



XXXIII CONGRESSO  
GEOGRAFICO ITALIANO



**GEOGRAFIE IN MOVIMENTO**  
Padova 8-13 settembre 2021

VOLUME QUARTO

# IDEE, TESTI, RAPPRESENTAZIONI

**Pensare, raccontare,  
immaginare il movimento**

a cura di

**Tania Rossetto Giada Peterle Chiara Gallanti**

*cleup*

XXXIII CONGRESSO GEOGRAFICO ITALIANO

**GEOGRAFIE IN MOVIMENTO**

Padova 8-13 settembre 2021

**VOLUME QUARTO**

# **IDEE, TESTI, RAPPRESENTAZIONI**

**Pensare, raccontare,  
immaginare il movimento**

a cura di

**Tania Rossetto Giada Peterle Chiara Gallanti**

*cleup*



XXXIII Congresso Geografico Italiano  
Padova, 8-13 settembre 2021

Con il sostegno di



Associazione dei Geografi Italiani



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

DSSGeA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE,  
GEOGRAFICHE E DELL'ANTICHITÀ

Dipartimento di Scienze Storiche  
Geografiche e dell'Antichità



Dipartimento di Ingegneria Civile  
Edile Ambientale



MUSEO DI GEOGRAFIA

PALAZZO WOLLEMBORG  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Museo di Geografia  
Università di Padova



MOBILITY & HUMANITIES  
Centre for Advanced Studies

Centro di Eccellenza  
Mobility and Humanities



Master in G/Science e Sistemi a pilotaggio  
remoto per la gestione integrata  
del territorio e delle risorse naturali



Sustainable Territorial Development:  
Climate Change Cooperation Diversity -  
International Master Degree



Associazione  
GIShub

Associazione GIShub

### Comitato Organizzatore

Marina Bertoincin (coordinatrice), Silvy Boccaletti, Aldino Bondesan, Benedetta Castiglioni, Margherita Cisani, Daniele Codato, Giuseppe Della Fera, Massimo De Marchi, Alberto Diantini, Giovanni Donadelli, Francesco Facchinelli, Francesco Ferrarese, Chiara Gallanti, Laura Lo Presti, Sabrina Meneghello, Marco Orlandi, Salvatore Eugenio Pappalardo, Andrea Pase, Chiara Pasquato, Giada Peterle, Silvia Piovan, Daria Quatrada, Chiara Rabbiosi, Tania Rossetto, Mauro Varotto.

### Comitato Scientifico

Marina Bertoincin (coordinatrice), Silvia Aru, Aldino Bondesan, Panos Bourlessas, Giorgia Bressan, Luisa Carbone, Benedetta Castiglioni, Giacomo Cavuta, Margherita Cisani, Annalisa Colombino, Elena Dell'Agnese, Massimo De Marchi, Federica Epifani, Chiara Gallanti, Arturo Gallia, Francesca Governa, Laura Lo Presti, Sara Luchetta, Salvatore Eugenio Pappalardo, Andrea Pase, Giada Peterle, Silvia Piovan, Carlo Pongetti, Chiara Rabbiosi, Andrea Riggio, Lorena Rocca, Tania Rossetto, Mauro Spotorno, Massimiliano Tabusi, Mauro Varotto, Giacomo Zanolin.

Prima edizione: maggio 2023

ISBN 978 88 5495 595 0

CLEUP sc

“Coop. Libreria Editrice Università di Padova”

via G. Belzoni 118/3 – Padova (t. +39 049 8753496)

[www.cleup.it](http://www.cleup.it)

[www.facebook.com/cleup](https://www.facebook.com/cleup)

© 2023 Associazione dei Geografi Italiani

Licenza Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International  
(CC BY-NC-ND 4.0)

Ideazione grafica di copertina: [www.studio7am.it](http://www.studio7am.it)

