

**LUOGO E PAESAGGIO: IMMAGINARIO E VISIONI PER IL “VIAGGIO” COME
OCCASIONE DI SVILUPPO SOSTENIBILE, COESIONE E TUTELA.**

F. Schiavo¹

SOMMARIO

Il contributo si propone di presentare una riflessione relativa a una ricerca in corso² su un ambito vasto della Sicilia occidentale, ricco di risorse e, nel contempo, eroso da abusivismo e segnato, in una vasta area, dalla catastrofe del terremoto del '68 che ha indotto sia trasformazioni incongrue, sia alcune opportunità. Il paesaggio di tale ambito è fortemente disomogeneo, contraddittorio, trasformato e contraddistinto da un'assenza di pianificazione intesa in chiave sostenibile e strategica, d'area vasta e integrata necessaria per proporre linee di sviluppo e di tutela. Secondo quest'ottica tra la visione generale e metodologica e l'esposizione di esempi di approfondimento, il contributo mette in evidenza i caratteri del territorio, i sub-ambiti, le trasformazioni avvenute, e propone un metodo di scoperta dei luoghi compiuta non solo tramite le analisi classiche, ma basandosi sulle cosiddette fonti non convenzionali, come la letteratura, i racconti di viaggio o i documentari conservati presso la Cineteca Regionale Siciliana. Sia nelle premesse che nelle conclusioni vengono messe in luce alcune linee di forza e di sviluppo di alcune filiere, connesse al turismo sostenibile e relazionale, come quella del vino, del cibo, del pane e dell'olio.

¹ Dipartimento di Architettura, Università degli Studi di Palermo, corso Vittorio Emanuele, 188, 90100, Palermo, flavia.schiavo@unipa.it; flavia.schiavo@libero.it

² Un PRIN: ITATOUR 08, “Visioni territoriali e nuove mobilità, progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente”, coordinatore nazionale N. G. Leone, Università di Palermo.

“La cosa più abbondante sulla terra è il paesaggio. Anche se tutto il resto manca, di paesaggio ce n’è sempre stato d’avanzo, un’abbondanza che solo per miracolo instancabile si spiega, giacché il paesaggio è senza dubbio precedente all’uomo e nonostante ciò, pur esistendo da tanto, non si è esaurito ancora. Sarà perché costantemente muta...”

José Saramago, *Una terra chiamata Alentejo*

1 Introduzione: il contesto e i temi

Un ambito vasto, controverso e smarginato, come quello della valle del Belice e del suo immediato intorno, sito nella Sicilia occidentale, possiede in sé risorse e nodi insoluti. In tale ambiente - fatto di piccole e medie città, siti archeologici, mare, saline, entroterra coltivato, e segnato tra l’altro dalla catastrofe sismica del ’68 - si sommano densità e densità, tra elementi, fenomeni, strutture potenti e condizioni irrisolte, date da contingenze, occasioni perdute, scelte confutabili, in assenza di una visione complessiva e articolata, responsabile, sostenibile ed eticamente orientata, di una pianificazione integrata e transcalare che metta in relazione il progetto di città con quello di paesaggio, mentre sussiste ed è in atto una crescita poco controllata, non pianificata, figlia dell’inerzia, del disimpegno, dell’abuso, della presenza mafiosa. Un territorio, dunque, il cui progetto, affrontato secondo l’ottica del turismo sostenibile, rappresenta una grande sfida, in un paesaggio fatto di contrasti, contrassegnato da imponenti risorse, e da una sorta di sprawl spesso caratterizzato da seconde case, dalla struttura assai differente da quella del diffuso veneto.

Tale edificazione produce una nuova stanzialità, consumo di suolo, cementificazione, alterazioni del microclima, e induce modificazioni legate, tra le altre, alla continuità perduta del paesaggio agrario, all’incremento di una viabilità che taglia, frammenta, scardina e suddivide i luoghi, e di ulteriori detrattori (come centri commerciali, o altri “servizi”) che incidono con impatti forti sul paesaggio e sui comportamenti sociali.

In relazione al turismo integrato i temi della: mobilità, stanzialità, paesaggio, strumenti di previsione, gestione, valutazione, meritano un approfondimento.

La città densa rappresenta il luogo storico della stanzialità, è legata al ruolo, alla capacità di governo all’accentramento di servizi, funzioni, attività economiche, legame civico e di interrelazioni tra città, territorio e popolazione insediata. La trasformazione dei sistemi urbani, il decentramento, la moltiplicazione dei piccoli centri, da un lato, e dall’altro l’esplosione di

seconde case, cioè di un insediamento disperso, fatto, soprattutto nell'area studiata di residenze stagionali, manifesta una diversa stanzialità esplosa, (il “diffuso” è differente da quello dell'Italia del centro-nord e del nord-est) in cui esiste una proliferazione di servizi, più che di attività produttive e una viabilità tagliante che erode territori e consuma paesaggi. Se la stanzialità in precedenza era uno degli elementi su cui si costruiva l'appartenenza ai luoghi, oggi (scindibile in stanzialità familiare; del lavoro; dei servizi; del turismo in senso stretto) è spesso sintomo di indifferenza dai luoghi stessi, di alienazione e pone la necessità di mitigare gli impatti e istituire nuove connessioni. Un ulteriore aspetto di approfondimento è costituito dalla mobilità che va guardata come opportunità (per i flussi, i punti di accesso, le mete, i percorsi, le alternative a basso impatto, ecc.) e come elemento di criticità per il consumo di suolo, il forte impatto, per l'essere secante e incoerente rispetto ai paesaggi storici e contemporanei, e per la diffusione insediativa che la medesima mobilità induce.

