

«OPEN TOURISM» NEL TERRITORIO ALPINO OCCIDENTALE

Memoria storica, turismo responsabile e scambi culturali con le regioni transfrontaliere



La pubblicazione è stata realizzata grazie al contributo concesso dalla Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti Culturali



ISSN 2531-8489
 ISBN 978-88-944353-6-8

Alle ricerche accademiche imperniate attorno alla memoria storica, intesa nelle sue diverse declinazioni e nei suoi intrecci disciplinari (studi su comunità, economia, popolamento, beni culturali storico-architettonici, movimenti di persone, dinamiche socio-politiche, espressioni letterarie, relazioni culturali, tradizioni e immaginari attorno ai luoghi), spetta il compito di restituire alla società riferimenti di conoscenza solidi e contenuti di valore, e nel contempo quello di dare impulso ai processi di valorizzazione del patrimonio culturale di un territorio. La memoria storica conferisce infatti sostanza e indicazioni di direzione imprescindibili per la messa in valore di aree urbane e periurbane, rurali e antropizzate, di pianura e montane. Grazie a essa, i criteri fondamentali individuati dall'Organizzazione Mondiale del Turismo quali basi per la normativa a tutela di responsabilità e sostenibilità sono accompagnati da quelle competenze, quella consapevolezza e quella riflessione critica indispensabili per intervenire responsabilmente rispetto alle problematiche e alle sfide attuali. Dall'*overtourism* all'*after-tourism*, dalla preservazione dell'ambiente naturale e dell'*habitat* umano al coinvolgimento inclusivo della popolazione locale, fino all'offerta di "esperienze del territorio" capaci di garantire qualità, equilibrio, diversificazione, la memoria del passato correlata al presente costituisce il *fil rouge* delle ricerche e delle riflessioni qui condivise e restituite quali riferimenti primari per processi di valorizzazione turistica capaci di impattare costruttivamente a livello socio-economico, ambientale e culturale.

Delineandosi, oltre che anzitutto come raccolta di studi accademici, quale testa di ponte tra mondo della ricerca scientifica in sede universitaria e le terze parti, il volume include altresì un nucleo di rilevazioni e considerazioni di esperti nelle professioni della gestione e valorizzazione turistica, frutto delle loro esperienze sul campo e volte a ricordare le politiche e le strategie per un turismo culturale responsabile e sostenibile previste dalla normativa vigente.



Associazione Culturale Antonella Salvatico
 Centro Internazionale di Ricerca sui Beni Culturali
 Palazzo Comunale, Via San Martino 1, La Morra
 www.associazionecas.it



a cura di Laura Bonato, Francesco Panero, Cristina Trincherò

«Open Tourism» nel territorio alpino occidentale



PIERPAOLO MERLIN
 Università degli Studi di Torino, docente di Storia moderna

FRANCESCO PANERO
 Università degli Studi di Torino, docente di Storia medievale

VIVIANA MORETTI
 Università degli Studi di Torino, docente di Storia dell'architettura

PAOLO GERBALDO
 Università degli Studi di Torino, docente di Sociologia turistica

DAVIDE ROSSO
 Fondazione Centro Culturale Valdese, direttore

EMANUELA LOCCI
 Università degli Studi di Torino, docente di Storia contemporanea

CRISTINA TRINCHERO
 Università degli Studi di Torino, docente di Letteratura francese

MIRIAM BEGLIUMINI
 Università degli Studi di Torino, docente di Letteratura francese

GIOVANNI CAPECCHI
 Università per Stranieri di Perugia, docente di Letteratura italiana

MARIA LUISA MURA
 Université Aix-Marseille, dottoranda in Letterature comparate

VALIA FILLOZ
 LGT Embrun BTS, docente di Progettazione turistica

LAURA BONATO
 Università degli Studi di Torino, docente di Antropologia culturale

FILIPPO MONGE
 Università degli Studi di Torino, docente di Economia aziendale

ROBERTA SAPINO
 Università degli Studi di Torino, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi

RENATO LAVARINI
 Focal Point Biella UNESCO Creative City

LAURA AUDI
 Somewhere Tours & Events - Torino, direttrice tecnica

CRISTINA CERUTTI
 Turismo Torino e Provincia, Tourism monitor officer

MARCELLA GASPARDONE
 Turismo Torino e Provincia, dirigente generale

Scripta

IX

nuova serie

collana diretta da Enrico Lusso

«Open Tourism» nel territorio alpino occidentale

**Memoria storica, turismo responsabile
e scambi culturali
con le regioni transfrontaliere**

a cura di

LAURA BONATO, FRANCESCO PANERO, CRISTINA TRINCHERO



Associazione Culturale Antonella Salvatico
Centro Internazionale di Ricerca sui Beni Culturali

Scripta - nuova serie IX

Collana diretta da Enrico Lusso

Comitato Scientifico: Enrico Basso, Laura Bonato, Emanuele Forzinetti, Giuseppe Gullino, Diego Lanzardo, Enrico Lusso, Lorenzo Mamino, Viviana Moretti, Irma Naso, Marco Novarino, Elisa Panero, Patrizia Pellizzari, Cristina Trincherò, Micaela Viglino.

Questo volume raccoglie gli esiti delle relazioni presentate in occasione del convegno conclusivo dell'Università d'été 2024, su «*Open Tourism*» nel territorio alpino occidentale. Memoria storica, turismo responsabile e scambi culturali con le regioni transfrontaliere (Sant'Anna di Valdieri - CN, 26-31 agosto 2024, e Torino, Università degli Studi, Dipartimento di Lingue e Letterature Straniere e Culture Moderne, 24-25 ottobre 2024).