## Indice

Marina Bertoincin, <i>Discorso di apertura ai lavori del XXXIII Congresso Geografico Italiano</i>	9
Andrea Riggio, <i>Discorso di apertura</i>	13
<b>NODO 4</b>	
<b>ITR. Idee, testi, rappresentazioni: pensare, raccontare, immaginare il movimento</b>	
Tania Rossetto, Panos Bourlessas, Luisa Carbone, Chiara Gallanti, Giada Peterle, Massimiliano Tabusi, <i>Introduzione</i>	19
<b>ITR 1. Traveling Geographies. Idee, tradizioni e approcci geografici fra mobilità e resistenze</b>	
Anna Casaglia, Chiara Giubilaro, <i>Introduzione</i>	25
Luca Muscarà, <i>Genealogie intellettuali e discontinuità transatlantiche: alcuni concetti della geografia francese della prima metà del Novecento</i>	29
<b>ITR 2. La mobilità delle politiche</b>	
Giacomo Pettenati, Alessia Toldo, Egidio Dansero, <i>Introduzione</i>	37
Marco Tononi, <i>Le politiche ambientali urbane nella città postindustriale. Dalla sostenibilità ai cambiamenti climatici nel caso di Brescia</i>	41
Carlo Perelli, Giovanni Sistu, Giacomo Spanu, <i>Altre energie. La territorialità effimera della transizione energetica in Sardegna</i>	47
Beatrice Ruggieri, <i>Governare le (im)mobilità climatiche: la rilocalizzazione pianificata come strumento di adattamento e sviluppo nelle policies globali e nelle Planned Relocation Guidelines di Fiji</i>	54
Beatrice Ferlino, <i>Reinventare la rivoluzione verde: l'agricoltura marocchina fra mutamento e stabilità</i>	60
Francesca Blanc, <i>Mobilità delle politiche in America latina tra logiche di assemblaggio transnazionale e path dependence. Il caso studio dell'Ecuador</i>	66
Arturo Di Bella, <i>Boutique festival, mobilità delle politiche e nuovo turismo urbano</i>	72
Andrea Giansanti, <i>Pandemia e politiche attive: criticità e prospettive</i>	77
<b>ITR 3. Il dinamismo dello spazio geopolitico e le sue molteplici cartografie</b>	
Edoardo Boria, <i>Introduzione</i>	85

Giorgio Mangani, <i>Un raffinato documento di geopolitica: il mappamondo veneto-turco di Hajji Ahmed</i>	87
Matteo Marconi, <i>L'ultima tentazione di Cesare Battisti. Il conflitto tra Stato e Nazione nelle opposte rappresentazioni spaziali dell'Italia a Salorno e al Brennero</i>	90
Andrea Perrone, <i>Cartografia, geopolitica e determinismo nella parabola scientifica di Giotto Dainelli. Gli studi geocartografici dello scienziato fiorentino fra scienza e nazionalismo</i>	99
Matteo Proto, <i>La geografia italiana e lo spazio a est: questione adriatica e dominio mediterraneo fra le due guerre mondiali</i>	106
Orietta Selva, <i>Sino a che vi è Continente. Cartografie sul Delta del Po tra gli argini rotti di una diplomazia (1749- 1790)</i>	112
Cristiana Zorzi, <i>Praticare paesaggi in divenire. La cartografia sensibile come mezzo di governance territoriale: il caso della Val di Fiemme</i>	119

#### **ITR 4. Covid-19 e forme del potere amministrativo in Italia**

Francesco Dini, Sergio Zilli, <i>Introduzione</i>	129
Francesco Dini, Sergio Zilli, <i>Vecchie e nuove forme del potere amministrativo in Italia fra riordino territoriale e Covid-19</i>	131

La sessione ITR5 non si è svolta durante il Congresso.

#### **ITR 6. «Antropo-scene»: esercizi di narrazione geografica**

Cristiano Giorda, Michele Bandiera, <i>Introduzione</i>	139
Chiara Spadaro, <i>Le scuole di storia orale nel paesaggio del prosecco superiore: voci di un ambiente in movimento</i>	141
Carolien Fornasari, <i>Migrazioni ambientali. Scrittura personalista e letteratura migrante: una lettura in chiave geografica</i>	148
Martina Loi, Alice Salimbeni, <i>Esercizi di improvvisazione: un'auto-etnografia nomade delle periferie intorno alla SS 554</i>	154
Giacomo Bandiera, <i>Narrazioni in movimento. Identità e retorica dei luoghi: fruizione turistica</i>	161
Matteo Bronzi, Caterina Ciarleglio, Gioacchino Piras, Enrico Priarone, Valerio Salvini, Riccardo Valentini, <i>Ripensare spazi di contaminazione</i>	166

