

dottoranda
ROBERTA MONTELLA
tutor
prof. arch. **ALESSANDRA PAGLIANO**
cotutor
dott. **LUCIO IACCARINO**

SPAZI DELLA DIAETA MEDITERRANEA

COMUNICAZIONE DEL PATRIMONIO INTANGIBILE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

dottoranda
ROBERTA MONTELLA
tutor
prof. arch. **ALESSANDRA PAGLIANO**
cotutor
dott. **LUCIO IACCARINO**

SPAZI DELLA DIAETA MEDITERRANEA

COMUNICAZIONE DEL PATRIMONIO INTANGIBILE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II - DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

DOTTORATO DI RICERCA IN
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA E RILIEVO E RAPPRESENTAZIONE DELL'ARCHITETTURA E DELL'AMBIENTE

Università degli Studi di Napoli Federico II

Dottorato di Ricerca

in **Tecnologia dell'Architettura e Rilievo e Rappresentazione dell'Architettura e dell'Ambiente**
ciclo XXVII

Coordinatore del Dottorato di Ricerca

Mario Losasso

Coordinatore dell'indirizzo in Rilievo e Rappresentazione dell'Architettura e dell'Ambiente

Riccardo Florio

Collegio dei docenti

Paola Ascione

Erminia Attaianese

Laura Bellia

Mariangela Bellomo

Jean François Cabestan

Massimiliano Campi

Mara Capone

Raffaele Catuogno

Umberto Caturano

Alessandro Claudi de St. Mihiel

Claudio Claudi de St. Mihiel

Alberto Coppola

Valeria D'Ambrosio

Antonella di Luggo

Antonella Falotico

Riccardo Florio

Dora Francese

Mario Losasso

Francesco Maglioccola

Alessandra Pagliano

Antonio Passaro

Sergio Pone

Marina Rigillo

Sergio Russo Ermolli

Tutor

Alessandra Pagliano

Co-tutor

Lucio Iaccarino

Consulenza

Catello Cafiero

P.O.R. CAMPANIA FSE 2007/2013

Percorsi finalizzati all'incentivazione della ricerca scientifica, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico

Tipologia progettuale: "Dottorati in Azienda" - CUP E65E12000150006

Indice

Premessa

PARTE PRIMA

LUOGHI E NON LUOGHI DELLA DIAETA MEDITERRANEA

CAPITOLO PRIMO

Diaeta Mediterranea: sinonimo di spazio intangibile

- 1.1 Beni Materiali e Beni Immateriali: da proprietà a patrimonio culturale
- 1.2 La Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale
- 1.3 Il *Register of Best Safeguarding Practices*
- 1.4 Il Riconoscimento UNESCO della Dieta Mediterranea
- 1.5 Il quadro normativo Nazionale e Regionale
- 1.6 *Diaeta* Mediterranea: dall'etimologia allo spazio tangibile in *domus* e *villae*

CAPITOLO SECONDO

Diaeta Mediterranea: Alimentazione, Architettura, Territorio

- 2.1 Alimentazione e Architettura: trame di un racconto unitario
- 2.2 Il punto di vista oltre il confine materico: dalla *diaeta* al *lifestyle* contemporaneo
- 2.3 La teatralizzazione del *food*: linguaggi dell'opera d'arte gastronomica nei non luoghi alimentari
- 2.4 Le geometrie del territorio: segni visibili di disegni invisibili
- 2.5 Le architetture della Diaeta Mediterranea nel disegno antropico del territorio

CAPITOLO TERZO

La brand experience territoriale

- 3.1 Il marketing esperienziale
- 3.2 Uomo e Territorio: coautori del processo di sviluppo
- 3.3 Territorio: patrimonio ereditato e da tramandare
- 3.4 Marketing e disegno: strumenti di ricerca e rappresentazione del modello territoriale

PARTE SECONDA

SCENOGRAFIE (IN)TANGIBILI DELLA DIAETA MEDITERRANEA

CAPITOLO QUARTO

Case Study: disegno e marketing nel processo di comunicazione territoriale

- 4.1 Il disegno e le fasi della ricerca
- 4.2 Ricerca contestuale: indagine esplorativa *desk* e *field*
- 4.3 Analisi: il Patrimonio Territoriale nel *multilayer model*
- 4.4 Vision: l'*affordance* progettuale delle risorse floricole
- 4.5 Sintesi: il patrimonio immateriale sinopia svelata del mosaico territoriale

CAPITOLO QUINTO

Trascrizione geometrica del milieu locale

- 5.1 La *domus* pompeiana: una scenografia percorribile
- 5.2 Affreschi di giardino tra realtà e illusione dipinta
- 5.3 La smaterializzazione del recinto visivo
- 5.4 Il doppio tempo dell'osservazione del giardino

CAPITOLO SESTO

Traiettorie intangibili dei nuovi itinerari turistici

- 6.1 *Greenhouses*: architetture immateriali della cultura e dell'esposizione
- 6.2 Il workshop *INnature*: esperienza di un'installazione interattiva nella *Gärtnerei Schullian*
- 6.3 L'architettura delle *greenhouses* floricole di Pompei
- 6.4 Trascrizione del *milieu* locale nel criterio espositivo temporaneo
- 6.5 La struttura prospettica dei nuovi cubicola: riproducibilità del modulo espositivo

Bibliografia

A word cloud of terms related to Mediterranean culture and heritage. The words are arranged in a roughly rectangular shape, with varying sizes and colors (orange, teal, and brown). The most prominent words are 'MEMORIA' at the top, 'DIAETA MEDITERRANEA' on the left, and 'RIPETIBILITÀ' in the center. Other words include 'PAESAGGIO', 'SAPERE', 'MARKETING', 'RACCONTO', 'PROSPETTIVA', 'ATTUALITÀ', 'PATRIMONIO INTANGIBILE', 'MEDITERRANEO', 'ALIMENTAZIONE', 'SIMBOLI', 'COLTURA', 'TEMPORANEITÀ', 'SOSTENIBILITÀ', 'LIFESTYLE', 'CULTURA', 'ARCHITETTURA', 'COMUNICAZIONE', and 'TERRITORIO'.

MEMORIA
DIAETA MEDITERRANEA PAESAGGIO SAPERE
MARKETING RACCONTO PROSPETTIVA
ATTUALITÀ PATRIMONIO INTANGIBILE
MEDITERRANEO ALIMENTAZIONE SIMBOLI
COLTURA TEMPORANEITÀ SOSTENIBILITÀ
TRADIZIONE RIPETIBILITÀ LIFESTYLE CULTURA
ARCHITETTURA COMUNICAZIONE
TERRITORIO

Spazi della Dieta Mediterranea è una ricerca che nasce dalla partnership instaurata, nel 2012 tra il DiARC e l'azienda di ricerca e comunicazione Think Thanks di Napoli, nell'ambito del progetto “Dottorato in Azienda” promosso dalla Regione Campania.

Tra gli obiettivi iniziali dell'accordo figurava la finalità di orientare gli attori territoriali verso buone pratiche di sostenibilità, intese come realizzazione di interventi applicativi di competenze innovative, orientate allo sviluppo sostenibile e attuabili alla scala locale, proponendo sperimentazioni di prodotti e sistemi capaci di promuovere sostenibilità e competitività.

Le competenze fornite dal ciclo di dottorato in “Tecnologia dell'Architettura e Rilievo e Rappresentazione dell'Architettura e dell'Ambiente” sono state integrate con le competenze acquisite dalla collaborazione con l'azienda. Nello specifico, il campo del rilievo e della rappresentazione di beni architettonici e monumentali per la valorizzazione del territorio campano, si è confrontato con azioni di marketing territoriale per la corretta identificazione dei luoghi della ricerca, delle modalità dei sopralluoghi e dei rilievi del bene architettonico e dell'ambiente in cui lo stesso è inserito. Il territorio è inteso come prodotto costituito da componenti eterogenee, materiali e immateriali, con peculiari caratteristiche socio-economiche, storiche, folkloristiche, culturali da promuovere, vendere e rendere competitive mediante l'organizzazione di eventi culturali a scopo promozionale. Eventi per i quali si rende necessaria la creazione di allestimenti e scenografie che consentano l'uso temporaneo delle architetture oggetto di ricerca.

Nel maggio del 2012 l'azienda Think Thanks ha ideato il "DiMè", un evento itinerante nato con l'obiettivo di divulgare gli effetti benefici della dieta mediterranea, intesa come stile di vita ed educazione alimentare, in grado di coniugare cibo, spirito commensale, senso di comunità, attività del tempo libero, storia e tradizioni locali attraverso la costruzione di appuntamenti culturali sempre diversi tra loro. Ogni tappa dell'evento mirava ad essere il risultato dell'incontro tra il soggetto organizzatore e gli specifici territori che di volta in volta l'avrebbero ospitato, caratterizzando il territorio vesuviano e campano come area di interesse nazionale e internazionale, al fine di promuovere la centralità delle aziende che operano nel settore enogastronomico e agroalimentare e che contribuiscono, con le loro produzioni, ad arricchire la tavola ideale della dieta mediterranea.

Il territorio diventa quindi occasione di approfondimento e sviluppo di problematiche legate all'alimentazione, con una funzione di divulgazione pubblica dei principi cardine della dieta mediterranea da promuovere attraverso campagne di sensibilizzazione e prevenzione, con il coinvolgimento della realtà territoriale in tutta la sua complessità e con professionisti che operano nell'ambito dell'alimentazione (antropologi, sociologi, medici, educatori, nutrizionisti).

Le prime due edizioni si sono svolte nei comuni di Pompei e di Sorrento ed hanno visto la partecipazione di istituti scolastici di educazione primaria, amministrazioni comunali e aziende agroalimentari. L'edizione di Sorrento, in particolare, che ha visto la mia personale partecipazione durante i primi giorni di dottorato in azienda, si è tenuta al Teatro Tasso, in cui la sala è stata adibita alla *convention* vera e propria e il *foyer* a spazio espositivo in cui le aziende agroalimentari, operanti sul territorio, hanno offerto degustazioni dei propri prodotti tipici utilizzando come banchi di appoggio gli arredi di scena del teatro ospitante.

Avendo ricevuto dall'azienda l'incarico di progettare, in qualità di tema sperimentale della ricerca, una nuova edizione dell'evento per il comune di Pompei, mi sono attivata, sin dalle prime battute che mi hanno consentito di intervistare vari soggetti-attori del territorio, allo scopo di mettere a sistema il campo di ricerca aziendale, in tema di marketing, con il campo di ricerca universitaria, in rilievo e rappresentazione.

Mentre richiesta esplicita dell'azienda è stata la progettazione di una strategia di marketing territoriale, dall'indagine immersiva sul campo sono emerse una serie di considerazioni che hanno messo in luce a Pompei una realtà ben più complessa di quella che l'immaginario collettivo è abituata a vedere.

Non solo una città religiosa, non solo un sito archeologico, ma anche una vasta area rurale in buona parte adibita a coltivazioni florovivaistiche che hanno come polo di vendita il Mercato dei Fiori comunale.

Volgendo alla dieta mediterranea e al territorio lo sguardo filtrato dalla lente dell'architettura, ho iniziato a mettere in discussione gli aspetti puramente alimentari, nutrizionali e gastronomici della dieta stessa, esplorandola in tutte le sue possibili espressioni del vivere umano, dalla pittura, al cinema, alla fotografia, al simbolismo pagano e cristiano, al foodesign, all'architettura.

Questa visione ampliata, unita a un'indagine etimologica sul termine 'dieta', affrontata con studi bibliografici multidisciplinari e interviste a diversi attori privilegiati, mi ha permesso di riscoprire l'esistenza della vera '*diaeta* mediterranea', non solo patrimonio intangibile, ma spazio tangibile del vivere, della cultura, della convivialità, della riservatezza, del benessere multisensoriale, tipico delle antiche abitazioni pompeiane.

«Ritornando in Napoli, osservai con interesse certe piccole abitazioni d'un sol piano, singolarmente fabbricate, senza finestre, le camere rischiarate soltanto dalle porte che danno su la via. [...] Notai per la seconda volta quelle piccole abitazioni, copia perfetta delle case pompeiane. Ottenemmo il permesso di visitarne una, e la trovammo nettissima e ordinata: seggiole a canne elegantemente intessute, un cassettono tutto dorato dipinto a fiori di varj colori. Così, dopo tanti secoli, dopo innumerevoli vicende, lo stesso clima ispira agli abitanti gli stessi usi e consumi, gli stessi gusti, le stesse inclinazioni».

Quanto sostiene Goethe con queste parole, dimostra che l'essenza antica del vivere mediterraneo è ancora insita nelle tradizioni pompeiane, sebbene il territorio appaia oggi come mosaico di spazi urbani frammentati di cui si intende restituire luce le antiche sinopie.

Ulteriore elemento messo in discussione, rispetto all'evento originale, è la scelta della location architettonica: non un luogo messo a disposizione dal Comune, ma uno spazio simbolico ed evocativo del patrimonio intangibile 'diaeta mediterranea', da trasformare in semiofora, ossia da spazio della produzione a spazio della cultura. Le *greenhouses* dei fiori.

I concetti chiave iniziali della definizione del disegno della ricerca hanno pian piano trovato posto in una *tagcloud*, distinti in base al ruolo che svolgono, da ossatura portante, a linee guida, a sostrato culturale di base dello studio.

Il colore è qui il filo di Arianna tra la cultura alimentare e la cultura architettonica, tra il patrimonio tangibile e il patrimonio intangibile.

La palette usata nelle rappresentazioni a corredo della ricerca attinge infatti dalla gamma cromatica di spezie e alimenti, al cui significato è associata una particolare componente del patrimonio culturale analizzato: i toni caldi del beige, del marrone e del rosso sono utilizzati per lo spazio tangibile delle domus; il turchese, speranza, leggerezza e freschezza, è usato per gli aspetti intangibili, per le greenhouses dei fiori, per i nuovi itinerari turistici. Il tutto confluisce in un nuovo *eventum*, un nuovo divenire e un nuovo mettere in mostra, non solo la dieta mediterranea, ma un territorio mediterraneo da comunicare, da far conoscere nella sua complessità di patrimonio ereditato e da tramandare, analizzando il passato, operando nel presente, pensando al futuro.

PARTE PRIMA

LUOGHI E NON LUOGHI DELLA DIAETA MEDITERRANEA

CAPITOLO PRIMO

Diaeta Mediterranea: sinonimo di spazio intangibile

1.1 Beni materiali e beni immateriali: da proprietà a patrimonio culturale

L'*excursus* storico che ha permesso di delineare una definizione di Patrimonio Immateriale affonda le proprie radici in una secolare tradizione normativa che, raffinandosi sempre più, ha svincolato il concetto di bene dalla pura accezione di proprietà, espressione largamente utilizzata nella legislazione dell'Italia preunitaria, per condurlo al più articolato concetto di bene culturale, arricchitosi progressivamente di sempre maggiori connotazioni, fino a rendere imprescindibile il legame tra l'oggetto materiale e le sue caratteristiche immateriali.

Questa fusione permette ormai di riferirsi a un patrimonio non più statico, ma in costante evoluzione, in quanto legato all'interazione tra le comunità con il proprio ambiente di riferimento, la natura e la storia, con i quali tracciano un durevole senso di identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana¹. Non è un caso che, dal 1998, il Ministero per i Beni Culturali e Ambientali sia stato sostituito dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali ampliando le funzioni ai servizi per la gestione, la conservazione, la tutela, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio, oltre alla promozione dello sport e delle attività dello spettacolo, in tutte le sue espressioni.

Un patrimonio, questo dei "beni culturali intangibili", cui la Convenzione Internazionale UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, approvata il 17 ottobre 2003, offre la definizione di «prassi,

rappresentazioni, espressioni, conoscenze, know-how - come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi - che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale»².

L'accezione, abbastanza giovane, di "bene culturale" ha spinto la trattazione della materia legislativa ad una visione più unitaria evidenziando, la funzione economica del patrimonio storico-artistico e la valorizzazione (non più solo la conservazione del patrimonio artistico di un paese) come espressione di un insieme di fattori storici, sociali, economici e legislativi. Il valore "culturale" appare già associato al "patrimonio" nel 1939 con la legge Nazionale n.1089³ che assoggetta "cose d'interesse artistico, storico, archeologico o etnografico", mentre il concetto di "bene culturale" si affaccia sulla scena internazionale a partire dal 1954 con la *Convenzione per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato*⁴, attribuita a beni mobili o immobili di grande importanza per il patrimonio culturale dei popoli, a località archeologiche, opere d'arte, complessi costruttivi che nel loro insieme offrono un interesse storico o artistico, e con la *Convenzione Culturale Europea*⁵, indicante le misure per impedire illecite importazioni, esportazione e trasferimenti dei beni.

Solo in seguito alla pubblicazione degli atti *Per la salvezza dei beni culturali in Italia* della *Commissione di indagine per la tutela e la valorizzazione delle cose d'interesse storico, archeologico, artistico e del paesaggio*⁶ e alle ottantaquattro Dichiarazioni da questa derivate, la nozione "bene culturale" inizia a prendere piede e ad arricchirsi di un'ulteriore valore. La Dichiarazione I recita, infatti, che «appartengono al patrimonio culturale della Nazione tutti i beni aventi riferimento alla storia della civiltà» e che alla legge sono assoggettati tutti i beni «d'interesse archeologico, storico, artistico, ambientale e paesistico, archivistico librario e ogni altro bene che costituiscono testimonianza materiale avente valore di civiltà»⁷. Quest'ultima accezione sarà ereditata anche dal Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio in cui sono definiti "beni culturali" le «cose mobili e immobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico aventi valore di civiltà»⁸.

