capitano Gerolamo Stagno, secondo la tradizione vissuto circa due secoli più tardi, ma egualmente protagonista nell'avvio di un culto, attraverso il dono alla comunità di una piccola tavola mariana acquistata in Oriente.

Al *topos* dell'icona antica si aggiunge, in questo caso, quello dell'immagine dispensatrice di grazie, in quanto lo stesso Stagno è il testimone di un presunto prodigio occorso a sua figlia, muta dalla nascita, la quale avrebbe avuto una visione della Vergine – abbigliata nello stesso modo del dipinto – immediatamente prima di ottenere miracolosamente il dono della parola (Pitto, 1872, pp. 160-168; Remondini, 1886, pp. 174-175).

A seguito della donazione del capitano, nel 1509, l'icona di Sori (Fig. 3) avrebbe continuato a compiere azioni portentose, come quella del luglio 1584, quando il borgo fu depredato dai pirati saraceni: stando alla tradizione locale, essi caricarono le navi con il ricco frutto dei saccheggi, ma l'immagine di Nostra Signora delle Grazie impedì loro di prendere il mare, bloccando le imbarcazioni, nonostante il vento favorevole; solo quando l'icona fu scaricata nell'arenile (e quindi restituita alla comunità di appartenenza), i pirati riuscirono nuovamente ad utilizzare i remi per lasciare la costa (Ghio, 1898).

La *fania* del sacro diviene qui funzionale a una narrazione antislamica e si inserisce, quindi, nella linea di molte leggende connesse a santuari liguri – ad esempio Nostra Signora del Mirteto (Ortonovo, SP), Nostra Signora di Lampedusa (Castellaro, IM) o l'Eremo del Deserto (Sanremo, IM) – dove

Fig. 1. *Nostra Signora delle Grazie*, con cornice marmorea di Tommaso Orsolino, Megli (Recco), santuario di Nostra Signora delle Grazie



Fonte: M. Capurro.

Fig. 2 (a sinistra). Pittore ligure, *Il capitano Fabio Ageno dona l'immagine sacra alla comunità*, Megli (Recco), santuario di Nostra Signora delle Grazie. Fig. 3 (a destra). *Nostra Signora delle Grazie*, Sori, santuario di Nostra Signora delle Grazie



Fonte: M. Capurro.

l'agency delle immagini sacre è messa in relazione al nemico più temuto della cristianità⁴.

I miracoli riconosciuti all'icona trovarono un'espressione artistica all'interno del santuario di Nostra Signora delle Grazie di Sori: ancora nel 1864 Federico Alizeri attestava la presenza di alcuni affreschi di Carlo Giuseppe Ratti, oggi perduti, raffiguranti i due principali episodi miracolosi, dipinti «nello spazio di fondo al finestrone della cappella» (Alizeri, 1864, p. 351), dedicata all'icona sacra.

Gli affreschi, conclusi nel 1791, figuravano «un cotal Gerolamo Stagno sorese, il quale nel 1509 ne sciolse voto a Maria per la favella ottenuta a certa sua figlia mutola», insieme al miracolo del 1584, quando la sacra icona «rapita dai Turchi nelle lor correrie, miracolosamente (siccome fu creduto) impedì loro il salpare finché non gittassero il sacro peso».

⁴ Sulla connotazione antislamica di alcune leggende dei santuari liguri: Magnani, 1986, p. 8; Fiore, 2019; Borniotto, 2021, pp. 95-96.

La connotazione identitaria dei perduti affreschi di Ratti sopravvive in un riquadro ottocentesco nella chiesa parrocchiale dedicata a Santa Margherita d'Antiochia, poco distante dal santuario: qui l'immagine della Madonna delle Grazie – che appare di carnagione molto più chiara rispetto all'originale incarnato scuro dell'icona – è eletta a protettrice della comunità locale, sollevata in cielo da due angeli, in volo sopra il riconoscibile borgo di Sori⁵.

Un analogo ruolo di protezione civica assunse la Madonna del Boschetto, proclamata ufficialmente patrona della cittadina di Camogli nel 1955, a seguito della solenne incoronazione del 1818.

L'origine del culto si connette in questo caso non a un'icona antica bensì a un'effigie mariana cinquecentesca⁶ (Fig. 4), collocata all'interno di un'edicola votiva, in una zona boscosa all'incrocio di tre strade; non quindi un esempio di *invented image* proveniente dall'Oriente (Garnett, Rosser, 2013), bensì un'immagine locale, alla quale è riconosciuto un primo miracolo nel 1518, quando la giovane Angela Schiaffino avrebbe visto apparire, davanti al dipinto, la Vergine che le comandava di far costruire in quel luogo un santuario mariano. Secondo la letteratura devota, Maria apparve altre volte alla fanciulla, l'ultima delle quali imponendole sulla mano la lettera "M", comparsa contemporaneamente anche sulla roccia vicino al quadretto: fu questa manifestazione "esplicita" del sacro a dare avvio all'inizio del culto e, quindi, alla conseguente edificazione del santuario (Pitto, 1872, pp. 130-145; Remondini, 1887, pp. 80-84).

A questo episodio si associano molteplici racconti in cui la Madonna del Boschetto dimostra poteri taumaturgici e la risonanza di questi gesti miracolosi fu particolarmente rilevante, anche fuori dal territorio ligure, tanto che la Madonna di Camogli fu inclusa nell'edizione ottocentesca dell'*Atlas Marianus* di Gumpfenberg, a cura di Agostino Zanella⁷.

L'immagine di Nostra Signora del Boschetto continuò a dispensare non soltanto grazie, ma anche punizioni esemplari: in questi casi – più rari, ma comunque attestati anche in altri santuari del territorio ligure – si attua un 'rovesciamento' della valenza sovranaturale dell'opera, in cui l'*agency* dell'immagine sacra esercita il potere di causare dolore, generalmente nell'ottica di una funzione moralizzatrice (Borniotto, 2021, pp. 97-98).

⁵ La solenne incoronazione dell'immagine sacra, con l'apposizione delle coroncine auree sul capo della Vergine e di Gesù bambino risale al 1900; in occasione dell'importante cerimonia fu coniata una medaglia raffigurante da un lato la veduta prospettica del santuario e, dall'altro, l'effigie ormai codificata di Nostra Signora delle Grazie, con le due corone ben visibili e l'iscrizione «In perpetuum coronata triumphat» (già Cambi, Milano. Asta numismatica, 15 novembre 2022, n. 175).

⁶ L'immagine di culto ha una remota attribuzione a Teramo Piaggio, oggi non più sostenuta dalla critica ed è collocabile cronologicamente al primo Cinquecento.

⁷ L'*Atlas Marianus* del gesuita Wilhelm Gumpfenberg fu pubblicato per la prima volta tra 1657 e 1659, con riedizioni successive che ampliarono il novero dei culti mariani considerati.

È ciò che sarebbe capitato nel 1558 a un altro Schiaffino, Antonio, giovane cieco dalla nascita, il quale – giocando al tiro al bersaglio con gli amici – colpì per errore la sacra effigie, causandone la fenditura tuttora visibile; l'immediata punizione, mediata dalla 'attivazione' dell'immagine, fu esiziale per il ragazzo: «si gonfiò subito il piede con cui scagliato aveva quel sasso e, copertasi tutta la gamba in più luoghi di piaghe, scaturivano putrido sangue con acerbissimi dolori. Così, ferito e storpiato, finì miseramente i suoi giorni» (Gumpfenberg, 1842, V, p. 356).

Il riconoscimento di un così alto 'potere' dell'immagine sacra diede avvio, analogamente al citato caso di Megli, a un'operazione ostensiva dell'effigie, che nel 1636 fu incorniciata da una gloria d'angeli marmorei nuovamente opera di Tommaso Orsolino; tuttavia, alla fine del XIX secolo la cornice fu separata dall'oggetto di culto e spostata sul retro dell'altare maggiore (Stagno, 2021b, p. 70).

All'ultimo quarto del XVIII secolo risale invece l'affresco del bergamasco Giuseppe Paganelli⁸, sulla volta del presbiterio (Fig. 5), nel quale trova spazio la narrazione della mariofania iniziale: la giovane pastorella Angela Schiaffino ha la visione della Madonna in volo su una nube sorretta dagli angeli; nella soluzione dell'artista è la Vergine ad indicare il quadretto, visibile nel "boschetto" retrostante, attuando, quindi, un significativo parallelo tra l'immagine di culto e la stessa apparizione.

Nei quattro tondi che circondano il medaglione centrale, inoltre, sono raffigurati angeli recanti i simboli degli Evangelisti e sul libro di uno di essi – quello che allude a San Marco per la presenza del leone – è vergata la lettera "M", il *signum* mariano, che, secondo la leggenda, diede avvio alla diffusione del culto.

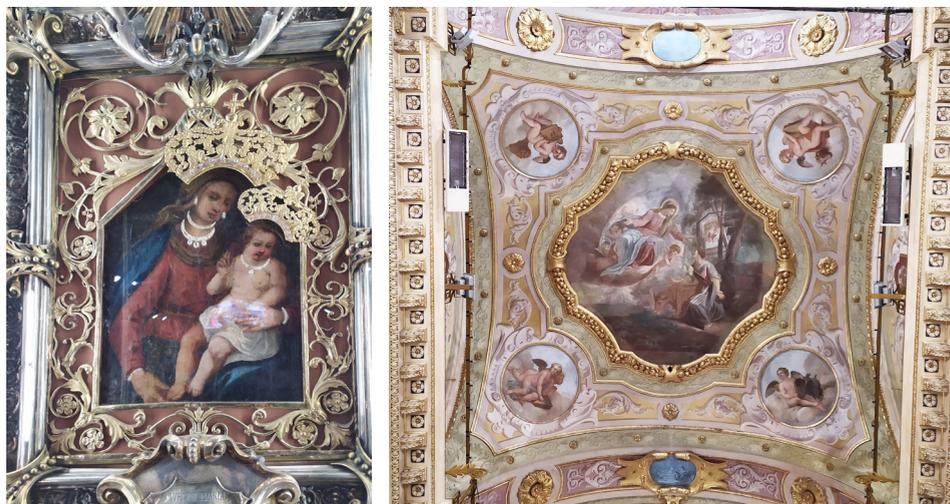
Un culto, come si è detto, costellato di numerosi prodigi riconosciuti alla sacra effigie e ricostruibili anche attraverso l'imponente collezione di ex-voto che il santuario conserva⁹.

Gli *ex-voto* riflettono «la testimonianza pubblica di eventi prodigiosi privati» (Meriana, 1995, p. 11), sono dunque segni della gratitudine popolare per la grazia ricevuta, ma, al contempo, espressioni di riconoscimento identitario della collettività, nell'invocazione di una comune immagine venerata, «from Personal Testimony to Collective Memory» (Garnett, Rosser, 2019).

⁸ Costituiscono i termini *post* e *ante quem* per l'esecuzione dell'affresco il 1782 (quando Paganelli è impegnato a Camogli nell'oratorio dei Santi Prospero e Caterina) e il 1794 (anno in cui furono completate le due tele della parrocchiale di Camogli); Ghio, 1996, p. 401.

