La valorizzazione dei paesaggi del cibo: nuove identità per i luoghi del turismo enogastronomico

A SU

Aisu International
Associazione Italiana
di Storia Urbana

CITTÀ E CIBO DALL'ANTICHITÀ A OGGI

CITIES AND FOOD FROM PAST TO PRESENT

INSIGHTS
3

CITTÀ E CIBO DALL'ANTICHITÀ A OGGI

CITIES AND FOOD FROM PAST TO PRESENT

a cura di

Luca Mocarelli

AISU Aisu International
Associazione Italiana
di Storia Urbana

Collana editoriale / Editorial series
Insights

Direzione / Direction
Rosa Tamborrino
Luca Mocarelli

Comitato scientifico del volume / Scientific board of the volume
Alfredo Buccaro, Donatella Calabi, Giovanni Cristina, Gerardo Doti, Marco Folin, Giovanni Luigi Fontana, Paola Lanaro, Francesca Martorano, Fabio Mangone, Luca Mocarelli, Sergio Onger, Heleni Porfyriou, Marco Pretelli, Massimiliano Savorra, Donatella Strangio, Elena Svalduz, Rosa Tamborrino, Guido Zucconi

Città e cibo dall'antichità a oggi. Cities and food from Past to Present
a cura di /edited by Luca Mocarelli

Contributo alla curatela / Editorial assistant
Giulia Becevello

Collaborazione redazionale / Copy Editing
José Gregorio Castillo Zacarias, Laura La Rosa, Francesca Padovano, Alessandro Spadaro, Eleonora Veneziano

Progetto grafico / Graphic design
Luisa Montobbio

Impaginazione testi / Layout
Luisa Montobbio

AISU International 2023

Direttore Editoriale / Editorial Director
Rosa Tamborrino

Prima edizione / First edition: Torino 2023

ISBN 978-88-31277-05-1

AISU international
c/o DIST (Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio / Interuniversity Department of Regional and Urban Studies and Planning)
Politecnico di Torino, Viale Pier Andrea Mattioli n. 39, 10125 Torino
https://aisuinternational.org/

LA VALORIZZAZIONE DEI PAESAGGI DEL CIBO: NUOVE IDENTITÀ PER I LUOGHI DEL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Paolo Mellano

Abstract

Excellent *landscapes have been at the centre of economic development for years. These are dynamics of opposition to globalization, in order to trigger the recovery of the values of tradition, to strengthen and regenerate the different identities of the* slow territories. *Recounting its transformations, trying to imagine its enhancement and redevelopment, also means ordering the many images of these territories that have been defined, in a novel around the issues of quality of dwelling.*

Keywords

Landscape, travel, identity.

Introduzione

Da qualche anno i "paesaggi eccellenti" sono al centro dello sviluppo economico, non soltanto del nostro Paese: penso ai territori decretati dall'Unesco quale Patrimonio dell'Umanità, ai presìdi Slow Food, e in generale a tutti quei luoghi che, quasi per un effetto volano, stanno entrando a far parte dei percorsi turistici di massa, in nome della valorizzazione del territorio e dei prodotti della cultura materiale.

Si tratta cioè di dinamiche di contrapposizione alla globalizzazione, al fine di innescare la ripresa dei valori della tradizione, per rafforzare e rigenerare le diverse identità di questi «territori lenti» [Lancerini 2005]. Raccontarne le trasformazioni, provare a immaginare nuovi interventi di valorizzazione e riqualificazione, significa anche ordinare le tante immagini che di questi territori si sono andate definendo negli anni più recenti, in un racconto intorno ai temi della qualità dell'abitare.

Prima di intraprendere un viaggio attraverso questi paesaggi, prima di immergerci nelle diverse sfumature, nelle differenti interpretazioni del tema proposto, vorrei però introdurre e inquadrare le due parole chiave che emergono sullo sfondo di questa breve premessa: paesaggio e viaggio.