L'introduzione del concetto di "valore di civiltà", consente di superare il valore estetico intrinseco al bene stesso, il cosiddetto *quid proprium*, prevalentemente legato, almeno fino agli anni '50 del secolo scorso, all'idea che il bene culturale fosse tale solo in virtù di un pregio e di una rarità eminente⁹. Con questo concetto, il bene inizia ad essere qualificato quale testimonianza di una memoria del passato e, pertanto, portatore di un

conoscenza culturale da esplicarsi attraverso la fruizione. È un concetto, quindi, che segna la linea di confine tra un criterio estetico e uno storico, consentendo di svincolare la tutela del bene dal bene stesso e di rivolgerla ad un più ampio orizzonte inteso come testimonianza materiale e immateriale. Proprio in quanto “testimonianza avente valore di civiltà”, il bene assume la doppia valenza di bene materiale o immateriale ponendo l’accento non più solo sulla titolarità del bene, ma «sulla funzione storico sociale che il ben stesso svolge»¹⁰. Quest’ultima definizione consente di far evolvere i modelli di tutela da statici, vale a dire basati sulla protezione materiale del bene, a dinamici, ossia incentrati sulla loro valorizzazione. Con il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio si pongono le basi per la costituzione di un sistema legislativo basato su due poli concettuali distinti, ossia quelli di “tutela” e “valorizzazione”, che concorrono a «preservare la memoria della comunità nazionale e del suo territorio e a promuovere lo sviluppo della cultura»¹¹, ricordando che «la tutela consiste nell’esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette, sulla base di un’adeguata attività conoscitiva, ad individuare i beni costituenti il patrimonio culturale e garantirne la protezione e la conservazione per fini di pubblica fruizione»¹²; «la valorizzazione consiste nell’esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio stesso. Essa comprende anche la promozione e il sostegno degli interventi di conservazione del patrimonio culturale. In riferimento al paesaggio, la valorizzazione comprende altresì la riqualificazione degli immobili e delle aree sottoposti a tutela compromessi o degradati, ovvero la realizzazione di nuovi valori paesaggistici coerenti e integrati»¹³.

Oltre ad essere culturale e ad avere valore di civiltà, il bene inizia così ad essere anche d’interesse ‘etnoantropologico’. Per quanto concerne quest’ulteriore identificazione, è necessario fare un passo indietro rispetto al Codice Urbani. L’Art. 2 del TU del 1999¹⁴, disciplina infatti quali beni culturali, anche i beni DEA (demo-etno-antropologici) legati al patrimonio culturale nazionale e nello specifico: «alle culture locali e alla vita della gente comune, che costituiscono espressione delle tradizioni oggetto di studio degli antropologi»¹⁵, definizione questa, che unisce tre ambiti disciplinari fino ad allora distinti: la demologia (che indica lo studio delle tradizioni popolari e del folklore); l’etnologia (che si dedica allo studio delle società extraeuropee); l’antropologia (che riguarda l’analisi delle invarianze e le società complesse)¹⁶. In realtà, a prescindere dall’elisione o meno del prefisso -demo, tali beni sono giuridicamente «espressione e

testimonianza della cultura popolare e della vita della gente comune»¹⁷, nella molteplicità dei suoi aspetti che spaziano dai dialetti, alla gastronomia, all'artigianato, agli stili di vita familiare, agli oggetti di vita quotidiana, alle pratiche simboliche, senza tralasciare danze, musiche, giochi, riti, mitologie, abitudine e credenze popolari.

Grazie alle connotazioni di cui il concetto di “bene” si è impreziosito nel tempo, quelli immateriali o intangibili, sono da considerarsi associati a quella cultura materiale fisicamente percepibile e, di conseguenza, concretamente tutelabili, conservabili, valorizzabili e fruibili da parte della collettività.

Infatti, nonostante l'UNESCO stia già da tempo definendo strumenti normativi internazionali finalizzati alla loro protezione giuridica in quanto appartenenti comunque al patrimonio culturale mondiale¹⁸, i beni intangibili non sono menzionati nel quadro normativo nazionale, finché col Decreto legislativo correttivo n.62/2008, il Codice dei beni culturali e del paesaggio si arricchisce dell'art. 7-bis: «le espressioni di identità culturale collettiva contemplate nelle Convenzioni UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale e per la protezione e la promozione delle diversità culturali adottata a Parigi, rispettivamente il 3 novembre 2003 e il 20 ottobre 2005, sono assoggettabili alle disposizioni del presente codice qualora siano rappresentate da testimonianze materiali e sussistano i presupposti e le condizioni per l'applicabilità dell'art.10»¹⁹.

Questo articolo apre sì un'idea di tutela di bene immateriale, ma la vincola ad una tutela cosiddetta di ‘riflesso’ del bene materiale che ne consente la rappresentazione²⁰, estendendo, nello specifico, il regime di tutela (di cui alla legge 1089/1939) proprio «alle attività tradizionali che si svolgevano in determinati locali storici, per via dell'utilizzazione del vincolo di tutela apposto sulle strutture materiali nelle quali (gli immobili) e attraverso le quali (arredi e suppellettili) queste attività tradizionali venivano svolte»²¹.

Attraverso tale vincolo si può pervenire indirettamente alla tutela dell'attività svolta, un *escamotage* applicato ad uno strumento legislativo che sembra ancora non consentire di estendere la tutela giuridica propria dei soli beni culturali alle attività che in quei locali si svolgono, sebbene anch'esse di rilievo culturale. Ulteriore *escamotage* si esplica nel vincolo di garantire, all'interno di tali beni culturali materiali, l'obbligo di continuazione delle attività pregresse, considerando che il valore culturale sia effettivamente del tutto compenetrato nella struttura, negli arredi e nelle suppellettili da giustificare la tutela.

1.2 La Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale

Il patrimonio culturale immateriale, espressione ed essenza di un determinato popolo, costituisce il fattore principale della diversità culturale ed è garanzia di uno sviluppo duraturo e sostenibile per la comunità e per gli individui che ne sono al contempo creatori e custodi.

Secondo la *Convenzione internazionale per la salvaguardia dei beni culturali intangibili UNESCO* del 2003, ne sono manifestazioni le tradizioni e le espressioni orali, le arti dello spettacolo, le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi, le cognizioni e le prassi relative alla natura e all'universo, l'artigianato tradizionale. Tale Convenzione è il primo documento che definisce uno strumento di salvaguardia del patrimonio intangibile da attuarsi mediante misure volte a garantire la vitalità, la ricerca, la promozione, la valorizzazione e la trasmissione del patrimonio stesso, attraverso «un'educazione formale e informale»²².

I beni appartenenti al patrimonio culturale intangibile, previa verifica di sussistenza di cinque criteri²³, sono iscritti in una Lista rappresentativa finalizzata a garantirne visibilità, offrire consapevolezza di ciò che esso significa e incoraggiare un dialogo che rispetti la diversità culturale. La salvaguardia scaturisce dal presupposto che esista una profonda interdipendenza tra il patrimonio culturale immateriale e quello materiale e i beni naturali²⁴, e che i processi di globalizzazione e trasformazione



1.1 - Il Palazzo Dar Adyel nella Médina di Fès (Marocco). Dopo l'iscrizione di Fès alla lista del patrimonio mondiale dell'umanità nel 1999, nello stesso anno, l'UNESCO finanzia il restauro del Palazzo, ad opera dell'arch. G. Barbato, trasformandolo in conservatorio di musica tradizionale, tuttora attivo.

Questo è considerato il primo esempio di tutela integrata di patrimonio tangibile e intangibile, ancor prima della Convenzione del 2003.

sociale creano «gravi pericoli di deterioramento, scomparsa e distruzione del patrimonio culturale immateriale, in particolare a causa della mancanza di risorse per salvaguardare tali beni culturali»²⁵.

Nel testo della Convenzione sono delineate delle misure di salvaguardia, sviluppo e valorizzazione del patrimonio immateriale tra le quali emergono: l'adozione di una politica generale per la promozione e l'integrazione della salvaguardia di questo patrimonio nei programmi di pianificazione; l'istituzione di uno o più organismi competenti adibiti alla salvaguardia; la promozione di studi scientifici, tecnici e artistici volti a una salvaguardia efficace dei beni in oggetto; adozione di opportune misure legali, tecniche, amministrative e finanziarie per favorire la creazione o il potenziamento di istituzioni di formazione per la gestione e la divulgazione del patrimonio intangibile nell'ambito di forum e spazi designati alla sua espressione o rappresentazione; creazione di centri di divulgazione di facile accesso per il patrimonio stesso.

Agli Stati Membri sono inoltre indicate tutte le misure volte a garantire il rispetto e il riconoscimento del bene mediante programmi di educazione, sensibilizzazione, informazione, ricerca scientifica, mezzi di comunicazione informali rivolti soprattutto a un pubblico giovane per promuovere altresì l'educazione relativa agli spazi naturali e ai luoghi della memoria, la cui esistenza è necessaria ai fini dell'espressione del patrimonio culturale immateriale. Comunità, gruppi e individui sono attivamente coinvolti nella gestione e nella trasmissione dei saperi legati a tale patrimonio.

Attraverso questa Convenzione, l'UNESCO prosegue un discorso di attenzione nei confronti dell'*Intangible Cultural Heritage* che la vede protagonista, sin dagli anni Ottanta, di una visione ampliata del concetto di cultura, da cui si innescano inedite e inesplorate dinamiche socio-culturali attraverso le quali, tutto ciò che era precedentemente connotato, non senza accezioni negative, come folklore, cultura popolare, trova nobilitazione nella categoria del Patrimonio Culturale Intangibile.

Tale percorso sfocia, nel 1997, nell'istituzione di un'apposita sezione, la *Section of Intangible Heritage*, avente carattere di responsabilità verso le lingue locali e le forme di espressività popolari e tradizionali, e trova immediata concretizzazione nel progetto *Preserving and Revitalizing our Intangible Heritage*. A partire da questo sono state intraprese azioni concrete che hanno consentito di proclamare fino a oggi 327 capolavori della cultura orale e del patrimonio immateriale dei quali 5 italiani: l'opera dei pupi siciliani, il canto a tenore sardo, l'arte del violino di Cremona, le macchine a spalla di Pomigliano, la Dieta Mediterranea, uno dei beni per il quali non si è ancora

giunti alla definizione di coerenti metodi di salvaguardia e che pertanto è oggetto del presente lavoro di ricerca.

1.3 Il Register of Best Safeguarding Practices

La Convenzione non contiene indicazioni operative per l'applicabilità delle misure di salvaguardia suggerite, ma periodicamente raccoglie in un apposito *Register of Best Safeguarding Practices*²⁶, le proposte, i programmi, i progetti e le attività svolte dagli Stati membri che risultano essere più rispondenti ai principi e agli obiettivi della Convenzione stessa. Come poc'anzi accennato, il bene immateriale su cui si concentra la presente ricerca è la Dieta Mediterranea, di cui si approfondiranno le motivazioni del riconoscimento UNESCO e le sue complesse caratteristiche nei successivi paragrafi del presente capitolo. Prima di procedere, si è però ritenuto opportuno indagare quali, a livello internazionale, possano considerate *best practices* assunte nei confronti della tutela del Patrimonio Immateriale e da cui poter partire per la definizione di una pratica ad hoc per la Dieta Mediterranea. Tra le tante presenti nel citato Registro UNESCO sulle Buone pratiche di salvaguardia del patrimonio immateriale, ne sono selezionate alcune ritenute più affini alla valorizzazione del bene immateriale indagato nella presenta ricerca, sia per la caratteristica del bene tutelato, sia per la tipologia di interventi operativi che validano ancora di più la necessità di un intervento sul territorio da eseguirsi secondo le dinamiche del marketing e del Design Territoriale.

Il primo tra i tanti progetti che considero rilevanti, mancando in Italia e in Europa²⁷ specifici programmi di tutela dei beni immateriali, è il brasiliano *Call for project of the National Programme of Intangible Heritage*, grazie al quale, ogni anno è pubblicato un bando nazionale per progetti dal *Programa Nacional de Patrimônio Imaterial*²⁸ che incoraggia e sostiene iniziative di salvaguardia e pratiche proposte dalla società brasiliana per la tutela del patrimonio culturale immateriale. I progetti in gara devono coinvolgere la partecipazione della comunità e gruppi interessati, promuovere l'inclusione sociale e il miglioramento delle condizioni di vita dei creatori e portatori di tale patrimonio, e rispettare i diritti individuali e collettivi. La maggior parte dei piani presentati comprende attività come la mappatura, inventari e ricerche etnografiche, l'organizzazione di informazioni in appositi database, la definizione di norme di attuazione, la produzione o conservazione della documentazione e degli archivi etnografici, la promozione e la trasmissione

dei saperi tradizionali alle nuove generazioni, incentivi alla ricerca, alla tutela e all'educazione. La *Call for Project* brasiliana è interessante, in quanto consente di creare reti tra i diversi attori istituzionali e sociali, che devono stipulare accordi preventivi con le comunità coinvolte. I progetti, selezionati dal Dipartimento del Patrimonio Immateriale IPHAN (Istituto Nazionale del Patrimonio Storico e Artistico) di Brasilia, ricevono un finanziamento grazie al quale le opere riescono, nella maggior parte dei casi, ad essere realizzate entro un anno, innescando un processo che costituisce modello per il finanziamento e la promozione di iniziative della società civile per la salvaguardia del patrimonio immateriale. Esso infatti dimostra l'impegno del Programma Nazionale del Patrimonio Immateriale del Brasile nei confronti delle comunità e dei gruppi locali, definendo coordinamento tra Stato e società con una serie di interventi di successo quantitativo e qualitativo.²⁹

Altro progetto da prendere in considerazione è il *Safeguarding intangible cultural heritage of Aymara Communities* in Bolivia, Chile and Peru, progetto sub-regionale che mira a sviluppare misure di salvaguardia per garantire la redditività delle espressioni orali, la musica e le conoscenze tradizionali dell'arte tessile e delle tecnologie agricole delle comunità Aymara di Bolivia (La Paz-Oruro-Potosí), Cile (Tarapacá- Arica-Parinacota-Antofagasta) e Perù (Tacna-Puno-Moquegua). Le attività per l'attuazione del progetto quinquennale riguardano l'individuazione e l'inventario delle conoscenze e delle tradizioni orali delle comunità Aymara nelle aree selezionate; il rafforzamento della lingua come veicolo di trasmissione del patrimonio culturale immateriale attraverso l'educazione formale e informale; la promozione e diffusione delle espressioni orali e musicali Aymara; il rafforzamento delle conoscenze legate alla produzione di arti tessili e delle

1.2 - Espressioni orali e conoscenze tradizionali delle comunità di *Aymara* in Bolivia, Cile e Perù. (immagini tratte da: <http://heritage.unesco.or.kr>)



tecniche agricole. Queste quattro linee di azione del progetto previsto sono state stabilite come prioritarie dalle comunità Aymara nelle diverse fasi di consultazione e di preparazione del progetto e saranno attuate con il pieno coinvolgimento delle comunità, guidati dai principi della Convenzione del 2003, adottando come strategia di lavoro la creazione di una rete sub-regionale e internazionale composta da individui, comunità, gruppi, manager culturali, specialisti, organizzazioni indigene, centri di ricerca, ONG e governi, per promuovere lo scambio di esperienze, informazioni e formazione in fine di rafforzare le capacità della regione.³⁰

Interessante è anche il progetto *Methodology for inventorying intangible cultural heritage in biosphere reserves: the experience of Montseny*, promosso dal Centro UNESCO della Catalogna, che si concentra sulla identificazione del patrimonio culturale immateriale in una riserva della biosfera e l'elaborazione di inventari. Il progetto è stato realizzato in una zona che copre la Riserva della Biosfera Montseny e il Parco Nazionale della Comunità autonoma di Catalogna, in collaborazione con gli attori locali e le istituzioni che operano nel campo dell'etnologia e della cultura catalana tradizionale e popolare. I suoi principali obiettivi e risultati sono: la definizione di una metodologia per la preparazione di inventari, la redazione dell'inventario, la preparazione di un documento sui contributi del patrimonio culturale immateriale per lo sviluppo sostenibile. Attraverso il piano di partecipazione e lavoro sul campo, il progetto incoraggia il coinvolgimento della popolazione locale per identificare il suo patrimonio culturale immateriale, definendo una metodologia riproducibile a livello regionale e internazionale per i paesi, anche in via di sviluppo, che hanno un ricco patrimonio naturale e immateriale e sono alla ricerca di modi per migliorare le condizioni delle loro popolazioni, senza compromettere le possibilità per le generazioni future.³¹

Dai progetti appena descritti emergono *keywords* e indicazioni comuni che consentono di individuare linee guida generali e indispensabili nella definizione di un valido intervento analitico e attuativo, finalizzato alla promozione di un bene immateriale. Le necessità che affiorano sono sintetizzabili in:

- . identificazione e inventario del patrimonio culturale immateriale;
- . collaborazione con gli attori, le comunità e le istituzioni locali;
- . finalizzare l'intervento a uno sviluppo sostenibile;
- . definizione di una metodologia riproducibile a livello regionale e internazionale.

Partendo da queste linee guida generali, un'ulteriore *best practice* estratta

dall'omonimo registro UNESCO è quella del *Museo Vivo do Fandango*. Di esso si parlerà nel corso della trattazione, in quanto funge da riferimento adattabile al *case study* analizzato nella presente ricerca, essendo uno degli esempi di valorizzazione territoriale basata sulla tutela di un patrimonio UNESCO nelle sue espressioni tangibili e intangibili.³²

1.4 Il Riconoscimento UNESCO della Dieta Mediterranea

Tappa decisiva per la tutela e la valorizzazione di un bene intangibile è l'iscrizione dello stesso alla *Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità*³³, volta a garantirne migliore visibilità, consapevolezza del significato, a incoraggiarne un «dialogo che rispetti la diversità culturale»³⁴. L'inclusione del bene in detta lista ne comporta la verifica, la rispondenza e il soddisfacimento, da parte dello Stato o degli Stati richiedenti, dei cinque criteri di seguito esposti e meglio espletati nell'apposita scheda di nomina UNESCO:

R.1 L'elemento costituisce patrimonio culturale immateriale di cui all'articolo 2 della Convenzione.

R.2 L'iscrizione dell'elemento contribuirà a garantire la visibilità e la consapevolezza del significato del patrimonio culturale immateriale, per incoraggiare il dialogo, riflettendo così la diversità culturale in tutto il mondo e testimoniare la creatività umana.

R.3 Sono elaborate misure di tutela volte a proteggere e promuovere l'elemento.