⁹ Sugli ex-voto del Boschetto sono stati condotti studi specifici da parte di Farida Simonetti (1992; 2020); la stessa studiosa si è inoltre occupata della collezione conservata nel santuario di Megli (1997; 2002).

Fig. 4 (a sinistra). *Nostra Signora del Boschetto*, Camogli, santuario di Nostra Signora del Boschetto. Fig. 5 (a destra). Giuseppe Paganelli, *L'apparizione della Vergine ad Angela Schiaffino*, Camogli, santuario di Nostra Signora del Boschetto



Fonte: M. Capurro.

Come ben evidenziato da David Freedberg, infatti, «l'immagine è considerata e percepita come veicolo efficace e adeguato di espressione e di ringraziamento», per cui la riproduzione «narrativa» della grazia diviene «testimonianza perenne di gratitudine» (Freedberg, 2009, p. 211).

Tutto questo è ben chiaro al santuario del Boschetto, dove – come in molti altri contesti liguri – gli *ex-voto* sono soprattutto di ambito marinaresco, testimoni della precarietà dei naviganti di fronte alle molte insidie del mare e alla loro devozione alla Vergine, nell'auspicata protezione contro qualsiasi avversità.

Tutti i fattori ricordati contribuirono dunque all'incremento costante della devozione, che confluì nell'incoronazione del 1818, alla quale seguì l'applicazione di una cornice in argento sbalzato e cristallo, con decorazione aurea fitomorfa, realizzata da Giovanni Strada nel 1887, poi ulteriormente impreziosita dai brillanti donati dalle donne camogliesi come segno di ringraziamento alla Vergine.

Il passaggio successivo fu l'avvio di un processo volto alla proclamazione di Nostra Signora del Boschetto quale patrona della città di Camogli, che si concluse con la cerimonia del 27 marzo 1955 e il riconoscimento ufficiale di papa Pio XII attraverso un'apposita Bolla.

Fig. 6. *Nostra Signora del Suffragio*, da *Atlas Marianus*, ed. 1845



Fonte: Creative Commons.

ta, la Madonna del Suffragio, quale propria patrona civica.

A differenza dei casi precedenti, l'immagine di culto di Recco corrisponde a una scultura lignea cinquecentesca vestita, raffigurante la Madonna recante una rosa, con Gesù Bambino in braccio, attualmente abbigliata con vesti intessute negli anni Settanta del Novecento, a imitazione di quelle risalenti all'Ottocento (Manzitti, 2018, p. 113).

Il culto per il simulacro è attestato già in antico e fu annoverato – come il già citato caso di Nostra Signora del Boschetto – nell'edizione ottocentesca dell'*Atlas Marianus* (Fig. 6), che riporta notizie circa le numerose grazie riconosciute alla statua; tra i molti casi si ricorda la guarigione di un uomo malato di scorbuto, il salvataggio di due bambini caduti nel torrente o la protezione di un operaio impegnato nei lavori al santuario, che restò illeso nonostante la caduta dall'alto, in quanto «la beata Vergine non permise che quegli, il quale stavasi occupato nel servire al decoro del suo santuario soffrisse alcun danno da tale caduta» (Gumpfenberg, 1845, VIII, p. 1565).

Nel testo pontificio si riconosceva come fosse molto venerata nel borgo di Camogli «la Madonna col titolo del Boschetto», da cui il Consiglio di amministrazione cittadino «deliberò di eleggere la Madre di Dio a Patrona della Città sotto quel titolo»; dato parere positivo, la Chiesa proclamava dunque «la Beata Vergine Maria, detta del Boschetto, Principale Celeste Patrona presso Dio della Città di Camogli» (Venzano, 2008, p. 115).

La Madonna del Boschetto otteneva quindi il più alto riconoscimento civico, celebrato solennemente il 27 marzo 1955 alla presenza del cardinale di Genova Giuseppe Siri; nella stessa occasione fu scoperto e presentato alla comunità un bassorilievo recante l'effigie mariana, scolpito da Guido Galletti (anche autore del più celebre Cristo degli Abissi) e collocato sul prospetto del palazzo comunale (*Atti*, 1955).

Come Camogli, anche la comunità di Recco scelse l'effigie sacra venerata,

La forte devozione per la statua mariana culminò con l'ottenimento del prestigio dell'incoronazione ufficiale, che si celebrò, con la partecipazione dell'intera comunità, nel 1824.

Le fonti storiografiche riportano con dovizia di particolari la grande festività organizzata dalla città di Recco, che proseguì per tre giorni – dal 7 al 9 settembre – e che si tenne all'interno della parrocchiale di San Giovanni Battista e San Giovanni Bono, più ampia e, quindi, ritenuta più adeguata rispetto al santuario.

Per l'occasione fu anche progettato un arco trionfale effimero, posto all'ingresso del paese, recante una lunga iscrizione che ricordava il lascito che già nel 1631 Alessandro Sforza Pallavicini aveva destinato a una futura coronazione, nonché l'approvazione di papa Leone XII e del Capitolo Vaticano¹⁰. Nel giorno dell'incoronazione la statua fu portata in processione dal santuario alla chiesa parrocchiale, dove fu sistemata su un apposito trono ornato di drappi; al termine dei festeggiamenti, l'immagine di culto fece il percorso inverso, mentre l'intera comunità si impegnava in fastosi fuochi d'artificio, che ancora oggi caratterizzano la festività recchese dell'8 settembre.

Il perdurare del vivo legame identitario tra la città e la sua patrona è testimoniato tutt'ora non soltanto per la grandiosità della festa annuale – che ha da tempo ottenuto una risonanza anche turistica – ma anche dalla presenza di numerose effigi della Madonna del Suffragio nel territorio¹¹.

Pare significativo concludere con un caso molto recente, che pure si pone nel solco della tradizionale interconnessione tra immagini di culto e fattori identitari: nel 2007, il nuovo ponte sul torrente di Recco, antistante il santuario, fu dedicato alla Madonna del Suffragio.

Con una peculiare commistione tra cerimonia civica e religiosa, la prima ad attraversare il ponte dopo il simbolico taglio del nastro, fu proprio la statua della Vergine, portata in spalla dai fedeli, a testimonianza di un culto ancora molto sentito.

Di notevole interesse, infine, è la produzione di una nuova effigie – creata per l'occasione – che contamina l'iconografia cinquecentesca con nuove istanze contemporanee: su disegno dell'artista recchese Giuseppe Bozzo, il

¹⁰ «Annunte Leone Papa XII, auspice et sacra faciente genuatum, antistite Aloysio Lambruschinio Mariae V. dedicatam effigiem quam nos patres nostri Suffragii Matrem salvere jubebant Recinensis vicus Sacro anniversario die anno R.S.M.D.CCC.XXIV aurea ex legato comit. Alex Pall. Sfortiae et dono capituli vaticani solemniter corona decorat vos autem Ligures undelibet adventantes nobiscum gratulaminor atque orate uti volens propitia suam semper Virgo progeniem sospitet» (Gumpfenberg, 1845, VIII, p. 1572).

¹¹ Per esempio, quella dipinta sulla facciata di un palazzo, che riproduce la scultura venerata, alla quale è aggiunta l'iscrizione «N.S. del Suffragio patrona di Recco»: Garnett, Rosser, 2013, p. 132.

Fig. 7. Recco, edicola votiva per *Nostra Signora del Suffragio*, 2007



Fonte: V. Borniotto.

mosaicista torinese Giovanni Barzan realizzò un'immagine policroma della Madonna del Suffragio, definita chiaramente dall'iscrizione sottostante "patrona di Recco", che fu benedetta dall'allora arcivescovo Angelo Bagnasco¹².

La composizione è concepita come un contrasto tra i toni azzurro-blu della notte e quelli rosso-giallo del giorno, al centro si pone la Vergine con Gesù bambino, recante la consueta rosa, mentre dalle due corone auree – fulcro simbolico del culto – si irradiano fasci di luce che raggiungono in basso lo stemma civico di Recco, a destra, e una veduta stilizzata del borgo, sul lato opposto (Fig. 7).

La struttura metallica che contiene l'immagine, recante la data 2007, si pone in linea di continuità con le tradizionali icone votive, traghettando efficacemente una secolare devozione nella contemporaneità.

Riferimenti bibliografici

- ALFONSO L. (1985), *Tommaso Orsolino e altri artisti di "Natione Lombarda" a Genova e in Liguria dal sec. XIV al XIX*, Biblioteca Franzoniana, Genova.
- ALIZERI F. (1864), *Notizie dei Professori del disegno in Liguria dalla fondazione dell'Accademia*, I, Sambolino, Genova.
- Atti della proclamazione di N.S. del Boschetto Patrona di Camogli* (1955), s.e., Genova.
- BACCI M. (1998), *Il pennello dell'Evangelista. Storia delle immagini sacre attribuite a San Luca*, ETS, Pisa 1998.
- BACCI M. (2000), *La tradizione di San Luca pittore da Bisanzio all'Occidente*, in G. Mariani Canova (a cura di), *Luca Evangelista. Parola e immagine tra Oriente e Occidente*, catalogo della mostra (Padova), Il Poligrafo, Padova 2000, pp. 103-109.

¹² <<https://www.ilgiornale.it/news/recco-dedica-ponte-madonna-suffragio.html>> (ultimo accesso 4 febbraio 2024).

- BACCI M. (2006), *Epigoni orientali e occidentali dell'immagine di Cristo "non fatta da mano d'uomo"*, in C.L. Frommel, G. Wolf (a cura di), *L'immagine di Cristo dall'acheropita alla mano d'artista*, Biblioteca Apostolica Vaticana, Città del Vaticano, pp. 43-60.
- BENVENUTO P. (1983), *Santuario N.S. del Boschetto*, s.e., Genova.
- BORNIOTTO V. (2021), *Immagini vive. Trasfigurazioni, azioni e prodigiose rilocalizzazioni degli oggetti di culto nei santuari liguri*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, pp. 91-100.
- CANETTI L. (2002), *Santuari e reliquie tra antichità e Medioevo: cristianizzazione dello spazio o sacralizzazione del cristianesimo?*, «Reti medievali», III/2, pp. 1-14.
- CANETTI L. (2014), *Gli ex voto marinari dell'Italia centrosettentrionale: Romagna e Marche, Liguria e Provenza nei secoli XIV e XVI*, in I. Aulisa (a cura di), *I Santuari e il mare*, Edipuglia, Vicenza-Bari, pp. 215-233.
- CAPURRO M. (2021a), *Nostra Signora del Boschetto (Camogli)*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, scheda I.5, pp. 153-155.
- CAPURRO M. (2021b), *Nostra Signora del Suffragio Perpetuo (Recco)*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, scheda I.75, pp. 237-238.
- CAPURRO M. (2021c), *Nostra Signora delle Grazie (Megli-Recco)*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, scheda I.77, pp. 238-239.
- CAPURRO M. (2021d), *Nostra Signora delle Grazie (Sori)*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, scheda I.87, pp. 251-252.
- CATALDI GALLO M. (a cura di) (2000), *Santuario di Nostra Signora del Suffragio - Recco*, Microart's, Recco.
- CHRISTIN O., FLÜCKIGER F., GHERMANI N. (a cura di) (2014), *Marie Mondialisée. L'Atlas Marianus de Wilhelm Gumpfenberg et les topographies sacrées de l'époque moderne*, Presses universitaires suisses, Neuchâtel.
- COLLU R. (1983), *Carlo Giuseppe Ratti: pittore e storiografo dell'arte*, Editrice Liguria, Savona 1983.
- COSTA S. (1919), *Il Santuario del Boschetto di Camogli*, Scuola tipografica per i giovani derelitti, Genova 1919.
- DIDI-HUBERMAN G. (2006), *Ex-voto, image, organe, temps*, Bayard, Paris.
- DI FABIO C. (2014), *Reliquie reliquiari dal mare a Genova e in Liguria fra la prima Crociata il Duecento*, «Convivium», 1, pp. 76-87.
- DI FABIO C. (2021), *"Antichissime" figure. Immagini mariane medievali in santuari di area genovese*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma, pp. 25-30.
- DI FABIO C., MELLI P., PESSA L. (a cura di) (2016), *Genova nel Medioevo: una capitale del Mediterraneo al tempo degli Embriaci*, catalogo della mostra (Genova), Sagep, Genova.
- DI NATALE GALINTA G., MARTINI P. (a cura di) (2023), *E tacquero le onde del mare. Ex voto marinai dalle chiese della Liguria*, catalogo della mostra (Genova), Sagep, Genova.