La concezione moderna di "paesaggio" nasce nel XIV secolo: secondo Ritter, infatti, l'attenzione moderna per la natura in quanto paesaggio ha origine il 26 aprile 1335

con l'ascesa di Petrarca al Mont Ventoux [Ritter 2004], e soprattutto con il racconto, ricco di allegorie, scritto dal sommo poeta in forma di lettera all'amico Dionigi de' Roberti. Questo episodio è considerato paradigmatico in quanto alla cultura del tempo di Petrarca non era data la possibilità di intrattenere con la natura un rapporto di tipo estetico, essendo il mondo naturale lo specchio dell'ordine divino del cosmo: contemplare la natura significava adorare la grandezza di Dio. Petrarca invece sale insieme a suo fratello sul monte, portando con sé una copia delle *Confessioni* di Sant'Agostino, e quando arriva in cima si ritira in meditazione, analizza gli incontri con i contadini e i montanari incrociati lungo il sentiero, con i quali si era intrattenuto per commentare le bellezze della natura, apre a caso il libro e legge una frase che lo disorienta: «E gli uomini se ne vanno ad ammirare gli alti monti e i grandi flutti del mare e i larghi letti dei fiumi e l'immensità dell'oceano e il corso delle stelle; e trascurano se stessi» [Ritter 2004].

Per la cultura di Petrarca la natura è nota nelle teorie filosofiche, e non è necessario uscire per vederla. E per questo la scalata appare quasi incomprensibile allo stesso poeta. Eppure proprio con questa azione Petrarca testimonia un'attrazione non solo per gli spettacoli della natura, ma anche per quegli episodi capaci di scuotere profondamente l'animo, di far provare sensazioni di bellezza, al di fuori del riferimento al trascendente. La sua sensibilità ha intravisto un tipo di conoscenza non concettuale, ma legata al sentimento soggettivo. Da qui la definizione moderna di paesaggio, che non è più solo ciò che vediamo, ma anche, forse, l'insieme dei nostri punti di vista su ciò che ci circonda, il segno delle nostre prospettive sulle cose e il disegno di come le vorremmo; per dirla come Merleau Ponty: «il nostro contatto muto con le cose, quando esse non sono ancora cose dette» [Merleau-Ponty 1964]. E prende avvio la fortuna critica di questo tema, sul quale – soprattutto negli ultimi decenni – sono stati versati fiumi di inchiostro, si sono spesi congressi, convegni, mostre. Sul paesaggio è stata siglata addirittura una Convenzione Europea.

1. Il paesaggio e il viaggio in Italia

In Italia, in particolare, il paesaggio è diventato un argomento che spazia dalla filosofia all'architettura, dalla pianificazione territoriale alla sociologia, dall'ingegneria civile e delle infrastrutture alla letteratura e all'arte, alla geografia: «tutto è paesaggio» scrive con efficace ironia Lucien Kroll [Kroll 1999], parafrasando la definizione di architettura che diede William Morris nel 1880.

Il "viaggio" in Italia ha origini anch'esso nel Medioevo, quando le strade del nostro Paese erano percorse da pellegrini, mercanti, artisti e studiosi. Il viaggio a Roma, in particolare, rappresentò sempre un momento fondamentale nella vita di molti viaggiatori, divenendo a volte occasione mondana e, soprattutto a partire dal XV secolo, una destinazione prevalentemente laica e culturale. A Roma si affiancarono presto altre città: Milano, Venezia, Firenze, Bologna.