#### **ITR 7. Migrazioni/biodiversità/residenza: Geografie del movimento tra scienza e arte**

Raffaele Cattedra, <i>Introduzione</i>	177
Gianluca Gaias, Cinzia Atzeni, <i>Diaspore di racconti transmediterranei. Il corpo racconta il viaggio fra deserto, città e mare</i>	181
Dario La Stella, Valentina Solinas, <i>La coreografia della migrazione</i>	189

#### **ITR 8. Narrazioni visuali e spazi geografici**

Marco Maggioli, Maurizio Memoli, <i>Introduzione</i>	197
Luca Paolo Cirillo, Fabio Amato, <i>Into the buffer zone. Micro etnografie sensoriali dell'area vesuviana</i>	203
Patrizia Miggiano, <i>«Viviamo in un incantesimo». Per un racconto visuale del caso Xylella in Salento</i>	208
Giorgia Iovino, <i>Geografie dell'effimero: street art tour e periferie urbane</i>	212
Giulia de Spuches, <i>Viaggio in Italia tra gli spettri dell'emigrazione. Geografia delle terrae incognitae</i>	219

**ITR 9. Immagini in movimento nella ricerca geografica: osservare, com-prendere e rappresentare il mondo con gli audiovisivi**

Sandra Leonardi, Riccardo Russo, <i>Introduzione</i>	227
Marino Midena, <i>La lettura integrata dell'Ecocinema tra geografia, ecopolitics, ecocritica letteraria e diritto</i>	231
Maurizio Zignale, <i>Cineturismo, da rappresentazione visuale a geografia reale</i>	237
Silvy Boccaletti, <i>Playscape: mappare, frammentare e de-materializzare un parco urbano attraverso lo strumento audiovisivo</i>	240
Maria Conte, <i>Dove nuotano i caprioli. Filmic geography «dentro» il paesaggio idroelettrico di Centro Cadore</i>	243
Giuseppe Sommario, <i>Sentirsi a casa. Voci dalle Spartenze</i>	247

**ITR 10. (Dis)figurare il genere: pensare, raccontare, immaginare in una cornice transitoria**

Giulia de Spuches, <i>Introduzione</i>	255
Alessandra Bonazzi, <i>Anamorfosi e corpi sommersi: la Zona Critica del Mediterraneo</i>	257
Stefania Bonfiglioli, <i>Corpi che parlano: arte femminista e dibattiti geografici odierni</i>	261
Antonia De Michele, <i>Spazi di possibilità nel quartiere Pigneto a Roma: pratiche artistiche come veicolo per la produzione di soggettività fuori dalla norma</i>	267
Gabriella Palermo, Alice Salimbeni, <i>Donne, corpi e territori: riflessioni sulla transitorietà</i>	275
Massimiliano Fantò, Giuseppe Muti, Valeria Pecorelli, <i>Toponomastica transfemminista come pratica performativa: una lettura geografica</i>	280

## Boutique festival, mobilità delle politiche e nuovo turismo urbano

Arturo Di Bella<sup>1</sup>

### 1. Boutique festival tra innovazione turistica e sviluppo locale

Nel campo degli studi urbani e del turismo, la diffusione di concetti come quelli di *festivalization* ed *eventification* ha inteso evidenziare sia la centralità attribuita allo spettacolo come principio guida dell'organizzazione e della trasformazione dello spazio urbano, sia i rischi connessi alla riproduzione seriale di modelli, format e contenuti, che finisce con l'appiattire l'esperienza urbana e quella turistica (Häubermann, Siebel 1993; Jakob 2013). In termini generali, la festivalizzazione può essere intesa come un nuovo paradigma della *governance* locale che attribuisce una rinnovata centralità agli eventi e ai festival come strumenti di rigenerazione economica, sociale e culturale, in grado di migliorare l'immagine territoriale, accrescere la capacità competitiva delle città e il loro posizionamento nella gerarchia globale, creare nuove attrazioni turistiche, ampliare il ventaglio dell'offerta di esperienze e intercettare nicchie emergenti.

Un'ampia letteratura ha però evidenziato come la messa in evento dello spazio urbano comporta anche rischi ed esternalità negative, connesse in particolar modo a strategie di valorizzazione in cui la cultura e le arti tendono ad essere strumentalizzate per legittimare e accelerare agende politiche guidate da una logica imprenditoriale e di competizione territoriale, che finiscono spesso per standardizzare l'esperienza urbana e creare importanti disimmetrie socio-spaziali: un fenomeno globale che appare particolarmente accentuato nel caso dei mega-eventi sportivi e culturali.

