

Art and culture of Italy

Borghi & città magazine

Arte e cultura dei territori



ANNO V - NUMERO 53
AGOSTO/SETTEMBRE 2020
€ 3,50



LAigueglia
Diano Castello
Finalborgo
Fucecchio
Lucignano
Manciano
Sorano
Todi

SPECIALE SICILIA

I BORGHI NUOVA FRONTIERA DEL TURISMO

PRIMO PIANO
ROMANTICI LAGHI

ITINERARI DI BELLEZZA
PESARO E URBINO

LA VOCE DEI BORGHI
FIORELLO PRIMI



Scopri tutti i nostri Travel Book
su trenitalia.com

TRENITALIA
GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

QUEL PAESE DI PRIMULE E TEMPORALI

CLAUDIO BACILIERI
DIRETTORE BORGHI MAGAZINE

Una lettrice ci scrive: «Sono anni che vado alla ricerca di luoghi che sono lì e che aspettano il visitatore, offrendogli il loro silenzio e la loro bellezza». Se imparassimo a guardare un paesaggio come si guarda un'opera d'arte, gli daremmo lo stesso valore e l'unica differenza sarebbe che l'arte è un fatto esclusivamente umano mentre il paesaggio è la combinazione dell'elemento umano con quello naturale. I luoghi di silenzio e bellezza che sono lì ad attenderci riposano in un paesaggio di cui dobbiamo prenderci cura, così come nei musei custodiamo le opere d'arte che rivelano la creatività della nostra specie. Abbiamo la fortuna di vivere in un Paese dove spesso l'architettura urbana è in grado di rivaleggiare con lo splendore del paesaggio rivelando la stessa armonia e, talvolta, la stessa capacità di stupire. Lo si vede sfogliando le pagine della nostra rivista, che in questo numero ci porta un po' ovunque in giro per l'Italia, dalla costa laziale al Parco della Sila in Calabria, dai borghi della Liguria a quelli della Toscana e dell'Umbria, dal Biellese ai paesi della Sicilia interna, dall'Abruzzo alla Lombardia, fino ai borghi che si affacciano su un lago. Le immagini che ci sfilano davanti documentano un patrimonio architettonico, artistico e ambientale che merita di essere valorizzato ai fini turistici, soprattutto in un momento come questo che costringe alla rarefazione delle presenze, a scelte più soggettive e meno massificate, indirizzate a un turismo perlopiù interno e privato, almeno per questa estate, della presenza degli stranieri. Ci siamo pertanto chiesti se la contingenza della pandemia possa innescare un nuovo modo di viaggiare, di fare le vacanze e, più in generale, di concepire l'esistenza, che per tutti si svolge tra il lavoro, il consumo e il tempo libero. Se quest'ultimo fosse veramente liberato dalla sfera della produzione e del consumo, e consistesse nel creare delle pause, degli intervalli nel tempo del lavoro, da dedicare alla cura di sé e alla contemplazione di ciò che ci circonda, potremmo riscoprire quel «paese di primule e temporali» di cui aveva nostalgia Pier Paolo Pasolini quando si scagliava contro i guasti dell'omologazione consumistica. Capiremmo, cioè, che il Paese in cui ci è dato di vivere è, al di là di ogni retorica o banalità da agenzia turistica, un buon posto, tutto sommato. I borghi italiani, ad esempio, dall'età comunale a oggi si sono evoluti – secondo il noto architetto Daniel Libeskind – secondo un linguaggio architettonico e sociale che parla della «dignità dell'essere umano, perché tutto, dalle scale agli edifici e alle strade, è nato per facilitare le relazioni, è il senso di una cultura che mette l'uomo e i suoi bisogni al centro, creando dialogo e sprigionando colore e bellezza». Forse di questo ci accorgiamo solo ora, essendo costretti a vacanze brevi, in posti vicini e in sicurezza. Solo ora capiamo di essere circondati da luoghi ricchi di memoria, di fascino, e di potenzialità inespresse: luoghi con molti problemi (l'isolamento, l'invecchiamento, lo spopolamento) ma che tutti noi dovremmo adottare, custodire, rendere benefici. Se svuotiamo la mente dalle cose inutili, ci appare fondamentale preservare l'integrità dei nostri territori, in nome di uno sviluppo sostenibile che non può che passare per la cultura, per la cooperazione di comunità, per il fare rete e sistema, per la salvaguardia del bene comune.