È da osservare, però, che i viaggiatori non erano attratti, raramente guardavano ciò che li circondava, e quando lo facevano, ne traevano una testimonianza di carattere

pragmatico o parziale (sono frequenti, ad esempio, gli elenchi di *mirabilia*). Solo a partire dalla fine del XVI secolo, nell'immaginario collettivo, il viaggio acquistò valore per le sue proprietà intrinseche; indipendentemente dalla soddisfazione di questo o quel bisogno, si propose esso stesso come unico e solo fine, in nome di una curiosità sempre più audace, all'insegna del sapere e della conoscenza da un lato e del puro piacere ludico o dell'evasione, dall'altro. Questa idea innovativa, in Europa si configurò alla fine del Seicento come vera e propria istituzione, quando diventò la tappa privilegiata di un tour che i giovani rampolli dell'aristocrazia europea, gli artisti, gli uomini di cultura in genere, cominciarono a intraprendere con regolarità. Diventò presto una moda e acquisì anche un'etichetta internazionale: il *Grand Tour*, che aveva come fine «la formazione del giovane gentiluomo attraverso il salutare esercizio del confronto»[1].
Il termine *tour*, che subentra ai termini *travel* o *journey* o *voyage*, chiarisce come il tipo di viaggio si trasformi da lineare ad anello, un tragitto che può anche attraversare i Paesi continentali, sviluppandosi a volte lungo ampi itinerari, ma sempre senza soluzione di continuità, con partenza e arrivo nello stesso luogo; il traguardo prediletto e irrinunciabile è ovviamente l'Italia, non più quella degli *itineraria* medievali, quindi, ma questa volta il Paese delle cento città, forse per la prima volta messe in rete, per diventare meta di nuovi percorsi.

2. La valorizzazione dei paesaggi del cibo

Il paesaggio italiano è cambiato, e per raccontarlo oggi credo che la metafora più incisiva sia proprio il viaggio. Se un viaggiatore dei giorni nostri intraprendesse un *Grand Tour* attraverso il Bel Paese, cosa osserverebbe?
In primo luogo il paesaggio italiano certamente non è più quello raccontato da Goethe alla fine del Settecento. Le città non sono più cinte da mura, le strade non sono più quelle polverose percorse dalle carrozze, i paesaggi incantati «dove fioriscono i limoni» bisogna oramai andarli a cercare nei parchi o nelle riserve naturali. La pianura Padana è diventata via via una grande distesa urbanizzata (la definizione di città diffusa è nata proprio da qui), e i paesaggi agrari raccontati da Emilio Sereni sono ormai un lontano ricordo [Sereni 1961]; oggi Goethe vedrebbe solo ciminiere, capannoni, villette, centri commerciali, grandi assi infrastrutturali (autostrade, ferrovie, elettrodotti), ecc.
Sarebbe troppo facile, però, aggiungere un tassello alla demolizione dell'immagine del paesaggio italiano e al disfattismo che, in questi anni, ha caratterizzato la saggistica in materia. Mi piace invece, in questa occasione, provare a estrarre da un ipotetico nuovo *Italienische Reise*, un racconto di come stanno cambiando le cose attraverso il tema dei paesaggi di eccellenza: il successo dei vini italiani, del turismo enogastronomico e lo sviluppo del settore agroalimentare hanno indotto negli scorsi trent'anni un grande processo di modernizzazione dei territori agricoli. Un cambiamento epocale, che si

[1] Firenze, Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze. http://grandtour.bncf.firenze.sbn.it (u.c. luglio 2015).

1: La rete delle infrastrutture ferroviarie per i treni ad alta velocità (immagine di repertorio Trenitalia).

confronta con la qualità e la fragilità dei paesaggi rurali italiani generando nuove sfide di tutela e valorizzazione per costruire scenari di sviluppo locale. Ma non solo.
A fianco delle trasformazioni per ottimizzare e rendere più efficienti i sistemi di produzione, vi sono le importanti innovazioni di carattere infrastrutturale, necessarie per adeguare il territorio alle sempre maggiori esigenze di mobilità: per esempio la realizzazione del progetto di Alta Velocità/Alta Capacità, una rete articolata ed estesa lungo le direttrici principali di comunicazione fra le maggiori città. Potremmo dire che l'Alta Velocità declina in forma contemporanea il *Grand Tour* attraverso l'Italia del XXI secolo, ma – soprattutto – impone al paesaggio una trasformazione importante e imponente, spesso avversata, ma comunque necessaria.
Wolfgang Schivelbusch scrive che la ferrovia pone fine all'intensità del viaggio romantico. Il nuovo mezzo di locomozione in un certo senso riformula i concetti di spazio e tempo negli spostamenti fisici. Per la prima volta l'uomo riesce a percorrere lunghi viaggi ad una velocità inconsueta ma «gli odori, i rumori, o addirittura le sinestesie, che per i viaggiatori contemporanei di Goethe facevano parte dell'itinerario, vengono meno» [Schivelbusch 1988].
Insomma, l'empatia con il paesaggio circostante si perde, a causa dell'attraversamento rapido e panoramico offerto dalla ferrovia, che collega le stazioni attraverso linee il più possibile rette e di uniforme pendenza.