R.4 L'elemento è stato nominato in seguito alla più ampia partecipazione della comunità, gruppi o individui interessati e con il loro consenso libero, preventivo e informato.

R.5 L'elemento è incluso in un inventario del patrimonio culturale immateriale presente sul territorio o sui territori degli Stati Membri proponenti, come espresso dagli articoli 11 e 12 della Convenzione.

La Dieta Mediterranea, la cui candidatura è presentata nel settembre del 2008, a partire da un progetto della Spagna, condiviso da Italia, Grecia e Marocco, è iscritta nella Lista Rappresentativa dei Beni Immateriali dell'UNESCO³⁴ il 17 novembre 2010, in occasione della quinta sessione del Comitato intergovernativo UNESCO, riunitasi a Nairobi in Kenia. Da quel momento, il bene è stato riconosciuto elemento del patrimonio intangibile relativo alla cultura del mangiare in ambito mediterraneo e all'insieme di competenze, conoscenze, riti, simboli e tradizioni che vanno

dal paesaggio alla tavola, che nel bacino del Mediterraneo riguardano le colture, la raccolta, la pesca, la zootecnia, la conservazione, l'elaborazione, la cucina, e in particolare il consumo dei cibi.³⁵

La condivisione del progetto da parte di numerose Nazioni fa della Dieta Mediterranea un patrimonio immateriale transnazionale. Nel 2010 le comunità emblematiche che la riconoscono quale parte del proprio patrimonio immateriale sono solo quattro: Soria (Spagna), Koroni (Grecia), Cilento (Italia), Chefchaouen (Marocco); alla nomina del 2013³⁶ si sono aggiunte anche Agros (Cipro), Bra e Hvar (Croazia) e Tavira (Portogallo). Il riconoscimento alla Dieta Mediterranea consegue alla sua rispondenza ai cinque criteri che si verifica nel modo che segue³⁷:

R.1: Trasmissione di generazione in generazione, in particolare attraverso le famiglie, offre un senso di appartenenza e di condivisione; costituisce per coloro che vivono nel bacino del Mediterraneo un marcatore di identità e di uno spazio per la condivisione e il dialogo;

R.2: L'iscrizione dell'elemento nella Lista del rappresentante potrebbe contribuire ad aumentare la consapevolezza del significato delle pratiche legate all'alimentazione sana e sostenibile in altre parti del mondo, incoraggiando il dialogo interculturale, che testimoniano la creatività e promuovere il rispetto culturale, ambientale e la diversità biologica;

R.3: Le misure di salvaguardia si concentrano sulla sensibilizzazione, la trasmissione, la documentazione, la rivitalizzazione, nonché sulle azioni legislative; l'accento è posto sul rafforzamento dei meccanismi di cooperazione tra le comunità e gli Stati interessati;

R.4: Attraverso una serie di incontri, le comunità interessate in sette paesi hanno partecipato alla preparazione della candidatura e hanno dato il loro consenso libero, preventivo e informato;

R.5: La Dieta Mediterranea e le sue manifestazioni locali sono stati oggetto di ricerca e documentazione in ciascuno degli Stati parti interessati e figura in uno o più inventari in ogni Stato.

A partire da questo quadro sintetico, è interessante approfondire gli aspetti fondamentali che sono alla base della nomina della Dieta Mediterranea nella Lista rappresentativa. Come si evince, infatti, dalla scheda riepilogativa dell'UNESCO³⁸, i settori all'interno dei quali il bene si manifesta sono le tradizioni e le espressioni orali, incluso il linguaggio inteso come veicolo del patrimonio intangibile; le pratiche sociali, i rituali, gli eventi festivi; la conoscenza e le pratiche relative alla natura e all'universo; l'artigianato tradizionale.

Questi aspetti offrono della Dieta Mediterranea l'immagine di una

tavolozza policroma dalla quale trarre ispirazione per un ventaglio amplissimo di potenziali interventi di sviluppo sostenibile che spazino dal paesaggio alla tavola appunto! Sono espressioni che ne dimostrano una complessità tale da poterla considerare a buon merito il bene immateriale per eccellenza e non di vincolarla, come purtroppo nella maggior parte dei casi attualmente si verifica, a tutela di un modello meramente alimentare. A sostenere questa affermazione è proprio il documento di riconoscimento della Dieta Mediterranea del 2013, il quale, partendo dal presupposto che il termine ‘dieta’ derivi dal greco *diāta*, ossia “stile di vita”, attribuisce all’elemento un esempio di sviluppo sostenibile in piena conformità con gli strumenti internazionali sui diritti umani esistenti e con l’esigenza di rispetto reciproco tra le comunità, i gruppi e le persone³⁹. Nel documento è infatti sottolineato l’utilizzo dell’elemento come esempio, per l’intera comunità internazionale, da parte delle più importanti agenzie delle Nazioni Unite, come la FAO (*Food and Agriculture Organization*), che lo considera un modello di dieta sostenibile rispettoso delle risorse naturali e della biodiversità, dei paesaggi locali e dell’ambiente e come l’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), che la riconosce come modello nutrizionale che contribuisce alla salute e al benessere delle popolazioni.

La Dieta Mediterranea diviene così paradigma di dialogo permanente con la natura, guidato dal rispetto della diversità culturale, biologica e ambientale, oltre che di ospitalità, vicinato, condivisione, dialogo interculturale, rispetto reciproco e creatività. Infatti, lo spirito di accoglienza, tratto fondamentale delle comunità del Mediterraneo, favorisce il contatto e il dialogo tra queste popolazioni e i visitatori, contribuendo così a diffondere e sostenere sia i valori dell’elemento, sia quelli specifici dell’UNESCO, di promuovere la pace e la comprensione tra le nazioni mediante l’istruzione, la scienza, la cultura, la comunicazione e l’informazione. Proprio queste caratteristiche del bene contribuiranno ad arricchire ulteriormente l’elenco della Lista Rappresentativa. Il processo di nomina e la prima iscrizione nel 2010 hanno, infatti, «già portato ad un aumento spettacolare di conoscenza e consapevolezza della ricchezza e dell’importanza del patrimonio culturale immateriale a livello locale, regionale e internazionale»⁴⁰ e si prospetta ancora un ulteriore sviluppo che avrà ripercussioni forti e positive sulla promozione del patrimonio culturale immateriale essendo elemento ampiamente noto, riconosciuto e studiato a livello globale e non solo nel bacino mediterraneo. Non a caso, tra i patrimoni immateriali attualmente iscritti alla Lista UNESCO figurano il *Mousseum* marocchino di Tan-Tan, il flamenco andaluso, la cultura e la tradizione turca del caffè, la pratica

1.3 - La tradizione del caffè in Turchia è legata anche alla manifattura dei servizi da caffè

1.4 - Una sauna del quartiere ebraico di Cordova è stata opportunamente restaurata per ospitarvi *performances* di Flamenco.



tradizionale della coltivazione della vite ad alberello della comunità di Pantelleria ed altri patrimoni più strettamente legati all'aspetto alimentare che, già di per sé, costituiscono uno specifico bene oggetto di tutela. Alcuni di essi sono anche considerati anche parte integrante del patrimonio Dieta Mediterranea, come si vedrà nelle prossime battute del presente paragrafo. Gli scambi, il riconoscimento e il rispetto per l'altro, l'accettazione e l'integrazione delle conoscenze e dei contributi interni e di oltre-bacino sono stati volani e valori di costante innovazione nel definire un patrimonio, sì ancestrale, ma vivo, ricreato ogni giorno, essendo la creatività uno dei suoi tratti distintivi ed essenziali, e sentito e vissuto da individui di tutte le età e condizione. Motivo per il quale «l'iscrizione metterà in evidenza queste caratteristiche e valori e aiuterà a superare i pregiudizi e le concezioni culturali ataviche legate alle diverse religioni, lingue o eventi storici, favorendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività e creando quindi un esempio internazionale»⁴¹.

Un concetto chiave, che emerge dal citato Riconoscimento UNESCO, è quello di Dieta Mediterranea quale “spazio intangibile”, privilegiato per il dialogo interculturale, che coniuga in sé entrambe le connotazioni precedentemente espresse di bene culturale, ossia materiale e immateriale, contemplando la presenza di un luogo, di oggetti, di persone che con questo luogo e con questi oggetti interagiscono. L'UNESCO individua, infatti, nella Dieta Mediterranea, un elemento del patrimonio intangibile, «relativo alla cultura del mangiare in ambito mediterraneo», indicato quale «insieme di competenze, conoscenze, riti, simboli e tradizioni che vanno dal paesaggio alla tavola, che nel bacino del Mediterraneo riguardano le colture, la raccolta, la pesca, la zootecnia, la conservazione, l'elaborazione, la cucina, e in particolare il consumo dei cibi»⁴². La “tavola” è qui intesa come elemento materiale, simbolico e millenario, di condivisione che svolge un ruolo centrale nel descrivere, trasmettere, godere e celebrare il bene intangibile. Non si può dunque svincolarla dalle sue espressioni utilitaristica, simbolica, artistica e popolare, che la collegano alla cultura materiale caratterizzata dall'artigianato e dalla produzione di oggetti domestici ancestrali ad essa connessi che, nonostante abbiano adeguato la forma a causa di trasformazioni sociali, tecnologiche e storiche, ancora figurano, nelle loro linee essenziali, tra gli oggetti di uso quotidiano. Si fa riferimento, ad esempio, ai recipienti per il trasporto, la conservazione e il consumo di cibo, compresi tra i tanti, piatti e bicchieri in ceramica di cui ci danno testimonianza i numerosi musei archeologici distribuiti sul territorio nazionale e mondiale.

1.5 - Vitigno di Zibibbo (vite ad alberello) di Pantelleria

1.6 - Moussem di Tan Tan



La tavola è il fulcro ideale dello spazio culturale della Dieta Mediterranea, uno spazio di incontro domestico, privato o pubblico, luogo di scambio, di riconoscimento reciproco e gioia di vivere sempre permeato dallo spirito di festa, condivisione conviviale, solidarietà, accoglienza e rispetto. Sagre e feste ad essa associate sono rappresentazioni emblematiche della Dieta Mediterranea in quanto connotate da profondi gesti di accoglienza, vicinato, convivialità, trasmissione intergenerazionale e dialogo interculturale. Feste e celebrazioni, pur non essendo occasioni quotidiane, sono *leitmotiv* delle aree mediterranee tra cui si ricordano, tra i tanti, gli esempi degli Stati sottoscrittori, quali il Festival delle Rose di Agros, il Festival di San Prospero a Bra e Hvar, le feste patronali a Soria e Tavira, le Panigiria a Koroni, le sagre del Cilento, il *Moussem* di Chefchaouen. Sono queste ultime, feste al contempo religiose, commerciali e gastronomiche, il che evidenzia sempre più lo stretto legame esistente tra apparentemente diversi ambiti del vivere, in cui tradizione orale e condivisione conviviale di piatti locali, si integrano con gli spazi simbolici e con componenti umane di diverse generazioni, classi e condizioni, definendo un vettore privilegiato per trasmettere l'elemento e rinnovare alleanze, senso di appartenenza e di continuità, ma di questo si tratterà in maniera più approfondita nel paragrafo 2.1 della presente ricerca.

«Noi non sediamo a tavola per mangiare, ma per mangiare insieme», sostiene Plutarco, essendo il mangiare insieme il fondamento relazionale e garanzia dell'identità culturale delle comunità e dei loro individui. Si tratta di un momento rituale, quasi religioso, intenso e solenne, più o meno esplicito, che agisce come un vero e proprio strumento di integrazione e di pratica quotidiana di ospitalità, di comunicazione, di dialogo intergenerazionale e di scambio sociale che consente la ricostruzione della famiglia, del gruppo

1.7 - Festival delle Rose di Agros (Cipro). Ogni anno, una settimana del mese di maggio è dedicata all'esposizione della rosa damascena e di tutti i prodotti che da essa derivano: fragranze, liquori, dolci, acqua di rose, tè, dolci al cucchiaio.



o della comunità, compresi i valori, la storia, l'ambiente, i simboli, le credenze e lo stile di vita.

Funzioni culturali basate sul rapporto simbolico ed etico sono state forgiate dalle comunità con la natura, i paesaggi, i cicli stagionali e la gestione sostenibile delle risorse naturali, in particolare dell'acqua. Alla scala pubblica e comunitaria anche i mercati assumono il ruolo di spazi speciali di "cultura" che consentono di trasmettere alcuni dei principi della Dieta Mediterranea durante le pratiche quotidiane di scambio, rispetto e mutuo accordo.

Lo spazio, gli oggetti di uso comune e i prodotti alimentari non possono, quindi, essere considerati omettendo i *practitioners* della Dieta Mediterranea, uomini e donne di ogni età e condizione, che sono custodi, operatori e portatori di questo elemento di cui consentono la trasmissione viva e dinamica. Particolare attenzione è rivolta alle donne, le quali giocano da sempre un ruolo decisivo nella trasmissione di *know-how* e conoscenze, ricreando riti, gesti tradizionali, celebrazioni e tecniche di tutela, nel rispetto dei ritmi stagionali e festività del calendario, compresi tutti quei valori culturali, sociali e ambientali finalizzati all'educazione delle nuove generazioni.

Senza restringere e limitare il campo al solo ambito familiare, un ulteriore ruolo determinante è svolto dalle istituzioni locali che stabiliscono, interfacciandosi con le comunità e i gruppi, una nuova rete sociale di supporto alle strutture tradizionali, volta a proteggere il bene mediante il sostegno ad iniziative della comunità stessa. Ulteriori *practitioners* sono attualmente gli insegnanti di scuole professionali, i ristoratori e i centri di formazione culinaria che aderiscono alla dieta mediterranea e ai suoi valori, aprendo nuove strade che, insieme al turismo culturale e locale, garantiscono la presentazione, la pratica e la trasmissione dell'elemento.

Si è visto che, tra i criteri di rispondenza di un bene alla Lista Rappresentativa del patrimonio intangibile, vi è la necessità di indicare le misure di salvaguardia adottate o da adottare. Per quanto riguarda la Dieta Mediterranea, tali misure riguardano essenzialmente:

- . la trasmissione dell'eredità alle generazioni successive, per secoli attuata dalle comunità come gesto di sopravvivenza della loro identità e dello stile di vita;
- . la documentazione, l'identificazione e la ricerca supportate da fondazioni, istituti e università con l'ausilio di media, pubblicazioni, siti web, conferenze e festival per l'approfondimento della conoscenza;
- . la conservazione, la tutela e la promozione globali da attuarsi attraverso

workshop, corsi di formazione e diffusione, *know-how* e rituali, per migliorare la consapevolezza delle comunità e gli investimenti nel patrimonio immateriale;

. la rivitalizzazione dello stile di vita delle comunità attraverso attività popolari, vicinali e associative.

Alcune di queste indicazioni sono già attuate da parte dei sette Stati sottoscrittori della nomina che dimostrano una crescente consapevolezza di protezione della Dieta Mediterranea, salvaguardandone conoscenze, tecniche, espressioni e spazi culturali, benefici per la salute, il benessere e l'ambiente, garantendo al tempo stesso la loro trasmissione alle generazioni future. Attestazione tangibile è l'incremento di Associazioni, Università, Fondazioni e Istituzioni che studiano la Dieta Mediterranea sotto molteplici aspetti, coniugando diversità culturale, identità, paesaggio, beni ambientali e culturali, salute e benessere. Si assiste a inversioni di tendenza nell'ambito della ricerca, la costituzione di osservatori permanenti, iniziative legislative, programmi di sensibilizzazione, azioni di comunitarie, e in particolare i programmi scolastici e giovanili che denotano progressi positivi.

L'intero tessuto sociale delle sette Comunità, costituito da Accademie, Istituti di Ricerca, Enti locali pubblici e privati, Associazioni di categoria e di quartiere, gruppi di donne, Cooperative Agricole, Federazioni, Organizzazioni non governative, Fondazioni, partecipa dimostrando il proprio consenso, prima nel sostenerne la nomina, e poi nell'assumere impegno e totale coinvolgimento in questo elemento fondamentale del patrimonio culturale. È sostenuta in modo costante la salvaguardia dei paesaggi e della diversità biologica, l'uso sostenibile delle risorse naturali, la promozione di tecniche tradizionali e, soprattutto, le innovazioni legate all'elemento. Ampia sperimentazione è condotta nei confronti dello sviluppo turistico, sempre più motivato dagli aspetti culturali ed enogastronomici del territorio mediterraneo e della sua dieta, che vedono costantemente etichettare e proteggere paesaggi, spazi culturali e artigianali, produzioni tradizionali e locali, promuovendo al contempo le loro comunità rurali.

Le sette comunità costituiscono, inoltre, una rete associativa per la definizione di programmi e campagne di sensibilizzazione, forum, tavole rotonde e congressi regolari e altri mezzi di promozione dell'elemento, incoraggiando studi scientifici, tecnici e culturali dell'elemento, nonché la documentazione e la ricerca, essendo i campi della scienza e della cultura impulsi importanti per sostenere le misure di salvaguardia, per la generazione di sinergie e per la catalizzazione degli sforzi.

1.5 Il quadro normativo Nazionale e Regionale

Accanto agli strumenti normativi e al *Register of Best Safeguarding Practices*, che definiscono linee guida per la salvaguardia dei beni immateriali, è interessante volgere lo sguardo all'assimilazione delle indicazioni UNESCO a livello Nazionale e Regionale, ricadendo l'intervento operativo del case study della presente ricerca all'interno del territorio campano.

Il 23 maggio 2012 è stato comunicato il Disegno di Legge n. 3310, a oggi non ancora tradotto in Legge, dal titolo *Disposizioni per la valorizzazione e la promozione della dieta mediterranea* che, proprio derivando la definizione dal prestigioso riconoscimento UNESCO, è finalizzato alla tutela e alla promozione della Dieta Mediterranea quale modello di sviluppo culturale e sociale fondato su un insieme di competenze, conoscenze, pratiche e tradizioni tramandate di generazione in generazione, nonché quale regime nutrizionale riconosciuto dalla comunità scientifica per i suoi benefici effetti sulla salute⁴³.