L'ambito viene considerato come “sistema” non solo per ragioni morfologiche, ma anche in virtù della suddivisione storica della Regione, in tre Valli (Mazara, Demone, Noto), sino alla riforma ottocentesca. Il territorio storicamente identificato comprende la zona occidentale dell'isola, attualmente le provincie di Palermo, Trapani e parte della provincia di Agrigento, e si riferisce alla Val di Mazara, una dei tre reali domini al di là del Faro, in cui era suddivisa la Sicilia, a partire dalla presenza araba, sino a quella borbonica. La successiva riforma del 1818 del Regno delle due Sicilie, ripartì il territorio isolano in sette provincie (denominate “valli minori”). Prima della riforma le altre due Valli erano la Val di Noto e la Val Demone, i cui confini erano costituiti da due fiumi: Imera settentrionale e Imera meridionale. Tale suddivisione ha un valore che trascende la Storia, in quanto propone una tripartizione che discende anche dalla struttura morfogenetica dei paesaggi siciliani, dalle polarità storiche, dai segni orografici e idrografici (ripresa e reinterpretata anche in strumenti di governo e di indirizzo recenti, (come le Linee Guida del Piano Paesistico Siciliano), non essendo *ab origine* fondata sulla suddivisione amministrativa napoleonica.

Attualmente il territorio considerato è densamente popolato e può essere ripartito in sub-ambiti che hanno un ruolo e un senso sia per i caratteri dei paesaggi, sia rispetto alla linea di ricerca (in itinere), e che viene qui presentata soprattutto secondo un approccio di metodo, legato al turismo sostenibile e relazionale, non solo connesso al “viaggio” tradizionalmente inteso, ma a forme di mobilità, stanzialità, idee e rappresentazioni di paesaggio, strumenti sia storicamente presenti sia nuovi che incentivino il turismo, alla fisionomia dei luoghi, alla cultura radicata e alle radici antropologiche, alle tradizioni e alle innovazioni produttive ecocompatibili e dotati di valori etici e sociali. Tra i poli o sub-aree si possono indicare il sistema della Valle del Belice, l'area ericina, quella del trapanese, San Vito Lo Capo, Marsala e Mazara con lo Stagnone, le Egadi, i piccoli comuni, come Menfi, Alcamo, Sambuca di Sicilia che rappresentano, per diverse ragioni, alcune delle micro polarità presenti. Menfi e

Sambuca di Sicilia sono luoghi di produzione enologica. Siti interessati dalla rilevante presenza della “casa” vinicola Planeta, per un totale di 250 ha circa.

Pur essendo nel tempo mutato anche tramite eventi brutali, come quelli legati alla catastrofe sismica e alla ricostruzione post terremoto, tale territorio possiede una grande “resilienza” e resistenza ed ha in sé paesaggi e luoghi, e “pratiche” che vanno riconosciuti, messi in luce, e governati non come fossero “isole” o attraverso dinamiche di pianificazione top-down, assertiva e deterministica, ma sviluppando una visione di insieme che integri la progettazione di area vasta, le occasioni relative alle politiche comunitarie, e il progetto a scala urbana, tenendo conto del capitale sociale, coinvolgendo gli abitanti, soggetti tutt’altro che passivi da includere nel processo di ripensamento evolutivo e di progetto, che combatta stasi e inerzia e assenza di vitalità economica, che va intesa, invece, secondo una visione sostenibile (termine un po’ abusato, ma utile ad esprimere in sintesi alcuni concetti acclarati).

Per attivare strategie di tutela e di sviluppo occorre, secondo la prospettiva definita, esplorare, analizzare, osservando il presente, tenendo conto della storia, dell’immaginario, della tutela attiva, delle visioni, delle spinte tensive, date dalla contraddizioni esistenti (risorse ambientali e culturali ed erosione delle stesse), delle opportunità di sviluppo che riqualifica, e che non preveda né consumo di suolo, né crescita degli insediamenti. Bensì tutela, recupero, riuso, valorizzazione e implementazione di best practices. Identificando linee di azione legate al turismo relazionale che, oltre a essere una fonte di economie, in alcuni luoghi potrebbe essere un punto di forza per costruire occupazione e occasioni per le persone più giovani.

2 Metodo

Nell’evoluzione dei sistemi produttivi, che dal materiale virano verso l’immateriale, il turismo riveste un ruolo centrale, anche per la sua valenza di attivazione di sviluppo, di “capitale sociale” e culturale e di economie compatibili, se “pensato” ed attuato nell’ottica di una pianificazione responsabile – ambientale e sociale - e transcalare, innervata da “valori relazionali”. Soprattutto in ambiti come quello siciliano, che possiedono grandi potenzialità e che “cercano” occasioni e opportunità di crescita e di ripristino, che si leghino con i “vincoli” (storici e attuali) che il paesaggio “impone” e suggerisce. Misurandosi con la permanenza, la trasformazione, l’avvenuta cancellazione, l’emergere di valori, nuovi e storici, di paesaggio, il turismo, così concepito, può divenire anche occasione per opporsi al consumo, e tendere verso un “riequilibrio” del milieu, tutelare e riscoprire qualità latenti o nascoste, attivando, anche dal “basso”, buone “pratiche sociali”.

L’area studiata mostra quali siano le potenzialità e le contraddizioni in atto, tra “pressioni”, “resilienze” e valori, date da un sistema di “luoghi” (intesi come ambiti dell’esperienza umana

e sociale) in trasformazione, da un territorio tra storia, natura, “seconda natura”, da “armature di produzione” di “frutti” potenzialmente ecocompatibili, legati ai cicli naturali e biologici, che hanno un valore storico, patrimoniale, paesaggistico, “identitario”, come le “saline” e i vigneti, o legate al comparto di produzione del cosiddetto “cibo di territorio” e di tradizione, che integra memoria e innovazione e riflette i transiti culturali e umani diversi (compresa la cultura ebraica e sefardita). Tali transiti, sul territorio, nelle città, sulla costa (che in questa area ha un ruolo nodale, anche perché è stata ed è “porta” e “strada” da percorrere) costituiscono un palinsesto stratificato: quel paesaggio che travalica ciò che si vede con gli occhi, ma comprende la koinè culturale che costituisce e struttura un luogo abitato.