- FERRARIS D. (2016), *Ex voto: Tra arte e devozione*, Libreria Universitaria, Padova.
- FERRETTO A. (1898), *Il codice diplomatico del Santuario di N.S. delle Grazie in Sori*, Pellas, Genova.
- FIGLIO V. (2019), "For Grace Received": *Fear and the Image of the Other in Ex Votos and the Popular Imagination in the Seventeenth and Eighteenth Centuries in Liguria*, in B. Franco Llopis, L. Stagno (a cura di), *A Mediterranean Other. Images of Turks in Southern Europe and Beyond (15th-18th Centuries)*, GUP, Genova, pp. 214-230.
- FREEDBERG D. (2009), *Il Potere delle immagini. Il mondo delle figure: reazioni e emozioni del pubblico*, Einaudi, Torino 2009 (ed. originale Chicago 1989).
- GARNETT J., ROSSER G. (2013), *Spectacular Miracles. Transforming Images in Italy from the Renaissance to the Present*, Reaktion Books, London.
- GARNETT J., ROSSER G. (2019), *The Ex Voto between Domestic and Public Space: from Personal Testimony to Collective Memory*, in M. Corry, M. Faini, A. Meneghin (a cura di), *Domestic Devotions in Early Modern Italy*, Brill, Leiden-Boston, pp. 45-62.
- GHIO L. (1996), *Giuseppe Paganelli*, in R. Bossaglia, G.A. Dell'Acqua (a cura di), *I pittori bergamaschi*, 5.4., *Il Settecento*, Bolis Edizioni, Bergamo, pp. 374-435.
- GRIMALDI R. (2020), *Ex-voto d'Italia. Strategie di comportamento sociale, per grazia ricevuta*, FrancoAngeli, Milano.
- GUMPPENBERG W. (1842), *Atlante Mariano ossia origine delle immagini miracolose della B.V. Maria venerate in tutte le parti del mondo*, V (versione italiana a cura di A. Zanella), Tipografia De Giorgi, Verona 1842.
- GUMPPENBERG W. (1845), *Atlante Mariano ossia origine delle immagini miracolose della B.V. Maria venerate in tutte le parti del mondo*, VIII, (versione italiana a cura di A. Zanella), Tipografia De Giorgi, Verona.
- LUCCARDINI R., ORENGO M.T. (a cura di) (2000), *La devozione e il mare. Aspetti di fede e religiosità in Liguria*, catalogo della mostra (Portovenere - Taggia - Savona - Genova), Tormena, Genova.
- MAGNANI L. (1979), *Santuari e culto mariano tra fede e politica*, «Indice», 16-17, pp. 25-33.
- MAGNANI L. (1986), *Per una traccia di lettura dei santuari e della devozione mariana sul territorio ligure*, in *Apparato liturgico e arredo ecclesiastico nella Riviera Spezzina*, Regione Liguria, Genova, pp. 101-112.
- MAGNANI L. (2004), *Distanza e continuità in un tentativo di ricerca. Santuario, immagine, devozione*, in S. Barillari (a cura di), *Religiosità e culture. Segni e percorsi della devozione popolare*, Edizioni dell'Orso, Alessandria, pp. 33-43.
- MAGNANI L. (2021), *Santuari mariani tra fede e politica in età moderna: un itinerario di studi nel patrimonio culturale ligure*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma 2021, pp. 47-64.
- MANZITTI A. (2018), *Il manichino di grandi dimensioni*, in D. Sanguineti (a cura di), *Maraglianeschi. La grande scuola di Anton Maria Maragliano*, Sagep, Genova, pp. 107-115.
- MERIANA G. (1993), *La Liguria dei Santuari*, Sagep, Genova.

- MERIANA G. (1995), *Pittura votiva in Liguria*, Sagep, Genova.
- OLCESE T. (1902), *Discorso sulla S. Spina venerata nella Parrocchiale di Megli*, s.e., Recco.
- OTRANTO G. (2014), *Aspetti del vissuto cristiano e tipologia dei santuari fra tarda antichità ed epoca moderna: la storia di una ricerca*, in L. Carnevale, C. Cremonesi (a cura di), *Spazi e percorsi di una ricerca. I santuari, le vie, i corpi*, Libreria Universitaria, Padova, pp. 45-61.
- PALEOTTI G. (1582), *Discorso intorno alle immagini sacre et profane*, s.e., Bologna.
- PAOLOCCI C. (2002), *I Santuari della Liguria*, in G. Cracco (a cura di), *Per una storia dei santuari cristiani d'Italia: approcci regionali*, Il Mulino, Bologna, pp. 115-129.
- PITTO A. (1872), *La Liguria Mariana ossia del culto e della protezione di Maria SS. nella Liguria. I Santuari della Riviera Orientale*, Tipografia della Gioventù, Genova.
- PORTÚS J. (2009), *The Holy Depicting the Holy. Social and Aesthetic Issues*, in R. Kasl (a cura di), *Sacred Spain: art and belief in the Spanish world*, catalogo della mostra (Indianapolis), Indianapolis Museum of Art, New Haven, pp. 37-53.
- RECH G. (2011), *I santuari e i pellegrinaggi*, in *Cristiani d'Italia. Chiese, società, Stato, 1861-2011*, Istituto Treccani, Roma, pp. 449-459.
- RECH G. (2017), *I santuari mariani. Sacro e fenomenologia del radicamento della pietà mariana*, in S.M. Maggiani, A. Mazzella (a cura di), *Maria e il Sacro: forme, luoghi, contesti*, Marianum, Roma, pp. 101-131.
- REMONDINI A. e M. (1886), *Parrocchie dell'Archidiocesi di Genova Notizie Storico-Ecclesiastiche*, Regione Seconda: *Riviera di Levante coi vicariati di Albaro, Nervi e Sori*, Tipografia delle Letture Cattoliche, Genova.
- REMONDINI A. e M. (1887), *Parrocchie dell'Archidiocesi di Genova Notizie Storico-Ecclesiastiche*, Regione Terza: *Promontorio di Portofino coi vicariati di Recco, Camogli, Portofino e S. Margherita*, Tipografia delle Letture Cattoliche, Genova.
- SAND A. (2010), *Vindictive virgins: animate images and theories of art in some thirteenth-century miracle stories*, «Word & Image», 26/2, pp. 150-159.
- SANGUINETI D. (2019), *Algarði e Genova: percorsi di lettura da Tommaso Orsolino a Filippo Parodi*, in A. Bacchi, A. Nova, L. Simonato (a cura di), *Gli allievi di Algarði*, Officina Libraria, Milano, pp. 139-161.
- SIMONETTI F. (1992), *Ex voto marinari del Santuario di Nostra Signora del Boschetto di Camogli*, Libreria del mare, Genova 1992.
- SIMONETTI F. (1997), *Ex voto del Santuario di Megli. Catalogo*, Sagep, Genova.
- SIMONETTI F. (2002), *Gli ex voto del Santuario di Megli*, in *Liguria svelata. Dieci anni di impegno culturale sul territorio*, Fondazione Carige, Recco, pp. 214-215.
- SIMONETTI F. (2020), *Fede e coraggio. Gli ex voto marinari del Santuario di Nostra Signora del Boschetto di Camogli*, Tormena, Genova.
- STAGNO L. (2016a), *Circolarità di percorsi tra visioni ed immagini: processi di generazione e reciproca validazione. Apparizioni e acheropite in Età Moderna*, in L. Magnani (a

cura di), *Immagine, meditazione, visione*, «Archivio Italiano per la Storia della Pietà», 29, pp. 73-96.

STAGNO L. (2016b), *Embedding Byzantine Icons in Post-Tridentine and Baroque Splendor. Reception and Celebration of Eastern Cult Images in the Republic of Genoa in 16th - 18th Centuries*, «Ikona», 9, pp. 283-298.

STAGNO L. (2021a), *Introduzione*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma 2021, pp. 19-21.

STAGNO L. (2021b), *Strategie di ostensione delle immagini di culto nei santuari liguri: cornici con figure e framing images*, in L. Stagno (a cura di), *Santuari d'Italia. Liguria*, De Luca, Roma 2021, pp. 65-80.

VAUCHEZ A. (2000), *Introduction*, in A. Vauchez (a cura di), *Lieux sacrés, Lieux de culte, Sanctuaires*, École française de Rome, Roma, pp. 1-7.

VENZANO L. (2008), *Il Santuario di Nostra Signora del Boschetto*, Marconi, Genova.

Parole chiave: Golfo Paradiso, santuari, immagini di culto, identità civica.

Keywords: Golfo Paradiso, sanctuaries, cult images, civic identity.

ABSTRACT – The Marian shrines of the Golfo Paradiso – located among the Municipalities of Recco, Sori, and Camogli – constitute significant spiritual centers, in which the cult for sacred, acheropite or thaumaturgic images has initiated the construction of a strong collective identity. However, the image transcends devotional value alone, taking on civic, spiritual, and social cohesion meanings, with a view to a hoped-for role in protecting and safeguarding the territory. The interconnection between cult images and identity factors found particular enhancement following the solemn coronation ceremonies, but it continues to this day with the reiteration of patronal rites and festivals.

RÉSUMÉ – Les sanctuaires mariaux du Golfo Paradiso – situés parmi les municipalités de Recco, Sori et Camogli – constituent d'importants centres spirituels, dans lesquels le culte des images sacrées, acheropites ou thaumaturgiques a initié la construction d'une identité collective forte. Cependant, l'image transcende seule une valeur dévotionnelle, prenant des significations de cohésion civique, spirituelle et sociale, en vue d'un rôle espéré dans la protection et la préservation du territoire. L'interconnexion entre les images culturelles et les facteurs identitaires a connu une valorisation particulière à la suite des cérémonies de couronnement solennelles, mais elle se poursuit à ce jour avec la réitération des rites et des festivals patronaux.