Assumendo la Dieta Mediterranea nell'eterogeneità della sua espressione che ne contempla le declinazioni antropologiche, culturali e ambientali, senza relegarla al mero aspetto alimentare, gli interventi di valorizzazione proposti per il bene e per il patrimonio socio-culturale connesso, sono volti a promuovere sia il modello nutrizionale, sia attività economiche, sociali, ambientali e culturali.

Obiettivi della legge sono:

- a. promozione di stili di vita sani basati sulla dieta mediterranea come modello di corretta alimentazione in chiave di prevenzione delle malattie legate alla nutrizione;
- b. favorire la diffusione dell'impiego dei prodotti e delle specialità della dieta mediterranea nei sistemi di ristorazione collettiva;
- c. elaborare modelli innovativi di attrazione economica e turistica per la fruizione dei prodotti della dieta mediterranea, all'interno di specifici contesti paesaggistici e storico-culturali dei territori di provenienza, così da valorizzare insieme patrimonio materiale e immateriale;
- d. predisporre attività formative e divulgative sulla dieta mediterranea e sulle culture e paesaggi a essa associati, anche attraverso la collaborazione con istituti scolastici di ogni ordine e grado, per la programmazione nell'ambito dei piani di offerta formativa integrativa di progetti didattici sui medesimi temi;
- e. prevedere l'intensificazione di relazioni e scambi culturali, scientifici ed economici tra le comunità che abbiano tradizioni analoghe e interesse

a sviluppare la pratica della dieta mediterranea, attraverso scambi, informazioni e azioni comuni a livello nazionale e internazionale;

f. promuovere la dieta mediterranea particolarmente nell'ambito dei siti iscritti nella lista del patrimonio materiale dell'umanità, valorizzando le colture tipiche tradizionali e i paesaggi rurali storici ad essi connessi.

Il DDL 3310 propone, l'istituzione, presso il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, di un Comitato per la salvaguardia della dieta mediterranea, avente il ruolo di:

- . promuovere la diffusione della dieta mediterranea a livello nazionale e internazionale;
- . tutelare le origini culturali, mediante la valorizzazione degli aspetti sociali, economici e storico-culturali e la loro trasmissione alle giovani generazioni, della dieta mediterranea;
- . definire la programmazione degli interventi di promozione, sviluppo e valorizzazione della dieta mediterranea a livello nazionale e internazionale, anche attraverso opportunità di comunicazione e diffusione delle informazioni relative alla ricerca e alla sperimentazione in materia.

Questo Disegno di Legge istituisce inoltre la *Giornata Nazionale della dieta mediterranea - patrimonio dell'umanità*, celebrandola in tutti i comuni, province e regioni del territorio nazionale, il 16 novembre di ogni anno con iniziative di promozione e comunicazione della Dieta Mediterranea e dei valori a essa riferiti. Ulteriore proposta è, infine, quella dell'istituzione del marchio Dieta Mediterranea - patrimonio dell'umanità per la salvaguardia, in ambito nazionale e internazionale, dei prodotti ad essa connessi, dei paesaggi rurali storici e delle colture tipiche tradizionali da concedere secondo opportune procedure a garanzia del prodotto alimentare.

Se in ambito Nazionale il riconoscimento UNESCO della Dieta Mediterranea quale patrimonio immateriale dell'umanità, è recepito solo da un Disegno di Legge, la Regione Campania, il 30 marzo 2012, promulga la Legge Regionale n.6, *Riconoscimento della Dieta Mediterranea*, finalizzata a valorizzare il patrimonio intangibile «come modello di sviluppo basato sui valori di questo tipo di alimentazione e stile di vita dal punto di vista culturale, sociale, gastronomico, alimentare, ambientale, paesaggistico e dei costumi»⁴⁴.

Come nel DDL 3310, anche a livello normativo regionale, non ci si limita a riferirsi al solo aspetto gastronomico, ma alla dieta, intesa nella sua duplice valenza di bene al contempo materiale e immateriale, caratterizzato da intrecci culturali, antropologici e sociali, che funga da volano per la predisposizione di misure volte a sostenere, attraverso politiche regionali

relative anche al territorio rurale il «sostegno e la valorizzazione della multifunzionalità in agricoltura, del paesaggio, del patrimonio naturalistico e storico-culturale, del turismo sostenibile e della salute»⁴⁵.

Il riferimento normativo alla LR 6/2012 della Regione Campania si rende necessario in quanto, obiettivo della presente ricerca applicata è il rilancio produttivo dell'economia di un territorio campano da attuarsi, con metodologia analitico deduttiva e carattere sperimentale, al fine di salvaguardare i contesti locali, in un'ottica di sviluppo declinato secondo le tre dimensioni sociale, economica e ambientale e in risposta alla reale domanda promossa dalle Pubbliche Amministrazioni, dagli Enti Pubblici e Privati e dalla comunità locale.

Diverso è l'atteggiamento della Regione Calabria, la cui LR n.45/2013, *Interventi per la riscoperta della dieta mediterranea*, non interpreta la dieta mediterranea secondo un ampio ventaglio di aspetti che la contemplano in tutta la sua integrità, piuttosto intende valorizzare e diffonderla solo come «stile di vita e disciplina nutrizionale migliorativa per la salute»⁴⁶. La valorizzazione per la LR Calabria 45/2013 riguarda prevalentemente «i prodotti alimentari costituenti base della Dieta Mediterranea, con particolare riguardo alle filiere di frutticoltura, olivicoltura, orticoltura e colture erbacee»⁴⁷, individuando sì azioni sinergiche tese alla divulgazione del bene immateriale, ma prevalentemente istituendo «corsi di formazione per operatori nel campo della ristorazione»⁴⁸ e realizzando «studi medico-scientifico-statistici sull'indice di adeguatezza della popolazione calabrese alla Dieta Mediterranea, sui metodi di preparazione e sulle combinazioni di alimenti a base»⁴⁹ della dieta stessa. Inoltre, nella stesura di programmi e progetti, sono coinvolti principalmente enti, organismi ed esperti in materia di Scienza Alimentare e materie affini.

Ritornando alla Legge Regionale della Campania n.6/2012, non si intende qui fare una sintesi del testo di legge, quanto evidenziarne gli obiettivi che essa intende perseguire e che si sono dimostrati fondamento indispensabile per la definizione del disegno della presente ricerca e della conseguente strategia di intervento.

Gli obiettivi della legge 6/2012, espressi all'Art. 2, comma 3, sono i seguenti:

- a. la promozione della Dieta Mediterranea all'interno del sistema dei siti UNESCO e delle aree geografiche caratterizzate da produzioni tipiche con marchi riconosciuti, come strategia integrata e sinergica di valorizzazione dei patrimoni culturali materiali e immateriali dell'umanità;
- b. promozione di studi e ricerche interdisciplinari sugli effetti della dieta

- mediterranea sulla salute e sugli stili di vita;
- c. elaborazione di modelli innovativi di attrazione economica e turistica per la fruizione dei prodotti della dieta mediterranea all'interno di specifici contesti paesaggistici e storico-culturali dei territori di provenienza;
 - d. promozione di sani stili di vita basati sulla dieta mediterranea come modello di corretta alimentazione, in chiave di prevenzione delle malattie sociali legate alla nutrizione;
 - e. diffusione dell'impiego dei prodotti e delle specialità della dieta mediterranea nelle mense e nei sistemi di ristorazione collettiva;
 - f. programmazione di attività formative e divulgative sulla dieta mediterranea e sulle culture e i paesaggi a essa associati;
 - g. promozione di relazioni e scambi culturali, scientifici ed economici tra le quattro comunità⁵⁰ che l'UNESCO definisce rappresentative della Dieta Mediterranea (Cilento, Soria, Koroni, Chefchaouen), attraverso il rafforzamento di scambi e azioni comuni a scala interregionale e internazionale, anche mediante il finanziamento e la partecipazione a fondazioni, forme associative e programmi comuni a tale scopo istituiti;
 - h. collaborazione con gli istituti scolastici di ogni ordine e grado, per la programmazione nell'ambito dei piani di offerta formativa integrativa di progetti didattici sui temi della Dieta Mediterranea;
 - i. definizione di strategie innovative di tutela e gestione sostenibile dei paesaggi naturali, rurali e storici, che costituiscono la base ecologica e materiale delle culture e degli stili di vita associati alla Dieta Mediterranea;
 - l. istituzione di premi di carattere scientifico sul valore assunto della dieta mediterranea.

La LR 6/2012 promuove altresì, la costituzione di una rete operativa per la dieta mediterranea «aperta alla partecipazione di enti, associazioni, aziende nazionali estere, operanti nei diversi settori della ricerca, della cultura, della salute, dell'istruzione, della produzione e distribuzione, dell'associazionismo culturale, ambientale, sociale», allo scopo di «garantire la più ampia partecipazione all'attuazione della strategia integrata di sviluppo durevole incentrata sulla dieta mediterranea»⁵¹. Le attività della rete operativa sono coordinate e gestite dall'Osservatorio Regionale per la Dieta Mediterranea anche attraverso l'attivazione di un forum di incontro e sviluppo delle tematiche della legge stessa. Tale Osservatorio, definito e disciplinato dal decreto del Presidente della Giunta Regionale che è designato a svolgere «funzioni consultive, propositive e di monitoraggio sulle politiche della Regione in materia di promozione e sostegno del modello di sviluppo durevole, incentrato sulla dieta mediterranea mediante

la valorizzazione degli aspetti sociali, economici e storico-culturali e la loro trasmissione alle giovani generazioni»⁵², ha sede presso il Palazzo Capano sito a Pollica, Comune cilentano che negli anni '50 ha dato i natali all'icona “dieta mediterranea” coniata da Angel Keys.

Riferendomi, sia alla LR 6/2012, sia alle indicazioni di salvaguardia del patrimonio intangibile, in particolare della Dieta Mediterranea, è stato possibile definire alcune delle azioni da intraprendere per proseguire la ricerca e definirne il disegno e la strategia di intervento.

La «promozione della Dieta Mediterranea all'interno del sistema dei siti UNESCO»⁵³ dimostra la necessità di partire da un sito mediterraneo che sia già patrimonio mondiale dell'umanità su cui intervenire con un progetto di marketing e design territoriale da sviluppare su indicazione di effettive esigenze espresse dall'Amministrazione Pubblica, da Enti Pubblici e Privati e dalla comunità locale, con il loro coinvolgimento. Per questo motivo, il *case study* scelto è il sistema-territorio di Pompei, sito UNESCO tra i più noti al mondo, analizzato, sia attraverso le sue tre dimensioni peculiari, archeologica, religiosa e rurale, sia attraverso le architetture che ne rappresentano il *milieu* locale in relazione alla Dieta Mediterranea. Trattandosi di un “sistema-territorio”⁵⁴, e non solo di una “porzione” di territorio, la ricerca assume carattere multidisciplinare, sia in fase esplorativa, sia nelle fasi analitica, sintetica e progettuale, in quanto si avvale di consulenze e di interviste ad attori privilegiati quali agronomi, sociologi, *stakeholders* e imprenditori locali, antropologi, ma anche di ricerche *desk* su argomenti di archeologia, nutrizione e botanica. La necessità di definire un modello innovativo di attrazione economica e turistica per la fruizione dei prodotti della Dieta Mediterranea all'interno dello specifico contesto paesaggistico e storico-culturale del territorio pompeiano, ha dato il là per ipotizzare un circuito turistico, sulla stregua delle esperienze già realizzate nei siti UNESCO dell'Alto Douro in Portogallo e delle già comunità costiere brasiliane del *Museo Vivo do Fandango*⁵⁵, che parta da risorse già presenti sul territorio, in modo da definire una strategia innovativa di tutela e gestione sostenibile del sistema paesaggio archeologico, rurale e religioso. Scopo dell'intervento è la promozione dello stile di vita mediterraneo in tutte le sue connotazioni partendo proprio da quei luoghi - i territori vesuviani - in cui nel 2012 si attesta un elevato tasso di obesità infantile⁵⁶, tentando, ove possibile, di collaborare con gli istituti scolastici comunali per l'introduzione di progetti didattici in tema di Dieta Mediterranea.

1.6 Dieta Mediterranea: dall'etimologia allo spazio tangibile in domus e villae

Fino ad ora si è parlato del significato di “bene intangibile” e dell'importanza dell'iscrizione della Dieta Mediterranea nella Lista Rappresentativa UNESCO del Patrimonio Immateriale (ICH), evidenziando come l'atto del nutrirsi sia così strettamente legato all'ambiente e allo spazio circostante, da poter identificare la Dieta Mediterranea come ‘spazio (in)tangibile’, caratterizzato dalla duplice valenza di bene materiale e immateriale. A sostenere ulteriormente questa affermazione, è il percorso a ritroso che, con la presente ricerca, è stato condotto sul concetto di Dieta Mediterranea, consentendo di esplorarla partendo proprio dall'etimologia del termine ‘dieta’.

In epoca greca e romana, la dieta non è intesa nell'attuale accezione di privazione temporanea di determinati alimenti; è piuttosto la *diaeta* romana e la *diaita* greca, uno stile e un tenore di vita, non solo alimentari, da perpetuarsi nel tempo. Il termine *diaita*, per diversi autori greci, quali Pindaro, Erodoto, Tucidide, Ippocrate, Plutarco, indica, infatti, un “genere di vita”, un “modo di vivere”, un “tenore di vita”⁵⁷. Lo stesso testo ippocratico *Sulla dieta*, del IV sec. a.C., volge uno sguardo oltre il semplice prodotto alimentare, presentando una complessa classificazione di cibi e bevande sulla base di proprietà che possiedono “secondo natura” (naturali) e proprietà che possiedono “per mezzo dell'arte” (artificiali), quali cottura, tecniche di conservazione, modalità di somministrazione. La dipendenza delle proprietà naturali degli alimenti dalla variabilità climatica delle regioni di provenienza e l'indicazione di differenti regimi stagionali adatti a diversi individui, evidenziano che la *diaeta* non è solo una pratica nutritiva, ma contempla anche esercizi fisici, riposo e attività aventi funzione profilattica nel prevenire l'insorgenza di malattie. Essa risulta così, da sempre associata alla territorialità e ai concetti più specifici di dimora e cucina.⁵⁸

Negli antichi testi greci e latini, il termine è utilizzato, inoltre, per indicare indistintamente «vitto e alloggio»⁵⁹ o uno spazio fisico ben definito, come «dimora» e «residenza», per Aristofane⁶⁰ e Plutarco⁶¹, «appartamento, stanza, sala», per Svetonio e Plinio il Giovane. Quest'ultimo utilizza, ad esempio, scrivendo nella sua epistola a Tacito «sed area, ex qua diaeta adibatur»⁶² parla probabilmente della Villa Arianna a Stabia. Petronio, invece, nel *Satyricon*, nell'esprimere «audimus murmur insolitum et sub diaeta magistri quasi cupientis exire beluae gemitum»⁶³, utilizza *diaeta* riferendosi alla cabina del comandante della nave, proprio a sottendere il

concetto di intimità e di limitata accessibilità.

Il percorso etimologico a ritroso, condotto nel presente studio, permette di aprire un interessante capitolo, di cui non si trova esplicita traccia nei documenti normativi internazionali di salvaguardia della Dieta Mediterranea, che consente di riferirsi a uno spazio non più solo intangibile, ma anche tangibile, chiamato appunto *diaeta*. Tale spazio, come già Plinio il Giovane consente di comprendere, è presente all'interno di *villae* e *domus* di epoca romana, quale *topos* architettonico, ma sembra avere quali antenati i padiglioni e i templi immersi nel verde dei giardini egizi ed ellenistici⁶⁴. Nelle *diaetae* romane si trova tutto quanto è necessario per mangiare, riposarsi, dedicarsi a lunghe conversazioni o alla letteratura e, infatti, il termine designa un quartiere privato o una singola stanza, spesso esclusi dalla normale percorribilità della casa, adibiti al riposo, all'alimentazione, alle attività ricreative di tipo culturale, al soggiorno.

L'approfondimento condotto su questo particolare ambiente domestico ha come luogo di studio privilegiato l'area archeologica di Pompei, in quanto i resti delle abitazioni rinvenute in questo territorio, non solo sono testimonianze significative di un particolare periodo storico, ma costituiscono documentazioni tangibili del tipo abitativo della casa italica e della sua evoluzione, e consentono di delineare un quadro abbastanza chiaro di come il *topos* si sia evoluto nel tempo, adattandosi a trasformazioni sociali e storiche. I risultati che emergono dallo studio del sito di Pompei non sono sufficienti ad offrire una norma generale, in quanto le stesse *diaetae* presenti nelle vicine aree archeologiche di *Herculaneum* e *Stabiae* presentano caratteristiche diverse, essendovi qui maggiori testimonianze di *villae*, all'interno delle quali questo spazio è declinato in maniera più articolata rispetto a quanto avviene nelle *domus* pompeiane e anche rispetto alle successive abitazioni di epoca romana, presenti nei territori dell'Africa Mediterranea.

Ciascuna realtà urbana, ha quindi sviluppato il *topos* secondo caratteristici modelli spaziali che, pur impedendo generalizzazioni alla scala geografica o storica, consente di estrapolare degli schemi di massima offrendo un quadro esemplificativo, sebbene non completo, di come la *diaeta* si collochi all'interno della *domus* o della *villa*, e della sintassi distributiva degli ambienti che ne definiscono la forma in base alla funzione, all'estensione dell'abitazione, allo stato sociale del proprietario.