Rispetto a tale dibattito, nel corso dell'ultimo decennio si è assistito ad una progressiva diffusione globale del modello dei boutique festival – BF – che è invece promosso da organizzazioni internazionali, come l'UE, e altri attori pubblici e privati, come modello creativo, sostenibile, inclusivo e interattivo. Con tale concetto, di origine anglosassone, si fa riferimento soprattutto a festival di musica popolare e contemporanea, dalle ridotte dimensioni, intimi e familiari, esteticamente sofisticati, artisticamente sperimentali, territorialmente radicati e socialmente orientati, che nella loro offerta abbinano differenti produzioni artistiche ed un ampio ventaglio di forme di partecipazione, tra cui attività artigianali, seminari di approfondimento, workshop e altre iniziative di sperimentazione artistica e di innovazione socio-culturale (Johansson, Toraldo 2015). Aprendosi a processi di co-creazione dell'esperienza turistica, i BF appaiono particolarmente adatti a rispondere alle sfide poste dalla standardizzazione dell'offerta turistica e dall'emersione del nuovo turismo urbano, contraddistinto tra l'altro dalla richiesta di esperienze autentiche e originali, connesse alla tipicità dei luoghi, radicate nel contesto locale e co-prodotte dallo stesso consumatore (Füller, Michel 2014; Di Bella, 2022).

A partire da tali premesse, questo contributo intende mettere in luce alcuni aspetti chiave connessi alla mobilità degli immaginari e delle politiche che guidano l'incorporazione locale del modello globale dei BF in Sicilia nell'era post-Covid, in particolare la messa in scena di esperienze anticipatorie e la messa in valore del consumatore attraverso pratiche di co-creazione, tra innovazione turistica e territoriale. Adottando un approccio

<sup>1</sup> Università di Catania.

critico di *cultural political economy*, si è inteso sviluppare una analisi critica delle rappresentazioni e dei discorsi veicolati tramite pagine social, siti internet e report aziendali dai principali BF siciliani e da alcune loro reti imprenditoriali. Tra i primi si annoverano Ypsigrock – Castelbuono, PA –, Opera – Milo, CT –, Ricciweekender – CT –, The Djoon Experience – Favignana, TP –, Festivalle – AG –, OSS – Ortigia, SR –, Marranzano World Fest – CT – e Mish Mash – Milazzo, ME –. Tra le seconde, l'attenzione si è focalizzata soprattutto su: *SMA!* – *Small Festival Accelerator* –, un acceleratore a sostegno dei BF cofinanziato nel 2019 da Europa Creativa, il cui capofila è l'associazione culturale *Gleen Gould* che produce dal 1997 Ypsigrock di Castelbuono, riconosciuto come uno dei BF più prestigiosi d'Europa; e *Sicilia Festivals*, un raggruppamento di BF siciliani che durante il primo lockdown imposto per contenere la diffusione della pandemia Covid-19 ha deciso di avviare un percorso di lavoro comune, che ha inteso tramutare la crisi in uno spazio di opportunità di collaborazione e di innovazione.

## 2. Boutique festival come spazi di incontro e di condivisione di conoscenza

In primo luogo, i BF sono rappresentati come spazi di incontro che fungono da piattaforme di produzione e scambio di conoscenza. In tale prospettiva, il festival è rappresentato come uno spazio comunitario, un sofisticato sistema relazionale che, attraverso la mediazione territoriale, funge da luogo d'incontro tra complesse reti sociali, imprenditoriali e territoriali, che includono artisti, organizzatori, aziende, media, politici, pianificatori, ricercatori, fruitori, residenti e turisti. È possibile notare come l'enfasi sulla natura comunitaria del BF in Sicilia si avvalga in particolare della produzione e della mobilitazione di discorsi e immaginari che promuovono valori socialmente orientati di innovazione culturale, inclusione sociale e coesione territoriale.

L'obiettivo del progetto *SMA!* è quello di definire un modello sostenibile di BF nelle aree periferiche dell'UE attraverso la sperimentazione e la circolazione di idee, azioni e strategie che puntano, tra l'altro, alla creazione di infrastrutture sostenibili nel campo delle economie creative dei territori coinvolti, nonché all'innovazione del loro sviluppo turistico, al fine di favorire la crescita economica e sociale delle comunità e la coesione sociale e territoriale dello spazio periferico europeo. Attenzione particolare è rivolta alla loro eco-sostenibilità, all'accessibilità e all'inclusione, anche avvalendosi della creazione di reti locali e internazionali funzionali a tali obiettivi ([ypsi.link/SMA](http://ypsi.link/SMA)).