ZUSAMMENFASSUNG – Die Marienheiligtümer des Golfo Paradiso, die sich in den Gemeinden Recco, Sori und Camogli befinden, stellen bedeutende spirituelle Zentren dar, in denen der Kult um heilige, acheropitische oder thaumaturgische Bilder den Aufbau einer starken kollektiven Identität initiiert hat. Das Bild geht jedoch über den reinen Andachtswert hinaus und erhält eine bürgerliche, spirituelle und den sozialen Zusammenhalt fördernde Bedeutung im Hinblick auf eine erhoffte Rolle beim Schutz

und der Sicherung des Territoriums. Die Verbindung zwischen Kultbildern und Identitätsfaktoren erfuhr nach den feierlichen Krönungszeremonien eine besondere Verstärkung, setzt sich aber bis heute durch die Wiederholung von Patronatsriten und Feste.

RESUMEN – Los santuarios marianos del Golfo Paradiso, ubicados entre los municipios de Recco, Sori y Camogli, constituyen centros espirituales significativos, en los cuales el culto a imágenes sagradas, acheropitas o taumatúrgicas inició la construcción de una fuerte identidad colectiva. Sin embargo, la imagen trasciende solo el valor devocional, adquiriendo significados de cohesión cívica, espiritual y social, con la perspectiva de desempeñar un papel esperado en la protección y salvaguarda del territorio. La interconexión entre las imágenes del culto y los factores de identidad experimentó un aumento particular tras las solemnes ceremonias de coronación, pero continúa hasta el día de hoy con la reiteración de ritos y festivales patronales.

PIETRO BUATIER DE MONGEOT*, EDOARDO TESTA**

Divulgare l'immagine di un territorio all'epoca dei *social network*: il caso del Golfo Paradiso

Disclosing the image of an area in the age of social networks: the Golfo Paradiso case

Introduzione

I *social network* stanno rivoluzionando il mondo della comunicazione. Le modalità di fruizione turistica del territorio sono particolarmente interessate da questi mutamenti, non solo tecnologici ma anche e soprattutto culturali.

È, quindi, necessaria una comprensione preliminare del funzionamento e dei numeri di queste piattaforme, per poter, poi, analizzare il loro impatto su fenomeni come il così detto *overtourism* e la mercificazione del paesaggio.

Un antidoto allo sviluppo di tali fenomeni è l'utilizzo consapevole di strumenti quali lo *storytelling*, il "tono di voce" e l'immagine coordinata. Attraverso una loro corretta combinazione è possibile costruire modelli di *branding* territoriale innovativi e sostenibili, capaci di mediare tra le esigenze di una località o di un'area geografica e i desiderata di chi ha intenzione di visitarla.

Alcuni progetti sviluppati in ambito ligure saranno utili a capire quali siano le potenzialità narrative delle piattaforme *social* e come, se usate in maniera consapevole, queste siano un ambiente perfetto per proporre una virtuosa visione di divulgazione territoriale.

Il Golfo Paradiso è un caso emblematico di quali siano le opportunità e le minacce rappresentate dal turismo contemporaneo. Individuarle è un esercizio utile per provare a impostare un lavoro di sana promozione del territorio.

* Pietro Buatier de Mongeot, Trip In Your Shoes, pietro.buatier@tripinproduction.com.

** Edoardo Testa, Less Than 30' from Home, edoardo.testa93@gmail.com.

I social network: considerazioni preliminari

Lo scopo della presente analisi è quello di individuare le relazioni tra *social media* ed esperienza turistica, riconoscendone le potenzialità ma mettendone in luce anche le possibili minacce.

Prima di entrare nel merito di questo rapporto, però, occorre analizzare alcuni dati di contesto, per definire il quadro di riferimento entro il quale si iscrivono le dinamiche relative al vasto mondo dei *social network*.

Questi ultimi, ormai, hanno assunto il ruolo di agente massificante; capaci di veicolare valori, immagini, opportunità di valorizzazione, ma anche di generare pregiudizi culturali e *bias* cognitivi.

Preciando, per il momento, dalla variabile qualitativa, cioè dalle modalità con cui questi strumenti vengono utilizzati, è necessario dare atto dell'impatto quantitativo che essi hanno raggiunto, in termini di utenza, di accessi quotidiani e di tempo trascorso sulle piattaforme da parte degli utenti.

In primis: cosa si intende per *social network*? Si può considerare, in termini generali, la definizione proposta dal dizionario online dell'Istituto Treccani:

Con l'espressione *social network* si identifica un servizio informatico *on-line* che permette la realizzazione di reti sociali virtuali. Si tratta di siti *internet* o tecnologie che consentono agli utenti di condividere contenuti testuali, immagini, video e audio e di interagire tra loro. Generalmente i *social network* prevedono una registrazione mediante la creazione di un profilo personale protetto da *password* e la possibilità di effettuare ricerche nel *database* della struttura informatica per localizzare altri utenti e organizzarli in gruppi e liste di contatti (<https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network>).

I *social network*, attualmente, rappresentano uno strumento utilizzato in maniera massiva a livello globale. Secondo i dati emersi dal *Digital 2022: Global overview report* (Kemp, 2022), realizzato in collaborazione da HotSuite e We Are Social, i numeri evidenziano soglie ampiamente superiori al miliardo di utenti attivi.

Nello specifico, le cifre rilevate per le prime sei piattaforme *social* al mondo sono: Facebook con 2,9 miliardi di utenti attivi; Youtube con 2,5 miliardi; Whatsapp con 2 miliardi; Instagram con 1,4 miliardi; Wechat con 1,2 miliardi; TikTok con 1 miliardo. Per utente attivo si intende colui che, nel mese precedente rispetto alla rilevazione, abbia effettuato almeno un accesso sul proprio profilo *social*. Analizzando ulteriori metriche risulta, inoltre, che la gran parte degli utenti attivi frequenta giornalmente tali piattaforme. Interessante, in tal senso, osservare quante siano le ore mensili trascorse in media su Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram e Tik Tok. Di seguito i dati in questione: 23,7 ore al mese trascorse su Youtube; 19,6 ore su Facebook; 19,6 ore su TikTok; 18,6 ore su Whatsapp; 11,2 ore su Instagram.

L'ultimo elemento da considerare è quello relativo al progressivo aumento dei dispositivi mobili su scala planetaria. Allo stato attuale, oltre il 67% della popolazione mondiale possiede un *device* mobile, per un totale di circa 5,3 miliardi di unità. Tale dato è in costante aumento.

I *social network*, pensati precipuamente per essere fruiti da tali dispositivi, trovano in essi il loro picco di utilizzo e le loro massime potenzialità, anche dal punto di vista tecnico. Va da sé, quindi, che le due curve di utilizzo crescano parallelamente.

Alla luce di queste considerazioni preliminari, si può procedere ad approfondire l'impatto che queste nuove tecnologie comunicative hanno sulla fruizione turistica e sulla percezione del territorio.

Esperienza turistica, social network e overtourism

L'esperienza turistica ha subito una graduale evoluzione nel corso degli ultimi decenni, sempre più influenzata dalle nuove tecnologie.

Dai *media* tradizionali su scala locale come principale veicolo della proposta turistica, si è passati a un sistema globale fortemente interconnesso, nel quale, a svolgere un ruolo predominante, sono la rete e, in particolare, i *social network*.

La globalizzazione dei flussi di persone e di informazioni e l'aumento esponenziale degli utenti registrati a queste piattaforme hanno portato a un radicale mutamento del valore attribuito al viaggio e alla sua progettazione.

Questo nuovo assetto avvicina le dinamiche di domanda e offerta in ambito turistico.

Colui che un tempo fruiva in maniera passiva delle informazioni necessarie per i propri spostamenti, attualmente è portato a condividerne le implicazioni con la propria *community*. Il turista, in una *nuance* più o meno sfumata, può dunque trasformarsi in un vero e proprio attore del complesso sistema di promozione territoriale dei luoghi che visita o che ha intenzione di visitare.

Attraverso i *social media*, chiunque può fruire di e, potenzialmente, creare contenuti afferenti all'area di interesse "turismo, viaggi e vacanze". Le scelte inerenti alle destinazioni di viaggio ne risultano con ciò fortemente influenzate.

In base alle preferenze degli utenti, quindi, alcune località possono acquisire maggiore visibilità e menzioni più numerose sui canali *social*, innescando un meccanismo di crescita reciproca: "Più menzioni: più visibilità. Più visibilità: più menzioni".

Questa proporzionalità diretta va analizzata con attenzione, poiché rischia di produrre non solo benefici ma anche esternalità negative. Tra le altre: flussi turistici troppo densi, alto impatto ambientale, scarsa cultura del viaggio.

Esistono molteplici variabili capaci di rendere un territorio attraente agli occhi dei consumatori e, di conseguenza, più esposto online: buoni collegamenti; servizi funzionanti; adeguata offerta turistica; buon lavoro di comunicazione da parte degli enti preposti; produzione di immagini favorite dagli algoritmi.

Tale sovraesposizione mediatica però può produrre, come anticipato, anche effetti ampiamente negativi.

A questo proposito, vale la pena di approfondire il concetto di *overtourism*. Con ciò si intende, latamente, il progressivo incremento della domanda e dell'offerta turistica in alcune specifiche aree geografiche o località e le sue conseguenze.

Benché si discuta del rapporto tra turismo e sostenibilità fin dalla metà degli anni Sessanta, solo di recente, in un contesto rivoluzionato dai flussi globali, questo fenomeno, ormai emergenziale, ha ricevuto attenzione e studi specifici.

Una prima definizione di *overtourism* si deve al lavoro di Rafat Ali, amministratore delegato di Skift (ente fornitore di ricerche di mercato e servizi di *marketing* connessi all'industria dei viaggi), che in un suo articolo del 2016 fornisce una parziale concettualizzazione del termine:

Stiamo coniando un nuovo termine, "Overtourism", come nuovo costrutto per guardare ai potenziali rischi per le destinazioni popolari di tutto il mondo, poiché le forze dinamiche che alimentano il turismo spesso infliggono conseguenze negative inevitabili se non gestite correttamente. In alcuni Paesi, ciò può portare a un declino del turismo, poiché non viene mai creato un quadro sostenibile per far fronte agli effetti economici, ambientali e socioculturali dello stesso. Anche l'impatto sui residenti locali non va sottovalutato. Mentre il mondo si avvia verso i due miliardi di viaggiatori nei prossimi anni, i Paesi e le loro infrastrutture sono pronti a gestire questi afflussi? Le persone e le loro culture sono abbastanza resistenti da sopportare queste ondate di turismo eccessivo? (Ali, 2018, s.p.)