2: Un tratto dell'autostrada A33, verso il Monviso (Paolo Mellano).

Lo stesso si potrebbe dire dell'autostrada: anche in questo caso la realizzazione di nuove arterie di grande comunicazione su un *layer* sovrapposto alla rete capillare delle strade e dei sentieri storici ha, di fatto, stravolto la concezione degli spostamenti fra le città.
Le autostrade e le ferrovie possono uscire però dallo stereotipo di realtà anonime, prive di specificità e identità storico-geografica, in favore di una loro interpretazione come spazi d'interazione fra le persone e i luoghi, fra un gruppo sociale e i territori in cui vive, da cui deriva parte della propria identità. L'infrastrutturazione del territorio gioca pertanto un ruolo dominante nel focus della valorizzazione dei paesaggi: le città sono legate dalle linee ferroviarie e dalla rete autostradale, e queste attrezzature per la mobilità possono diventare non soltanto una connessione di punti nevralgici del Paese, ma un biglietto da visita per il viaggiatore.
Credo che la progettazione dei grandi assi di comunicazione debba contemplare, oltre alle questioni prettamente tecniche e strutturali, anche e soprattutto i fattori ambientali e le trasformazioni indotte: è possibile fare in modo che le infrastrutture diventino una risorsa? Quale nuovo tipo di paesaggio italiano generano le nuove trasformazioni? E soprattutto che tipo di dialogo può essere intrapreso con il sistema consolidato del paesaggio italiano?
Esiste una compatibilità tra il processo di adeguamento del territorio alle esigenze della modernizzazione e la qualità dell'ambiente in cui viviamo?

I nostri studi di questi ultimi anni ci hanno portato a pensare che sì, esiste un modo di attrezzare il suolo su cui ci muoviamo, compatibilmente con le bellezze del paesaggio. Gli esempi virtuosi non mancano, e le immagini che scorrono spesso sui mass media credo possano significativamente avallare questa tesi; se poi rivolgiamo il nostro sguardo all'estero, gli esempi positivi non si contano più. Ebbene, proprio perché si è riusciti ad ottenere risultati positivi, allora bisogna fare in modo che in Italia – detentrice del primato mondiale dei siti riconosciuti dall'Unesco come patrimonio dell'umanità – si prenda coscienza che l'infrastrutturazione può essere compatibile ed eco-sostenibile, che il costruire di per sé non è sempre e per forza un atto vandalico, e che la mobilità non è un termine in contrasto con il vivere e l'abitare.
A questo proposito mi pare interessante il caso della promozione a Patrimonio dell'Umanità (Unesco) dei paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato. In questo caso mi sembra di poter affermare che la riqualificazione, la valorizzazione e la promozione di un bene quale il paesaggio non passino esclusivamente attraverso la salvaguardia e la tutela imposte mediante vincoli e restrizioni, ma si possano accompagnare a un sapiente e consapevole programma di interventi migliorativi e di sviluppo, organizzati secondo progetti guida. È la *Green Landscape Economy*[2], così è stata battezzata questa nuova tendenza dell'economia turistica: pare che la "patente" di Patrimonio dell'Umanità valga una campagna pubblicitaria da due milioni di dollari all'anno, ed un aumento del 15-25% di visitatori nel giro di cinque anni. Credo che governare con sapienza lo sviluppo edilizio e infrastrutturale di questi ambiti, su cui è concentrato l'interesse degli investitori, piuttosto che bloccarne inesorabilmente la crescita, mediante l'apposizione di vincoli e divieti, sia la strada da percorrere per evitare gli errori del passato e garantire il progresso economico e sociale.
Citando ancora Emilio Sereni: «nella forma consistente che il paesaggio agricolo viene assumendo, si esprimono non solo i dati bruti di una realtà geologica o climatica, né solo quello di un rapporto tecnico nuovo fra l'uomo e la natura […]: d'un solo getto […] da questo rapporto nuovo si svolgono nuove forme di rapporti fra gli uomini associati stessi […] e trovano la loro espressione nelle forme del paesaggio agrario […]» [Sereni 1961].
In quest'ottica ogni nuovo progetto di trasformazione del territorio può diventare un tassello di recupero ambientale che cerca di trarre il maggior vantaggio possibile dall'esistente, mettendo a sistema il territorio, evitando il consumo di suolo e producendo il recupero e la rigenerazione del patrimonio esistente, attraverso l'attivazione di sinergie tra le diverse azioni progettuali, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza, l'operatività e l'economicità dell'intero processo. A questo proposito mi pare emblematico il caso delle cantine, o più in generale dei luoghi della produzione vitivinicola, che negli ultimi trent'anni hanno vissuto una grande e vera rivoluzione: alla modernizzazione tecnologica e alla meccanizzazione del lavoro agricolo si è affiancata la necessità di valorizzare la nobile cultura del vino e con essa tutto ciò che le gravita attorno, dal territorio alle strutture per la produzione, dalla popolazione locale alle sue tradizioni.