EDITORIAL

CLAUDIO BACILIERI
DIRECTOR BORGHI MAGAZINETHAT COUNTRY
OF PRIMROSES AND STORMS

A reader writes to us: "For years I have been looking for places that are there waiting for the visitor, offering him their silence and their beauty". If we learned to look at a landscape as we look at a work of art, we would give it the same value and the only difference would be that art is an exclusively human fact while the landscape is the combination of the human element with the natural one. The places of silence and beauty that are there waiting for us rest in a landscape that we must take care of, just as in museums we keep works of art that reveal the creativity of our species. We are lucky cause we live in a country where urban architecture often rivals the splendor of the landscape revealing the same harmony and, sometimes, the same ability to amaze. You can see it by leafing through the pages of our magazine, which in this issue takes us almost everywhere around Italy, from the Lazio coast to the Sila in Calabria, from the villages of Liguria to those of Toscana and Umbria, and the villages of inland Sicily, from Abruzzo to Lombardia, up to the villages overlooking a lake. The images document an architectural, artistic and environmental heritage that deserves to be enhanced for tourism purposes, especially at a time like this that forces more subjective and less mass choices, aimed at mostly internal tourism and, at least for this summer, without the presence of foreigners. We therefore asked ourselves whether the pandemic contingency could trigger a new way of traveling, of taking vacations and, more generally, of imagining the existence, which for all takes place between work and leisure. If the latter were truly free from the sphere of production and consumption, and consisted in creating breaks, intervals during working time, to devote to self-care and contemplation of what surrounds us, we could rediscover that "country of primroses and storms" which Pasolini was nostalgic about when he lashed out against the consumer