Successivamente, nell'ambito di un dibattito che si è acceso a livello internazionale, non solo sul piano accademico, è stata la stessa Organizzazione Mondiale del Turismo, nel 2019, a definire ulteriormente il sovraccarico turistico, connotandolo univocamente in maniera deteriorante: l'impatto del turismo su una destinazione, o parti di essa, che influenza eccessivamente e in modo negativo la qualità della vita percepita dei cittadini e/o la qualità delle esperienze dei visitatori (UNTWO, 2019).

Le dinamiche di *overtourism* si registrano non solo nelle aree urbane, ma anche e soprattutto nei contesti naturali, generando in entrambi i casi un forte stress strutturale sui luoghi che le subiscono.

Una comunicazione non pianificata e un *marketing* territoriale incurante delle specificità dei territori da promuovere rappresentano un volano decisivo per questi fenomeni di sovraccarico.

In questo quadro, i *social network* rischiano di essere un potenziale amplificatore e, in effetti, esistono casi in cui questo rapporto causale è verificabile e verificato.

Basti pensare all'isola di Santorini in Grecia, uno dei luoghi più "virali" del mondo, o, per citare alcuni esempi italiani, le città d'arte e in particolare Venezia e Firenze. Per quanto concerne la Liguria, le Cinque Terre incarnano uno dei casi studio più frequentemente citati dalla letteratura di settore.

Pertanto, è urgente e necessario costruire nuovi paradigmi di promozione territoriale e valorizzazione turistica che siano, in *nuce*, sostenibili, capaci sì di aumentare l'appetibilità di un territorio, ma senza che quest'ultimo venga progressivamente fagocitato dalle masse di visitatori.

Il valore dell'immagine e il branding territoriale

Un ruolo fondamentale viene svolto dai *player* territoriali, che attraverso gli strumenti di cui si è trattato in precedenza, possono decidere di raccontarsi facendo affidamento su una serie di attori comunicativi diversi. Dunque, è necessario chiedersi chi siano questi soggetti, come lavorino e quale sia il valore aggiunto che essi conferiscono all'area di cui si occupano.

Vanno menzionati, in primo luogo, i canali ufficiali di promozione turistica, che possono rappresentare gli enti locali e territoriali o strutture connesse a essi. Inoltre, è importante prendere in considerazione coloro che gestiscono la comunicazione degli esercenti, per esempio nel campo della ricezione turistica o della ristorazione. Infine, non si può trascurare il variegato mondo dei c.d. *content creator* (*travel blogger, local influencer, vip*).

Tutti questi soggetti sono contraddistinti da stili e modalità comunicative differenti, che possono risultare più o meno efficaci a seconda dei messaggi specifici che si vogliono trasmettere al pubblico. Esistono, però, alcuni fattori comuni da prendere in considerazione. L'elemento cardine è la scelta dello *storytelling*, definito dall'Istituto Treccani come: «affabulazione, arte di scrivere o raccontare storie catturando l'attenzione e l'interesse del pubblico» (<https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network>).

Gran parte delle conseguenze, positive o negative, legate al racconto di un luogo e delle sue peculiarità, sono dovute a un buono o cattivo sviluppo di questo strumento comunicativo. Uno *storytelling*, per funzionare al meglio, ha la necessità di essere accompagnato da un "tono di voce" distintivo, ovvero da un insieme di elementi stilistici, linguistici, lessicali e semantici che definiscono il modo in cui un *brand* o un territorio esprimono sé stessi.

A complicare questo sistema, le immagini. Da sempre, e tanto più in una società come la nostra, l'elemento figurativo svolge un ruolo di primaria importanza. Le relazioni che intercorrono tra *storytelling* e immagine, infatti,

creano reti complesse di significati, che necessitano di essere gestite in dipendenza le une dalle altre.

L'obiettivo è raggiungere un'immagine coordinata che sia, dunque, coerente in stile, colori e forme e che concorra a costruire un'efficace comunicazione visiva, fondamentale per il rafforzamento dell'identità di un luogo.

Tutti questi elementi contribuiscono alla costituzione di un *brand*; si tratta di uno strumento di *marketing* estremamente potente a livello comunicativo, in grado di veicolare l'immagine di un prodotto o di un servizio. Un *brand* può demistificare, educare, informare e intrattenere; è quindi un asset strategico dall'elevato valore economico, poiché il suo scopo è quello di esprimere una visione, capace di conquistare la fiducia e la fedeltà delle persone, con ciò generando *income*.

È evidente che un simile modello miri a svolgere un ruolo di influenza, ed è proprio questo il significato dell'attività di *branding*. Con questo processo è possibile orientare il percorso decisionale dei consumatori.

In tal senso, le politiche di promozione e *branding* territoriali, soprattutto per mezzo dello *storytelling*, devono riuscire a interpretare i bisogni di potenziali investitori, abitanti e visitatori. Questo, però, va fatto tenendo necessariamente in considerazione l'elemento spaziale, la forza della componente geografica, le caratteristiche di un territorio e le sue necessità.

Il rischio, infatti, è che un utilizzo sbagliato degli strumenti comunicativi di cui sopra generi visioni distorte della realtà negli utenti che fruiscono dei contenuti turistici.

Ne possono, perciò, derivare pericolosi stereotipi, che molto spesso, una volta sedimentati nella collettività, sono difficili da eradicare, e che rappresentano la principale causa di fenomeni di sovraesposizione (vedi *overtourism*) oppure di dinamiche di sottoesposizione, altrettanto dannose per i territori coinvolti e i relativi tessuti economico-sociali.

Al contrario, una narrazione consapevole e un uso responsabile dei mezzi a disposizione, possono creare valore e stimolare opportunità, rilanciando una regione o una località e alimentandone i flussi, regolati, in *nuce*, sulla base delle sue caratteristiche e delle sue possibilità. Così facendo, sarà possibile sviluppare nuovi modelli di *branding* territoriale, che siano sostenibili, durevoli, in una parola: sani.

Due approcci locali al branding territoriale

Negli ultimi anni, molte realtà si sono affermate sui *social network* come promotori di narrazioni territoriali consapevoli, raccontando di luoghi, viaggi ed esperienze turistiche in chiave moderna e innovativa. In particolare, due

esperienze provengono proprio dal contesto ligure; si tratta dei progetti “Less Than 30’ From Home” e “Trip In Your Shoes”

Less Than 30’ From Home

Less Than 30’ From Home: il racconto di un’altra Genova nasce nel 2020 come progetto di comunicazione, con la finalità di costruire una nuova narrazione per Genova. È stata scelta la piattaforma social “Instagram” come veicolo più adatto alle tipologie di racconto proposte.

Il *claim* è: “A meno di mezz’ora da casa esiste un’altra città, fatta di sentieri montani e tradizioni rurali, luoghi selvaggi e storie perdute, mondi vicini eppure lontanissimi.”

In contrapposizione all’immagine turistica dominante, che riduce Genova a limitati e limitanti *topos* narrativi, *Less Than 30’ from Home* ha scelto di avere uno sguardo alternativo, raccontando la ricchezza del suo immediato entroterra e la specificità delle diverse aree orografiche che lo compongono. L’obiettivo è stimolare curiosità e interesse, per suscitare un rinnovato senso di appartenenza verso questi luoghi, spesso ignorati dal *mainstream*.

Il metodo di lavoro con cui i curatori portano avanti il progetto si basa, innanzitutto, sulla ricerca, bibliografica e di campo, che consente di produrre contenuti originali, sia nei testi che nell’immagine, coerenti al *media* in *storytelling* e “tono di voce”, ma senza che questo pregiudichi la profondità della narrazione.

Inoltre, il tentativo è quello di costruire contenuti che descrivano il territorio in maniera realistica, per ciò che è e per ciò che rappresenta, evitando di incappare nel *trend*, troppo spesso comune sui *social network*, di spettacolarizzare e mercificare il paesaggio. Questa tendenza, infatti, come si è potuto constatare in precedenza, è uno dei più grandi rischi per il futuro di molte aree della nostra Regione, del nostro Paese e più in generale per il futuro del concetto stesso di fruizione turistica del territorio.

Nel corso degli ultimi anni la *community* di *Less Than 30’ From Home*, pur riferita ad un ambito territoriale specifico e limitato, è cresciuta notevolmente, partecipando sempre più attivamente alla vita del progetto e dimostrando che, la promozione territoriale, per generare interesse e coinvolgimento, può e deve, anzitutto, partire dai contenuti.

Trip In Your Shoes

Trip In Your Shoes: dalla Liguria al mondo con gli scarponi ai piedi nasce nell’estate del 2014 come canale *blog*, per raccontare un cammino lungo la dorsale appenninica, dalla Liguria all’Abruzzo. L’approccio e i mezzi tecnici utilizzati all’epoca erano sensibilmente diversi rispetto a quelli disponibili nel

2023, ma la volontà di raccontare e condividere immagini, pensieri e impressioni relative a quell'esperienza funzionarono da potente innesco.

Successivamente, la passione per il trekking diede vita a nuovi itinerari a piedi, compiuti tra Liguria, Piemonte ed Emilia-Romagna. È stato, però, nella primavera del 2017, durante una traversata della Sardegna da Est a Ovest, che è avvenuto un primo salto di qualità in termini di attrezzature fotografiche. L'acquisto di un drone, infatti, ha permesso ai curatori del progetto di iniziare a raccontare i luoghi esplorati con nuove modalità (Fig. 1). Parallelamente, si è avviato un percorso di crescita nell'ambito della fotografia *outdoor*, del montaggio video e della post-produzione, così da poter realizzare contenuti multimediali completi.

Al cammino in Sardegna si accompagnarono le aperture delle pagine Instagram e Facebook. Da quel momento è iniziato un percorso ricco di tappe, tentativi, successi ed errori che, in circa due anni, ha reso la passione per i viaggi e i cammini in una professione. Trip In Your Shoes, soprattutto nella sua fase iniziale, ha cercato di trasformare il viaggio lento, compiuto prettamente a piedi, in un valore comunicativo. Con ciò comprendendo che l'interesse per *trekking* e *hiking* non fosse soltanto un elemento di nicchia, ma che anzi decine, centinaia, migliaia di persone volevano abbracciarlo.

Successivamente, grazie al progressivo miglioramento delle attrezzature fotografiche e della qualità di scatti e riprese, sono iniziate collaborazioni professionali con partner internazionali. Oltre a varie produzioni commerciali, ciò che è particolarmente rilevante sono i progetti portati avanti da Trip In Your Shoes nel settore dello sviluppo turistico. Tra il 2018 e il 2020 infatti, sono stati raccontati attraverso la macchina fotografica e i vari canali *social* molti luoghi: dai villaggi di pescatori norvegesi al deserto Rub' al-Khali, in Arabia Saudita; dalle isole dell'arcipelago delle Faroe ai paesaggi privi di infrastrutture del Kirghizistan, in Asia centrale. Poi, con l'arrivo della pandemia di covid-19 si è aperta una fase di rottura e allo stesso tempo di profondo svelamento. La necessità di tornare a investire maggiore tempo ed energie sul territorio locale, ha trovato in quel momento nuova linfa.

Come tutto questo ha a che fare con il Golfo Paradiso?