DIREZIONE GENERALE
EDUCAZIONE,
RICERCA E
ISTITUTI CULTURALI

La pubblicazione è stata realizzata grazie al contributo concesso dalla Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti Culturali

Le iniziative sono state sostenute da: Università di Torino, Dipartimento di Lingue e Letterature Straniere e Culture Moderne; Università franco-italienne; Associazione Culturale Antonella Salvatico - Centro Internazionale di Ricerca sui Beni Culturali; CISIM - Centro Internazionale di Studi sugli Insempiamenti Medievali; Ministero della Cultura - Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti Culturali; MUR - PRIN 2020 «Abitare i margini, oggi. Etnografie di paesi in Italia»; PNRR-PE5 «Cultural Heritage Active Innovation for Next-Gen Sustainable Society» (CHANGES), Spoke 9. «Risorse culturali per il turismo sostenibile» (CREST); Fondazione Cassa di Risparmio di Torino; Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo.



UNIVERSITÀ
DI TORINO



Dipartimento di
LINGUE
LETTERATURE STRANIERE
CULTURE MODERNE



Centro
Internazionale
di Studi sugli
Insempiamenti Medievali

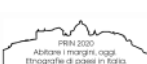


UNIVERSITÉ
FRANCO
ITALIENNE

UNIVERSITÀ
ITALO
FRANCESE



CHANGES CREST



Fondazione
CRT

FONDAZIONE CRC

Comitato scientifico del Convegno: Enrico Basso, Laura Bonato, Damiano Cortese, Enrico Lusso, Viviana Moretti, Marco Novarino, Francesco Panero, Cristina Trincherò.

In riferimento al Peer Review Process la collana si avvale, per ogni saggio, della valutazione di almeno due componenti del Comitato Scientifico o di esperti esterni.

Edizioni dell'Associazione Culturale Antonella Salvatico - Centro Internazionale di Ricerca sui Beni Culturali - Palazzo Comunale, Via San Martino 1, La Morra (CN)
www.associazioneacas.it.

Ove non indicato diversamente, le fotografie sono degli autori dei testi. L'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini è stata richiesta dagli autori agli enti conservatori.

ISSN 2531-8489

ISBN 978-88-944353-6-8

© 2024 Associazione Culturale Antonella Salvatico - Centro Internazionale di Ricerca sui Beni Culturali
CISIM - Centro Internazionale di Studi sugli Insempiamenti Medievali
Proprietà letteraria riservata

SOMMARIO

PRESENTAZIONE..... p. 7

Memoria storica e valorizzazione del patrimonio culturale nell'area alpina occidentale

PIERPAOLO MERLIN

Istituzioni, economia e società di una regione alpina in età moderna:
tra Savoia, Delfinato, Provenza e Italia nord-occidentale..... » 13

FRANCESCO PANERO

Popolamento alpino e memoria storica:
fra crisi, ripopolamento e continuità insediativa..... » 53

VIVIANA MORETTI

Le vicende moderne di un complesso architettonico tardoromanico:
la canonica di Santa Maria di Vezzolano » 67

PAOLO GERBALDO

Curare, valorizzare, costruire la memoria.
Il medico Giovanni Battista Marino
e le terme di Vinadio nel XVIII secolo » 101

DAVIDE ROSSO

Storia e memoria valdese in movimento:
un itinerario europeo attraverso le Alpi » 115

EMANUELA LOCCI

Sentieri della memoria. Guerra e Resistenza sulle Alpi occidentali » 131

Turismo letterario e scambi culturali con le regioni transfrontaliere

CRISTINA TRINCHERO

Dans les coulisses de la Maison de Savoie-Carignan.
Redécouvrir et valoriser le réseau intellectuel
et l'œuvre de Joséphine de Lorraine-Armagnac » 147

MIRIAM BEGLIUOMINI

Contre les itinéraires. Rodolphe Töpffer,
voyageur en zigzag dans les Alpes » 169

GIOVANNI CAPECCHI
Il turismo collegato a Pinocchio: da Firenze e Collodi a Vernante p. 179

MARIA LUISA MURA
Narrare per r-esistere. Tendenze attuali del turismo letterario
in zona alpina, approcci ri-creativi e declinazioni resistenti.
Il caso di Nino Chiovini e della sua Val Grande » 191

Patrimonio culturale e turismo responsabile e sostenibile

VALIA FILLOZ
«Voyageons autrement!»: tourisme responsable
dans nos territoires et nos économies..... » 211

LAURA BONATO
Turismo di montagna: comunità locali,
progetti di valorizzazione e pratiche sostenibili » 227

FILIPPO MONGE
Patrimonio ambientale, efficienza e attrattività transfrontaliera:
il modello sostenibile di Sainte-Anne La Condamine
(Valle dell'Ubaye - Alta Provenza)..... » 239

ROBERTA SAPINO
L'immaginario esoterico, volano per un turismo responsabile?
Prospettive transfrontaliere tra Torino e Lione..... » 249

RENATO LAVARINI
Patrimonio Mondiale UNESCO e turismo sostenibile: visione,
missione e linee guida per l'attuazione » 265

LAURA AUDI
Turismo come *trait d'union* tra storia, cultura e sviluppo » 279

CRISTINA CERUTTI - MARCELLA GASPARDONE
Nuove tendenze nella progettazione e promozione turistica..... » 283