Partendo dalle testimonianze pompeiane, il *topos diaeta* si presenta costituito, nella sua forma prototipica riscontrabile in epoca sannitica, dall'accostamento tipologico e funzionale di un *cubiculum* e di un *triclinium*

e, successivamente, quale immediata semplificazione da adattare a case più piccole rispetto alle *villae suburbanae*, come elemento generalmente tripartito, un *dreiraumgruppen*⁶⁵, costituito da un triclinio e due cubicoli, oppure da un triclinio, un cubicolo ed una sala di soggiorno multifunzionale. La disposizione di tale *topos* all'interno della *domus* e le differenti possibilità sintattiche ne esprimono, non solo il carattere funzionale, diurno o notturno, privato o di rappresentanza, ma ne definiscono anche differenti modalità di fruizione che consentono, dato lo stretto rapporto di spazio figurativo ed architettonico, di identificare, sia la *domus*, sia la stessa *diaeta*, quali complesse scenografie teatrali aventi carattere di permanenza e di praticabilità. Scenografie percorribili secondo diversi gradi gerarchici che consentono al fruitore di essere al contempo spettatore o attore.⁶⁶

Esulando da un'evoluzione cronologica, già ampiamente trattata nei testi consultati⁶⁷ e, optando per una semplificazione finalizzata alla comprensione della collocazione del modulo rispetto all'abitazione e alla reciprocità dei rapporti interni fra gli ambienti, che determinano anche diverse modalità di fruizione del *topos*, il discorso si sviluppa tenendo presenti i seguenti casi:

A. *diaeta* disposta lungo l'*atrium* con *cubicula* direttamente o indirettamente collegati tra loro;

B. *diaeta* disposta lungo il *peristilium* o il *viridarium* con *cubicula* direttamente o indirettamente collegati tra loro;

C. *diaeta* a padiglioni costituiti da *cubicula* collocati simmetricamente rispetto a un'edicola prospiciente sul *viridarium*;

D. *diaeta* a padiglioni costituiti da appartamenti disposti simmetricamente rispetto a un loggiato o un cortile.

E. *diaeta* a struttura paratattica con stanze disposte in sequenze concatenate. Nelle *domus*, soprattutto quelle pompeiane, il crescente desiderio di conformare gli spazi della vita quotidiana a quelli delle *villae d'otium* aristocratiche contribuisce, a pieno titolo, all'inserimento della *diaeta* come tratto dominante, rispettoso, seppure con dovute semplificazioni di suggestioni e forme architettoniche, della cultura abitativa dell'epoca di transizione tra primo e secondo Stile pittorico, ossia nel periodo tardo repubblicano e imperiale. In realtà, la presenza del nucleo residenziale composto da *triclinium* e *cubiculum* con alcove a gomito, è già attestata in assetti di epoca sannitica che li prevedono disposti intorno o sul fondo dell'atrio, luogo all'epoca considerato di maggiore ricchezza.⁶⁸

Della conformazione più semplice (tipologia A - fig.1.8) restano alcuni esempi in abitazioni di estensione molto modesta, parte della cui superficie

intorno all'atrio è sacrificata per disporvi la *diaeta*, sia nella formula *triclinium* e *cubiculum* intercomunicanti, come accade nella *Casa del Granduca di Toscana* (IX, 2, 27) dove sono vi sono emblemata policromi di argomento gastronomico (pesci e anatre nel *cubiculum* e il corteo nuziale di Posidone e Anfitrite nel *triclinium*), sia nella formula tripartita costituita da *triclinium*, *cubiculum*, *exedra*, come nella *Casa di Pinarius Cerialis* (III, 4, 4).

In quest'ultima, il *cubiculum* riccamente decorato, rispetto al resto della casa, funge da saletta per il riposo i cui affreschi miniaturistici, opportunamente inquadrati da un'ampia finestra aperta sul lato dell'ingresso alla *domus*, insieme a quelli dell'*exedra*, polarizzano gli sguardi di quanti accedono alla casa, distogliendo l'attenzione dal "quartiere produttivo".⁶⁹

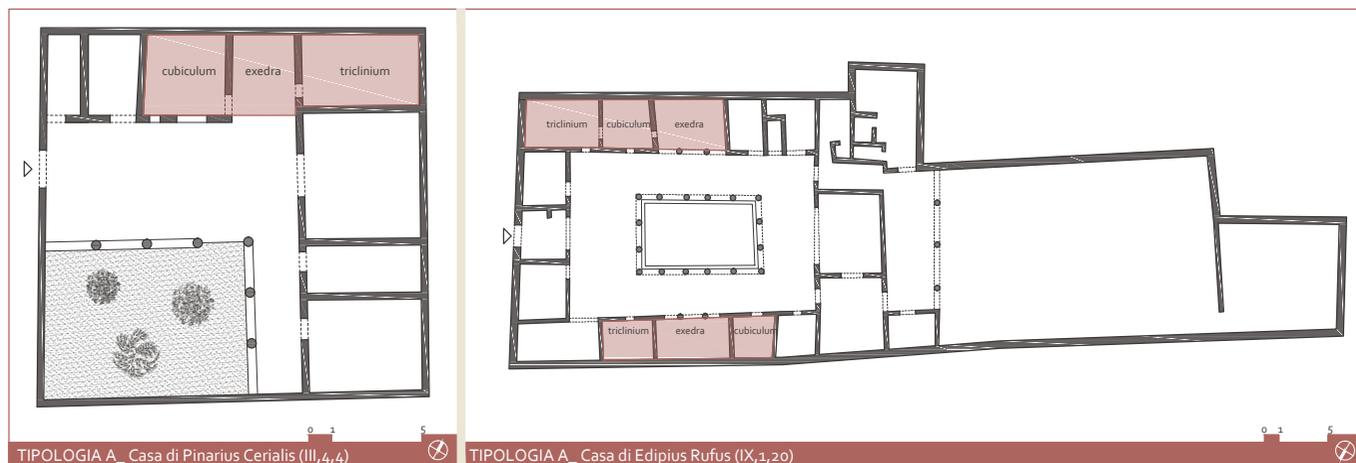
Il modulo tripartito è presente anche lungo l'*atrium* della *Casa di Edipius Rufus* (IX, 1, 20) secondo due soluzioni: il primo gruppo di ambienti si compone di *triclinium*, *cubiculum* e *ala* che, pur essendo accessibili direttamente dall'*atrium*, sono collegati tra loro tramite porte secondarie che definiscono un percorso interno 'altro' rispetto a quello principale della *domus*. Sul lato orientale, i tre ambienti, pur costituendo un *unicum* planimetrico, restano reciprocamente indipendenti sovrapponendo il percorso tra i vani a quello principale della casa.

Questo rapporto di indipendenza degli ambienti è reso possibile ed è particolarmente evidente proprio all'interno di case di dimensioni più estese, che lasciano maggiori libertà organizzative.

In realtà, anche laddove le dimensioni della casa consentirebbero il tipo di *diaeta* a circolazione esterna, si preferisce sfruttare la percorribilità interna dei vani, a vantaggio di una maggiore riservatezza.

Questo è quanto accade lungo il lato settentrionale del *peristilium* della

1.8 - Diaetae tripartite - Tipologia A: *Casa di Pinarius Cerialis* (III, 4, 4) e *Casa di Edipius Rufus* (IX, 1, 20)

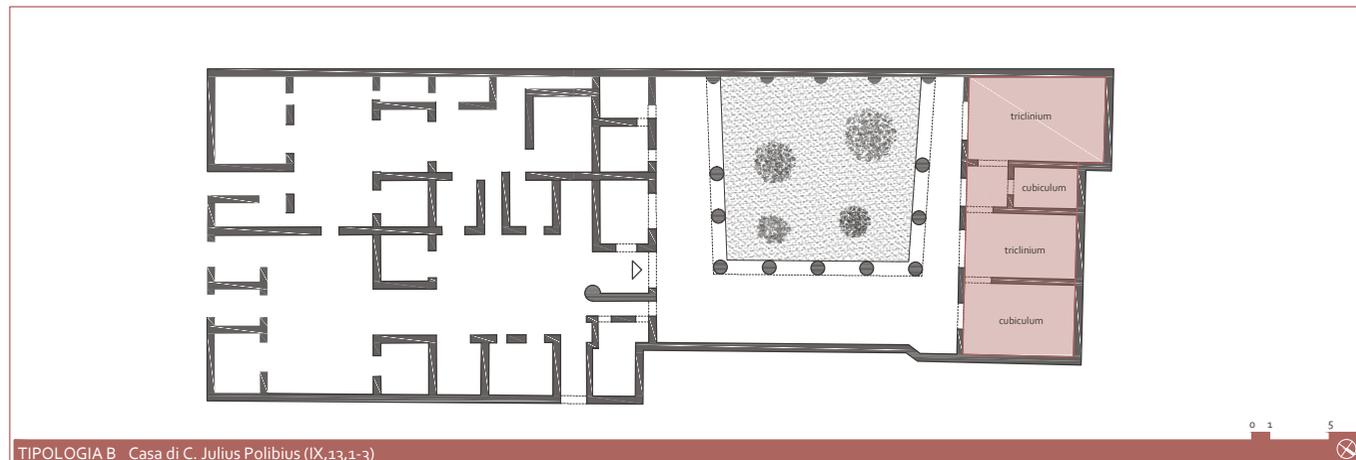


Casa di Julius Polibius (IX, 13, 1-3) (tipologia B - fig.1.9) dove quattro vani di dimensioni diverse (due *triclinia* e due *cubicola*) sono posti in diretta comunicazione tra loro tramite le porte delle anticamere, che consentono di non uscire sul peristilio. È interessante sottolineare che, in questo caso, le aperture interne non sono in asse tra loro, pertanto non si caricano di alcun significato visuale e decorativo, in quanto fungono da diaframmi che escludono la possibilità di spaziare con lo sguardo l'intera fila di ambienti, probabilmente per incrementare l'autonomia degli spazi anche all'interno di *diaetae* intercomunicanti.⁷⁰

La parete di fondo del *peristilium* sul giardino è totalmente dipinta di bianco, escluse delle fasce rosse contigue che incorniciano superiormente maschere e uccelli che si cibano di pane e frutta. Ponendosi come quinta sullo sfondo del *viridarium*, la parete cela completamente allo sguardo l'appartamento retrostante, rendendolo, indipendente dal resto della casa. In altri casi, che possono essere ascritti alla tipologia B, come ad esempio accade per la *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 42) o per la *Casa della Biblioteca* (VI, 17, 41), le *diaetae* pur se poste sul fondo di un giardino o di un terrazzo, presentano gli ambienti completamente aperti verso l'esterno, consentendo alle stesse pareti interne di svolgere il ruolo di legittimo completamento e illusorio ampliamento prospettico dello spazio naturale o artificiale sul quale si affacciano (tipologia B - fig.1.10).

Della *Casa del Bracciale d'Oro*, i cui vani sono reciprocamente autonomi si parlerà ampiamente nel corso della trattazione⁷¹, mentre la *Casa della Biblioteca* risulta interessante in questa sede, in quanto, presenta un'asimmetria formale in pianta che già di per sé denuncia differenti usi degli ambienti, in relazione alle differenti forme della socialità: una sala grande per il convivio adatta per una nutrita compagnia di commensali, una biblioteca per attività

1.9 - Diaetae - Tipologia B: *Casa di C. Julius Polibius* (IX, 13, 1-3).

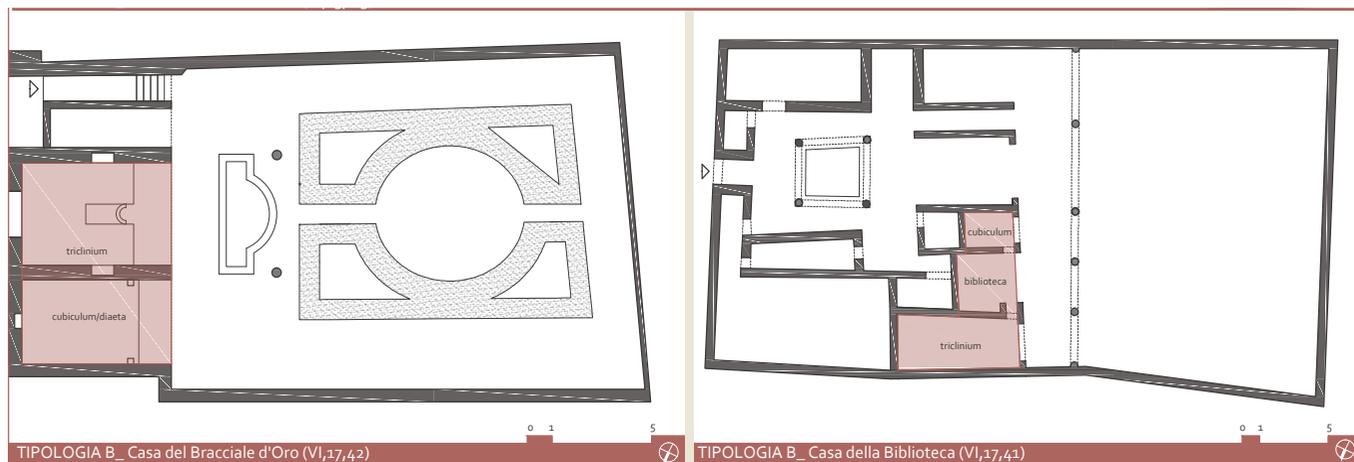


ricreative di tipo intellettuale, un piccolo *cubiculum* in cui attendere l'ora del banchetto o intrattenersi con pochi ospiti dopo quest'ultimo. Le stanze risultano intercomunicanti mediante accessi reciproci che rendono la *diaeta* fruibile in ogni stagione, essendo possibile serrare i portali dell'*ambulatio* verso il terrazzo. Anche l'apparato decorativo denuncia un diverso ruolo delle stanze. Il *cubiculum* risulta, infatti, ripartito in anticamera e alcova grazie al disegno del pavimento musivo, mentre maschere teatrali, immagini del repertorio dionisiaco, vignette di selvaggina e pesci pronti per il banchetto definiscono gli affreschi parietali. Nella sala centrale il tono stesso della decorazione muta repentinamente, in quanto caratterizzata da personaggi su piedistalli individuabili come poeti e intellettuali grazie agli attributi pittorici quali capsia, lira, rotolo e bastone ricurvo. L'attribuzione della sala a biblioteca è supportata anche dalla presenza, nella parete settentrionale di una nicchia originariamente rivestita di legno e idonea a contenere dei volumina⁷².

Altro esempio interessante, che si interpone tra la tripartizione asimmetrica e il successivo caso da analizzare, che riguarda il tipo *diaeta* a padiglioni simmetrici (tipologia C), è la *Casa delle Nozze d'Argento* (V, 2, i). Anche qui, come per la *Casa di J. Polibius*, il modulo, unico esempio pompeiano di nucleo tripartito quasi perfettamente simmetrico con l'ambiente centrale, è posto sullo sfondo del peristilio. I tre vani conservano ognuno il proprio accesso sul *peristilium* e sono tutti completi di lastre di travertino intorno agli stipiti dove fissare dei diaframmi (probabilmente leggeri tramezzi).

La *diaeta* tripartita costituisce un tratto distintivo della casa urbana in quanto ne coniuga due *leitmotiv* fondamentali: la movimentazione del prospetto di fondo del *peristilium*, che sembra essere legittima evoluzione di esedre e nicchie; il trasferimento sul *peristilium* del nesso *triclinium* e *cubiculum*

1.10 - Diaetae - Tipologia B: *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 42); *Casa della Biblioteca* (VI, 17, 41).



declinati in un insieme di più ampio respiro che riecheggia la forma di una lussuosa *diaeta d'otium*.⁷³

Una differente espressione di questo modulo tripartito e simmetrico è individuabile nella tipologia di *diaeta* a padiglioni (tipologia C - fig.1.11), posti specularmente rispetto a un'*exedra* ricavata da un'estensione sul *viridarium* che si manifesta prevalentemente in quelle *domus* in cui il quartiere residenziale si sviluppa in un'area più intima e indipendente al resto della casa. È quanto accade nella *Casa di Sallustio* (VI, 2, 4), in cui, proprio negli stessi anni della *Casa delle Nozze d'Argento* (V, 2, i), il lembo meridionale dell'isolato è ampliato con un piccolo quartiere residenziale nel quale un *peristilium* tronco deriva la sua forma perimetrale, in parte da sette colonne disposte a U, in parte proprio dalle pareti laterali dei padiglioni e dalla parete di fondo del *viridarium* negata dal dipinto di un finestrone arcuato che incornicia un paesaggio in cui si inscena l'incontro mitologico di Diana e Atteone⁷⁴.

I due padiglioni, *cubicula* di identiche dimensioni dotati ciascuno di un'ampia finestra sul giardino, svolgono la stessa funzione di riposo o intrattenimento delle due *diaetae* collocate in maniera quasi speculare sulla loggia della *Casa della Gemma a Herculaneum*⁷⁵ e delle ben più articolate *diaetae* poste al termine dei bracci del *viridarium* di età Claudia di *Villa di San Marco* a *Stabiae* (tipologia D - fig. 1.12). Ombreggiato con due filari di platani paralleli alla lunga piscina centrale, il *viridarium* di *Villa San Marco* culmina con un esteso ninfeo decorato da affreschi raffiguranti Nettuno e Venere e che svolge lo stesso ruolo del fondale dipinto sulla parete del porticato della *Casa di Sallustio* (VI, 2, 4). Le due *diaetae*, affrescate ognuna in maniera diversa, sono articolate entrambe in modo da consentire l'accesso ai locali interni che sono un *cubiculum* e un *triclinium*.

1.11 - *Diaetae* - Tipologia C: *Casa di Sallustio* (VI, 2, 4) con immagine di una delle due *diaetae* simmetriche prospicienti sul giardino.



La stessa formula, perfettamente simmetrica, si ripete nella *Casa dei Cervi a Herculaneum*, nella quale le due stanze adibite a *diaeta* sono invece poste specularmente rispetto al *tablinum*, aperto sul giardino centrale. Soluzione analoga, ma più complessa è presente nella *Villa di Arianna a Stabiae*, nella quale, in seguito a un ampliamento svoltosi negli anni 60 d.C. è stato realizzato un salone finestrato affiancato da due percorsi ipetrali speculari dai quali poi si accede a due stanze da soggiorno ausiliarie, costituite da un'anticamera separata dall'alcova mediante una parete.