9 EDITORIALE

/EDITORIAL

QUEL PAESE DI PRIMULE E TEMPORALI/THAT COUNTRY OF PRIMROSES AND STORMS

12 PRIMO PIANO

/SPOTLIGHT

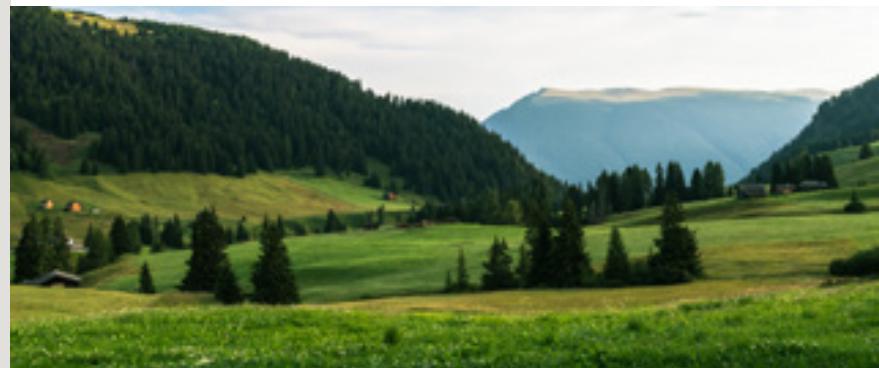
I BORGI, LA NUOVA FRONTIERA DEL TURISMO/THE NEW FRONTIER OF TOURISM

MAKING FUTURE/MAKING FUTURE

LA VOCE DEI BORGI: INTERVISTA A FIORELLO PRIMI/INTERVIEW: FIORELLO PRIMI

ROMANTICI BORGI SUI LAGHI/ROMANTIC LAKESIDE VILLAGES

TOMTOM, DIVERTIMENTO E SICUREZZA: INTERVISTA A LUCA TAMMACCARO/TOMTOM, FUN AND SAFETY: LUCA TAMMACCARO



38 TURISMO IN SICUREZZA

/TOURISM AND SAFETY

LAIGUEGLIA, DIANO CASTELLO, FINALBORGO, FUCECCHIO, LUCIGNANO, MANCIANO, SORANO, TODI

60 BORGHI NEWS

INVESTIRE IN SICILIA, NOVARA DI SICILIA, PETRALIA SOTTANA, GERACI SICULO, FERLA

76 ITINERARI DI BELLEZZA

BEAUTY TOURS

PROVINCIA DI PESARO E URBINO: CAGLI, GRADARA, MONDAVIO

86 VISIONI D'ITALIA

/VISIONS OF ITALY

SAN PELLEGRINO TERME, MONZAMBANO, MONTAGNANA,

CASTELPLANIO, ROCCA DI MEZZO, PARCO REGIONALE

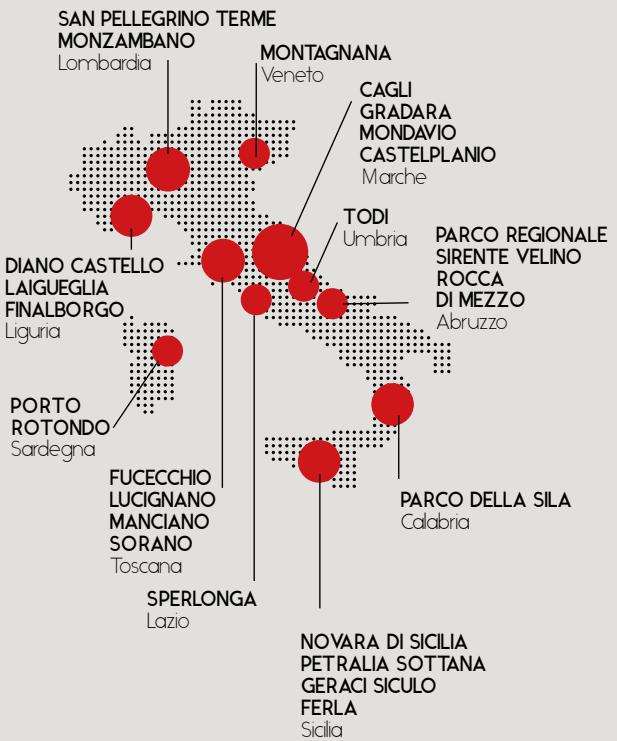
SIRENTE VELINO, PORTO ROTONDO, SPERLONGA, INTERVISTA A FABIO ROTELLA, PARCO DELLA SILA



Nei Borghi si registra un aumento di turisti, in controtendenza rispetto alle altre zone d'Italia. Le persone cercano serenità, natura, cultura e sicurezza. Il brand Borghi significa ripartenza. Nella foto, Laigueglia

In the villages there is an increase in tourists, in contrast to the other areas of Italy. People are looking for serenity, nature, culture and security. The Borghi brand means restart

Picture: Laigueglia ©Antoniogiuslio Mariani



homogenization. We would understand that the country we live in is a good place. The Italian villages, for example, from the municipal age to today have evolved - the well-known architect Daniel Libeskind says - according to an architectural and social language that speaks of the "dignity of the human being, because everything, from stairs to buildings and streets, was born to facilitate relationships, it is the sense of a culture that puts man and his needs at the center, creating dialogue and releasing color and beauty. Perhaps we are only aware of this now, being forced to take short holidays, in nearby and safe places. Only now do we understand that we are surrounded by places full of memory, charm, and unexpressed potential: places with many problems but which we should all adopt and protect. If we empty our mind of useless things, it seems fundamental to us to preserve the integrity of our territories, in the name of sustainable development that must pass through culture, community cooperation, and protection of the common good.

LA RIVALUTAZIONE DEL GRANDE PATRIMONIO DELL'ITALIA RURALE, LA RISCOPERTA DEI BORGHI DOPO CIRCA MEZZO SECOLO DI OBLIO, LA SCELTA DI METE NON DISTANTI DA CASA: È IN ATTO UNA TRASFORMAZIONE, CERTAMENTE ACCELERATA DAGLI EFFETTI DEL CORONAVIRUS