Il turismo collegato a Pinocchio: da Firenze e Collodi a Vernante

GIOVANNI CAPECCHI

1. *La geografia di Lorenzini: Firenze e Collodi*

Ogni scrittore e ogni esperienza di scrittura hanno una propria geografia, si collegano ad alcuni luoghi ben precisi. La geografia di Carlo Lorenzini (1826-1890), scrittore e giornalista che nell'Italia da pochi anni unita pubblicò – tra le altre opere – *Le avventure di Pinocchio*, prima a puntate sul «Giornale per i bambini» (tra il 1881 e il 1883) e poi in volume nel 1883, risulta tutto sommato limitata e ruota attorno a una città (Firenze) e a un borgo in provincia di Pistoia (Collodi). Lorenzini è nato a Firenze e a questa città (ma anche alle sue periferie, in particolare a Castello, dove si trovava la fabbrica Ginori diretta dal fratello) è legata gran parte della sua vita. Come hanno ricostruito i suoi biografi e anche il nipote Paolo, che si firmava Collodi Nipote e che – oltre a scrivere significativi libri di narrativa per ragazzi (come *Sussi e Biribissi*) – ha dedicato all'illustre zio un piccolo libro prezioso, *Collodi e Pinocchio* (1954), l'inventore del burattino di legno ha avuto una vita sostanzialmente sedentaria. Non mancano, ovviamente, viaggi e soggiorni fuori dalla città natale (per partecipare alle guerre di Indipendenza nazionale nel 1848 e nel 1859, per esempio, o per svolgere il suo lavoro di giornalista); ma i luoghi principali in cui si è mossa la sua vita (e che da questa presenza traggono, o possono trarre, un valore aggiunto, in termini di notorietà e di promozione) sono, appunto, la città della nascita (quella città che malvolentieri abbandonava), e Collodi, piccolo borgo della Toscana, nel comune di Pescia, a circa 70 chilometri da Firenze. In questo luogo, paese di origine della madre e dove vivevano i nonni, Carlo Lorenzini ha trascorso alcuni periodi significativi, legati anche alle vacanze estive dell'infanzia. L'importanza di tali soggiorni è testimoniata dal fatto che quando Lorenzini decide di scegliere uno pseudonimo per firmare i suoi articoli di giornale e per i suoi testi letterari, opta appunto per Collodi: uno pseudonimo collegato alla prima stagione della vita, alla madre e a un luogo ben preciso che, grazie a lui, per quel potere che ha la letteratura nel trasformare un posto sconosciuto in una località nota, ha acquistato una identità, è – per molti aspetti – nato al mondo.

Se Firenze e Collodi costituiscono i due punti principali nella biografia dell'autore di Pinocchio e se il primo rappresenta senza dubbio lo spazio nel quale si è mossa la parte principale di una biografia e di un'esperienza di scrittura, la valorizzazione della presenza dello scrittore ha visto Collodi assumere nel tempo un ruolo da protagonista, divenendo, soprattutto a partire dalla metà del Novecento, meta di un turismo letterario legato a Pinocchio. Subito dopo la scomparsa del Lorenzini, la municipalità di Pescia decretò di apporre una lapide sulla casa della famiglia Orzali (la famiglia materna) a Collodi. Ma è il 1953 che segna un importante momento di passaggio: in quell'anno, infatti, il Comune di Pescia ha dato il via alla costruzione di un parco dedicato a Pinocchio, coinvolgendo i più importanti artisti italiani per realizzare un'opera sulla storia scritta dal Lorenzini. Il parco tematico è stato inaugurato nel 1956, si è arricchito negli anni di ulteriori opere d'arte, è gestito dalla Fondazione Nazionale Carlo Collodi (che è nata nel 1962 e che ha sede – appunto – a Collodi) e ha ogni anno circa 150.000 visitatori. Tutto, a Collodi, ruota attorno a Pinocchio: anche gli esercizi pubblici fanno riferimento a lui, come l'Osteria del Gambero Rosso, il ristorante Da Geppetto, i bar La brocca della fata e C'era una volta¹.

Se Collodi, paese legato a soggiorni brevi ma densi di memorie e di legami affettivi, ha potuto costruire la sua immagine legandosi all'autore di Pinocchio e a una storia che è conosciuta in tutto il mondo, Firenze, la città dove Lorenzini ha trascorso quasi tutta la vita, ha fatto molto meno per ricordare questa presenza e, soprattutto, per valorizzarla a fini di promozione turistica. Una targa sulla casa natale, in via Taddea numero 17 (oggi numero 21), è stata apposta nel 1941; nel 1981 un'altra targa è stata collocata anche sul palazzo Ginori in via Rondinelli numero 7, nel quale Lorenzini visse a lungo e dove è morto; nel 2006 è stato inaugurato un monumento a Pinocchio realizzato dallo scultore Thomas Cecchi e collocato nel "cuore" del mercato di San Lorenzo. Non risulta però che sia mai stato realizzato un progetto per creare, per esempio, un percorso dedicato al padre di Pinocchio e per valorizzare maggiormente, anche in chiave turistica, il legame tra Firenze e Carlo Lorenzini. Tale situazione permette alcune rapide riflessioni che valgono in generale per il turismo letterario. La prima è legata al fatto che, in questo settore, molto deve ancora essere realizzato: e il bicentenario della nascita del Lorenzini (1826-2026) potrà rappresentare l'occasione anche per costruire una "mappa" legata ai luoghi fiorentini di Carlo Collodi, da proporre agli abitanti della città ma anche ai numerosi turisti che accorrono ad ammirare la "culla" del Rinascimento. È però vero (e questa è un'ulteriore riflessione che riguarda il turismo letterario) che in città medio-grandi, che hanno straordinari patrimoni storici e artistici e che già sono visitate da un turismo di massa (come Firenze) è più difficile, meno urgente, po-