Il Golfo Paradiso rappresenta un caso emblematico rispetto alle tematiche di cui si è dato fin qui conto.

Se da un lato, infatti, molte località, in specie collinari, hanno mantenuto la propria identità a scapito dell'attrattiva turistica, dall'altro, in specie lungo la costa, sono già presenti alcune situazioni a forte rischio di *overtourism*. Basti pensare al borgo di Camogli e alla baia di San Fruttuoso, ad esso connessa dai servizi di collegamento marittimo.

Fig. 1. Escursionisti sul Monte Toraggio (Alpi Liguri) ripresi col drone



Fonte: L. Chiurchi.

Proporre narrazioni alternative e innovative per il territorio del Golfo, soprattutto nell'ambito dei *social media*, rappresenta parte della soluzione alle sue problematiche. Una comunicazione cucita sulle esigenze di chi vive questo territorio aiuterebbe ad autoregolare i flussi che lo investono, contestualmente educando, a monte, i turisti alla fruizione consapevole dei luoghi che intendono visitare.

Di seguito, si elencheranno, quindi, alcune proposte concrete per sviluppare narrazioni nuove per il Golfo Paradiso, nel solco della sostenibilità.

Innanzitutto, è necessario raccontare le specificità dei singoli Comuni che compongono il territorio del Golfo, dei borghi, delle frazioni e delle loro caratteristiche fisico-ambientali; connotando con ciò le identità specifiche di ogni singola località, le sue tradizioni e la sua storia. Ogni luogo, naturalmente, va inserito nel contesto di ciò che lo circonda ma, allo stesso tempo, va considerato autonomamente, evitando una trattazione che sia unicamente ancillare rispetto alle località più famose, attrattive o potenzialmente ricettive del Golfo. Un atteggiamento di questo tipo eviterebbe la concentrazione dei visitatori nei luoghi più conosciuti, garantendo, invece, un maggiore interesse anche per tutti quelli erroneamente considerati minori o di nicchia.

Un altro elemento imprescindibile è quello della complementarità tra costa ed entroterra. In particolare, nel caso di specie, tra il Golfo Paradiso e la Val Fontanabuona, aree limitrofe da sempre dipendenti l'una dall'altra. L'obiettivo dovrebbe essere quello di valorizzare queste connessioni, costruendo sinergie e progetti comunicativi comuni. Con ciò stimolando nel visitatore il desiderio di vivere un'esperienza multilocata, che sia essa di natura prettamente turistica, oppure escursionistica, culturale o enogastronomica.

Infine, esistono aree, come quella della così detta Montagna di Fascia (Moreno, 1990) che, pur essendo sconosciute ai più, rappresentano in realtà una grande opportunità, specialmente dal punto di vista escursionistico.

Quest'area collinare, che si estende dalle alture di Nervi fino a Sori, offre caratteristiche uniche, sia dal punto di vista ambientale ed ecosistemico, sia da quello storico-rurale. Raccontare e progettare l'utilizzo di questi luoghi aiuterebbe, ad esempio, ad alleggerire il carico che insiste sul Promontorio di Portofino. I fruitori della rete escursionistica locale potrebbero, così, apprezzare al meglio la tridimensionalità del territorio del Golfo, attraversando località spesso ignorate dalla massa, che ne potrebbero a loro volta beneficiare sotto il profilo socioeconomico.

Tutte queste proposte si muovono nella direzione di una auspicabile redistribuzione dei flussi, da realizzarsi prima che il problema della concentrazione turistica incontrollata divenga patologico, come accade, senza andare troppo distanti, nel territorio delle Cinque Terre.

In conclusione, dunque, una comunicazione e una buona promozione territoriale sono elementi necessari al benessere di un territorio ma pur tuttavia non sufficienti. È chiaro quanta importanza rivesta l'elemento politico. Le strategie infrastrutturali, la gestione della mobilità, le linee di indirizzo riguardanti la tutela dell'ambiente sono tutti elementi che trascendono le tematiche specifiche di questa trattazione, ma che ne risultano indissolubilmente connesse.

Riferimenti bibliografici

- ALI R. (2018), *The Genesis of Overtourism. Why we came up with the term and what's happened since*, «Skift», <<https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).
- GÖSSLING S., OKLEVIK O., HALL C. M., JACOBSEN J. K. S., GRØTTE I. P., MCCABE S. (2019), *Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: a case study of activities in Fjord Norway*, «Journal of Sustainable Tourism», 27,12, pp.1804-1824.
- KEMP S. (2022), *Digital 2022: Global Overview Report* <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).
- LOWREY A. (2019). *Too Many People Want to Travel*, «The Atlantic», <<https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/06/crowds-tourists-are-ruining-popular-destinations/590767/>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).
- MORENO D. (1990), *Dal documento al terreno. Storia e archeologia dei sistemi agro-silvo-pastorali*, Il Mulino, Bologna.
- PETER K., CHEN Y., KAPLAN A. M., OGNIBENI B., PAUWELS, K. (2013), *Social media metrics – A framework and guidelines for managing social media*, «Journal of interactive marketing», 27, 4, pp. 281-298.
- UNWTO (2018), *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, <<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420070>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).

Parole chiave: Overtourism, branding, storytelling, social network, comunicazione
Keywords: Overtourism, branding, storytelling, social network, communication

ABSTRACT – Developing the positive narrative of a locality, that is, one that has positive influences for the socio-economic balances and peculiarities of its environment, is not easy. It requires the conscious use of certain tools pertaining to territorial branding, such as storytelling and coordinated image. Social networks represent the main vehicle for building such a narrative. In this paper, the main features of these media, possible threats and opportunities are analyzed. To conclude, the Golfo Paradiso case.

RÉSUMÉ - Développer le récit positif d'une localité, c'est-à-dire ayant des influences positives pour les équilibres socio-économiques et pour les particularités de son environnement, n'est pas simple. Cela nécessite l'utilisation consciente de certains outils liés à l'image de marque territoriale, tels que le *storytelling* et l'image coordonnée. Les *réseaux sociaux* représentent le principal véhicule pour la construction d'une telle histoire. Dans cet ouvrage, nous en analysons les principales caractéristiques, les menaces possibles et les opportunités. En conclusion, le cas du Golfo Paradiso.

ZUSAMMENFASSUNG – Die Entwicklung eines positiven Narrativs für einen Standort, das sich positiv auf das sozioökonomische Gleichgewicht und die Merkmale seiner Umgebung auswirkt, ist nicht einfach. Es erfordert den bewussten Einsatz einiger typischer Instrumente des *territorialen Brandings*, wie *Storytelling* und Corporate Image. *Soziale Netzwerke* sind das wichtigste Instrument für die Schaffung eines solchen Prozesses. In diesem Beitrag werden ihre wichtigsten Merkmale, mögliche Gefahren und Chancen analysiert. Abschließend wird der Fall des Golfo Paradiso dargestellt.

RESUMEN – Desarrollar una narrativa positiva de una localidad, es decir, que influya positivamente en el equilibrio socioeconómico y las peculiaridades de su entorno, no es fácil. Requiere el uso consciente de ciertas herramientas relacionadas con la marca territorial, como el *storytelling* y la imagen coordinada. Las *social network* representan el principal vehículo para la construcción de dicha narrativa. Este documento analiza sus principales características, posibles amenazas y oportunidades. Para concluir, el caso del Golfo Paradiso.

ALBERTO GIRANI*

Immagine del Golfo Paradiso nella storia recente

Image of Golfo Paradiso in recent history

Immagine del Golfo Paradiso nella storia recente

Premesso che le immagini sono schemi mentali organizzati gerarchicamente nella mente (Nejad, Winsler, 2000) e che il mondo sia nella mente delle persone una rappresentazione psicologica e distorta della realtà oggettiva (Myers, 1968), le immagini territoriali sono la forma visiva di un prodotto che non è solo il territorio o la città nella sua forma amministrativa, ma l'insieme di tutte le risorse e i valori che ne determinano la distinzione, la riconoscibilità rispetto agli altri territori.

Perciò si parla di immagini che a partire dalla pura osservazione fisica, associano valori sociali e culturali; quindi, non solo dello spazio fisico e delle componenti visive e simboliche collegate agli aspetti materiali (strade, monumenti, edifici, coltivi e più in genere paesaggi) ma anche i processi delle forme immateriali, delle percezioni e delle interpretazioni relative alle abitudini che regolano la vita degli abitanti, delle immagini e degli stereotipi territoriali in continua evoluzione nel tempo e nello spazio. Infatti, come afferma Barthes (1986) esistono due livelli di costruzione e di riconoscimento del significato delle immagini. Il primo è quello in cui riconosciamo certe configurazioni visive come rappresentazione degli oggetti (denotazione: questa è focaccia al formaggio) il secondo è quello che fa in modo che a questi oggetti venga attribuito un ulteriore significato (connotazione: la focaccia al formaggio rappresenta Recco, la buona cucina, le tradizioni locali).

Estendendo al territorio il ragionamento che Graham (2002) applica al contesto urbano, esiste una immagine "interna" del territorio percepita e riprodotta dagli attori locali, che fanno coincidere le loro identità geografiche

* Professore a contratto presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università di Genova, alberto.girani@unige.it.

con quel particolare luogo e una ‘esterna’ di coloro che sono più o meno estranei alla vita locale, ai suoi simboli, ai suoi valori. Un “luogo” che non è uno “spazio” grazie alla relazione che si instaura tra lo spazio fisico e le persone (sia come individui che come gruppi); in altri termini, uno spazio che diventa luogo in quanto collegato alle persone (Casey, 2001a, b).

Il Golfo Paradiso individua il tratto di Riviera ligure che va dall’estremità orientale del comune di Genova fino al promontorio di Portofino, un neotoponimo assunto a partire dalla seconda metà del Novecento, per motivi di *marketing* turistico (Brocada, 2023), ad integrazione si aggiunge che il Paradiso indica, almeno a partire da un atto notarile di inizio Novecento, un belvedere panoramico del Promontorio di Portofino, acquistato al tempo da Sebastiano Gaggini per costruirvi, a servizio dell’Hotel Portofino Kulm, una casa, chiamata lo “*chalet svizzero*”, dove si fermavano gli ospiti dell’albergo in visita sul Monte di Portofino per ristorarsi e osservare il panorama del golfo, utilizzando un cannocchiale e un telemetro¹ (Fig. 1).

Comunicare un luogo, come nel caso in questione del Golfo Paradiso, presuppone il cercare di riflettere e integrare l’immagine di una destinazione con le sue molteplici identità: immagine e identità che si influenzano reciprocamente in un gioco di scambio continuo, avendo presente che non si può identificare e descrivere in modo conveniente un luogo o un territorio se non rispetto a modelli conosciuti, situandoli attraverso e all’interno delle figure che essi formano (Brunet, 2003).

L’identità territoriale, in questo senso, innesca un senso di appartenenza e autorappresentazione dei gruppi e delle comunità al territorio che va quindi inteso come significazione, “attribuzione di senso”, da esplicitarsi attraverso l’espressione di valori, che possono essere economici, culturali e ambientali e morali (Antonelli et al., 2003) e che rendono un territorio espressione di tali valori e senso del luogo (Magnaghi, 2003).