---

[2] http://www.greenlandscapeeconomy.org/il-manifesto-gle/ (u.c. luglio 2015)

Il *terroir*, entità agronomica, caratterizzata dall'omogeneità degli elementi geologici, topografici, orografici e climatici e completata da fattori umani, diventa così elemento determinante per l'identificazione di un vino. E dilaga la tendenza a concepire le cantine non più semplicemente come contenitori di un'attività, ma come luoghi caratterizzanti di un'immagine del territorio, quasi un *brand* da promuovere sul mercato, non solo agroalimentare, ma del turismo. Un vero e proprio «culto del vino» [Chiorino 2007]. Il fenomeno è particolarmente sviluppato nelle regioni in cui si coltivano i vitigni di maggior pregio: in Francia il Bordolese e lo Champagne, in Spagna la Navarra, in Italia le terre di Langa, Monferrato e Roero in Piemonte, le valli di produzione del Prosecco e delle "bollicine" in Veneto e Trentino, le colline del Chianti in Toscana e, oltreoceano, la California.
Come per gli *châteaux* francesi del Seicento, in cui venivano usati gli stili più in voga dell'architettura del tempo, così anche le cantine, a partire dagli anni Ottanta del XX secolo, si trasformano in edifici "alla moda" e a firmarne i progetti vengono chiamati gli architetti più in voga: Frank O. Gehry, Michael Graves, Piero Sartogo, Ricardo Bofill, Herzog & De Meuron, Rafael Moneo, Jean Nouvel, Tadao Ando, Santiago Calatrava, Mario Botta sono solo alcuni dei nomi che affiancano la loro *griffe* alle etichette dei vini maggiormente pregiati.
Non si tratta solo di qualità architettonica, ma il fenomeno assume un vero e proprio significato socio-economico e il circolo virtuoso diventa quasi automatico: il territorio produce un vitigno pregiato, che viene lavorato e commercializzato in un contenitore di qualità, e venduto a prezzi maggiori, producendo maggiore ricchezza che si riversa sul territorio, attirando flussi di turisti, che alimentano a loro volta un indotto via via sempre più ricco e vario (alberghi, ristoranti, negozi e poi musei, ecomusei, attività