¹ Sul Parco di Pinocchio cfr. BUCELLI - FIASCHI - MANTOVANI (a c. di), 2023.

tremmo dire meno strategico, partire anche dalla letteratura per promuovere il territorio. Viceversa, in un piccolo borgo come Collodi, ma anche a Sesto Fiorentino, periferia “non turistica” di Firenze dove si trova la villa Il Bel riposo dove ha vissuto anche Carlo Lorenzini², Pinocchio e il suo autore sono la “risorsa” sulla quale puntare per emergere dall’anonimato e proporsi al mondo. Non importa qui aggiungere che l’espressione “proporsi al mondo” non è utilizzata in maniera metaforica: Pinocchio è un libro tradotto e diffuso in ogni paese della terra e il protagonista della storia è conosciuto in tutti gli angoli del mondo³. In alcuni paesi lontanissimi dalla geografia reale di Carlo Lorenzini, vengono aperti musei dedicati al burattino o progettati parchi tematici: è quanto è accaduto, per esempio, in Corea del Sud, dove esistono due Musei dedicati a Pinocchio. Il Museo d’arte Haslla, aperto nel 2004 a Gangneung, ha inaugurato nel 2011 il Museo di Pinocchio, con una collezione sul burattino di Collodi e sulle marionette, che accoglie numerose famiglie in visita nella famosa destinazione turistica⁴. Nel 2013, poi, la casa editrice Yolrimwon ha aperto presso la Paju Book City il Pinoseum (Museo di Pinocchio), che espone circa 1.300 manufatti⁵.

2. Un terzo luogo: Vernante

Senza arrivare in Corea del Sud, da alcuni anni la geografia legata a Pinocchio ha visto comparire su una ideale carta geografica letteraria un terzo luogo che, in Italia, si affianca a Firenze e a Collodi. Si tratta di Vernante, piccolo paese a 800 metri di altitudine, in provincia di Cuneo, sulle Alpi Marittime, vicino al confine con la Francia. Il legame tra Vernante e Pinocchio non è inventato: a crearlo è stato Attilio Mussino, uno dei principali illustratori di *Pinocchio*, colui che, dopo i disegni di Enrico Mazzanti e di Carlo Chiostri (che hanno accompagnato la prima edizione del romanzo e l’edizione del 1900), ha dato colore ai protagonisti del racconto, segnando una svolta nella storia iconografica del burattino grazie all’edizione del romanzo di Collodi pubblicata da Bemporad nel 1911 e da lui illustrata. Torinese di nascita e di formazione (a Torino è nato il 25 gennaio 1878), Mussino, il cui nome è rimasto legato alle collaborazioni con alcuni periodici per ragazzi, come il «Giornalino della Domenica» e il «Corriere dei piccoli», si trasferisce a Vernante nel 1945, dopo aver perso il figlio sul fronte della seconda guerra mondiale e dopo la morte

² RILLI, 1973.

³ Cfr. CAPECCHI (a c. di), 2024.

⁴ <http://www.haslla.kr/web2018/sub3/3_sub4.php>, ultimo accesso 20 agosto 2023.

⁵ *Pinoseum*, <<http://www.pinoseum.com>>, ultimo accesso 20 gennaio 2024. Devo queste informazioni a Choi Byung Jin, della Hankuk University of Foreign Studies, autore delle pagine sulla Corea del Sud in CAPECCHI (a c. di), 2024.

della moglie. Vernante è il paese di origine di Margherita Martini, che per vent'anni è stata la fedele domestica in casa Mussino e che poi sposerà l'artista rimasto vedovo. Nel paese collocato sulle Alpi Marittime, si stabilisce in via Umberto I, al numero 85, e non interrompe il lavoro attorno a Pinocchio: molti suoi dipinti e illustrazioni che hanno come soggetto il burattino e gli altri personaggi della storia di Collodi, vengono anzi trasferiti nel paesaggio vernantese, avendo spesso, sullo sfondo, alcuni edifici del paese, in particolare la chiesa e il campanile di San Nicolao e la torre medievale, detta La Turusela. Quando Mussino muore a Vernante il 16 luglio 1954, il Poligrafo dello Stato sta per pubblicare un francobollo commemorativo di Pinocchio tratto da un suo bozzetto; Mussino ha inoltre scritto un testo, pubblicato postumo, intitolato *Pinocchio al microfono*, nel quale immagina che il burattino di legno racconti la storia dell'artista e l'importanza di un sodalizio durato dal 1909 (quando l'editore Bemporad propone a Mussino di illustrare la nuova edizione di *Pinocchio*) al 1954 e, come vedremo, destinato a proseguire successivamente. In *Pinocchio al microfono* è proprio il burattino che ricorda il primo incontro tra la storia di Collodi e l'illustratore torinese: «cominciò quell'attiva e profonda intesa delle nostre due anime»⁶; ed è attraverso il racconto di Pinocchio che viene narrato l'arrivo a Vernante nel 1945, «il bel paesino della valle di Vermenagna, in quel di Cuneo, tutto verde d'estate coi suoi castagni, tutto bianco d'inverno colle sue nevi»⁷.