Nelle pagine social di *Sicilia festivals*, il BF è definito come un evento esperienziale che include un ampio ventaglio di prodotti artistici e culturali di nuova generazione accomunati da un forte orientamento ai valori del radicamento, dell'internazionalizzazione e della sperimentazione. Ad una marcata ripetitività temporale e un forte ancoraggio territoriale delle strutture organizzative, dei prodotti offerti e delle risorse attivate, si associa una elevata propensione alla connettività, cioè alla capacità di attivare e valorizzare relazioni, reti e sinergie, tra attori, luoghi, produzioni e attività, e all'innovazione, intesa in senso ampio, come innovazione culturale, tecnologica, ambientale e sociale ([www.facebook.com/siciliafestivals](http://www.facebook.com/siciliafestivals)).

Il sito [www.siciliafestivals.com](http://www.siciliafestivals.com) indica come missione della rete la creazione di una piattaforma di condivisione di valori, conoscenze, competenze, esperienze, tecnologie, servizi e strategie utili sia ad affrontare nel breve le emergenze più contingenti connesse alla sospensione delle proprie attività culturali imposte dalle misure di *lockdown*, sia ad ideare ed implementare un nuovo modello regionale di *governance* del fenomeno dei festival musicali, in linea con i più innovativi modelli nazionali e internazionali. Il *network* regionale di BF è riconosciuto come portatore di ulteriori vantaggi, fungendo da *watchdog organization* e da strumento di contrattazione politica, che consente tra l'altro di dialogare, controllare ed eventualmente contestare in modo più efficace le strategie politiche locali. In più, lo sviluppo di iniziative comuni può accrescere la sensibilità presso l'opinione pubblica, oltre che consapevolezza, capacità collaborativa e apprendimento reciproco, tra addetti ai lavori, amministratori, pianificatori, università, mondo imprenditoriale e comunità locali, garantendo l'acquisizione di vantaggi competitivi sia per i singoli festival sia per le destinazioni turistiche. La creazione di una struttura e di un brand unico consente infine di promuovere una maggiore riconoscibilità all'esterno della scena locale, facilitando la creazione di connessioni e collaborazioni con realtà diverse e con altri *network* nazionali e internazionali, in grado di garantire l'accesso a ulteriori risorse e conoscenze.



### 3. BF come laboratori di innovazione tra creatività, tecnologia e sostenibilità

L'idea base sia di *SMA!* che di *Sicilia festivals* è quella di riconoscere i BF al tempo del Covid-19 come veri e propri *living lab* creativi, spazi di sperimentazione di idee, pratiche e modelli innovativi di produzione artistica e culturale, e laboratori di innovazione sociale, ambientale e tecnologica, che possono fungere da volano per il rilancio del comparto turistico nell'Era post-Covid-19, in una logica di sviluppo sostenibile e inclusivo.

Nella più recente edizione post-*lockdown*, tutti i festival hanno dovuto fronteggiare una serie di difficoltà finanziarie, organizzative e logistiche connesse sia alla crisi economica che al rispetto delle misure di contenimento della diffusione del virus, che hanno imposto capienze limitate, controlli all'ingresso, riduzione della mobilità all'interno delle *location*, ecc., e che si sono inevitabilmente tradotte in minor incassi, maggiori costi e ridotta flessibilità organizzativa. Tuttavia, oltre alla messa in scena di programmazioni artistiche significative e di alto profilo, attraverso l'integrazione tra culture locali, pratiche innovative e nuove tecnologie e attribuendo un ruolo chiave alle esperienze di co-creazione (Richards 2020), i BF siciliani hanno promosso e implementato anche numerosi progetti di innovazione socio-culturale e tecno-sociale orientati a modelli di turismo creativo, inclusivo ed eco-sostenibile.