3: Il paesaggio vitivinicolo di St-Emilion: il caso-studio di Château Magdelaine. (Giulia Pavin, Tesi di laurea magistrale in Architettura per il Progetto Sostenibile, Politecnico di Torino, a.a. 2014/15, rel. P. Mellano con S. Briffaud -ENSAP Bordeaux- e M. Forgia -enologo-).

culturali, fiere, parchi, ecc.). La qualità dell'architettura diventa strumento per costruire l'identità dei luoghi, attraverso la quale si produce la qualità dell'abitare e del vivere. La buona progettualità, quando si diffonde, dà luogo alla ristrutturazione e rigenerazione complessiva del territorio; questi luoghi hanno saputo mantenere nel tempo la loro storica matrice costruttiva, che è diventata poi l'ossatura delle trasformazioni indotte dai nuovi fenomeni economici, ribaltando lo stereotipo del "marginale" attraverso la valorizzazione delle eccellenze ambientali e dei paesaggi costruiti, in un complesso, ma al tempo stesso intrigante, intreccio tra peculiarità locali e pratiche insediative. La realizzazione di queste nuove cantine, di fatto ha costituito una reinterpretazione delle immagini che giacevano latenti sullo sfondo del paesaggio.
È necessario estendere il lavoro a una dimensione collettiva, nel senso più ampio del termine, che attraversi tutte le scale (da quella dell'infrastruttura all'edificio) e tenga insieme la dimensione pubblica con quella privata. Con una grande attenzione verso la territorializzazione dei sistemi di diffusione della cultura materiale, verso le esigenze della famiglia contemporanea, ma anche verso le nuove forme del turismo e del paesaggio come risorsa per la promozione dei luoghi, così come alle occasioni per qualificare gli spazi del lavoro.

Conclusioni

Qualche anno fa, sul Corriere della Sera, sono apparsi una serie di articoli di Beppe Severgnini, contemporaneamente raccolti in un blog[3], molto suggestivi. Il tema è un viaggio in treno tra Berlino e Palermo, poi restituito in un video.
«La ferrovia è un'analogia» – scrive Severgnini – «la ferrovia che corre non è diversa da quella che sta ferma», e il paesaggio è dato dai «motori, gnocco fritto e gran donne» di Modena, o dai «capolavori di fantasia e imprevidenza visti fra Lamezia e Palermo».
Ecco, mi interessano proprio questi paesaggi; e mi paiono particolarmente interessanti poiché costituiscono il palinsesto su cui noi operiamo, come architetti. Io credo che, prima di essere trasformato, o meglio, al fine di trasformarlo consapevolmente, in modo cosciente ed appropriato, il paesaggio lo si debba conoscere, a partire dalla sua Storia.
La Storia, afferma Gregotti, «è il terreno ineliminabile su cui camminiamo», ma – per fortuna, aggiungo io – «non ci dice nulla intorno alla direzione da prendere» [Gregotti 2008, p. 27]; bisogna invece saperla interpretare. Il che vuol dire anche saper discernere, da ciò che ci viene tramandato, ciò che ha valore, significato, e deve essere mantenuto, da quanto invece può essere sostituito, cancellato, dimenticato. Saper interpretare significa inoltre avere la capacità di calarsi nella realtà dei luoghi da trasformare con coscienza, e forse anche con l'umiltà di vedere le cose, l'architettura, dalla parte di chi la abita. Bisogna progettare il paesaggio guardando anche da dentro, per far ritornare i luoghi a dialogare con chi li vive, ad appartenere all'immaginario dei loro fruitori.

[3] http://blog.corriere.it/berlino-palermo/ (u.c. luglio 2015)

4: Proprio come il viaggiatore nella nebbia di Caspar David Friedrich, noi architetti dovremmo cercare di entrare nel paesaggio, di farne parte. (A. Delpiano e E. Goldschmidt, fotomontaggio).