Il “sistema” è sottoposto a progressive pressioni, attuali e storicizzabili, che hanno prodotto una trasformazione molto forte del paesaggio e dell’impianto insediativo, ora caratterizzato da una differente espansione dei nuclei, da una diffusione sul territorio di seconde case (dunque, anche, da un turismo di tipo “stanziale”), da una massiva trasformazione post sisma del ’68 (che ha indotto straniamenti e opportunità), da una rete di strade di nuovo conio, di detrattori micro e macro che inquinano il paesaggio, nonché da una “stanzialità” in trasformazione, da “nuovi” servizi e attrezzature (come i centri commerciali che scardinano e innescano forti alterazioni del tessuto e ulteriori cambiamenti), da una rete di mobilità anch’essa in trasformazione, fatta di connessioni visibili (come la rete di strade storiche, o la ferrovia) o più recenti e fisicamente più invasive (urbane ed extraurbane) e da una trama di connessioni apparentemente meno ponderose dal punto di vista dell’impatto, ma di enorme importanza. Tra queste, per esempio, l’aeroporto di Birgi e gli “scambiatori” collegati.

In tale chiave, dunque, viene condotta sia l’identificazione “variabile” (cioè passibile di revisioni ed ampliamenti nel tempo e nello spazio) dei distretti e dei sistemi turistici locali, concepiti come un sistema interconnesso, sia progettato il loro sviluppo, valutandone la capacità attrattiva, la capacità di “muovere” economie, attivare best practices e azioni sia bottom-up, che top-down (da sottoporre a verifica tramite la strumentazione urbanistica, che – si pensa – debba includere il turismo tra le proprie strategie). Esse sono parte del “governo del territorio” e di una articolazione che è sintesi del rapporto biunivoco tra la struttura esistente – il “paesaggio” – (e, specificamente, la “mobilità”, le “risorse”, la “stanzialità”), le politiche, i “piani”, la progettualità in corso e gli effetti sul territorio, sulle “pratiche” sociali, sugli abitanti, sulle economie.

Tali considerazioni, intendono inquadrare l’apporto in un a-priori che dirige il percorso di ricerca, nonché mettere in evidenza quanto il contributo punti l’attenzione sulla “seduzione del luogo”, sia tramite l’analisi delle fonti, e per mezzo delle restituzione delle interpretazioni, sia di due chiavi interpretative: lo “sguardo” e il “viaggio” (inteso come “attraversamento” e disvelamento) – considerando l’evoluzione del sistema bipolare e oppositivo osservato, riassumibile nel binomio “risorse/detrattori”. Esso non va inteso come corpus fisico e statico,

ma come fluida struttura in movimento, rispetto alla storia, alle trasformazioni, che il contesto esplicita e rispetto alla domanda e al trend che il comparto del turismo manifesta a livello internazionale, superando il format relativo alla domanda/offerta più standardizzata. Per riconoscere, identificare e attivare sia le “seduzioni” accreditate, sia le potenzialità nuove, anche legate a una differente modalità, più lenta, più meditativa, meno di superficie, del “viaggio”, che divenga scoperta di valori nascosti, così come l’implementazione di alcuni festival, la creazione di “musei diffusi” o tematici (anche legati alle filiere di produzione di cibo e vino), di “parchi letterari” (come quello “Giuseppe Tomasi di Lampedusa”, sito a Santa Margherita Belice), attenti alla cultura musicale, ai riti (come i Misteri di Trapani), al “cibo” e ai prodotti di territorio, cioè alla cosiddetta cucina a “Km 0”, al vino e alle “strade” del vino. Per riflettere su un paesaggio letto in relazione alla trasformazione del sistema antropico, osservando le contraddizioni in atto; sistema che deve essere interpretato concentrandosi sulla (ri)scoperta, sulla memoria, oltre che sul presente, e dunque sullo “sguardo” sia contemporaneo, sia quello che emerge dalle fonti storiche, sulla percezione del territorio e del paesaggio, dei suoi “frutti” e sulle descrizioni che registrano e restituiscono quel paesaggio.

La riflessione e l’interpretazione in itinere parte innanzi tutto nell’identificazione delle “fonti” da esplorare e ricercare. Oltre alle fonti convenzionali (cioè i “documenti” storici e attuali che registrano la “consistenza” dei luoghi) possono avere un enorme valore le cosiddette fonti, che possono esser definite “intermedie”, come i “racconti” dei Viaggiatori (tra ‘600 e ‘900) o le “vedute” che riportano non solo le geografie “mediate” dalla visione o dai paradigmi culturali, ma che identificano spostamenti e “nodi” su cui lo sguardo non solo si è posato, ma si è fermato, e le fonti “non convenzionali”, tra cui i reportage pubblicati – per esempio sulle riviste di viaggio, sia le Guide del Touring elaborate durante gli anni ‘50, sia alcune testate significative editate oggi - o i brani di letteratura (romanzi, racconti), il cinema, o la comunicazione su internet, i documentari. come quelli di Vittorio De Seta e Ugo Saitta. O alle produzioni Rai degli anni ‘60, per esempio quelle di Ugo Gregoretti, o film di registi come Jean-Marie Straub e Danièle Huillet. De Seta (che si può definire una sorta di alter ego di Danilo Dolci), nato a Palermo nel ’23, è un grande interprete e un finissimo lettore della storia e delle trasformazioni del milieu. Si pensi ai suoi documentari³ o al film *La Sicilia rivisitata*, del 1980. Il mondo “perduto” di De Seta racconta come si trasformi la cultura, spesso tramite strappi repentini che elidono i segni, le relazioni, e le interrelazioni, di cui, però, a volte permangono le tracce. In sintesi, è importante, nel lavoro di De Seta, la narrazione (e la volontà di recupero) del rapporto tra le persone (gli “ultimi”, come afferma lo stesso regista) e i luoghi, dando voce alla cultura e alla realtà locale e facendo sì che i protagonisti acquisiscano consapevolezza. In tali visioni viene meno la figura dell’osservatore (del regista

³ http://www.youtube.com/watch?v=RHk_wk_ZgA

in questo caso) come demiurgo, così come dovrebbe accadere nel progetto di territorio e di paesaggio.