A partire dal 1954, non sono mancate le iniziative promosse dalla Proloco e dal Comune di Vernante per ricordare l'artista, sepolto nel cimitero del paese: una prima mostra di disegni e dipinti viene allestita per esempio nel 1959; nel 1978 vengono intitolati a Mussino i giardini pubblici, così come – più tardi – sarà a lui intitolata la scuola elementare. Ma è il 1989 l'anno che segna l'inaugurazione di un importante progetto: quello relativo alla realizzazione, sulle pareti esterne delle case e degli edifici di Vernante, di *murales* che ripropongono le opere di Mussino dedicate a Pinocchio. A realizzare i *murales* sono stati due artisti locali, Carletto Bruno e Bartolomeo Cavallera, che si firmano Carlet e Meo. L'idea è venuta proprio a Carlet l'anno prima, dopo aver visitato in Baviera il paese di Mitterwald, i cui edifici hanno le pareti esterne affrescate con *murales* che ritraggono temi religiosi, storie di vita quotidiana e personaggi di celebri favole. Nel 1989, quando il progetto viene inaugurato, i *murales* sono una quindicina; oggi se ne contano 167. E Vernante è divenuto il paese dello “Zio di Pinocchio”, come Mussino è stato definito.

Il caso Vernante appare significativo perché riguarda un luogo capace di investire su un progetto culturale per assumere una nuova identità e per percorrere la strada di rinnovate strategie promozionali. Con la Riserva Naturale del Bosco e dei Laghi di Palanfré (che fa parte del Parco Naturale delle Alpi Marittime), Vernante

⁶ CARAGLIO (a c. di), 1989, p. 90.

⁷ *Ibid.*, p. 121.

ha sicuramente un importante e suggestivo patrimonio naturalistico e paesaggistico e ha potuto puntare, negli anni, sia sul turismo invernale legato alla neve (pur non avendo, sul territorio comunale, impianti di risalita, presenti invece nella vicina stazione sciistica di Limone), sia sul turismo estivo, che ama la montagna, le passeggiate e il *trekking*. La nascita del progetto dei *murales* di Pinocchio è tra l'altro avvenuta in un periodo critico per Vernante. Nel 1978, infatti, è stata chiusa (per essere trasferita a Cuneo) la vetreria che, a partire dalla fine degli anni Quaranta, assicurava il lavoro a oltre duecento persone. Il paese, allora, ha assistito ad un forte calo demografico: i 2.500 abitanti sono diventati in pochi anni 1.300. In questo contesto di crisi è nato il progetto dei *murales* che, fin dall'inizio, ha avuto l'obiettivo di rendere maggiormente attrattivo dal punto di vista turistico il paese, partendo da un patrimonio che fino ad allora era stato ricordato ma non adeguatamente valorizzato: un patrimonio che consiste nella presenza di Attilio Mussino, nel suo lavoro artistico attorno a Pinocchio e in *Pinocchio*.

Oggi, a Vernante, tutto parla di Pinocchio. I dipinti sui muri si incontrano un po' ovunque e ai visitatori viene proposto l'itinerario dei *murales*, ad alcuni dei quali è stato abbinato un QR code che permette di avere notizie sul dipinto e sul testo del romanzo al quale fa riferimento. Il turista è accolto con immagini e monumenti che rimandano a Pinocchio, sia che arrivi dalla strada statale, sia che giunga con il treno. Un Pinocchio gigante è collocato al punto di informazioni turistiche, dove ha anche sede la Proloco. Esistono *trekking* che prendono il nome da personaggi o da episodi del romanzo di Collodi. È stato inoltre allestito un museo dedicato a Mussino, utilizzando disegni, dipinti, riproduzioni, volumi e oggetti che lo stesso Mussino ha voluto lasciare in eredità alla comunità vernantese. Gestito dalla Proloco, il museo ha avuto nel 2019 circa 2.690 visitatori, nel 2023 (dopo la chiusura forzata, resa necessaria della pandemia da Covid-19) si è attestato sulla vendita di circa 2.100 biglietti e ha conosciuto – nella sua storia – periodi di particolare attenzione legati a ben precisi eventi: dopo l'uscita del film *Pinocchio* di Roberto Benigni, per esempio, i visitatori sono stati circa 9.000 nel 2003⁸. Alcuni esercizi commerciali continuano a produrre e a vendere oggetti e alimenti che si rifanno a Pinocchio: dolcetti, taglieri di legno, magneti, asciughini o magliette.

Anche se molto è stato fatto, non c'è dubbio che oggi, trentacinque anni dopo la sua inaugurazione, il progetto dei *murales* necessiti di una attenta riflessione per essere "misurato" nel presente e per attingere nuova linfa vitale, in una stagione particolarmente favorevole al turismo culturale e letterario, che permette di scoprire luoghi e angoli meno conosciuti, valorizzando le aree interne e "marginali", collegandosi al cresciuto interesse per le passeggiate e i cammini, e intrecciandosi a una più costante attenzione verso la sostenibilità del turismo e la lentezza. Proprio partendo dalla convinzione di questa necessità, il Comune di Vernante e il Centro

⁸ I dati sono stati forniti dalla Proloco di Vernante, che ringrazio.

per il Turismo Letterario TULE (nato alla fine del 2021 all'Università per Stranieri di Perugia e guidato da un Comitato scientifico internazionale)⁹ hanno sottoscritto un accordo di collaborazione che ha l'obiettivo di svolgere un'analisi sullo "stato dell'arte" e di individuare alcune possibili strade da seguire per rendere sempre più strategico un progetto lungimirante che fa di Vernante l'unico paese al mondo con i *murales* di Pinocchio.