Proprio come il viaggiatore nella nebbia di Caspar David Friedrich, noi architetti dovremmo cercare di entrare nel paesaggio (nel quadro), di farne parte, e non soltanto guardare da fuori, come invece spesso accade, al di là della cornice. Per progettare il paesaggio, io credo, occorre togliere le cornici, aprire le finestre, capire che in quei paesaggi che disegniamo ci siamo anche noi.
«Alla fine di un viaggio, c'è sempre un viaggio da ricominciare». È il titolo dell'ultima pagina del blog di Severgnini. E mi piace concludere con questo invito a ripartire – magari con uno sguardo rinnovato, più attento al paesaggio che cambia – a riprendere questo paziente racconto di città, di infrastrutture e di luoghi.
Per costituire una sorta di inventario dei paesaggi. Forse, più di tante carte, o mappe, o atlanti, un modo efficace e incisivo per raccontare oggi il paesaggio potrebbe essere una videocamera puntata dal finestrino di un treno, che – come i nostri occhi – riesca a guardare, osservare, vedere… Le Corbusier scriveva: «la clef c'est: regarder… regarder/ observer/ voir/ imaginer/ inventer/ créer» [Croset 1987].

Bibliografia

CHIORINO, F. (2007). Architettura e vino. Nuove cantine e il culto del vino. Milano, Electa.

CROSET, P.A. (1987). Occhi che non vedono, in «Casabella», nn. 531-532, pp. 4-7.

GREGOTTI, V. (2008). Contro la fine dell'architettura. Torino, Einaudi.

KROLL, L. (1999). Tutto è paesaggio. Torino, Testo&Immagine.

LANCERINI, E. (2005). Territori lenti: contributi per una nuova geografia dei paesaggi abitati italiani, in «Territorio», n. 34, pp. 9-15.

MERLEAU-PONTY, M. (1964). Le visible et l'invisible. Paris, Gallimard (trad. it., 1969. Il visibile e l'invisibile, Milano, Bompiani).

RITTER, J. (2004). Paesaggio. Uomo e natura nell'età moderna. Milano, Guerini e Associati.

SCHIVELBUSCH, W. (1988). Storia dei viaggi in ferrovia. Torino, Einaudi.

SERENI, E. (1961). Storia del paesaggio agrario italiano. Bari, Laterza.

Sitografia

http://grandtour.bncf.firenze.sbn.it (luglio 2015)

http://www.greenlandscapeeconomy.org/il-manifesto-gle/ (luglio 2015)

http://blog.corriere.it/berlino-palermo/ (luglio 2015)

SOMMARIO

Il cibo, nel corso dei secoli, ha sempre giocato un ruolo fondamentale nella storia della città permeando, in un rapporto serrato con il territorio, la sua economia, la strutturazione dei luoghi, l'articolarsi delle funzioni, la conformazione degli spazi costruiti e aperti, lo scorrere della vita quotidiana e le ritualità collettive. Attraverso le scelte alimentari hanno trovato espressione materiale le divisioni e le commistioni tra gruppi, etnie, religioni; si sono manifestati i divari sociali; si è creata l'intimità del desco domestico; si è realizzata la condivisione di eventi straordinari sia in tempo di pace che di guerra. I legami del cibo con la vita sociale dei luoghi hanno prodotto valori culturali che oggi vengono riconosciuti come parte del patrimonio storico di città e territori, come una componente essenziale di memorie e narrazioni collettive, come fondamento di identità urbane, regionali e nazionali. A partire dall'antichità e fino all'età contemporanea i processi inerenti la produzione, la preparazione, lo scambio, la distribuzione e il consumo del cibo sono stati al centro delle politiche messe in atto da autorità cittadine e statali, terreno di confronto e di scontro tra ceti sociali e gruppi di interesse, in una continua dialettica tra produttori e consumatori, tra norme e pratiche, tra regolamentazione e libera iniziativa. L'architettura degli spazi destinati a queste funzioni, gli allestimenti e le rappresentazioni dei conviti e delle cerimonie, i mutamenti dei costumi e delle mode mettono in scena i legami molteplici del cibo con la vita urbana, offrendo spunti per valorizzare il suo significato specifico nella storia delle città e dei territori.