Un corpus, quello delle fonti non convenzionali, che cerca di superare il virtuale delle analisi astratte e trascinare la rappresentazione verso il “corpo” e la “realtà” concreta delle cose, analizzati e interpretati al fine di ricostruire una immagine del territorio, meno segmentata, meno invalsa, consci che sia dichiaratamente soggettiva, ma, forse, per questo, inclusiva e tesa a far emergere le singolarità. Analizzando la struttura, la trasformazione e la modalità di comunicazione di questa immagine. E ragionando su come il paesaggio sia cambiato e sia cambiata la sua forza di seduzione, la sua percezione e la ricerca di elementi attrattori che, potenzialmente, catalizzano domanda e offerta nel comparto del turismo. Rivalorizzando le tracce e le orme – a volte abrase – ma non del tutto perse. Tra gli artefici della rappresentazione, Ugo Gregoretti di cui, oltre a *La Sicilia del Gattopardo*, del '60, si possono ricordare altre opere, documentari e inchieste visive, di grande acutezza. Dei registi francesi Jean-Marie Straub e Danièle Huillet va citato *Sicilia!*⁴ un film del 1999, tratto e ispirato da *Conversazione in Sicilia*, di Elio Vittorini, libro pubblicato nel 1941. Il film è stato presentato nella sezione *Un Certain Regard* al 52° Festival di Cannes.

In questo senso, tali fonti, sono esplorate non al fine di redigere un elenco compilativo di risorse e detrattori, bensì come mezzo per capire come si sia strutturato, nel tempo, il “viaggio”, lo “sguardo”, l’osservazione, le strategie di comunicazione, lo spostamento, il percorso, i modi dell’attraversamento e della stanzialità, l’identificazione delle “mete” (materiali e non), la permanenza nei luoghi, come siano stati identificati i siti e gli itinerari notevoli - quali siano i “fonemi” della seduzione e quali i punti di criticità - come essi, nel tempo, abbiano mutato natura e consistenza, quali siano state le “fratture” e i punti di flesso.

Obiettivo della ricerca, è la costruzione di una “biografia” parziale del luogo, una sorta di atlante narrativo degli spostamenti, dei percorsi, dei “nodi”, del “viaggio”, degli “sguardi”, delle “memorie” dei luoghi, elaborando restituzioni scritte e ideogrammi, incrociando fonti di importanza determinante più strettamente disciplinari, che non debbano avere necessariamente attinenza col turismo, ma siano legate allo sviluppo locale autoprodotta, come quelle di Danilo Dolci e dal suo gruppo, a Trappeto e Partinico, insieme alle immagini fotografiche (archivi Incorpora, Interguglielmi, Cappellani, Scafidi, Bronzetti, o le fotografie di Melo Minnella), e alle fonti scientifiche, come - per esempio - alcune indagini elaborate in ambito sociologico che hanno – intervistando abitanti e soggetti – scandagliato i modi e la restituzione della percezione del paesaggio, consultando alcune fonti intermedie e quelle non convenzionali, già citate in precedenza ed, inoltre, identificando e intervistando alcuni “testimoni” privilegiati (che abbiano avuto e che ancora intrattengano) un rapporto di lunga

⁴<http://www.youtube.com/watch?v=EnuVIWOrGDg>
<http://www.youtube.com/watch?v=240gyVQklRo&feature=related>

durata con il territorio, col paesaggio, con le città, medie e piccole, che “costruiscono” la punta occidentale della Sicilia.

3 Approfondimenti possibili

Alla base del metodo, allora, vi sono lo “sguardo”, il “viaggio”, le fonti “non convenzionali”, lette in chiave diacronica, le interviste, misurandosi con la trasformazione in corso, le contraddizioni, con l’emergere di nuovi valori e di nuove esigenze, con particolare attenzione alle armature di seduzione e produzione, al cibo, al vino e ai “frutti” di territorio (come il vino, il pane e il sale), ai luoghi e agli eventuali percorsi che li interconnettano, interrogandosi su quanto tali “beni” abbiano valore di attrattori a livello nazionale e internazionale.

In prima battuta si è scelto di esplorare e capire come Vino, Olio e Pane , tre “prodotti” primari, che hanno valore simbolico siano legati alla storia e al territorio, e siano attivatori di stanzialità, produzione, economie sostenibili, e “percorsi” turistici. Il cibo e il vino vengono, da sempre, investiti di valori extra-nutrizionali, e possiedono un enorme valore culturale, possono essere intesi come una sorta di documento di identità di un luogo e risultano collocati in un continuum di valori storici e di contesto. Il comparto enogastronomico viene inteso come fabbrica delle identità antro-po-territoriali: cibo e vino manifestano, infatti, un contatto forte con la storia, con la città e con il paesaggio. L’alimentazione costituisce un riflesso e una strategia adattativa tramite cui ci si relaziona con l’ambiente e con i fattori materiali e immateriali, cioè la natura orografica dei luoghi, le matrici genetiche dei territori, il clima, la composizione geologica, la complessità tecnologica da un lato, e dall’altro la trasformazione e gli eventi storici, i flussi migratori, l’introduzione di specie, cultivar e varietà, i riti, i costumi, che connettono cibo e vino alla possibilità di essere consumati o meno

Elementi forti, primari, paradigmatici, connessi allo sviluppo locale inteso in chiave sostenibile, tali prodotti contrastano l’erosione e l’usura delle risorse e, nel contempo attivano economie potenzialmente eco-compatibili, e che possono essere ascritte nel quadro delle azioni sostenibili. Tra esse, per esempio, la viticoltura (sostenibile e produttiva), la “cucina” di territorio o a km 0, la produzione di prodotti, come l’aglio di Nubia, il sale, l’olio e il pane (il pane “nero” di Castelvetro, il pane di Salemi) o la “vastedda” del Belice che è un formaggio.