La creatività è al centro di un insieme di iniziative finalizzate alla valorizzazione e all'innovazione del patrimonio culturale materiale e immateriale del territorio, attraverso l'offerta di esperienze turistiche e di apprendimento, connesse a musica e cultura popolare, produzioni tipiche, arti visuali e performative, artigianato, ecc. La salvaguardia del patrimonio culturale intangibile è il focus del progetto Tremolo, finanziato da *Creative Europe*, attraverso cui tre festival, tra cui il Marrassano World Fest di Catania, si pongono l'obiettivo di supportare la mobilità dei giovani artisti e professionisti europei delle aree periferiche del continente, fungendo da ponte di creatività nel campo della musica tradizionale ([tremoloproject.eu/about](http://tremoloproject.eu/about)).

Il festival Ricciweekender, prodotto da Mercati Generali di Catania in collaborazione con Worldwide FM, piattaforma musicale globale basata in Inghilterra, nasce come spazio creativo d'incontro del new jazz e dell'elettronica con la tradizione enogastronomica siciliana. Alcune tappe del festival sono organizzate nel piccolo centro medievale di Castiglione di Sicilia, capitale etnea del vino e uno dei 75 borghi più belli d'Italia, dove oltre ad attività d'intrattenimento musicale si offre l'opportunità di visite e attività di degustazione in cantina, consentendo ai fruitori di vivere un'esperienza multisensoriale tra arte, patrimonio storico-culturale, tradizione enogastronomica, costume e musica.

Opera festival è un BF esperienziale che si tiene a Milo, borgo ai piedi dell'Etna, che oltre ad un ricco calendario di eventi live all'interno dell'anfiteatro, dove la pietra lavica diventa elemento fondamentale della costruzione scenografica, ha previsto anche una serie di eventi collaterali. Tra questi, alcuni *workshop* su tradizioni artigianali locali, come quello sull'uncinetto, che è stato tenuto da un gruppo di signore di Milo a favore dei giovani avventurieri del festival, come strumento di incontro inter-generazionale e di coinvolgimento e apprendimento reciproco tra la comunità locale e quella dei fruitori del festival.

Uno dei tanti nuovi progetti promossi da Ypsigrock di Castelbuono è *The Sound of This Place 2021*, basato sull'incontro tra produzioni creative sperimentali e comunità locali, attraverso cui una residenza artistica è stata messa a disposizione di un collettivo, che per due settimane si è immerso nella vita quotidiana della cittadina, *living like a local*, con l'intento di trarre ispirazione per nuove produzioni artistiche territorialmente radicate, che sono poi culminate nel concerto di agosto.

Un'altra pratica, particolarmente diffusa, di apprendimento e di attivo coinvolgimento dei fruitori è quella che prevede l'organizzazione di *talk* e seminari, attraverso cui coinvolgere esperti del settore, architetti, designer, accademici, giornalisti, mecenati, consulenti, *policy-makers* su dibattiti riguardanti diverse tematiche socio-culturali e territoriali, come la disparità di genere nell'industria musicale, la relazione tra eventi culturali e sviluppo urbano, il ruolo dei BF nel rilancio delle aree periferiche, la questione dei diritti e del copyright nell'industria musicale e in quella creativa.

Più in generale, per il BF le questioni della sostenibilità sociale e ambientale rappresentano un importante campo di sperimentazione per nuove progettualità e nuovi servizi.

Ypsigrock nel corso degli ultimi anni ha attivato una serie di progetti collaterali al BF, fortemente incentrati sulle tematiche dell'innovazione socio-culturale, come *Tutti Inclusi* e *Safe Place*. Il primo, finanziato dalla Fon-

dazione con il Sud e lanciato nel 2018, è un programma di promozione territoriale e di inclusione sociale che ha l'obiettivo di accrescere l'accessibilità di eventi e strutture nella area di Castelbuono, incoraggiando l'attiva partecipazione di tutti, con attenzione specifica a soggetti con interessi, esigenze e – dis– abilità uniche e specifiche. Il secondo, invece, lanciato nel 2021 è un progetto internazionale finanziato dall'UE tramite Erasmus+ che attraverso l'implementazione di specifici programmi di formazione intende promuovere eventi culturali più sicuri, inclusivi ed equi, in grado di contrastare discriminazioni e altre barriere socio-culturali ([www.ypsi-grock.it/en/associazione-culturale-glenn-gould](http://www.ypsi-grock.it/en/associazione-culturale-glenn-gould)).