Quest'ultima soluzione, oltre a offrire una nuova formula, consistente nella separazione dei tre *membra* della *diaeta*, mediante corridoi intermedi che fungono da pozzi di luce, conferendo al salone centrale, un *oecus* ciziceno, aerazione, illuminazione e vista ottimali, dall'altro apre lo scenario di una ulteriore espressione dispositiva degli ambienti del modulo. Si tratta di un assetto di tipo paratattico (tipologia E - fig.1.13) che consiste nell'aggiunta di un *vestibulum* dopo l'accesso al modulo e il susseguirsi di aperture da una stanza principale di accesso alle secondarie, determinando un percorso univoco verso i vani più interni della dimora. Le stanze della *diaeta* sono qui distribuite in lunghe sequenze concatenate da passaggi obbligati e, nella maggior parte dei casi, questo modulo si espleta attraverso la collocazione di un raffinato *cubiculum* sul fondo di una sala da ricevimento.⁷⁶

Oltre che nella già citata *Villa Arianna a Stabiae*, si attestano solo altri due esempi nell'area vesuviana, di *domus* in cui, solo passando prima per uno spazioso salone di rappresentanza si accede ai cubicula di pertinenza: la *Casa del Sacello Iliaco* (I, 6, 4) a Pompeii e la *Casa del Gran Portale a Herculaneum*. Questa formula, poco usuale quindi nell'area vesuviana, trova invece forti riscontri nelle *domus* africane come la *Casa delle Ninfe a Neapolis* (Tunisia), dove i locali ad alcova lungo il *peristilium* sono distribuiti in modo da

1.12 - Diaetae - Tipologia D: *Villa San Marco (Stabiae)* con immagine delle due *diaetae* simmetriche rispetto alla vasca d'acqua centrale.



TIPOLOGIA D_ Villa San Marco (Stabiae)

generare delle piccole *diaetae* nelle quali i *cubicola* sono collocati in posizioni tali da essere raggiunti solo dopo aver percorso un salone principale. Ulteriori testimonianze sono la *Domus Sollertiana* di *Thysdrus* (Tunisia) nella quale, lungo il braccio settentrionale del *peristilium* si apre un *vestibulum* di accesso, da un lato a un ampio salone, dall'altro a un vero e proprio appartamento indipendente⁷⁷; la *Casa della Cascata* di Utica (Tunisia) in cui gli unici ambienti di prestigio raggiungibili direttamente dal *peristilium* sono il *triclinium* e un *cubiculum* per il riposo diurno; la *Casa di Venere a Mactaris* (Tunisia) dove un disimpegno consente l'accesso a tre ambienti cubicolari.⁷⁸

Gli esempi di *diaeta* finora citati non consentono di avere un quadro esaustivo dell'argomento, in quanto le molteplici possibilità espressive e distributive dell'elemento all'interno delle abitazioni mediterranee coinvolte direttamente o indirettamente con la cultura romana non permettono di definire un discorso generale e semplificato. I casi scelti e raggruppati per macrotipologie sono, al contrario, finalizzati alla lettura del modulo nei duplici rapporti di architettura e alimentazione, patrimonio materiale e immateriale, per porre l'attenzione su antichi valori di benessere che l'equivoco dettato dall'attuale tendenza alla teatralizzazione del cibo, sembra ormai aver posto in oblio.

Il presente studio si concentra sull'approfondimento di tre particolari *domus* pompeiane⁷⁹, la *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 42), la *Casa della Venere in Conchiglia* (II, 3, 3) e la *Casa del Frutteto* (I, 9, 5). Queste, oltre ad essere particolari espressioni dei casi precedentemente esposti, sono esempi all'interno dei quali il bene (in)tangibile *diaeta* è declinato in modo da rendere ancora più evidente lo stretto legame esistente tra nutrizione, riposo, convivialità e benessere. La reciprocità degli spazi della *domus* e

1.13 - Diaetae - Tipologia E: *Villa di Arianna* (Stabiae)



della *diaeta*, dell'architettura e dell'apparato figurativo, l'accessibilità diretta o indiretta degli ambienti sono indagini finalizzate alla comprensione di un antico modo di intendere e rappresentare un'espressione (in)tangibile per trascriverla in chiave contemporanea, e quindi rivolta a una mutata dimensione sociale, nella installazione a scopo divulgativo di cui si tratterà più avanti e che risulta essere l'applicazione pratica della presente ricerca.⁸⁰

Note

¹ cfr. Art.2 della *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, approvata a Parigi il 17 ottobre 2003 dalla Conferenza Generale dell'UNESCO

² Art. 2 della *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Conferenza Generale UNESCO, Parigi, 2003

³ Art. 35 della L. 1 giugno 1939, n.1089, in materia di “Tutela delle cose di interesse artistico o storico”

⁴ *Convenzione per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato*, firmata a L'Aia il 14 maggio 1954

⁵ *Convenzione Culturale Europea*, firmata a Parigi il 16 dicembre 1954

⁶ La *Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio*, presieduta dall'onorevole Franceschini, è stata istituita con la Legge n.310 del 26 aprile 1964, su proposta del Ministero della Pubblica Istruzione

⁷ Dichiarazione I della Commissione Franceschini, in *Per la salvezza dei beni culturali in Italia*, Atti e documenti della Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio, vol. 1, Casa editrice Colombo, Roma, 1967, p.22

⁸ Art. 2 del D.lgs. 22 gennaio 2004, n.42, «Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio»

⁹ cfr. A. Crosetti, D. Vaiano, *Beni culturali e paesaggistici*, G. Giappichelli Editore, Torino, 2011

¹⁰ A. Coppola, C. Spina, *La Legislazione sui Beni Culturali e del Paesaggio*, IV edizione, Esselibri Simone, Napoli, 2004

¹¹ Art.1, comma 2 del D.lgs. 42/2004

¹² Art.3, comma 1 del D.lgs. 42/2004

¹³ Art.6, comma 1 del D.lgs. 42/2004

¹⁴ D.Lgs 29 ottobre 1999, n.490, Testo Unico delle disposizioni legislative in materia di “Beni culturali e ambientali”

¹⁵ A. Crosetti, D. Vaiano, *Op. cit.*, p.19

¹⁶ P. Clemente, I. Candeloro, *I beni culturali demo-etno-antropologici*, in (a cura di) N. Assini, P. Francalacci, *Manuale dei beni culturali*, CEDAM, Padova, 2000, p. 191

¹⁷ *Ivi*, p. 36

¹⁸ cfr. paragrafo 1.2 della presente ricerca

¹⁹ Art. 7-bis del D.lgs 26 marzo 2008, n.62, “Ulteriori disposizioni integrative e correttive del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, in

relazione ai beni culturali”

²⁰ cfr. *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Conferenza Generale UNESCO, Parigi, 2003

²¹ A. Crosetti, D. Vaiano, *Op.cit.*, p.37

²² Art.2 della *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Conferenza Generale UNESCO, Parigi, 2003

²³ cfr. paragrafo 1.4 della presente ricerca

²⁴ cfr. introduzione della *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Conferenza Generale UNESCO, Parigi, 2003

²⁵ *Ibid.*

²⁶ <http://www.unesco.org>

²⁷ Esiste un programma, *Europa Creativa 2014-2020*, volto al sostegno delle politiche culturali per la salvaguardia della diversità culturale e il rafforzamento della competitività del settore culturale dell’UE, ma è rivolto prevalentemente alle arti dello spettacolo, della musica, e non specifico del patrimonio culturale immateriale. Si veda, al riguardo: <http://www.associazioneeuropa2020.eu/news-dall-europa/Europa-Creativa-2014-2020.cfm>

²⁸ <http://portal.iphan.gov.br/>

²⁹ cfr. www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00011&Art18=00504

³⁰ www.unesco.org/culture/ich/en/Art18/00299

³¹ www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00011&Art18=00648

³² cfr. capitolo 3 della presente ricerca

³³ <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00173>

³⁴ Art.16 della *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Conferenza Generale UNESCO, Parigi, 2003

³⁵ cfr. *Convention for the safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* del Comitato Intergovernativo per la salvaguardia del Patrimonio Culturale Intangibile, Ottava sessione, Baku, Azerbaijan, Dicembre, 2013. Tale documento è relativo al riconoscimento, da parte dell’UNESCO, della Dieta Mediterranea quale Patrimonio Culturale Immateriale. Il testo è consultabile sul sito web: www.unesco.org.

³⁶ VIII Sessione del Comitato intergovernativo UNESCO tenutasi a Baku, Azerbaijan, nel dicembre 2013

³⁷ cfr. nota n.35

³⁸ *id.*

³⁹ Un più ampio approfondimento etimologico sarà condotto nel paragrafo 1.6 della presente ricerca.

⁴⁰ cfr. nota n.35

⁴¹ id.

⁴² *Convention for the safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, Comitato Intergovernativo UNESCO, VIII Sessione, Baku, Azerbaijan, Dicembre, 2013, p.2 (cfr. nota n.35)

⁴³ Art.1 del DDL n. 3310 del 23 maggio 2012, in tema di “Disposizioni per la valorizzazione e la promozione della dieta mediterranea”

⁴⁴ Art. 1 della LR n.6 Regione Campania del 30 marzo 2012, in tema di “Riconoscimento della Dieta Mediterranea”

⁴⁵ Art. 2 della LR n.6 Regione Campania del 30 marzo 2012, in tema di “Riconoscimento della Dieta Mediterranea”

⁴⁶ Art. 1 della LR n.45 Regione Calabria del 23 settembre 2013 in tema di “Interventi per la riscoperta della dieta mediterranea”

⁴⁷ Art. 2-a della LR 45/2013 Regione Calabria

⁴⁸ Art. 2-c della LR 45/2013 Regione Calabria

⁴⁹ Art. 2-d della LR 45/2013 Regione Calabria

⁵⁰ Nel 2013 altri tre Stati Membri hanno sottoscritto la nomina della Dieta Mediterranea come ICH, ma nella LR 6/2012 non sono indicate, in quanto la Legge non è stata aggiornata.

⁵¹ Art. 4 della LR 6/2012 Regione Campania

⁵² Art. 3 della LR 6/2012 Regione Campania

⁵³ Art.2, comma 3 della LR n6/2012 Regione Campania

⁵⁴ cfr. paragrafi 3.2 e 3.3 della presente ricerca

⁵⁵ cfr. capitolo 3 della presente ricerca

⁵⁶ M. Iaccarino (a cura di), *Con la dieta Mediterranea. Cattive abitudini e buoni auspici*, Think Thanks edizioni, Napoli, 2012

⁵⁷ cfr. V. Teti, *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Meltemi editore, Roma, 1999

⁵⁸ id.

⁵⁹ Sofocle, *Edipo a Colono*, 352;751

⁶⁰ Aristofane, *Rane*, 114

⁶¹ Plutarco, *Moralia*, 515

⁶² Plinio il Giovane, *Lettere*, VI, 16\14

⁶³ Petronio, *Satyricon*, 115

⁶⁴ cfr P. Grimal, *L'arte dei giardini. Una breve storia*. Giangiaco­mo Feltrinelli Editore, Milano, 2014, p.22

⁶⁵ A. Anguissola, *Intimità a Pompei*, De Gruyter, Berlin, 2010

⁶⁶ si vedano, a tal proposito i paragrafi 5.1 e 5.2 della presente ricerca

⁶⁷ una trattazione dettagliata è fornita dall'archeologa Anna Anguissola in:

A. Anguissola, *op. cit.*

⁶⁸ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.131

⁶⁹ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*

⁷⁰ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.243

⁷¹ cfr. paragrafi 5.1, 5.2 e 5.3 della presente ricerca

⁷² cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, pp. 210-211

⁷³ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, pp. 212-213

⁷⁴ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, pp. 221

⁷⁵ Per indicare le aree archeologiche che costituiscono nuclei urbani distinti dagli attuali comuni di Ercolano, Stabia, Pompei e Torre Annunziata si utilizzano i loro specifici nomi latini: *Herculaneum*, *Stabiae*, *Pompeii* e *Oplontis*.

⁷⁶ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.393

⁷⁷ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.405

⁷⁸ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, pp.410-411

⁷⁹ cfr. paragrafi 5.1, 5.2 e 5.3 della presente ricerca

⁷⁹ si confrontino i capitoli 5 e 6 della presente ricerca

Diaeta Mediterranea: Alimentazione, Architettura, Territorio

2.1 Alimentazione e Architettura: trame di un racconto unitario

«Gli uomini anticamente nascevano come le fiere nelle selve, nelle caverne e nei boschi e nutrendosi di cibo agreste trascorrevano la vita»¹. Con questa descrizione dei primordi umani, Vitruvio apre il secondo libro del suo trattato, introducendo l'elemento primario attorno al quale può dirsi nata la civiltà umana: il fuoco. È il fuoco di Eraclito, *arché* del cosmo e simbolo del divenire che offre ristoro e calore, trasformando gli alimenti crudi in cibi commestibili e attorno al quale i primordiali suoni umani si convertono in parole e poi in discorsi. I linguisti sostengono, infatti, che dal primo istintivo suono gutturale *mmm* derivi la parola 'mamma', radice di molti termini che in diversi linguaggi significano anche 'buono' e 'vita'.² Vitruvio intende la scoperta del fuoco come «causa onde nacque la convivenza umana»³, fulcro del raduno di più esseri umani che da lì iniziano a scavare caverne nelle montagne, costruire tetti di fronde e ripari in cui rifugiarsi, con fango e stecche di legno. Queste azioni basilari, migliorate col tempo dalla conoscenza e dalla conquista della *techne*, inducono alla definizione dei primordiali ambienti domestici. È lo stesso fuoco che entra in maniera decisiva nella vita umana come elemento di trasformazione della materia prima, cacciata o raccolta, resa più saporita e più morbida dalla cottura. In questo modo, il cibo, «modificato dalla cultura del gruppo che agisce su di esso»⁴, diviene esso stesso elemento culturale mediante il fuoco che consente il passaggio dal cibo-natura, consumato così come fornito dall'ambiente, al cibo-cultura, ossia modificato dall'intervento

umano. Il focolare domestico funge, quindi, da fulcro di comunità, condivisione, alimentazione e cultura. Intervenendo, quest'ultima, sulla natura, fornisce al cibo un mutamento simbolico che lo svincola dall'essere bisogno puramente fisiologico e lo rende commestibile. È interessante notare come la radice del termine 'cultura' sia il termine indoeuropeo K^WEL (girare, ruotare), da cui deriva il verbo latino *còlere* il cui significato primario è 'coltivare', inteso come girare la terra, con le accezioni di 'stabilità' e quindi di 'abitare', e 'sguardo al futuro' inteso appunto come progresso e sviluppo. La fondazione storica della civiltà inizia infatti con l'individuazione di un luogo in cui far crescere cose per lo sviluppo di rifugi permanenti coincidenti con l'invenzione dell'agricoltura che ha indotto i popoli a trasformarsi da nomadi a stabili.⁵ Allo stesso modo, l'architettura è arte che mette in opera la natura, essendo la natura stessa veicolo di razionalizzazione per l'architettura, in quanto contiene il pretesto per ricercare regole e principi razionali da immettere nella composizione. Come «l'architettura imita la natura trasponendo nelle sue opere le leggi che la natura segue nelle sue»⁶, lo storico Felipe Fernandez-Armesto sostiene che «il contatto più intimo con la natura si verifica quando la mangiamo»⁷, e in tutte le culture più antiche, gli ingredienti locali sono anche materiale costruttivo. Ad esempio, dell'olivo, il frutto è mangiato o vi si deriva l'olio, il legno è materiale di costruzione; del bufalo la carne serve da nutrimento, la pelle da rivestimento; della palma, il cuore è un amido, le foglie paglia per le capanne.⁸

Sarebbe come sostenere che la conversione delle materie prime in *haute cuisine* siano ritenute simili alla trasformazione di materiali da costruzione grezzi in alta architettura. «La reciprocità del nesso tra cibo e architettura discende quindi da un legame di causa-effetto ancestrale. Una sorta di sistema trilitico della sopravvivenza della specie umana, due pezzi di legno in verticale, poi uno in orizzontale, stipiti e architrave per riparare lo strumento, poi subito un rito, necessario alla perpetuazione»⁹. Questa reciprocità è riscontrabile già nei miti arcaici della 'caverna' e della 'capanna', quindi ancor prima del gesto primordiale di dar vita a un'architettura, in quello di ricerca di rifugio.

Il fuoco è l'elemento che rende possibile l'insediamento dell'uomo nella caverna, perché possa trovarvi rifugio e nutrirsi, riscaldarsi e spaventare e tenere lontani col fumo gli animali feroci, «il cui punto di tosse fosse inferiore a quello degli uomini»¹⁰. Oltre che per riscaldare, il fumo serve anche per disinfettare e pulire la caverna da organismi infestanti, e come elemento per preservare le provviste delle dispense di epoca Paleolitica,

2.1 - Incisioni magdaleniane rinvenute sulle pareti della Dorgogna in Francia che sembrano rappresentare pilastri e travi in legno. (immagine tratta da B. Rudofsky, *Le meraviglie dell'architettura spontanea*, Laterza, Bari, 1979)



quali frutta, pesce e carne essiccati. La caverna è il luogo in cui nascono religioni e riti del fuoco che la identificano come il primo tempio sacro dove recare offerte agli dei, e luogo dove nascono le idee proprio grazie a quella luce che rompe le tenebre dell'oscurità: la culla della cultura! Proprio per questo, Rudofsky definisce la caverna come luogo consacrato agli dei, ancor prima della costruzione dei templi, all'interno della quale è presente sempre un santuario, in assenza del quale, il focolare svolge la duplice funzione di cucina e di altare. Rudofsky sostiene inoltre che le caverne nascono al contempo come riparo e cucina da campo e sepoltura, essendo l'uomo cavernicolo del Paleolitico superiore, colui che conduce vita seminomade vivendo all'aperto.¹¹ In quanto santuari, oltre che semplici alloggi, sono anche i luoghi in cui sembra esser nata, oltre all'alimentazione, anche l'architettura. All'interno delle caverne di Les Eyzies in Francia sono stati, infatti, rinvenuti primordiali disegni di architettura affidati a supporti quali frammenti di osso costituenti rudimentali taccuini di schizzi coperti da 'studi dal vero' realizzati da artisti principianti¹². Anche alcune pitture parietali illustrano, oltre a segni di forma geometrica quadrata e rettangolare, somiglianti a planimetrie di alloggi, tende tettiformi, forse diagrammi per costruzioni lignee o capanne per spiriti ancestrali.¹³

I disegni tracciati sui taccuini di osso e sulle pareti delle caverne paleolitiche possono essere intesi come testimonianze del concretizzarsi di quello che sarà il mito della 'capanna primitiva', concetto che rientrerà in parte della trattatistica di Architettura sviluppatasi dal Settecento in poi, a sostegno dell'idea che il riparo all'interno di tronchi e fronde nasca dall'esigenza e dal rischio di incontrare animali feroci nelle grotte o di essere soffocati dai fumi del fuoco dagli uomini stessi prodotto.