In tale prospettiva e partendo dal “progetto di paesaggio”, recuperandone le matrici storiche e quelle più recenti, la ricerca si propone di tracciare linee, ipotesi e scenari orientati al cosiddetto turismo relazionale, per un progetto di “attraversamento” e trasformazione sostenibile, governato dall’idea del viaggio che diviene processo di scoperta, di ripensamento dei luoghi, piuttosto che consumo di risorse e di territorio, oppure offerta standard,

banalizzazione dei luoghi, perdita delle singolarità locali. La chiave proposta è legata a un attraversamento compatibile con essi, recuperando la storicità, legata ai viaggiatori, alle descrizioni, alla rappresentazione dei paesaggi, e mettendo in azione quelle strategie che individuino le risorse sia materiali che immateriali e il capitale umano, proponendo interrelazioni e azioni, anche in questo caso transcalari, fondate sulla bioarchitettura, sulla agricoltura biologica e sulla pianificazione ad area vasta, sull'integrazione tra costruito e spazi aperti, anche residuali e sul capitale sociale e umano.

Vino, Olio e Pane - il Pane di Salemi e il Pane nero di Castelvetro, così come la guastedda del Belice, cibi collegati a feste sacre e profane e a riti del quotidiano – producono interazioni e attraggono, inducendo un “viaggio” in cui non prevale l'idea di consumo, ma quello di “partecipazione” culturale alla koinè e di scoperta della stessa. Ciò accade anche a partire da “case” vinicole importanti e dai “frutti” prodotti, come Planeta⁵, dalle “strade del vino” (normate da una legge nazionale quadro, la 28/99) in fase di implementazione ed esistenti, come quelle dell'Alcamo Doc, del Marsala e Moscato di Pantelleria, Terre Sicane, Erice DOC, Vino Val di Mazara⁶, Vino DOC di Monreale, dell'Insolia o Ansonica. Dalle Strade viene messa in moto un'offerta articolata, legata al turismo. Si tratta, per certi versi di una interessante formula, che individua una massa critica di risorse locali e fruitori diretti, su una progettualità costituita da un team di soggetti locali, oltre che da portatori di interesse esterni, e sulla selezione di una progettualità attuativa e concreta, georeferenzata. A ciò va connessa una adeguata politica di marketing e comunicazione e una politica che miri a istituire interconnessioni propositive tra micro e macro segmenti dell'offerta, come vino, gastronomia, storia, natura, turismo “fuori rotta”.

Il turismo vitivinicolo è dunque legato anche alla Strade, ed è un mercato che ha enormi potenzialità, si rileva una presenza che ammonta a 15 mln di turisti (bilancio di circa 2500 mln di euro) a livello nazionale. Di tale ingente quota circa il 10% va alla Sicilia. Dai dati forniti dal Censis emerge che circa 10 mln di italiani hanno intenzione di visitare le aree di produzione di vino e circa 5 mln partecipano ad eventi legati al vino. Il turismo del vino e del cibo, dunque, inteso come turismo sostenibile e relazionale, è potenzialmente vivo e vocato a intercettare quote consistenti del mercato.

Il triangolo “pane-vino-olio” ha un legame stretto con l'agricoltura, con la storia, col paesaggio, con il capitale sociale. Tra tali prodotti soprattutto il Vino, filiera economica

⁵ Oltre a tale outsider (principalmente produttrice di vino, ma anche di olio) vanno ricordate altre aziende che gravitano nell'ambito considerato, come Calatrasi, Carlo Pellegrino, Rallo, Martinez, Feotto dello Jato.

⁶ Con maggiore dettaglio si indicano, per questa Strada, i prodotti tutelati, tra i vini: Marsala Doc, Delia Nivolelli Doc. Altri prodotti tutelati: Olio Extravergine di Oliva Val di Mazara Dop, Ricotta di pecora, Agrumi, Miele, Zucchini bianco, Fragola Marsalina, Meloni, Angurie, Gnocchi di farina di grano, Paghetti al matarocco, Pasta con le sarde, Pasta a beccaficu, Cuscu di pesce, Rianata, Cabucio, Pane cunzatu, Cassata, Cassateddi di fichi secchi, Cucuzzata, Gelati, Muccunata, Docletti di pasta di mandorle, Mazaresi al pistacchio, Mostarda, Mustazzoli. enti partecipanti Comuni di Salemi, Vita, Petrosino, Campobello di Mazara, Mazara del Vallo.

produttiva e in crescita. E' attualmente in corso un censimento delle aziende vitivinicole, raccolta dati, censimento dei vitigni prodotti e degli abbinamenti con il "cibo di territorio" (cucina a Km0), strade del vino e potenziali intersezioni tra vino e cibo, siti attivi e identificazione di siti (agriturismi esistenti) e percorsi potenziali, ricette storiche e tradizionali, ricognizione delle filiere autorganizzate, consorzi e associazioni che richiamino turisti, interviste a produttori, come Alessio Planeta, per mettere a fuoco oltre che la produzione, il rapporto con i luoghi e con il cibo, il marketing (trattandosi di una azienda attiva a livello internazionale) e le esportazioni, per capire dove "giunga" (anche a livello di sola comunicazione, non solo di export) il vino e il cibo e quanto essi possano attrarre persone, viaggiatori e attivare turismo.