Ancor di più nel contesto post-*lockdown*, il tema della sostenibilità ambientale è stato incorporato nelle strategie promozionali e nelle pratiche innovative dei BF siciliani, che intendono proiettare l'immagine di eventi di volta in volta promossi come festival *green*, *plastic free* e a rifiuti-zero, come nel caso del *Mish Mash* di Milazzo e di OSS a Ortigia. In tale ambito, l'innovazione tecnologia è ormai riconosciuta come la leva principale della sperimentazione, e tramutata in una opportunità per creare sinergie e collaborazioni con i più ampi eco-sistemi urbani dell'innovazione, ed in particolare con le comunità di startup digitali che animano la scena *high-tech* di alcune città, come Catania. Meccanismi è un braccialetto elettronico sviluppato dalla omonima startup catanese e adottato da OSS, come *smart event optimizer*, in grado di operare come un vero e proprio identificativo personalizzato per il fruitore attraverso cui gestire tutti i servizi connessi all'evento, dal *ticketing* al bar, passando per l'intera gamma di attività e servizi offerti dal festival. Sempre OSS ha sperimentato anche Ustep, che attraverso la componente della *gamification* intende modificare i paradigmi sociali e comportamentali di mobilità dei turisti-fruitori. Si tratta di un'applicazione, anch'essa sviluppata da una *startup* catanese, che funge da conta passi dentro e fuori le *location* in cui si organizzano eventi e festival, attraverso cui misurare, valutare ed eventualmente premiare la mobilità sostenibile, e nel frattempo rendicontare l'anidride carbonica risparmiata grazie alle distanze percorse a piedi.

#### 4. BF come porte d'accesso per esperienze turistiche autentiche e originali

I BF rappresentano spazi culturali temporanei che influenzano i processi di trasformazione simbolica e materiale dei luoghi, impattando in modo diretto anche sull'esperienza turistica. Da un lato, i BF prestano una particolare attenzione alla costruzione di un'identità e di una immagine del festival in grado di incorporare e celebrare i caratteri tipici del territorio. Dall'altro lato, il BF influenza a sua volta l'identità dei luoghi, avvalendosi della sperimentazione di nuovi e originali linguaggi, forme espressive e modi di raccontare il territorio e il suo patrimonio culturale materiale e immateriale, anche per mezzo della diffusione di messaggi, come ad esempio il rispetto per l'ambiente e per le differenze socioculturali, che passano dal pubblico dei fruitori alle comunità delle città e dei luoghi che li ospitano.

Il BF è così spesso presentato come un *hallmark event*, un evento marchio, la cui stessa esistenza è indissolubilmente legata al territorio che lo ospita, le cui risorse artistiche, culturali, paesaggistiche e ambientali, così come le sue tradizioni e vocazioni, materiali e immateriali, sono al centro dell'innovazione, promozione e commercializzazione delle esperienze culturali e turistiche offerte. Strategica è la scelta delle *location*, che si esplicita in diversi casi nella realizzazione di festival diffusi, che prevedono una *main vanue*, spesso corrispondente ad importanti attrattori turistici – Valle dei templi di Agrigento per Festivalle, Castello Maniace di Ortigia per OSS, Area marina protetta di capo Milazzo per Mish Mash, ecc. –, e un numero variabile di località secondarie dall'elevato valore simbolico e culturale, come centri storici, mercati rionali, aziende di produzioni tipiche, vigneti, aree marine, complessi monumentali, dove ospitare iniziative collaterali ed eventi off. Attraverso questi spazi, i BF fungono da quelli che nella letteratura anglosassone sono definiti *tourism precincts* (Hayllar e altri, 2008): punti di riferimento a partire dai quali il turista entra in contatto con un ambiente non familiare e inizia a comprendere e apprezzare i luoghi, la storia e gli stili di vita del contesto più ampio; ed *entry points*, che consentono l'accesso ad esperienze autentiche, uniche e creative, spesso connesse alla vita quotidiana dei luoghi, alla cui produzione co-partecipano organizzatori, artisti, residenti, fruitori e turisti attraverso scambi di conoscenze e competenze.

## 5. Conclusioni

Dall'analisi degli immaginari e dei discorsi che caratterizzano l'incorporazione locale del modello globale dei BF in Sicilia alcuni aspetti emergono con maggior forza.

In primo luogo, la promozione e la commercializzazione del festival e l'enfasi attribuita sia al loro radicamento territoriale che al loro orientamento internazionale è funzionale ad una messa in scena anticipata di un'esperienza turistica insieme autentica e innovativa, in grado di conciliare in modo armonico e originale la fruizione di aspetti artistici propri della cultura globale con tratti tipici della cultura locale.