Nel corso degli anni sono accaduti alcuni eventi che sicuramente non hanno favorito l'attrattività dei *murales* e, più in generale, la presenza di turisti. La pandemia da Covid-19 ha anche in questo angolo d'Italia fermato tutto: i dati riguardanti il turismo scolastico sembrano però dimostrare una ripartenza significativa, con 1.500 studenti prenotati per visitare Vernante nell'anno scolastico 2023-2024. Restano ancora lontani i 7.000-8.000 alunni che hanno visitato il paese, annualmente, prima della pandemia; ma 1.500 presenze costituiscono un dato importante, anche in considerazione del forte collegamento esistente tra turismo scolastico e turismo delle famiglie, con il primo che – almeno in parte – stimola e promuove il secondo. La frana collegata agli eventi alluvionali del 2020 ha inoltre chiuso i collegamenti stradali con la vicina Francia: Francia che, come vedremo, ha rappresentato storicamente, e continua a rappresentare, il paese dal quale provengono la maggior parte dei turisti non italiani. Il ripristino della strada, che dovrebbe avvenire a breve, rappresenterà senza dubbio l'occasione per riaprire un collegamento strategico: le agenzie turistiche della Costa Azzurra e in particolare di Nizza, sono state – in passato – le più attive nell'organizzare e promuovere viaggi a Vernante per andare a scoprire i *murales* dedicati a Pinocchio.

Oltre ai fatti "esterni" e infrastrutturali, che pure vanno tenuti presenti e che influiscono sui movimenti turistici, è necessario considerare che nei trentacinque anni passati dall'inaugurazione del primo gruppo di *murales* si sono modificate molte situazioni. Alcune di queste sono legate proprio al trascorrere del tempo e risultano quindi inevitabili. Bartolomeo Cavallera, uno dei due artisti che ha realizzato i *murales*, non c'è più, mentre Bruno Carletto ha compiuto 76 anni. Il loro prezioso lavoro, al momento, non ha trovato eredi: ma deve trovarli, se l'obiettivo è quello di proseguire il progetto; e deve trovarli non solo per immaginare alcuni nuovi dipinti, ma anche – e soprattutto – per la manutenzione e il restauro di ciò che è stato realizzato¹⁰. Appare inoltre inevitabile che un progetto sicuramente lungimirante e, per molti aspetti, precursore, abbia bisogno di nuovo slancio e di rinnovati stimoli dopo trentacinque anni e dopo che l'entusiasmo iniziale si è, almeno in parte, affievolito.

⁹ <<https://www.unistrapg.it/it/ricerca/ricerca/dipartimenti-e-centri/centro-per-il-turismo-letterario-tule>>.

¹⁰ Il Comune di Vernante ha proprio recentemente destinato una quota di bilancio al restauro dei *murales* e i lavori sono in corso.

3. Un'indagine su Vernante

Il primo risultato dell'accordo fatto tra Centro TULE e Comune di Vernante ha portato, nel mese di gennaio 2024, ad avviare un'indagine con gli operatori economici di Vernante. Tre questionari sono stati somministrati alle strutture ricettive, alle strutture di ristorazione e agli altri esercizi commerciali¹¹. Il questionario, che resta per la maggior parte identico, propone alcuni quesiti differenziati in base alla tipologia di attività alle quali si rivolge. Risulta suddiviso in quattro parti:

1. la prima raccoglie informazioni sulle attività economiche intervistate (tipologia, dimensioni, anno di inizio);
2. la seconda è dedicata al turismo: periodi con maggiore presenza turistica, provenienza geografica dei turisti, principali attrazioni che portano i turisti a Vernante;
3. la terza parte riguarda i *murales*: si chiede una valutazione dei *murales* per il turismo ma anche per l'identità di Vernante, si chiede un confronto sulle potenzialità di attrazione turistica dei *murales* nel passato e nel presente e se nelle iniziative promozionali le singole attività segnalano e valorizzano l'esistenza dei dipinti;
4. la quarta parte, infine, è dedicata a raccogliere suggerimenti e riflessioni attraverso domande aperte.

All'indagine, realizzata attraverso un *Google form* nel periodo compreso tra il 9 e il 24 gennaio 2024, ha partecipato il 100% delle attività contattate, che rappresentano tutte le attività presenti a Vernante. Il campione è stato così formato da:

- 8 strutture ricettive. Tra le strutture ricettive, 4 sono di piccole dimensioni (da 2 a 4 posti letto) e 4 di dimensioni maggiori (da 18 a 20 posti letto);
- 8 attività di ristorazione: 4 ristoranti, 1 tavola calda, 1 agriturismo, 1 bar/caffè e 1 birreria;
- 22 esercizi commerciali. Gli esercizi commerciali intervistati hanno caratteristiche molto variegata: 10 ruotano attorno alla gastronomia (5 alimentari e venditori di frutta e verdura, 2 macellerie, 2 forni, 1 negozio di pasta fresca, 2 gastronomie), gli altri 12 vanno dal tabaccaio alla cartoleria, dall'abbigliamento all'oggettistica di vario genere, dal salone da parrucchiera all'agenzia immobiliare, dalla farmacia ai servizi di grafica e comunicazione.

Vale la pena di soffermarsi sul quadro che emerge dai questionari compilati.

Dopo aver chiesto a ciascun destinatario di presentare in maniera sintetica la propria attività, la prima domanda ha riguardato quelli che sono i «Mesi di maggiore presenza turistica». I mesi di maggiore presenza degli ospiti sono quelli compresi tra dicembre e marzo e quelli compresi tra giugno e settembre. 4 sono i mesi in cui è più bassa: aprile, maggio, ottobre e novembre. Sia le attività di ristorazione

¹¹ Colgo l'occasione per ringraziare il sindaco di Vernante, Gian Piero Dalmaso, l'assessore Milena Caraglio e la consigliera comunale Lorenza Giordano: la loro collaborazione è stata fondamentale per poter svolgere l'indagine.

che gli esercizi commerciali aggiungono, come mesi di bassa presenza turistica, anche marzo, giugno e settembre.