I BORGHI, LA NUOVA FRONTIERA DEL TURISMO

Claudio Bacilieri

Molti osservatori concordano sul fatto che, dopo la pandemia, viaggiare non sarà più come prima. Ad esempio, è finita, o perlomeno si è attenuata, la fascinazione per l'esotico: l'impossibilità o il timore di prendere un aereo hanno fatto scoprire il vero esotismo, che non è lontano da casa. Non c'è bisogno di andare a Sharm El Sheikh o a Phuket per ritemprarsi dalle fatiche o dalla noia del lavoro o per vivere un'avventura: di questi non-luoghi (alberghi internazionali, cibo mondializzato, contatti scarsi con gli abitanti del posto) in genere non restano che le foto mandate col cellulare agli amici, i quali dopo la terza o quarta immagine cominciano a sbagliare. L'esotismo aveva un senso quando consisteva nel cercare la via che porta alle origini, come ha fatto Claude Lévi-Strauss scrivendo nel 1955 *Tristi tropici*. Ma oggi che ogni parte del mondo è già stata indagata, anestetizzata e messa sul mercato, i tropici tornano tristi come mai prima. Tutto è déjà-vu. Paradossalmente, come nella *Lettera rubata* di E. A. Poe dove ci si affanna a cercare una lettera compromettente che non si trova perché nascosta nel posto più ovvio, dove nessuno guarda, i luoghi meno visti sono quelli più vicini a noi, dove mai ci è venuto in mente in andare. Il cosiddetto "turismo di prossimità" non è che la scoperta di un "qui" che è più lontano del "là". Per questo quasi vent'anni fa scrivevamo che i borghi sono l'Altrove a due passi da casa. Da varie ricerche, emerge che nell'immaginario degli stranieri l'Italia appare come un insieme ben articolato di borghi e città d'arte dove la storia è presente a ogni passo, dove si mangia bene e la gente accoglie il visitatore con una

PRIMO PIANO

13
Borghi
magazine

AGOSTO
SETTEMBRE
2020

IL FUTURO È NEI BORGHI



cultura millenaria dell'ospitalità. È proprio questa conformazione storico-topografica a rendere attrattivo il nostro Paese, che meno di altri si presta al turismo di massa, poiché l'offerta è virtualmente parcellizzata in moltissime destinazioni: non c'è quasi angolo d'Italia che sia privo di interesse turistico. Che l'Italia dei borghi sia presente nell'immaginario collettivo estero lo dimostra anche la scelta di acquistarvi una dimora da parte di molti vip, da Sting a George Clooney, da George Lucas a Meryl Streep. Appare dunque ovvio che le limitazioni alla mobilità imposte dall'emergenza sanitaria riportino alla luce quel Paese dimenticato, fatto di borghi, di splendidi centri storici e di paesaggi affascinanti, ben noto agli stranieri ma che i nostri connazionali vedono spesso, dal punto di vista turistico, come un ripiego, ovvero l'impossibilità di andare altrove.

ORA, NON SI TRATTA DI PROPORRE VACANZE AUTARCHICHE

dette dall'ansia da Covid-19, ma di capire se i borghi dopo la pandemia possano davvero diventare la nuova frontiera del turismo, e se il turismo nei borghi rappresenti una svolta nel segno della sostenibilità ambientale, cioè la fine del turismo di massa. Le vacanze nella natura, la scelta del camminare per dilatare ogni attimo e lasciarsi alle spalle i problemi, il successo del cicloturismo, la tendenza a un felice autoisolamento in luoghi remoti, sembrano andare in questa direzione. La rivalutazione del grande patrimonio dell'Italia rurale, la riscoperta dei borghi dopo circa mezzo secolo di oblio, lo sviluppo del "turismo di prossimità" con vacanze anche di pochi giorni e non troppo distanti da casa, indicano che è in atto una trasformazione, certamente accelerata dagli effetti del Coronavirus. I borghi, la campagna, la montagna, i luoghi meno affollati assicurano vacanze in sicurezza nell'età dell'ansia, ma per diventare la nuova frontiera del turismo, finita l'emergenza, c'è bisogno di una



✉ **Gangi (Palermo) ©Erika Sciacca**



Anghiari (Arezzo), Badia di San Bartolomeo: Tino da Camaino, Madonna con bambino benedicente ©Gabriele Mazzi