La capanna è il primo intervento di modifica dell'ambiente, scaturito dalla raggiunta coscienza della necessità di uscire all'aperto e trovare soluzioni 'artificiali' alle esigenze di sopravvivenza e benessere. Rispetto alla caverna, il focolare è posto al centro della capanna divenendo, da un lato simbolo della verticalità del rapporto terra-cielo, dall'altro conservando un ruolo più pratico. Rinvenimenti archeologici di abitazioni preistoriche a *tholos*, come ad esempio, quelle neolitiche di Choirokoitia e Lemba (Cipro), i Nuraghe sardi, in corrispondenza del focolare realizzato in pietra locale e posto al centro della capanna rialzato rispetto al suolo, presentano sulla sommità della copertura un'apposita apertura per consentire la fuoriuscita del fumo. In assenza di finestre, come accade per le casite istriane e i casoni lagunari, il fumo esce dagli interstizi creati dalla sovrapposizione delle canne e funge inoltre da repellente per le zanzare e da impermeabilizzante interno della

2.2 - Ricostruzione di una cucina del II sec. a.C. (immagine tratta da B. Rudofsky, *Le meraviglie dell'architettura spontanea*, Laterza, Bari, 1979)

2.3 - Una tipica casita istriana



copertura all'acqua piovana, grazie ai depositi oleosi che vi rilascia.¹⁴

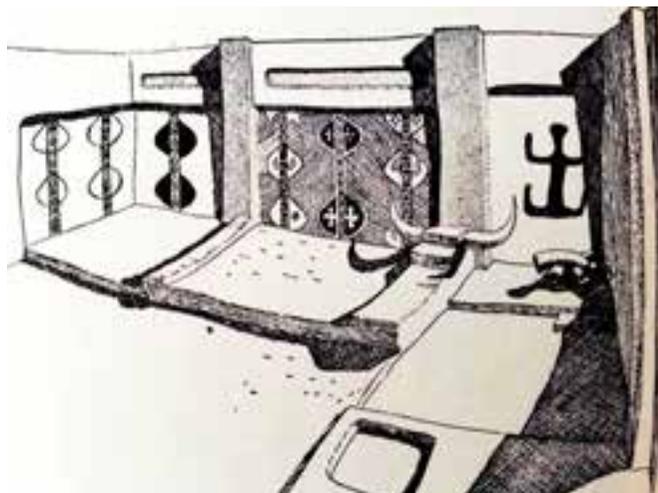
La posizione centrale del focolare e il suo essere rialzato rispetto al suolo dimostrano che l'architettura vernacolare è documento e testimonianza di cultura materiale in cui il soddisfacimento del bisogno primario dell'uomo evidenzia anche una non specializzazione funzionale dello spazio domestico in questa particolare epoca storica, in cui il focolare è posizionato su un gradino più alto, come un altare. L'ambiente cucina, luogo della preparazione del cibo, coincide col luogo di consumo di quest'ultimo, e anche come spazio del riposo, qualunque sia la forma, a *tholos* o a pianta rettangolare, della capanna, conservando di fatto il rito del mangiare seduti a terra o su tappeti come all'interno delle tende nomadi. Laddove esistano, gli stessi arredi assumono funzioni molteplici, come è evidente nelle abitazioni rinvenute a *Çatal Hüyük*, in Anatolia, dove piattaforme accuratamente intonacate come il resto della casa, ricoperte con stuoie di canne o vimini come base per cuscini, tessuti e coperte da letto, servono indistintamente per sedersi, lavorare, dormire. Questo aspetto arcaico e sacrale dell'atto del consumare il pasto seduti a terra, o al massimo su un tappeto o una bassa piattaforma, come mantenendo un legame col fuoco e col suolo che offre quel cibo, è tradizione ancora oggi viva ad esempio in diverse abitazioni rurali della Turchia, nelle case *Kabyle* dell'Algeria e presso alcune tribù tunisine.

La cultura materiale della nutrizione si accosta a pietanze servite in un'unica portata e mangiate con le dita o con l'aiuto di pane o cialde prodotte da cereali, seduti a terra o su bassi sgabelli. Anche laddove si è persa nel tempo la non specializzazione dell'ambiente del convivio nel rispetto di esigenze legate alla scissione dei vani di servizio, tra cui

2.4 - Interno della caverna di *Les Eyzies*;

2.5 - Interno di abitazione neolitica circolare di Lemba (Cipro)

2.6 - Disegno di un interno di abitazione a *Çatal Hüyük* (B. Rudofsky, *Le meraviglie dell'architettura spontanea*, Laterza, Bari, 1979)



la cucina, da quelli di soggiorno, come nelle *domus* di epoca romana, una traccia di questo aspetto cosmologico resta comunque evidente. Le *diaetae* sono appartamenti, quindi parte della casa che di fatto esclude la porzione di servizio adibita alla cottura. L'assenza del focolare in quanto struttura è ovviata dalla realizzazione di tappeti musivi nel pavimento posto al di sotto delle aree adibite alla mensa tricliniare. Questi tappeti, sono infatti spesso realizzati con motivi circolari e floreali, anche legati al simbolismo della *sacred geometry*, che rimandano all'aspetto sacro della fertilità, della fecondità, dell'ordine cosmico, i principi arcaici alla base della definizione dello spazio dell'abitare. Il tappeto sotto la mensa del *triclinium* della *Casa dell'Efebo* (I, 7, 11) è un mosaico policromo di forma circolare in cui due tirsi dionisiaci con la benda rossa e la pigna, sono disposti ortogonalmente a due fiori di loto e di papiro.¹⁵

Nella *Casa del Frutteto* (I, 9, 5), invece, il tappeto della mensa tricliniare è una stella a otto rombi e la mensa stessa è di forma circolare in quanto considerata l'immagine dell'universo che circonda la terra che produce i cibi¹⁶; in alcuni *triclinia*, il tavolo della mensa è sostituito dalla superficie d'acqua¹⁷. Lo stesso utilizzo dei *triclinia*, disposti a U intorno alla mensa, da cui si attinge il cibo guidandolo alla bocca con le mani, non è che un'evoluzione in termini di lusso riservato alle classi più abbienti, di questo arcaico rito che ha comunque radici profondamente mediterranee. Un paradosso che si espleta ancora oggi nel concetto stesso di Diaeta Mediterranea, che pur fondata su alimenti poveri è uno stile alimentare per ricchi. Il mangiare distesi è infatti attestato da testimonianze pittoriche di epoca babilonese, greca (come nella tomba del tuffatore rinvenuta a Paestum), etrusca (come si evince dai dipinti rinvenuti nelle necropoli di

2.7 - Interno di un'abitazione *Kabyle*.

2.8 - Affreschi di giardino della *diaeta* della *Casa del Bruciato d'Oro* di Pompei



Tarquinia). Questo modo di nutrirsi è accostato a una serie di connesse attività, quali la danza, la musica, lo spettacolo, il mangiare scalzi, il cambiarsi d'abito durante la “cerimonia del pasto”, inseriti in un contesto architettonico o ambientale che garantisca la perfetta esecuzione del “rito alimentare”.

In ambito Mediterraneo, esistono almeno due termini che esprimono, dal punto di vista linguistico e concettuale, il dualismo ‘casa-nutrizione’ e sono l’ebraico *beit* e il più volte discusso latino *diaeta*¹⁸. Nel linguaggio ebraico, *beit* è sia il numero due, sia la seconda lettera dell’alfabeto dal duplice significato esoterico di ‘bocca’, intesa nel senso di ‘nutrimento’ e ‘nutrice’, e ‘casa’, ossia il ‘focolare’ e la ‘famiglia’. *Beit* è il luogo in cui ci si ritira dal *caos* del mondo esteriore alla ricerca della propria interiorità che si esplica nel santuario, nel tempio di Gerusalemme, nella casa, nella tenda. Il *beit* è originariamente disegnato con una forma chiusa con una coda, a rappresentare un ambiente delimitato da un muro, il recinto da cui poi il nome *paradeisos*. Gli egiziani mutuano tale segno nel geroglifico *h*, *hwt*, riproducendo la pianta di un recinto, identificato indifferentemente come casa, palazzo o tempio, e affiancandolo a un altro segno *nbt*, *nat* che rappresenta il rifugio protettivo essendo *Nut* la dea del cielo, identificata nel segno del recipiente *nu* che avvolge *Geb* il dio della terra, motivo per il quale *beit*, nel mondo semitico occidentale, è intesa anche come nutrice e dispensatrice.¹⁹

La dimora è anche da sempre simbolo di un ulteriore dualismo, quello della polarità interno-esterno caratterizzata dalla coppia divina *Hestia-Hermès*, di cui la prima è il centro del focolare domestico, la chiusura, la stabilità, l’identità che alberga nella fisicità protetta dal radicamento al suolo; il secondo svolge il ruolo di messaggero, simbolo di movimento, passaggio, cambiamento e confronto con l’altro. La casa è quindi l’*oïkos*,

2.9 - Sala da Pranzo del Palazzo Chigi di Ariccia.
2.10 - Sala da Pranzo di Villa Campolieto a Ercolano.



campo privilegiato di rappresentazioni simboliche della concezione del mondo e dell'organizzazione sociale del gruppo, in cui la fissità e movimento sono intimamente connessi, definendo una complessa dialettica di rimandi reciproci, rappresentati dalle due dimensioni, statica e dinamica, del focolare, simbolo della verticalità del rapporto terra-cielo, e della soglia, luogo della relazione orizzontale col territorio e gli scambi. La madre è il focolare domestico, il forno che porta con sé anche il forte simbolismo sessuale del controllo maschile sul corpo femminile e quindi della riproduzione, della vita, tanto è vero che alle donne dell'antica Roma era interdetto cucinare nel forno. E il forno è il luogo in cui avviene la trasformazione dell'impasto in pane e della creta in vaso.

Nell'intervista personalmente rilasciatami, l'antropologo napoletano Marino Niola, sostiene inoltre, che in area indoeuropea, anche i termini 'pane' e 'padre' derivano da una stessa particella *pa*, che significa protezione e nutrizione e che si ritrova nel *pat* di *spatium*²⁰ a sottendere la complementarità tra la vuota indeterminatezza dell'aperto e l'individuazione protettiva del rifugio.

Analizzando alcuni esempi di abitazioni già in precedenza accennate si evince come ci sia la volontaria intenzione di far svolgere il ruolo di soglia in maniera illusoria ai dipinti parietali, da quelli rupestri con scene di caccia e soggetti animali delle caverne che si ripropongono anche nelle abitazioni di Çatal Hüyük, a quelli geometrici delle abitazioni di Lemba, ai dipinti di giardino dei *triclinia* pompeiani che simulano ambienti esterni. Si tratta dei dipinti inseriti nelle *diaetae*, termine che nell'origine etimologica di *diaita*, vede nella radice semantica *ζαο* (vivere) un richiamo spirituale alla *ζοè* greca, la *vita quam vivimus*, ossia l'esistenza in senso assoluto.

È proprio la vita a spingere l'uomo a chiudersi per proteggersi dal freddo o dal caldo eccessivo ed è la vita stessa a spingerlo ad uscire fuori dal recinto che si è costruito. L'uscire fuori e il simulare spazi aperti nei luoghi destinati al consumo del cibo è un'esperienza socializzante che porta a negare gli stessi confini ristretti della propria domesticità per costruire la comunità, la condivisione. Non a caso le case mediterranee hanno sempre una veranda, uno spazio intermedio tra interno ed esterno, uno spazio comune, lo spazio del vicinato, dove il dentro diviene fuori e viceversa.²¹

Quando le condizioni esterne non consentono di andare fuori, l'apparato architettonico e decorativo mette in scena e concretizza questo bisogno umano di totale equilibrio psicofisico trovando espressione in molteplici altre testimonianze nella storia dell'architettura. Evoluzione del giardino dipinto, è ad esempio la seicentesca sala da pranzo d'estate di Palazzo

Chigi di Ariccia dipinta da Carlo Fontana, aperta da ampie vetrate che affacciano sul circostante parco Chigi. Quanto non si vede del parco è dipinto sulle pareti risparmiando all'apertura delle finestre reali. Anche Villa Campolieto a Ercolano si arricchisce nel Settecento del dipinto di un finto padiglione ligneo sulle pareti della volta della sala da pranzo: su questo si arrampicano rose, mentre oltre prosegue il paesaggio vesuviano realmente goduto attraverso le finestre, simulando, in tal modo il cerimoniale del cibo all'aperto di epoca imperiale romana, ben evidente a Pompei.

2.2 Il punto di vista oltre il confine materico: dalla *dieta* al *lifestyle* contemporaneo

Il rapporto osmotico di alimentazione e architettura ha conosciuto negli anni un'evoluzione che ha condotto a un ampliamento delle forme e dell'organizzazione distributiva degli ambienti adibiti al consumo del cibo, direttamente derivata da sviluppi sociali e tecnologici. Rispetto all'ambiente domestico, luogo che, nell'immaginario collettivo, riflette l'espletarsi della ritualità alimentare nella trasmissione dei saperi, nella preparazione, consumo e condivisione degli alimenti, hanno preso sempre più piede locali pubblici che accostano alla standardizzazione del gusto la standardizzazione dell'ambiente: i *fast food*. Questo fenomeno rilevante è legato alla definitiva rottura del rapporto tra la casa e il cibo che trova nel locale pubblico la progressiva sostituzione della tavola domestica, man mano che le dinamiche lavorative tengono lontani dalla casa donne

2.12 - KFC (beraldodesign.com.au)



e componenti di famiglie e riducono notevolmente i tempi di assunzione del cibo. Non più un pasto vissuto come rito domestico di socializzazione e condivisione, ma un desco individuale, essendo il *fast food* un sistema progettato proprio per quei clienti per i quali interminabili attese in fila discordano con le strette tempistiche della pausa pranzo lavorativa.

Discendenti di una cultura globalizzata, sia il cibo, che ha ovunque lo stesso sapore e la stessa forma, sia il *layout* del locale, dalla distribuzione interna, alla tipologia di arredi, alla scelta dei colori, sono vere e proprie macchine per mangiare che introducono la catena di montaggio anche nell'ambito della ristorazione. Questa standardizzazione, sebbene recida il tradizionale legame tra cultura e luogo, è promosso a sinonimo di garanzia e di 'bontà' alimentare nascosta dietro il riconoscimento di un sapore e di uno spazio che conduce alla fidelizzazione a un marchio alimentare.

Un marchio che offre una nuova coniugazione del rapporto rifugio-nutrizione, depauperandolo della gestualità ancestrale del rito alimentare e definendo una sorta di nuovo comfort. Pertanto, mentre le analogie gastronomiche dimostravano un tempo il carattere unico di un luogo, ora sono la consistenza e la forma, e non più la tipicità locale, le misure della qualità che inducono nel viaggiatore la ricerca del carattere familiare di ogni locale fast food, in cui sono trasferite le essenziali comodità domestiche, quali tavoli e sedie «dei venti minuti»²². Una subliminale linea guida di percorso obbligato, ben diversa dagli assi visivi prospettici delle *domus* pompeiane che inducono a esplorare lo spazio²³, palesa agli attori in campo quali gesti e rituali compiere secondo il criterio della ripetitività, complici gli arredi e lo stesso *packaging* realizzato con chiusure intenzionalmente

2.13 - Interno di un *fast food* KFC

deboli per semplificare al massimo il processo di apertura anche con una sola mano, sia per adulti che per bambini. L'usabilità del *packaging*, come di tutto l'ambiente, è percepita in forma di immediatezza e intuitività, mediante processi accompagnati da continue sensazioni tattili e visive che guidano il cliente verso l'immediato adempimento del compito.

La logica alla base della distribuzione organizzativa e spaziale è quella di smaltire nel più breve tempo possibile grandi mole di persone, soprattutto nelle ore di punta e per farlo si gioca sulla riduzione dei tempi di attraversamento del locale. Alcuni *fast food* presentano anche più punti di ingresso e di uscita, in modo da accogliere una quantità sempre maggiore di clienti, garantendo una maggiore affluenza e una minore congestione di persone all'interno. Menù illustrati opportunamente collocati sulle pareti posteriori dei banconi, in modo da essere ben visibili da chiunque entri nel locale o attenda in fila, presentano il prodotto e il relativo costo. In questo modo, quando il cliente giunge al suo turno per l'ordinazione, il dipendente anticipa il costo consentendo il pagamento in un tempo morto tra l'ordinazione e il riempimento del vassoio, il tutto accompagnato da movimenti ritmici, paralleli e contemporanei di tutti i dipendenti nelle stesse direzioni. Gli spazi di lavoro sono sufficientemente larghi da non ostacolare le operazioni del servizio, ma da permettere a più dipendenti di lavorare in contemporanea. Una standardizzazione complessiva che consente alle varie catene di aprire in pochissimo tempo nuovi *franchising*, associando al *fast food* anche una *fast built architecture*, che, come accaduto per colossi quali Mc Donald's, Burger King, KFC (Kentucky Fried Chicken), hanno un enorme impatto sull'uso del territorio²⁴, sfoggiando ovunque architetture dal *look* omologato che non tengono conto del contesto in cui sono inserite.