Il secondo quesito ha riguardato la provenienza dei turisti, con la possibilità di scegliere, come risposta, tra: a. Prevalentemente italiani; b. Prevalentemente stranieri; c. Metà italiani e metà stranieri (circa). A questo quesito è stata aggiunta la richiesta di specificare i «Principali paesi dai quali provengono i turisti stranieri». Le attività ricettive hanno scelto per il 50% la risposta «Prevalentemente italiani» e per l'altro 50% «Metà italiani e metà non italiani». Le attività di ristorazione e gli esercizi commerciali hanno invece privilegiato la risposta "a": tra il 68,2% e il 75% ha infatti scelto «Prevalentemente italiani», mentre tra il 25% e il 31,8% ha optato per «Metà italiani e metà stranieri». Tra i turisti stranieri predominano coloro che provengono dalla Francia.

Il terzo quesito (presente nei questionari per le strutture ricettive e le attività di ristorazione) ha riguardato le attrazioni turistiche di Vernante («Quali sono le principali attrazioni che portano i turisti a Vernante?»), con possibilità di scegliere tra le seguenti risposte: a. «Sport invernali»; b. «Montagna in primavera-estate per camminate e trekking»; c. «Murales Pinocchio»; d. «Altitudine e prezzi contenuti». Tra le strutture ricettive sei su otto rispondono gli «Sport invernali» e la «Montagna per trekking e camminate», due scelgono «Altitudine e prezzi non troppo alti», solo una inserisce i *murales* di Pinocchio. Significativamente diversa è la risposta delle attività di ristorazione e degli altri esercizi commerciali. I *murales* vengono indicati dal 50% delle attività di ristorazione, al pari degli sport invernali (indicati dal 50%) e della montagna per il periodo estivo (scelta dal 62,5%).

I due quesiti successivi sono stati formulati per cercare di raccogliere ulteriori e più precise opinioni sulla rilevanza dei *murales* per la promozione di Vernante e sulla rilevanza dei *murales* per l'identità del paese. Alle domande «Quanto sono importanti i Murales dedicati a Pinocchio per la promozione turistica di Vernante e per la sua attrattività» e «Quanto sono importanti i Murales dedicati a Pinocchio per l'identità di Vernante» è stato possibile rispondere: a. Molto poco; b. Poco; c. Abbastanza; d. Molto; e. Non saprei. Le risposte al primo quesito da parte delle strutture ricettive e delle attività di ristorazione sono state: «Poco» 25%, «Abbastanza» 50%, «Molto» 25%; mentre alla seconda domanda le attività ricettive hanno risposto «Poco» 25%, «Abbastanza» 37,5%, «Molto» 37,5% e le attività di ristorazione «Molto» per il 62,5%, «Abbastanza» per il 25% e «Poco» solamente per il 12,5%. Il rilievo dei *murales* per la promozione turistica di Vernante è ritenuto ancora più forte dalle altre attività commerciali: in questo raggruppamento, per quanto riguarda il primo quesito, la risposta «Poco» è scelta solamente dal 9,1%, «Abbastanza» dal 31,8%, «Molto» dal 54,5%, «Non saprei» dal 4,6%, mentre al secondo quesito la risposta «Abbastanza» ottiene il 31,8% e quella «Molto» il 68,2% (si ottiene perciò un giudizio che sottolinea la forte identificazione di Vernante con i *murales* da parte del 100% del campione).

Si è quindi cercato di raccogliere dati sulla percezione dell'importanza dei *murales* nel passato e nel presente attraverso il seguente quesito: «I Murales dedicati a Pinocchio per la promozione di Vernante e l'attrattività turistica»: a. «Hanno svolto un ruolo più importante nel passato»; b. «Hanno sempre svolto un ruolo importante»; c. «Non hanno mai svolto un ruolo importante»; d. «Svolgono un ruolo più importante oggi che in passato». Su questo confronto tra passato e presente, tra le attività ricettive il 25% risponde che i *murales* hanno avuto più importanza nel passato, per il 62,5% questa importanza è rimasta invariata, per i 12,5% non hanno mai avuto importanza. L'importanza costante dei *murales* appare più forte per le attività ristorative e per le altre attività commerciali, che scelgono per il 76% di rispondere che i *murales* hanno avuto sempre un ruolo importante (il restante 24% opta invece per una maggiore importanza nel passato).

È stato quindi chiesto: «Nei vostri strumenti promozionali e di comunicazione (sito web, social, brochure etc.) fate riferimento al fatto che Vernante è il paese dei Murales dedicati a Pinocchio?» con la possibilità di due sole risposte: a. No; b. Sì. L'87,5% delle strutture ricettive evidenzia la presenza dei *murales* nelle proprie iniziative di comunicazione e promozione. Il dato invece si capovolge per le attività ristorative: l'87,5% non ha mai percorso questa strada, il 12,5% (1 delle 8 attività) l'ha realizzata nel passato.

Il quesito su «Quali sono i prodotti che il vostro esercizio ha creato ispirandosi a Pinocchio e/o a Mussino?» è stato rivolto solo agli esercizi commerciali e l'elenco dei prodotti indicati appare significativo: liquori di Pinocchio, taglieri di legno, stoffe, pagine di comunicazione sulla Val Vermentina, biscotti e pane di Pinocchio, pasticceria, linea cosmetica di Pinocchio (realizzata però solo nel passato), articoli di legno, tazze di varie dimensioni con la riproduzione dei *murales*, cartoline postali, magneti.