Tramonto a Fiumefreddo Bruzio (Cosenza) ©Ginevra Bacilieri

THE VILLAGES, THE NEW FRONTIER OF TOURISM
Many observers agree that traveling will no longer be the same after the pandemic. For example, the fascination for the exotic is over, or at least has lessened: the impossibility or the fear of taking a plane has revealed the true exoticism, which is not far from home. There is no need to go to Sharm El Sheikh or Phuket to rest or to experience an adventure: usually, there are only few pictures of these non-places (international hotels, globalized food, poor contacts with the locals), sent by mobile phone to friends, who after the third or fourth image begin to yawn. Exoticism made sense when it meant looking for the way to origins, as Claude Lévi-Strauss did when he wrote in 1955 *Tristi tropici*. But today that every part of the world has already been seen, and put on the market, the tropics are returning as sad as never before. Everything is a *déjà-vu*. Paradoxically, as in EA Poe's *Lettera rubata* where we are busy in looking for a compromising letter that is not found because it is hidden in the most obvious place, where no one looks, the least viewed places are those closest to us, where we ever thought to go. The so-called "proximity tourism" is only the discovery of a "here" which is further away than "there". For this reason almost twenty years ago we wrote that the villages are the elsewhere a few steps from home. From various researches, it emerges that in the imagination of foreigners, Italy appears as a well-articulated set of villages and cities of art where history is present at every step, where you eat good food and people welcome the visitor with a millenary culture

THE REVALUATION OF THE GREAT HERITAGE OF RURAL ITALY, THE REDISCOVERY OF THE VILLAGES AFTER ABOUT HALF A CENTURY OF OBLY, THE CHOICE OF GOALS NOT DISTANT FROM HOME: A TRANSFORMATION IS UNDERWAY, CERTAINLY ACCELERATED BY THE EFFECTS OF THE CORONAVIRUS

15
Borghi
magazine
AGOSTO
SETTEMBRE
2020

IL FUTURO È NEI BORGHI

rivoluzione culturale. Nel suo libro sul nomadismo, Michel Maffesoli scrive che "viaggi, turismo, ritiro, periodo di riposo, 'pause' di ogni tipo, tante sono le occasioni diverse in cui si 'mollano gli ormeggi', in cui ci si esilia e si scappa via allo scopo di restituire sapore a quanto, sotto i violenti colpi della routine, ha finito col perderlo del tutto". Per ritrovare il "sapore" della vita occorre recuperare la "dimensione creativa" del tempo. Per Bergson e altri filosofi il tempo è continuità nella quale il passato convive con il presente. Il tempo, cioè, è durata, non si esaurisce nell'istante, come

invece accade nel nostro mondo iperproduttivo dove l'imperativo del lavoro ci porta ad accelerare sempre di più, a consumare tempo senza viverlo. Il filosofo coreano Byung-Chul Han parla, a questo proposito, di "tempo senza profumo", un concetto applicabile anche al turismo che, se è senza profumo, non segna una discontinuità con il tempo del lavoro. Sapore, profumo e bellezza sono i tre elementi che danno senso al viaggio e alla vacanza. I borghi, per come sono fatti, per ciò che rappresentano (spesso, per descriverli, si dice che "il tempo si è fermato"), sono luoghi dove il

tempo profuma, perché "non scorre né passa". Il passato si deposita sul presente come una patina che avvolge cose, persone e case rendendo il tutto struggente, dunque più bello (nell'estetica zen questa malinconica bellezza che si accentua con l'avanzare dell'età si chiama *Wabi-sabi*).

**PER BYUNG-CHUL HAN IL
TEMPO CHE PROFUMA È LEGATO**
alla durata, alla lentezza, alla possibilità di indugiare sulle cose. Se andiamo di fretta, moriamo anche più in fretta. "La velocità è direttamente responsabile della



Novara di Sicilia (Messina) ©Ginevra Bacilieri

QUATTRO ANNI INSIEME: E IL VIAGGIO CONTINUA
APPROFITTA DELLA NOSTRA STRAORDINARIA
PROPOSTA ED ENTRA NEL MONDO
DEI BORGHI PIÙ BELLI D'ITALIA

11 USCITE MENSILI

A SOLI 30 EURO

**OFFERTA
SPECIALE**
A SOLI 42 EURO

11 NUMERI DELLA RIVISTA
+ LA NUOVA GUIDA
DEI BORGHI PIÙ BELLI D'ITALIA
2019-2020



PER ABBONARTI

VAI SU WWW.BORGHIPIUBELLIDITALIA.IT/MAGAZINE
CHIAMA IL NUMERO +39 06 36004654
SCRIVI UNA MAIL A: ABBONAMENTI@BORGHIMAGAZINE.COM