La Sicilia è la regione che, in Italia, ha la maggiore superficie vitata (122.300 ha e circa 79.000 aziende agricole con vite, dati al 2000 V Censimento generale dell'Agricoltura), le provincie in cui vi è maggiore estensione sono TP (dove si concentra circa il 50%, AG il 18% e PA con il 13% della sup. complessiva). Anche per l'intervento dell'Istituto Regionale della Vite e del Vino, per le azioni in campi di orientamento varietali dagli anni '90 sono, come detto più avanti, stati introdotti particolari vitigni internazionali e incrementata la valorizzazione di autoctoni di pregio, a cui corrisponde una ottimizzazione della resa per ettaro e un perfezionamento delle tecniche di vinificazione che tendono alla qualità e alla stabilità dei prodotti. A testimonianza di tale trend vi è la presenza delle aziende e dei vini siciliani presso rilevanti fiere internazionali, come il Vinitaly di Verona. La filiera del vino ha un elevato grado di integrazione produttiva e di servizio, a parte alcune quantità trascurabili, molte aziende gestiscono in proprio (evitando fenomeni di esternalizzazione) le fasi di lavorazione sino all'imbottigliamento. La maggiore produzione, pur essendovi rossi di pregio, è relativa alla bacca bianca (il 77%), pur registrandosi una tendenza in corso che tende verso l'impianto di bacche nere. La cultivar più diffusa è il Cataratto bianco comune (46% della sup.), seguito dal Trebbiano toscano, dal Nero d'Avola (principale cultivar a bacca nera). Si registra, negli ultimi anni, un incremento delle produzioni DOC e IGT (9 DOC nel '93, 20 attualmente), maggiormente concentrate nella zona di Marsala (sede di importanti IGT). Il segmento di mercato delle DOC (qui visto nell'ottica del viaggio e del turismo sostenibile, dunque come prodotto specifico di "bontà" e qualità, legato a un luogo, frammento dell'identità territoriale) è ancora poco sviluppato. Attraverso l'incremento delle DOC si agisce sul mercato, sull'export (in crescita sino al 1999, anno in cui si censiscono 19 mln di hl esportati, trend che ha registrato una successiva contrazione), sul potere attrattore del prodotto, sulle strategie di comunicazione, rilanciando non solo l'economia del vino, ma quella legata al turismo. In tal senso è interessante riflettere su alcuni dati relativi al consumo del vino siciliano nei mercati europei. Una ricerca condotta da Eurisko (istituto italiano che elabora ricerche sul consumatore e indagini che coprono il panorama della ricerca sociale e di mercato in termini di finalità, aree e settori, metodologie e procedure) su commissione del

MIPAF (Ministero per le Politiche Agricole e Forestali) mostra come esista una ottima possibilità di affermazione dei vini locali, ma che ci sia una incalzante competizione con alcuni paesi emergenti (i vini australiani, californiani e cileni conquistano, infatti, uno spazio significativo nel panorama internazionale). Il fenomeno qui sinteticamente delineato rimanda a quanto accaduto al comparto agrumicolo. Occorre, pertanto, per evitare quanto occorso a quel comparto, precise e puntuali linee di progetto, politiche e azioni che tutelino e valorizzino la produzione vitivinicola, non improntate a una visione strettamente economica, ma secondo un'ottica ampia: l'economia valoriale, sostenibile ed ecocompatibile del vino evita che i suoli vengano erosi e consumati dall'edificazione (che è, in sintesi quanto è accaduto con le terre lavorate ad agrumi), conserva i paesaggi, tutela il territorio, produce immagine, indotto occupazionale e turismo di qualità.

In questo caso, si intende guardare il paesaggio, concetto aperto e complesso, secondo una angolatura legata ai prodotti, sociali, materiali e immateriali, dello stesso paesaggio. Non si vuole, ovviamente, ridurre il concetto o semplificarne la portata, ma affermare che in una certa misura cibo e vino pur non essendo gli unici interpreti di un luogo, sono traslitterazione del paesaggio e come questo sono ambito dell'interrelazione tra storia e trasformazione, soggetti, economie, immagine, rappresentazione.

La valorizzazione del cibo locale, che assume la connotazione di un "mangiare geografico", legato al turismo e a politiche sostenibili, rappresenta un rilevante fronte di ricerca nazionale e internazionale. Tale valorizzazione rappresenta una sorta di controriforma alimentare che controbilancia l'anglosassone fast food, e la deculturazione relativa al cibo, globalizzante rispetto ai comportamenti alimentari, diseducativo e, in alcuni casi, lesivo per la salute. Il riconnettere ricette, tradizione, salute, soggetti e territorio costituisce, se adeguatamente pensata, una soluzione ad alcune derive e prefigura un possibile riorientamento della comunità, secondo un'ottica di sviluppo locale. Tale linea, portata avanti da presidi della promozione turistica locale, Assessorati, Proloco, Consorzi di produzione, Distretti del gusto, ha punti di forza ed elementi di debolezza. La sostenibilità del comparto enogastronomico esprime, in positivo, la tutela della biodiversità, la riproposizione di "filieri corte" che incidono positivamente sugli andamenti dei prezzi, la salvaguardia di un proprio sé identitario dalle dinamiche di omologazione che considerano le persone come consumatori. Esprime in negativo un malinteso e alcuni pericoli retorici: va fugata la convinzione che mangiando cibi e piatti locali si possano far rivivere sapori autentici di cui si senta l'assenza; inoltre si rischia di far lievitare i prezzi dei prodotti che divengono in tal modo accessibili solo ad enclaves abbienti. La "nostalgia", come dice Appandurai, viene manipolata a tavolino dal pubblicitario che la fa diventare uno strumento per favorire consumo e attivare una economia che non possiede connotati etici. Bisogna trovare un equilibrio, allora, tra il modello sociale che accetta lo scambio mercantile e il valore etico dell'accesso a ciò che ha un'estetica e che sia

“pulito” e “giusto”. Il “buono” deve essere la regola, non l’eccezione, né deve essere inteso come un requisito per le categorie abbienti; deve, piuttosto, essere considerato un prerequisito per l’accesso alla fruizione. La qualità, deve e può, anche, essere un elemento che incrementa (cum grano salis) i prezzi e i redditi; ciò è legittimato dalla specificità e dai caratteri del prodotto (non unicamente e a prescindere da ciò che pubblicità e marketing tendono ad esaltare). In conclusione si può sinteticamente affermare che lo spartiacque risieda tra la definizione del livello “minimo” qualitativo da garantire a ciascuno e la possibilità di rifornirsi di specialità, pagandole un prezzo equo. Il comparto enogastronomico così inteso può essere considerato una sorta di paradigma della valorizzazione qualitativa dei luoghi, densi di storia, memoria, cultura, tracce ed elementi materiali e immateriali, soggetti, ricomprendendo il concetto di terroir e di genius loci. Ciò implica una tutela attiva delle risorse, il ripristino di quelle degradate, la riproduzione di specie e varietà e tecniche di produzione anche in areali in cui alcuni caratteri ambientali sono pressoché persi, la produzione di qualità territoriali (ex novo) dove sussistano potenzialità. Azioni non improntate ad una filosofia capitalistica, ma a una differente visione che si fonda anche sulla competitività cooperativa dei territori, basata sulla protezione, sulla ricostituzione del patrimonio culturale e che prevede coesione sociale e istituzionale. “Coltivare” la qualità del territorio, a partire dai suoi “frutti”, richiede e produce un senso di appartenenza dei soggetti ai luoghi e alla Istituzioni che vengono “riconosciute”, anche innescando processi di innovazione e opportunità di sviluppo.