4. Prime conclusioni e nuove progettualità

Dall'indagine emergono alcuni elementi significativi:

- le presenze turistiche si concentrano in $\frac{2}{3}$ mesi invernali (dicembre, gennaio e febbraio) e in 2 mesi estivi (luglio e agosto), con una limitata anticipazione in giugno e una parziale prosecuzione in settembre; ci sono quindi, a Vernante, mesi di bassa presenza turistica con caratteristiche stagionali che – salvo gli imprevisti legati alla meteorologia – sono adatte per viaggiare (in particolare maggio, giugno e settembre). In questi mesi potrebbe essere promossa una nuova iniziativa legata ai *murales* capace di attrarre un turismo letterario e culturale;
- pur in un quadro sostanzialmente positivo, una parte degli intervistati (minoritaria, ma comunque significativa, pari a circa il 25%) percepisce un maggiore rilievo dei *murales* nel passato rispetto al presente;

- la capacità dei *murales* nell'attrarre presenze turistiche è sottolineata maggiormente dalle strutture di ristorazione e dagli esercizi commerciali rispetto alle strutture ricettive: questo dato si collega con ogni probabilità al fatto che il turismo dei *murales* è soprattutto giornaliero e che quindi ha un minor impatto su alberghi, B&B e affittacamere;
- la rilevanza dei *murales* di Pinocchio per l'identità di Vernante viene sottolineata dagli intervistati, con percentuali che vanno dal 75% al 100%.

Le risposte aperte, con riflessioni e suggerimenti, mostrano alcuni spunti interessanti che potrebbero essere riassunti in questo modo: consapevolezza dell'unicità rappresentata dai *murales* di Pinocchio e quindi della loro potenzialità; necessità di nuove strategie di promozione e di rinnovate iniziative per far conoscere Vernante e i suoi *murales* (tra le proposte dei singoli intervistati: realizzare una apposita *brochure*, promuovere maggiormente i *murales* sui giornali e nelle scuole, utilizzare maggiormente i *social media* per la promozione, incrementare le iniziative pubblicitarie); guardare con attenzione al turismo culturale, collaborando con Università e collegandosi maggiormente al Comune di Pescia; lavorare maggiormente con le agenzie di viaggio e i *tour operator*. Tra le idee avanzate c'è anche quella di creare un evento annuale dedicato a Pinocchio e un parco tematico.

Un nuovo progetto per i *murales* di Pinocchio non può non partire dal molto che è stato fatto e dalla considerazione che Vernante ha già (grazie alla presenza di Attilio Mussino, all'esistenza di un museo a lui dedicato e alla serie di dipinti riguardanti la storia inventata da Carlo Collodi) un patrimonio di notevole valore. Questo patrimonio può sicuramente essere proposto con maggior forza, coinvolgendo tutte le realtà (culturali ed economiche) e tutte le risorse umane presenti sul territorio. L'organizzazione di un evento l'anno che proponga Vernante come meta di visita per i suoi *murales* sembra una strada da tentare, utilizzando – secondo la modalità dei festival di approfondimento culturale –¹² l'unità di luogo (Vernante) e di tempo (un fine settimana allungato), collocando l'evento in uno dei mesi “non turistici” ma con un clima più adatto per manifestazioni di questo genere, utilizzando diverse tipologie di spazi per le iniziative (spazi al chiuso, spazi all'aperto, piazze e piazzette, giardini, percorsi nel verde) e proponendo un cartellone di appuntamenti variegato e capace di andare incontro a interessi differenziati. Questo festival annuale potrebbe essere affiancato da altri appuntamenti di dimensioni più ridotte, che lo preparino e gli diano una continuità nel corso dei dodici mesi: incontri, presentazioni, itinerari tra i *murales*, camminate lungo i sentieri che richiamano i nomi dei protagonisti di *Pinocchio*. Senza dimenticare mai il testo letterario che tutto il mondo conosce e il suo autore; ma anche ricordando sempre Attilio Mussino, colui che ha potuto garantire, grazie al suo lavoro di artista, il collegamento tra Vernante e Pinocchio.

¹² GUERZONI, 2008.

- BERTACCHINI R., 1993, *Il padre di Pinocchio. Vita e opere del Collodi*, Milano.
- BUCELLI L. - FIASCHI S. - MANTOVANI S. (a c. di), 2023, *Da monumento a Collodi a Parco di Pinocchio. Cronache di un'esperienza di arte ambientale in Toscana*, Firenze.
- CAPECCHI G. (a c. di), 2024, *Atlante Pinocchio*, Roma.
- CARAGLIO V. (a c. di), 1989, *Attilio Mussino lo zio di Pinocchio*, Cuneo.
- COLLODI C., 2012, *Le avventure di Pinocchio. Storia di un burattino*, a c. di Randaccio R., Prefazione di VARGAS LLOSA M., Introduzione di MARCHESCHI D., Firenze (Edizione Nazionale delle Opere di Carlo Lorenzini, III).
- COLLODI NIPOTE [Lorenzini Paolo], 1954, *Collodi e Pinocchio*, Firenze.
- GUERZONI G., 2008, *Effettofestival. L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale*, La Spezia.
- RILLI N., 1973, *Pinocchio in casa sua. Da Firenze a Sesto Fiorentino. Realtà e fantasia di Pinocchio*, Firenze.



DIREZIONE GENERALE
EDUCAZIONE,
RICERCA E
ISTITUTI CULTURALI

*La pubblicazione è stata realizzata grazie al contributo concesso
dalla Direzione Generale Educazione, Ricerca e Istituti Culturali*

FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI DICEMBRE 2024
PRESSO NUOVA EDIFY
VIA ETTORE ROSA, 12 - 12100 CUNEO