La produzione artistica non appare però fine a se stessa ma serve a costruire uno spazio d'incontro tra un pubblico, un progetto culturale e un territorio, aprendosi a una forma di turismo che offre ai visitatori l'opportunità di sviluppare il proprio potenziale creativo, in linea con i caratteri del «turismo esperienziale», cioè quel tipo di turismo orientato ad esaltare i valori della partecipazione e dell'apprendimento attraverso esperienze autentiche, che scaturiscono dall'immersione nella cultura locale (Smith, 2006). La messa in scena dei BF si avvale di una crescente importanza attribuita alla co-produzione di forme, performance ed esperienze culturali, ed è concepita non soltanto come attività prodotta da artisti creativi o rivolta a turisti creativi, ma in termini di «turismo relazionale» (Richards, 2020), in cui il festival e le stesse comunità locali fungono da porta d'accesso alla vita quotidiana, alle culture e alle tradizioni dei luoghi.

In secondo luogo, il BF è un festival fortemente orientato ai valori dell'innovazione, intesa in senso olistico, come innovazione culturale, tecnologica, ambientale e sociale. L'innovazione culturale è al centro del prodotto offerto dal festival, attraverso l'adozione e la messa in dialogo dei diversi linguaggi artistici, culturali e sperimentali. Il BF opera però anche come un laboratorio di innovazione tecno-sociale, che pone i temi della sostenibilità ambientale, dell'inclusione sociale e della coesione territoriale al centro delle proprie iniziative e attività. Da un lato, la messa in valore del consumatore, attraverso l'appropriazione del lavoro creativo di un pubblico di fruitori-turisti socialmente cooperativi, evoca discorsi di responsabilizzazione dell'individuo associabili ad una razionalità governamentale neoliberista, funzionale alla creazione di una società imprenditoriale, in cui le responsabilità del benessere economico e sociale sono progressivamente trasferite dal settore pubblico ai cittadini e agli altri attori privati. Dall'altro lato, il forte orientamento ai valori dell'impegno civico, del rispetto ambientale, dell'inclusione socio-culturale e della coesione territoriale manifesta anche le potenzialità innovative e trasformative di questo modello di festival, soprattutto nel contesto post-Covid. Nella specificità del contesto siciliano, i BF possono infatti assurgere a leva strategica di innovazione turistica e sviluppo locale, in grado di promuovere una diversa immagine territoriale, rinnovare il patrimonio culturale tangibile e intangibile, e intercettare nuove nicchie turistiche, promuovendo modelli più sostenibili e socialmente orientati di offerta e fruizione turistica. Essi inoltre offrono occasioni straordinarie di creazione e valorizzazione di spazi di espressione per le culture e le capacità imprenditoriali delle nuove generazioni, di rinnovamento e ampliamento della sfera pubblica culturale e di quella politica, di rafforzamento del capitale sociale, ed in ultima istanza di contrasto a quei numerosi e persistenti processi di periferizzazione e in alcuni casi di vera e propria desertificazione economica, sociale e culturale che continuano a caratterizzare ampie parti del contesto isolano.

## Bibliografia

- Di Bella A., *Geografia del turismo urbano*, Laterza, Bari-Roma, 2022.
- Füller H., Michel B., *Stop being a Tourist! New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg*, in «International Journal of Urban and Regional Research», 2014, 38, 4, pp. 1304-1318.
- Hayllar B., Griffin T., Edwards D., *City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts*, Elsevier, Oxford, 2008.
- Häubermann H., Siebel W., *Festivalization of Urban Policies*, Oplanden, Westdeutscher, Verlag, 1993.
- Jakob D., *The Eventification of Place: Urban Development and Experience Consumption in Berlin and New York City*, in «European Urban and Regional Studies», 2013, 20, 4, pp. 447-59.
- Johansson M., Toraldo M.L., *From Mosh Pit to Posh Pit: Festival Imaginary in the Context of the Boutique Festival*, in «Culture and Organization», 2015, 27, pp. 220-237.
- Richards G., *Designing Creative Places: The Role of Creative Tourism*, in «Annals of Tourism Research», 2020, 85, pp. 1-11.
- Smith W.L., *Experiential Tourism around the World and at Home: Definitions and Standards*, in «International Journal of Services and Standards», 2006, 2, 1, pp. 1-14.