In base alle caratteristiche culturali e sociodemografiche, le persone hanno bisogni, interessi, inclinazioni e motivazioni diverse, che interferiscono su ciò che decidono di vedere, ascoltare, leggere e a cui prestano attenzione. Gruppi e persone diverse producono e si identificano in immagini differenti visto che i fenomeni mentali sono altamente soggettivi. Tale considerazione è stata da stimolo ad una indagine sull’immagine del Golfo Paradiso e sulle rappresentazioni dei luoghi, come fattori sia di coesione sociale, che di capacità di *marketing* territoriale.

Con un gruppo di cittadini locali ed esterni, tra i quali alcuni ricercatori di diverse discipline, abbiamo avviato in questi ultimi tre anni, attraverso una

¹ Parco Regionale Naturale di Portofino, <www.parcoportofino.it> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).

Fig. 1. Il cannocchiale dell'Hotel Portofino Kulm, 1908



Fonte: Agenzia Bozzo (<http://www.agenziabozzo.it/Ita/Camogli_Ieri.shtm>, ultimo accesso 28 febbraio 2024)

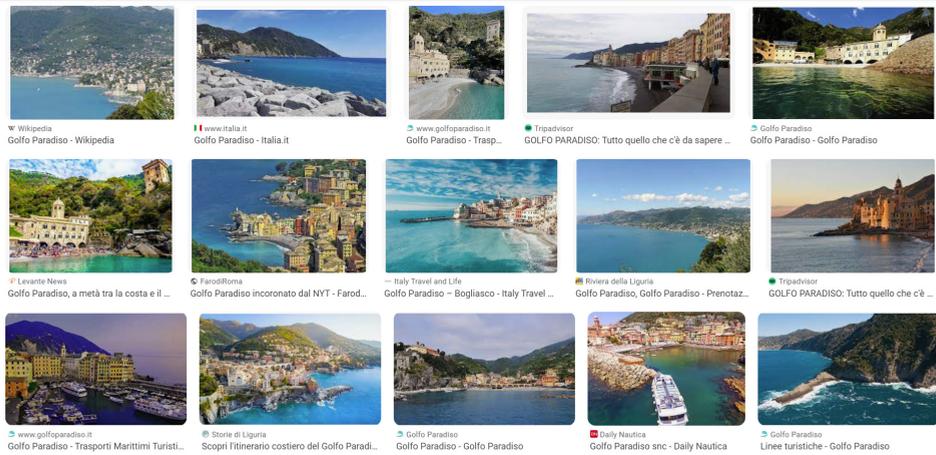
serie di convegni, una riflessione sul Golfo Paradiso, constatando come l'attuale immagine del comprensorio sia in una costante evoluzione e, a causa di una serie di utilizzi contraddittori della stessa e dei contesti amministrativi sia indebolita e profondamente distaccata dalle intenzioni unitarie originali, che vengono interpretate oggi nel sito della Pro Loco di Recco² con la seguente affermazione: «La visione del nostro Golfo, con uno splendido tramonto, fece esclamare a qualcuno innamorato di tanta bellezza, “Questo è il Golfo Paradiso” a testimonianza della mancanza di continuità con il progetto di valorizzazione territoriale originario».

Ad una prima indagine basica effettuata ricercando su Google “Golfo Paradiso” e scorrendo le immagini per una prima elementare valutazione si è incontrata inizialmente la seguente schermata (Fig. 2).

Le prime cinque immagini mostrano rispettivamente due visioni dall'alto del Golfo, due immagini di San Fruttuoso di Camogli (rappresentato anche più avanti) e una di Camogli. Seguono altre foto di Camogli, Nervi, Bogliasco e anche una di Monterosso al Mare.

² Proloco di Recco, <www.prolocorecco.it> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).

Fig. 2. I risultati della ricerca “Golfo Paradiso” sul motore di ricerca Google (effettuata l’8 marzo 2024)



Fonte: elaborazione dell'autore.

Questa mescolanza impropria, geograficamente ma non solo, dipende dal fatto che le immagini sono indicizzate anche attraverso la promozione effettuata da una Azienda di Trasporti Marittimi Turistici, con sede in Camogli, a nome “Golfo Paradiso – Trasporti Marittimi Turistici” che veicola le mete dei collegamenti di linea con altre località, ovviamente borghi costieri e il cui sito (<www.golfoparadiso.it>, ultimo accesso 28 febbraio 2024) è quello che per primo compare digitando “Golfo Paradiso” in una ricerca su Google.

Effettuando quella ricerca i siti legati alle istituzioni locali compaiono solo nelle pagine più interne e dopo una attenta e finalizzata ricerca.

Il più rilevante è quello dell’Unione dei Comuni del Golfo Paradiso (<www.unionecomunigolfoparadiso.ge.it>, ultimo accesso 28 febbraio 2024) una realtà amministrativa, oggi in via di scioglimento, che si occupa in prevalenza di aspetti amministrativi e finanziari, pianificazione, protezione civile, polizia, rifiuti e scuola, interessando solo tre (Bogliasco, Pieve Ligure e Sori) dei sette comuni del comprensorio.

Questi comuni assieme ai restanti (Avegno, Camogli, Recco, Uscio) hanno formalmente creato e promosso il brand “Golfo Paradiso - Portofino Vetta” avviando nel 2013 un’operazione di *marketing* di tutto il territorio a seguito di un Protocollo di intesa tra i Comuni interessati costruendo un progetto per la valorizzazione degli aspetti ambientali, naturalistici, culturali, sociali, artistici, artigianali, turistici, gastronomici, commerciali, imprenditoriali del territorio «cercando di mettere a fattor comune le singole eccellenze presenti in ogni Comune».

Le amministrazioni comunali, si dice nel Protocollo, «hanno deciso di creare un marchio (*brand*) Golfo Paradiso - Portofino Vetta che accomuni tutti gli enti aderenti e che metta in evidenza le diverse identità attraverso le quali dare autorevolezza e rafforzare l'immagine di eccellenza delle tradizioni e dei valori del territorio ligure».

Si riteneva potesse essere l'occasione per affermare un Distretto "Golfo Paradiso - Portofino Vetta" per l'innovazione tecnologica, di attività produttive, di commercio, di turismo, di lavoro, partendo dall'analisi sottoscritta che: «non è più possibile pensare solo a se stessi, è necessario fare rete, interagire, collaborare, bisogna costruire un *brand* Golfo Paradiso - Portofino Vetta vincente che unisca le identità di tutti i Comuni del territorio, quindi promuovere e commercializzare il *brand*, costruendo una autorevole rete tra tutti i Comuni, le comunità e tra le molteplici eccellenze presenti sul territorio.»

Il Protocollo ha portato le amministrazioni nel febbraio 2015, attraverso un concorso pubblico, a dotare il territorio di un marchio unico identificativo, nell'intento di utilizzarlo per promuovere le peculiarità, le manifestazioni e le caratteristiche. Al marchio si aggiunse un sito, (<www.golfoparadisoportofinovetta.it>) che riportava come sede il Comune di Sori.

Il sito, oggi non più *on line*, al tempo del Convegno non era mai stato adeguatamente aggiornato, aveva una media di solo 13 visite al mese e forniva un'immagine del territorio obsoleta e parziale, con numerose omissioni ed errori come il citare l'Abbazia di San Fruttuoso e il Cristo degli Abissi quali punti panoramici e indicare come chiuso il Teatro Sociale di Camogli.

Questo nonostante l'amministrazione comunale di Recco in data 12-10-2020, attraverso un comunicato del suo Sindaco Carlo Gandolfo³, avesse proposto un incontro tra amministrazioni locali, Regione Liguria e realtà locali affinché il progetto Golfo Paradiso Portofino Vetta, fosse riavviato con la finalità di accrescere attrattività, visibilità, fruibilità del territorio, valorizzando le identità locali e proponendo azioni congiunte per la promozione del paesaggio e dell'ambiente, del commercio e dei prodotti tipici territoriali, del benessere e dell'enogastronomia, dei beni storici e culturali, delle manifestazioni e degli eventi. Si diceva:

La finalità è inoltre la costruzione di una rete sinergica tra le amministrazioni comunali, imprese ed associazioni del territorio del Golfo Paradiso Portofino Vetta, che dimostrino interesse a partecipare in stretta collaborazione con Regione Liguria e le Associazioni di Categoria.

Il progetto intende incrementare l'interesse di investimenti sul territorio, affinché il Golfo Paradiso-Portofino Vetta diventi una destinazione attrattiva per tutte le stagioni. La rete spingerà in modo virtuoso alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche ed il contesto privato, consentendo un fattivo coordinamento con i portatori di interesse che in esso

³ Comune di Recco, <<https://www.comune.recco.ge.it/>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).

convivono e con gli altri soggetti che, a vario titolo, si occupano di sviluppo territoriale turistico, commerciale, sociale, sportivo.

Recco si pone a capofila di questo nuovo progetto e nei prossimi giorni inviterò tutti i Sindaci a un incontro e confronto diretto, per iniziare a concretizzare la sinergia sulle attività da realizzare a breve.

L'intento era di ripartire dal Protocollo d'Intesa, dal marchio "Golfo Paradiso - Portofino Vetta", da quanto già realizzato, coinvolgendo il territorio, la Regione Liguria ed i nuovi Assessori, la Città Metropolitana, le Associazioni imprenditoriali, con cui realizzare un *master plan* e un opportuno piano di comunicazione e *marketing*, per creare attrattività (#inLIGURIA, ma in particolare #inPARADISO), inoltre come obiettivo a lungo termine sul tavolo si intendeva porre anche la creazione di un Distretto del Turismo enogastronomico, sportivo e delle tradizioni.

Da una parte l'intento amministrativo era finalizzato alla costruzione e attuazione di un piano di *marketing* declinato poi territorialmente nel sito come segue:

- Avegno - Oliveti a due passi dal mare
- Bogliasco - Il paese dei fiori e del surf
- Camogli - Il fascino del borgo di mare e delle antiche tradizioni marinare
- Pieve Ligure - Sul mare, tra mimose e uliveti
- Recco - Sport e gastronomia
- Sori - Le origini di Pablo Picasso
- Uscio - Il paese degli orologi e del benessere

La "magia del Golfo Paradiso" si poteva apprezzare tramite eventi, che al momento non erano in programma al di là del fatto che ciascuna realtà procedesse in maniera non coordinata con i propri programmi.

Analogamente i diversi menù non erano aggiornati, le traduzioni in lingue non funzionanti al pari della mappa.

Il brand Golfo Paradiso voluto dalle istituzioni è risultato fondato su un'immagine trascurata, statica, confusa all'interno del quale i soggetti proponenti si sono mossi in maniera autonoma, scoordinata e discordante, poco professionale e controproducente a partire dalla gestione del sito istituzionale, che appunto nell'estate del 2023 è stato messo off-line, scegliendo al contempo (per dimenticanza?) di eliminare la pagina Facebook, e di rimuovere la disordinata cartellonistica dedicata al brand allestita in alcuni e limitati punti del comprensorio.