In un’ottica tendenzialmente positiva vanno segnalati i presidi di Slow food, che hanno una relazione molto forte col “viaggio”, per es. quelli della provincia di Trapani, relativi all’aglio di Nubia, al pane nero di Castelvetro, alla Vastedda del Belice (in questo caso non ci si riferisce al pane, cioè alla guastedda, ma a un formaggio di pecora⁷), al sale marino artigianale di Trapani, coltivato nelle Saline di Trapani, di Paceco e dello Stagnone, di fronte all’isola di Mozia. Il sale si produce da luglio a settembre, con tecniche sostenibili, in luoghi che hanno una grande seduzione estetica e che sono trait d’union con ambiti storici, come Mozia, area archeologica, dove è sita l’antica città fenicia omonima. L’isola di Mozia si trova di fronte alla costa occidentale della Sicilia, all’interno della Riserva Naturale Orientata dello Stagnone (isole che formano una sorta di una laguna), è tra la l’Isola Grande e la terraferma, ed appartiene alla Fondazione Whitaker.

⁷ La Vastedda è un formaggio di pecora a pasta filata. Veniva prodotto storicamente da alcuni casari della Valle del Belice in estate, recuperando pecorini che presentavano difetti. Il nome deriva infatti dal dialetto “vasta” cioè guasta. Venivano rilavorati i pecorini mal riusciti, facendoli filare ad alta temperatura e producendo formaggio di forma ovale, da consumare fresco. Il latte proviene da una razza autoctona, la pecora del Belice. L’area di produzione è proprio la Valle del Belice, specificamente i comuni di Calatafimi, Campobello di Mazara, Castelvetro, Gibellina, Partanna, Poggioreale, Salaparuta, Salemi, Santa Ninfa, Vita (provincia di Trapani), Santa Margherita di Belice, Montevago, Menfi, Sambuca di Sicilia (provincia di Agrigento), Contessa Entellina (provincia di Palermo).

Elemento catalizzatore del viaggio e in profonda relazione con il territorio e con la stanzialità è, appunto, il vino. La viticoltura siciliana ha radici storiche e viene considerata per il valore identitario, la valenza economica, la sostenibilità ecologica (il rapporto tra suolo e cultivar, per esempio, o le sperimentazioni legate a tecniche che, in alcuni casi, virano verso l'agricoltura biologica), le ricadute occupazionali, sia intese in senso stretto (trend, addetti e formazione⁸), sia per l'indotto generato in ambito turistico, ricadute occupazionali che sono fortemente connesse al comparto gastronomico.

La produzione del vino ha matrici che vanno ricondotte ai Fenici, anche se sia la presenza di "ampelidi" (viti selvatiche fossili, risalenti all'Era Terziaria), ritrovate in prossimità dell'Etna e nell'agrigentino, sia la presenza di documenti letterari e archeologici (si pensi, per es. alle ceramiche micenee) mostra quanto produzione e "commercializzazione" *ante litteram* del vino, sussistesse già in epoca preistorica e fosse compiuta, pienamente, già sin dal XII sec a. C.. In epoca successiva all'affermarsi del cristianesimo in molte terre siciliane, di proprietà ecclesiastica, venne intensificata la produzione, ripresa dopo le invasioni barbariche, con la presenza dei bizantini. Durante il periodo arabo venne, invece, incrementata la produzione di uve da tavola. La coltivazione di cultivar da vino si potenziò enormemente durante la fase aragonese e spagnola e registrò un enorme incremento (dal 1773) con la commercializzazione dei vini di Marsala (area ricadente nell'ambito studiato) grazie all'impegno dell'inglese John Woodhouse (un commerciante di Liverpool). Durante la seconda metà dell'800 (1880-'81) una epidemia di fillossera dimezzò la superficie vitata dell'isola, portando i 320.000 ettari circa a 175.000. Per far fronte a tale disastro si rese necessario il reimpianto della vite europea su portainnesti di vite americana (Clinton) non attaccati dalla fillossera. Tale ripristino, effettuato con uno stratagemma che è un interessante esempio di lotta biologica, si protrasse circa sino agli anni '50.

Durante gli anni '70, dopo una battuta d'arresto ulteriore dovuta a differenti esigenze di produzione, la viticoltura siciliana registrò un nuovo sviluppo che coincise, anche, con l'introduzione di vitigni internazionali, in aggiunta agli autoctoni, durante gli anni successivi. L'immissione di tali vitigni, come per es. lo Chardonnay, tra i bianchi, il Merlot, il Syrah, il Cabernet sauvignon o il Pinot nero, tra i rossi, ha enormemente ampliato la gamma degli abbinamenti tra vino e cibo, mostrando come sia forte il legame tra tradizione, innovazione (specificando che anche nella tradizione esiste l'innovazione) e territorio. Va detto, inoltre, che i suoli e l'ambiente climatico, l'acqua, l'aria, influenzano enormemente la produzione del vino, dunque uno Chardonnay siciliano, come quello pensato e realizzato da Planeta (un IGT,

⁸ Sul territorio sono presenti alcune attività formative, tra cui il Corso di Laurea in Viticoltura ed Enologia, che ha sede a Marsala, gestito dalla Facoltà di Agraria di Palermo, il Corso di Laurea in Ingegneria e Industria Alimentare, che ha sede a Trapani, gestito dalla Facoltà di Ingegneria di Palermo, l'Istituto tecnico agrario Abele Damiani di Marsala. Vanno segnalate ulteriori attività formative, strage per la specializzazione di giovani, che legano anche in modo specifico turismo, cibo e vino.

prodotto a Sambuca di Sicilia, in provincia di AG), avrà caratteri diversi da uno prodotto in Francia (come lo Chablis, che ha una differente armonia e profumi più delicati). Le produzioni siciliane sono decisamente segnate dal terroir (area delimitata, in cui le condizioni naturali, chimiche e fisiche, la zona geografica, vento e il clima, consentono il realizzarsi di un prodotto peculiare e identificabile, per le specifiche caratteristiche della propria territorialità). Dunque si tratta dalla combinazione tra aria, pedos, acqua, atmosfera, in una parola fra ciò che, in altri termini, potremmo definire “paesaggio”, un micro paesaggio locale. In aggiunta si può affermare che il terroir è, oltre quanto detto, parte del “capitale sociale”, essendo interazione tra terreno, disposizione, clima, cultivar, produttori e fruitori del vino.