Nel Piano Strategico della Città Metropolitana di Genova, approvato il 21 Aprile 2017, il Golfo Paradiso ed i suoi Comuni, sono individuati come un territorio dotato di una unicità, una unicità che non trova riscontro nell'immagine che gli amministratori, le realtà economiche ed imprenditoriali, la maggioranza dei cittadini hanno del territorio e di loro stessi, come testimo-

Fig. 3. Schermata del sito www.golfoparadisoportofinovetta.it (aggiornata al 28 gennaio 2023)



Fonte: elaborazione dell'autore.

nia l'assenza di prodotti turistici dedicati e una trasparenza e coerenza nella gestione delle politiche territoriali attuate.

Ciò evidenzia la mancanza di intenzionalità che contraddistingue le immagini e le rappresentazioni del Golfo Paradiso e l'assenza di un *marketing* territoriale inteso come una pratica consapevole e pianificata di significato e rappresentazione (Firat, Venkatesh, 1993).

Il collante tra l'idea del territorio e la sua riconoscibilità dovrebbe provenire, innanzitutto, dalla creazione di prodotti turistici, che nascono dalla coesione tra risorse, servizi e offerta ricettiva del territorio, commercializzati e supportati da strategie promozionali (orientate alla vendita) e di comunicazione (riguardanti la conoscenza dell'immagine del territorio).

La debole rappresentazione del Golfo Paradiso e la conseguente formazione di immagini attraverso stereotipi, simboli e *brand* banali incide negativamente sul suo sviluppo turistico, culturale, creativo e sociale a fronte di un potenziale tutt'altro che irrilevante e la presenza di realtà economiche e associative importanti ed innovative.

In tal senso si ritiene che approfondire l'immagine storica ed attuale del Golfo Paradiso veicolandola in iniziative pubbliche con il coinvolgimento delle amministrazioni locali, delle associazioni, dei singoli studiosi e produttori di immagini, sarebbe un contributo importante per il miglioramento della coesione sociale e presupposto per un efficace *marketing* territoriale.

Riferimenti bibliografici

- ANTONELLI C., BAGNASCO A., DEMATTEIS G., FERLAINO F., ROSCELLI R., SALVATORI, F., ZANETTO G. (2003), *Discussione: Il territorio come produttore di conoscenze*, in G. Dematteis, F. Ferlaino (a cura di), *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*, IRES Piemonte, Torino, pp. 91-114.
- BARTHES R. (1986), *L'ovvio e l'ottuso*, Einaudi, Torino.
- BROCADA L. (2024), *Il palinsesto paesaggistico del Golfo Paradiso (Genova): fra processi di rinaturalizzazione e amnesia del paesaggio*, in G. Bonini, R. Pazzagli (a cura di), *Paesaggio e viabilità. Quaderni 20 - Scuola di paesaggio Emilio Sereni 2022*, Edizioni Istituto Alcide Cervi, Gattatico, pp. 333-348.
- BRUNET R. (2003), *Per una critica ragionata e razionale della rappresentazione dei territori*, in G. Dematteis, F. Ferlaino (a cura di), *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*, IRES Piemonte, Torino, pp. 67-76.
- CASEY E.S. (2001a), *Between geography and philosophy: what does it mean to be in the place-world?*, «Annals of the Association of American Geographers», 91, 4, pp. 668-693.
- CASEY E.S. (2001b), *On habitus and place: responding to my critics*, «Annals of the Association of American Geographers», 9, 4, pp. 716-723.
- COMUNE DI RECCO, <<https://www.comune.recco.ge.it/>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).
- DEMATTEIS G., FERLAINO F. (a cura di) (2003), *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*, IRES Piemonte, Torino.
- FIRAT A.F., VENKATESH A. (1993), *Postmodernity: The age of marketing*, «International Journal of Research. In Marketing», 10, 3, pp. 227-249.
- GRAHAM B. (2002), *Heritage as knowledge: capital or culture?*, «Urban Studies», 39, 56, pp. 1003-1017.
- MAGNAGHI, A. (2003), *La rappresentazione identitaria del patrimonio territoriale*, in G. Dematteis, F. Ferlaino (a cura di), *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*, IRES Piemonte, Torino, pp. 13-20.
- NEJAD A.I., WINSLER A. (2000), *Bartlett's schema theory and modern accounts of learning and remembering*, «The Journal of Mind and Behavior», 21, 1-2, pp. 5-36.
- PARCO REGIONALE NATURALE DI PORTOFINO, <<http://www.parcoportofino.com>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).
- PROLOCO DI RECCO, <<https://prolocorecco.it/natura/golfo-paradiso>> (ultimo accesso 28 febbraio 2024).

Parole chiave: Golfo Paradiso, immagine, territorio

Keywords: Golfo Paradiso, image, territory

ABSTRACT – This paper, starting from a theoretical analysis of the importance of image in conveying the essence of a territory, dwells on how the image of the Golfo Paradiso has been conveyed in recent years, both at the public and private level, and on the need for the various stakeholders operating in the area to cooperate in a cohesive manner in order to develop effective territorial marketing actions.

RÉSUMÉ – Partant d'une analyse théorique de l'importance de l'image dans la transmission de l'essence d'un territoire, cet article s'attarde sur la manière dont l'image du Golfo Paradiso a été véhiculée ces dernières années, tant au niveau public que privé, et sur la nécessité pour les différents acteurs opérant dans la zone de coopérer de manière cohérente afin de développer des actions de marketing territorial efficaces.

ZUSAMMENFASSUNG – Ausgehend von einer theoretischen Analyse der Bedeutung des Images für die Vermittlung des Wesens eines Gebietes geht es in diesem Beitrag darum, wie das Image des Golfo Paradiso in den letzten Jahren sowohl auf öffentlicher als auch auf privater Ebene vermittelt wurde, und um die Notwendigkeit einer kohärenten Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen in diesem Gebiet tätigen Akteuren im Hinblick auf die Entwicklung wirksamer territorialer Marketingmaßnahmen.

RESUMEN – Partiendo de un análisis teórico de la importancia de la imagen en la transmisión de la esencia de un territorio, este artículo se centra en cómo se ha transmitido la imagen del Golfo Paradiso en los últimos años, tanto a nivel público como privado, y en la necesidad de que las distintas partes interesadas que operan en la zona cooperen de forma cohesiva para desarrollar acciones eficaces de marketing territorial.

NORME DI REDAZIONE PER I COLLABORATORI

1. I lavori dovranno essere originali e inediti e saranno selezionati tenendo conto della loro qualità, usufruendo a tale scopo della collaborazione di consulenti scientifici e di valutatori esterni che, in modo anonimo, decideranno sulla convenienza della pubblicazione e, nel caso, le modifiche che l'autore dovrà includere nel proprio lavoro.

2. All'atto della consegna gli autori dovranno inviare il testo dell'articolo, in formato digitale Word; l'estensione totale dei contributi, incluse note, bibliografia, parole chiave, riassunti e didascalie, non dovrà superare i 30.000 caratteri (spazi inclusi).

3. Gli autori dovranno esplicitare nome, cognome e istituzione di appartenenza. Il titolo e le parole chiave saranno tradotti in inglese. Gli articoli dovranno essere corredati da un riassunto in francese, in inglese, in tedesco e in spagnolo, di lunghezza non superiore ai 500 caratteri (spazi inclusi). Il riassunto in italiano verrà richiesto solo quando l'articolo sia in altra lingua.

4. Le note a piè di pagina, con rimandi in apice senza parentesi, saranno unicamente esplicative. I richiami bibliografici si faranno direttamente tra parentesi nel testo, riportando esclusivamente cognome, anno ed eventuali pagine, come segue: (Ortolani, 1985, pp. 91-103); in presenza di due autori (Cencini, Scarin, 1993, p. 75); se più di due autori (Dematteis *et al.*, 2010, p. 9); se si richiama più di un'opera (Persi, 2006; Rovati, 2012) e nel caso dello stesso autore (Persi, 1996; 1997); per un richiamo identico a quello precedente (*ibidem*); se identico ma con numeri di pagine diversi (*ibidem*, p. 33).

5. La bibliografia finale verrà ordinata secondo l'ordine alfabetico dei cognomi e, per le opere di un medesimo autore, in ordine cronologico. S'inseriranno fino a un massimo di tre autori separati da virgole; oltre questi si citerà il primo seguito da *et al.* I riferimenti bibliografici di un medesimo autore, che coincidano nello stesso anno di edizione, verranno differenziati con una lettera in tondo: 2015a; 2015b; ecc.

Monografie: COGNOME N. (anno), *Titolo*, [x voll./vol. x], editore, luogo.

Articoli in periodici: COGNOME N. (anno), *Titolo*, «Rivista», numero [e anche (fascicolo) se la numerazione delle pagine riprende ogni volta], pagine [oppure: data di pubblicazione se quotidiano].

Contributi in volume o proceedings: COGNOME N. (anno), *Titolo*, in N. Cognome (a cura di), *Titolo* [oppure: *Titolo convegno. Atti X convegno (luogo, anno)*], editore, luogo, pagine.

Le risorse online dovranno seguire gli stessi criteri bibliografici già elencati ai quali andrà aggiunto in coda, racchiuso tra i segni minore e maggiore e in tondo (< >), l'indirizzo URL completo (compreso il protocollo <http://> o <ftp://> ecc.), oppure il doi, seguiti eventualmente dalla data di consultazione:

FLORIDA R. (2002), *The Economic Geography of Talent*, «The Annals of the Association of American Geographers», 92, 4, pp. 743-755, <<http://dx.doi.org/10.1111/1467-8306.00314>>.

6. Nel caso venga inclusa una sitografia finale, le URL (in tondo) dovranno essere sempre precedute dal nome/contenuto del sito o della pagina (in corsivo):

Sezione Territorio del Ministero dell'Interno: <<http://www.interno.gov.it/it/temi/territorio/>>.

7. Le figure (fotografie, grafici, carte) saranno in bianco e nero, numerate progressivamente e dotate di didascalia e fonte; le carte includeranno scala grafica e orientamento; saranno consegnate in file separati (in formato TIF o JPG, PSD, EPS, risoluzione minima 200 dpi), con il suggerimento della loro collocazione. Le tabelle saranno numerate, corredate da titolo e fonte e consegnate, insieme con il testo, in formato Word.

8. In corsivo andranno composti: singole parole (al posto del sottolineato), espressioni in lingue straniere e titoli di opere. Tra virgolette basse (o caporali) andranno le citazioni letterali brevi; quelle oltre le 4 righe saranno precedute e seguite da una riga bianca e composte in corpo minore tondo, senza virgolette. All'interno delle citazioni, le omissioni s'indicheranno con: [...]. Le virgolette alte si utilizzeranno per evidenziare il significato di una parola, in espressioni figurate o gergali, e nei nomi delle riviste o quotidiani.



eum edizioni università di macerata

ISSN 0392-8713

ISBN 978-88-6056-907-3



9 788860 569073