Diventa assai più qualificante, in questa ottica, e rispetto all'identità dei luoghi in trasformazione osservata nelle ricadute del comparto turistico, la capacità attrattiva e di seduzione che mischia la ricchezza complessa della cucina siciliana con l'abbondanza dei vini isolani. I prodotti del mare, della terra, le erbe, i profumi danno vita a grandi coniugazioni del gusto (i pesci azzurri, come le sarde o i tonni, con alcuni rossi) e dell'estetica, che sono parte sostanziale dell'armatura di seduzione dei luoghi e che raggiungono anche potenziali fruitori nazionali e internazionali. Anche in tale ottica è stata identificata la “casa” Planeta per alcuni approfondimenti di ricerca. Presente nel mercato internazionale e in tutta la Sicilia in provincia di Agrigento è a Menfi e a Sambuca di Sicilia. Nei diversi vigneti, Ulmo (dove vi sono strutture di accoglienza per i visitatori), Maroccoli, Dispensa, Gurra vi sono caratteri diversi che danno vita a terroir specifici, generativi di vini come Alastro (Grecanico), lo Chardonnay, Cometa (Fiano), Plumbago (Nero d'Avola), La Segreta (bianco e rosso; in entrambi i casi si tratta di blend). A questi vini sono legati abbinamenti gastronomici, tra tradizione e innovazione, come il timballo di capellini, il pesce curcatu, il couscous di verdure, la pasta con i broccoli arriminati, i carciofi imbottiti, il carpaccio di spigola, la pasta all'olio “nuovo” con verdure di campagna, il primosale in foglia di arancia arrostito, i gamberoni di Sciacca, la carne “agglassata”, il cacio all'argentiera, il tonno scottato, la bistecca di tonnina, i polipetti murati, e lasagne “cacate”.

L'ambito considerato, che comprende le provincia di Trapani, Palermo e parte della provincia di Agrigento, ha caratteri di grande rilevanza per quanto attiene al cibo e al vino di territorio. E presenta punti di criticità e di eccellenza. Tra i primi: una certa atomizzazione delle strutture produttive, pur controbilanciata da alcune realtà cooperative; sistemi obsoleti di coltivazione dei vigneti; predominanza dei “volumi” prodotti sulla qualità. Tra i punti forti, sinteticamente elencati, che vanno sviluppati e tradotti in linee di progetto: i caratteri del pedos e del terroir; la rilevanza nazionale della produzione siciliana; la spiccata compatibilità e attitudine della viticoltura alla produzione biologica; la ricchezza della piattaforma ampelografica e la presenza di numerosi autoctoni, legati alla storia del territorio, così come di vitigni internazionali legati a fattori strettamente produttivi, come pure a uno dei caratteri dei

paesaggi siciliani, palinsesto ed aggregazione, ibridazione e accumulo di specie e varietà diverse, acclimatate nel corso dei secoli; produzione di vini in bottiglia dotati di forte immagine evocativa e attrattiva, fortissimo appeal di alcuni vini e di alcuni abbinamenti vino/cibo; presenza di aziende di grande impatto sul mercato nazionale e internazionale; processi di innovazione produttiva (lieviti selezionati, termocondizionamento, macerazione carbonica; conservazione del germoplasma, selezione clonale e selezione dei biotopi degli autoctoni, conservazione e valorizzazione della biodiversità, rivalorizzazione in chiave sostenibile dei sottoprodotti della vinificazione, come le biomasse, per orientare le imprese verso scelte ecosostenibili) che rendono più competitivo e più stabile (e dunque più di “qualità” e attrattivo il prodotto); progettualità e presenza di associazioni e attivazione di politiche e azioni previste dalle istituzioni locali per favorire la formazione, le relazioni internazionali e la comunicazione (a vari livelli); enfasi e riscoperta del legame tra vino, storia, produzione artistica e artigianale, territorio, paesaggio e “seconda” natura che contribuiscono a creare sia la valorizzazione del prodotto, sia del territorio, riconnettendo enologia e gastronomia al turismo.

I distretti enogastronomici turistici sono concepiti come vie strategiche di sviluppo e di comunicazione, proponendo, inoltre, una differente immagine della Sicilia, e sono traslitterazione effettiva di uno sviluppo che non ha sole matrici economiche in senso stretto, ma si fonda su matrici politiche, etiche e socio culturali. La progettualità portata avanti dalle istituzioni e dai soggetti mira alla costruzione di una identità che esplora e manifesta le differenze di ciascuna Regione e di ciascun luogo (l’ambito considerato presenta, infatti, una molteplicità di identità enogastronomiche che travalicano ogni regionalismo). Tutto ciò certamente amplifica la vocazione turistica e pone il territorio in un ambiente fecondo e relazionale, fatto di scambi e di strategie, locali, nazionali e internazionali. I sistemi locali, così intesi, sono risorse potenti di una economia locale e nazionale, sono legati alla qualità che i prodotti raggiungono e sono sintesi dell’integrazione tra saperi, saper fare, conoscenza codificata e di contesto messa in atto dalla popolazione. Il turismo, così inteso, è una efficace leva per la cooperazione interna ed esterna. La dimensione locale così intesa travalica il localismo, e si aggancia a una dimensione globale, senza esserne schiacciata, possedendo capacità decisionale e controllo dei propri prodotti e della propria immagine. Tipicità, qualità e centralità del territorio sono fulcro di tale processo.