Il marketing tradizionale di ristoranti *fast food* si è concentrato sulla vendita del prodotto finale, piuttosto che su un'esperienza totalizzante del pranzo, offrendo una limitazione delle scelte alimentari a ciò che vede il cliente, piuttosto che quello che sente, dovendo essere la velocità del servizio, la qualità e il prezzo i principali fattori d'influenza nella scelta del cibo.²⁵

Da alcuni anni si assiste però a un'inversione di tendenza, dettata anche dalla moda della ricerca del buon cibo che ha visto fiorire nuovi ristoranti e tavole calde che uniscono alla velocità del servizio una proposta gastronomica di qualità e spesso specializzata. La stessa catena McDonald's arricchisce la propria offerta gastronomica di reinterpretazioni in chiave standardizzata di piatti mutuati dalla tradizione culinaria, introducendo i *McMenù Pasta e Caffè*, frutta tagliata e una versione vegetariana. Per contrastare la reputazione

negativa di produttrice di *junk food* (cibo spazzatura), inizia dal 2010 una sorta di rivoluzione verde a partire dalla variazione cromatica del logo, che rinuncia al rosso, colore che per eccellenza indica la rapidità, in favore del verde, a simulare una concezione più ecologica del marchio. In tal modo si assiste alla definizione di una nuova fidelizzazione indotta da una nuova strategia di marketing di tipo esperienziale di cui si parlerà nel prossimo capitolo e che si espleta nell'applicazione di tre diversi stratagemmi che vanno dalla variazione cromatica per ottenere una reputazione *eco-friendly*, all'introduzione di una nuova linea di prodotti con ricette tradizionali della dieta mediterranea, basate soprattutto su pasta, verdure e frutta, accanto all'inserimento di messaggi di offerte di lavoro o storie dei dipendenti. Accanto a questo, pur non rinunciando al classico *layout* distributivo, l'azienda Mc Donald sostiene di proporre, con il suo *Primo Ristorante Verde* di Lainate, un modello di ristorante ecosostenibile, dotato di tecnologie *green* quali: ecomateriali come il biossido di titanio sui pavimenti per la riduzione degli agenti inquinanti; led e impianti fotovoltaici e microeolici; copertura che consente ventilazione naturale; sistema di irrigazione piante mediante raccolta di acqua piovana.²⁶

Questo processo di rivoluzione verde iniziato dal colosso del *fast food* è presente e diversamente declinato anche in catene meno note nelle quali la necessità di offrire esperienze multisensoriali è risolta mediante la riproposizione del tema dell'introduzione di finestre reali o illusorie su panorami esterni, introducendo particolari accorgimenti tecnologici che offrono una nuova concezione di socializzazione, l'utilizzo di materiali quali legno, pur non perdendo di vista l'esigenza cardine di velocizzare le portate.

Seguono questa inversione di tendenza alcuni ristoranti disegnati dall'*Ippolito Fleitz Group*²⁷, come ad esempio il locale della catena *Wienerwald*²⁸, specializzata in polli alla griglia, realizzato nel 2010. Qui la qualità e la tipicità del prodotto alimentare, da sempre *mission* del marchio, sono supportati di interni in legno, dominati dai colori bianco e verde a rispecchiare i principi di naturalezza e benessere che lo stesso *naming* sottende: tradotto in italiano *Wienerwald* significa infatti 'foresta viennese'. Lo spazio è sempre organizzato per garantire un percorso razionalizzato. Il cliente entra accostandosi a un bancone sul cui retro schermi grafici, con inclinazione idoneamente orientata verso il fruitore, indicano menù e costi. Immediatamente dopo, può accostarsi al banco insalate e condimenti, quindi cercare posto in una selezione differenziata di sedute tra le classiche sedie bianche con tavoli alti e divani in pelle ecologica dall'*appeal* più

confortevole. È proprio quest'area adibita al consumo a simulare il *mood* della foresta in cui i clienti sono immersi grazie a rivestimenti di pannelli in legno di quercia su cui sono sovrapposti specchi di forma circolare con disegni bianchi di vegetazione stilizzata che riflettono lo spazio circostante e le differenti gradazioni di verde delle lampade a sospensione, nonché il pannello di sfondo dell'ambiente, una vera e propria parete smaterializzata a fondo bianco e sagome alberate. Oltre che dall'interno, anche la vista dall'esterno, attraverso la finestra sulla strada è un'esperienza olistica data proprio dalla sovrapposizione di immagini che rimbalzano tra superfici vetrate, e riflessi di specchi.²⁹

2.14 - Interno di un *fast food* Winerwald.
(Ippolito Fleitz Group)



Lo stesso gruppo ha progettato anche altre catene di *fast food* come la svizzera *Not Guilty*³⁰ la cui *mission* di cibo salutare è espressa da differenti tipi di *snack* e di insalate e dalla filosofia del *Little Heaven on Earth*. Anche qui, la disposizione planimetrica dettata dalla forma del locale predilige la visione in profondità, cosicché il cliente possa avere il controllo con un unico sguardo, di tutte le azioni da compiere in serie fino all'uscita, posizionata al lato opposto rispetto all'ingresso. Il primo punto focale è rappresentato dal bancone delle insalate, ma già dall'esterno si intravede l'alto tavolo centrale dell'area consumazione modellato a rappresentare un filare di alberi costituenti una sorta di pergolato bianco. Insieme alla

2.15 - Interno di un *fast food* Not Guilty.
(Ippolito Fleitz Group)



fascia superiore della parete perimetrale costituita da intrecci di corde di canapa che lasciano intravedere le nuvole dipinte al di sotto, questo tavolo definisce una sorta di ambiente evanescente con un chiaro simbolismo di purezza *not guilty* appunto. Un comun denominatore di questo tipo di *fast food* è la scelta di toni cromatici rassicuranti, che, in *Not Guilty* sono rappresentati da pavimenti in legno di quercia misti a delicati toni pastello nella gamma dal bianco al rosa glicine, in tema con lo standard salutistico del *brand*.

«Thought advancements in information technology, information about brand - in all different forms and media - will be available instantly and globally».³¹ È interessante, infatti, notare come sia proprio il concetto di *brand* a introdurre, grazie al marketing esperienziale e sensoriale, un ritrovato equilibrio delle parti, tra atto del mangiare, tipologia di cibo, ambiente artificiale, in modo da offrire un'esperienza olistica che tenti di svincolare i locali asettici come i *fast food* dalla connotazione di non luoghi introducendo degli escamotage progettuali suggeriti dalla mission alimentare proposta. Le aziende sono sempre più “customers” e “community-oriented”, senza risparmiare energie per offrire intrattenimento e divertimento ai loro clienti. La definizione e la percezione stessa del *mood* di un ambiente è legata ad esperienze di tipo sensoriale e a riferimenti culturali, che si rimettono all'immagine dello stile di vita associato al locale³², caratteristiche intrinseche che confluiscono nella complessiva immagine coordinata del *brand* da cui non resta affatto esclusa l'architettura. L'identità visiva comprende infatti all'unisono, la *location*, la scelta di arredi e cromie, di corredi, l'abbinamento dei coperti, le uniformi dei camerieri, la presentazione dei piatti che sono vere e proprie opere di *food design*.

Siamo di fronte a quella che lo storico dell'architettura Peter Collins definisce ‘analogia gastronomica’, ossia l'influenza della cucina sull'architettura, suggerita dal marketing esperienziale per il quale il cliente non sceglie un prodotto o servizio soltanto per l'equazione costi-benefici, ma per l'esperienza offerta prima dell'acquisto e durante il consumo, sottolineata da stimoli visivi, uditivi e soprattutto multisensoriali nel mondo relazionale, in cui i sentimenti e le emozioni dovrebbero sviluppare esperienze gratificanti che influenzano la decisione di acquisto e la fidelizzazione dei clienti.³³ Attualmente questa tendenza è particolarmente evidente all'interno dei ristoranti *gourmet* la cui configurazione spaziale è definita dalle preferenze dello *chef* che «entra direttamente nel processo decisionale sovrapponendosi all'architetto o sostituendosi ad esso»³⁴, definendo, non solo l'articolazione funzionale, ma anche la dimensione estetica e il *mood*

che sono resi in analogia con le pietanze proposte.

Il numero e la tipologia di *concept* abbraccia un'ampia gamma di locali per la ristorazione dal più lussuoso al più economico in cui si delinea un rapporto simbiotico tra alimentazione, design e architettura che focalizza il cibo come un'esperienza o un evento, mediante la messa in scena dei pasti legata anche a *performances* dal vivo, luci artificiali, immagini, suoni e scenari architettonici.

Lo spazio della cucina è ad esempio, posto al centro del ristorante Asola di Milano³⁵, uno dei tanti *concept* definiti in funzione dell'Expo 2015, che mette a sistema il mondo della moda con quello del *food* in cui la cucina italiana è interpretata con la medesima cura sartoriale che si dedica a un abito su misura essendo posti, sullo stesso piano interpretativo, dallo *chef* Torretta, *haute couture* e *haute cuisine*. Qui la cucina non è celata in un ambiente estraneo alla sala di consumazione, ma è lasciata a vista fungendo da *showkitchen* ponendo in diretta interazione lo *chef*, con le sue *performances*, e i commensali che siedono attorno all'ampio bancone dove sono serviti "piatti su misura"³⁶. Altri tavoli sono disposti lungo le ampie vetrate che, data la particolare posizione del locale, posto all'ultimo piano del *Brian&Barry Building*, offrono una vista panoramica della città.

Molti sono gli esempi di ristoranti panoramici sorti, soprattutto sulle terrazze di hotel, forse a riproporre l'idea alla base del primo ristorante aereo, in cui i camerieri francesi servivano le otto portate *de rigueur* sul ramo di una enorme quercia, la prima osteria arborea costruita a Parigi nel 1848, chiamata *à Robinson*, «alludendo probabilmente all'immortale storia dell'uomo urbano che affronta i doni capricciosi della natura»³⁷.

2.16 - Edificio Brian&Barry

2.17 - Interno del Ristorante Asola di Milano con tavoli disposti accanto alla vetrata che guarda verso l'esterno

2.18 - Ristorante Asola di Milano: cucina centrale alla sala



Tra tutti, sono notevoli i *revolving restaurant* di Portman che offrono una vista a 360° sulle città di Atlanta e Manhattan, e il ristorante progettato da Jean Nouvel all'ultimo piano dell'hotel viennese *Sofitel Stephansdom* che ripropongono, a scala pubblica e più estesa, quell'esigenza ancestrale del nutrirsi non perdendo mai di vista il contatto con l'ambiente esterno che si svolge come evento al contempo intimo e collettivo di socializzazione.³⁸ Restando nell'ambito della socializzazione, locali pubblici e pasti si muovono attraverso esperienze performative che in alcuni casi prevedono la coesistenza del mangiare con nuovi prodotti di socializzazione interattiva, come *iBar™*, un sistema di design interattivo che integra sulla superficie del bancone del bar un sistema di rilevamento a sensori che percepisce

2.19 - Ristorante posto all'ultimo piano dell'hotel *Sofitel Stephansdom*, progettato dall'architetto Jean Nouvel..



ogni tipo di oggetto a contatto con la superficie³⁹. Questo input consente di lasciare che la proiezione interagisca dinamicamente con i movimenti effettuati sul bancone: gli oggetti possono essere illuminati sulle loro posizioni oppure oggetti virtuali possono essere toccati con le dita e *iWall™* del club esclusivo “24” a Soho (Londra) progettato da *Mindstorm International*⁴⁰. *iWall™* è una funzione interattiva che copre l'intera parete del club, e in relazione ad essa il contatore interattivo *iBar™* è utilizzato al centro del club, come strumento per offrire consentire ai clienti di rilassarsi e conoscere nuove persone attraverso bevande e chiacchierare. *iBar™* agisce come punto centrale la socializzazione, invitando a nuovi incontri o relazioni sociali di coinvolgimento totale nell'atto di bere o mangiare. Un esempio di locale innovativo che propone l'interfaccia di ristorazione



dinamica e interattiva è il ristorante orientale *Inamo* di Londra, dello studio inglese *Blacksheep*⁴¹, di cui caratteristica peculiare sono i tavoli *touch screen* animati da videoproiezioni zenitali che mostrano in superficie le informazioni necessarie all'interazione locale-cliente, consentendo di scegliere una tovaglia virtuale, consultare il menù che presenta già l'immagine del piatto così come sarà servito, giocare a *videogames* durante l'attesa della portata, infine pagare con carta di credito direttamente dal tavolo. L'esperienza non si limita al solo tavolo *touch*, ma in tutto l'ambiente si respira l'aspetto multisensoriale definito da canne di bamboo e separé costituiti da un telaio ligneo a maglia quadrata che alterna pannelli con motivi marmorizzati e listelli di legno per creare dei filtri non troppo netti tra i vari tavoli. Alcune pareti perimetrali ripropongono il motivo marmorizzato su pannelli retroproiettati a simulare i pannelli *shoji* delle abitazioni giapponesi, mentre altre alternano fasce vegetali a fasce in pietra a ricreare un ambiente totalmente naturale; altre ancora riproducono stilizzazioni di origami e motivi orientaleggianti.

2.20 - Parete *Inwall*TM del club 24 di Londra
(*Mindstorm International*)

2.21 - Parete *Inwall*TM del club 24 di Londra
(*Mindstorm International*)

2.22 - 2.23 - Interno del ristorante *Inamo* di Londra
(*Blacksheep*)





2.3 La teatralizzazione del *food*: linguaggi dell'opera d'arte gastronomica nei non luoghi alimentari

Il delinearsi di nuovi rituali alimentari è strettamente collegato all'attuale rottura con l'antico mito della nutrizione per la creazione di un nuovo dio, il dio cibo che passa da necessità ad estetica, portando a un corto circuito quasi religioso e divistico di cui un'immagine significativa è quella comparsa sulla copertina del *Times* del 18 Novembre 2013. Dietro il titolo *The Gods of Food* sono, infatti, immortalati tre degli *chef* più noti al mondo: David Chang, René Redzepi, e Alex Atala. Lungi dal capire se si è di fronte a un nuovo mito o a un mitoide, ossia quello che Marino Niola definisce una moderna icona della vita quotidiana, «frammento mitico a tempo determinato», di quelli che «passano fiammeggiando nell'etere contemporaneo prima di diventare lune morte della ragione»⁴², sta di fatto che, se da un lato si assiste alla nascita di nuovi luoghi del cibo che, sotto il tetto del *brand*, progettano e curano un'immagine complessiva della *food experience*, dall'altro definiscono altrettanti non luoghi.

Tra questi emergono, primi fra tutti, i blog alimentari, nuovi spazi virtuali della socializzazione e della convivialità in cui convergono discorsi, pareri e ampi dibattiti di ipotetici 'amici' sull'argomento cibo che ruba esponenzialmente il posto all'argomento politica, delineando un nuovo *format* dominante nell'immaginario collettivo culturale.

Questo è probabilmente dovuto al fatto che «la realtà è molto complessa e incontrollabile, e produce insicurezza», riportando le parole dell'intervista rilasciatami da Marino Niola. Tutto quanto riguarda l'aspetto alimentare

2.24 - Copertina della rivista *Times* (18 novembre 2013)

2.25 - Alcune delle ricette di *Taste of Runway* associate ad abiti di alta moda. (www.tasteofrunway.com)



assume invece carattere di sicurezza, in quanto «ciò che ingerisco, ovviamente diventa me, mi fa bene o mi fa male» e porta con sé «anche un aspetto placebo, cioè come se io controllando cosa ingerisco, avessi l'impressione di poter controllare anche il resto, che invece non posso controllare»⁴³.

Nell'attuale immaginario comune, il cibo funge un po' da coperta di Linus, acquistando un valore transizionale e divenendo di fatto sempre più preponderante. Tra questi blog alimentari, uno tra tutti esprime in maniera emblematica quello che si può considerare il concetto di cibo in passerella, *Taste of Runway*⁴⁴, un album di fotografie in cui alla forma e ai colori di abiti di alta moda, sono accostati piatti e ricette da mangiare con gli occhi, in quanto risultato della derivazione dei colori della pietanza da quelli dell'abito, passando attraverso il gusto e il sapore. Emblematica, in questo senso quella che la stessa Anna Marconi, ideatrice di *Taste of Runway*, nell'intervista rilasciatami il 16 maggio 2014, definisce la ricetta per eccellenza della Dieta Mediterranea, la caprese, facendola derivare da un abito di Dolce&Gabbana!

Porre l'attenzione su questo tipo di immagine è sotteso a evidenziare come il cibo sia uno strumento di comunicazione basato su un approccio sinestetico e olistico da cui derivano le attuali espressioni artistico-promozionali della *foodphotography* e dello *showcooking*. Il tutto si esprime inizialmente mediante uno spostamento di campo, dal linguaggio dell'arte al linguaggio del cibo, con la trasposizione su quest'ultimo dei dibattiti legati al saper-fare pratico, al saper creare, all'autorialità, alla firma, allo spazio d'intervento della critica, all'importanza del contesto-ambiente, ai

2.26 - Alcune delle ricette di *Taste of Runway* associate ad abiti di alta moda, con in evidenza la *Caprese* derivata da un abito di Dolce&Gabbana della collezione PE 2013. (www.tasteofrunway.com)



2.27 - Sperimentazione di *foodphotography* eseguita durante il dottorato in azienda.

2.28 - Sperimentazione di *foodphotography* eseguita durante il dottorato in azienda.

2.29 - Sperimentazione di *foodphotography* eseguita durante il dottorato in azienda.



nessi tra esperienza sensoriale e opera, e tra novità e tradizione.

In tal modo, leggendo l'arte come linguaggio, anche il cibo e la cucina sono intesi come processi di comunicazione, la cui ricerca semiotica, che non può prescindere da confronti multidisciplinari, è ancora agli albori essendo argomento di grande attualità, complice l'attenzione mediatica indotta dal tema di Expo 2015, *Nutrire il Pianeta. Energia per la vita*, che ha aperto un dibattito abbastanza copioso, coinvolgendo più settori e aspetti. Nel cercare di offrire un quadro abbastanza chiaro e sintetico sull'argomento, Gianfranco Marrone, sostiene che il cibo sia un sistema di modellazione culturale, come la lingua, lo spazio e l'immagine, che si esplica mediante un «linguaggio silenzioso, non verbale, non grammaticale, ma comunque, o forse proprio per questo, ancora più potente del linguaggio verbale, di quello della spazialità o dell'immagine»⁴⁵. Pertanto è proprio il cibo ad anticipare strutture linguistiche, poiché «non significa in quanto detto dalla lingua verbale, ma in quanto detto a prescindere da essa»⁴⁶. È un sistema di comunicazione per cui «le diverse società e le diverse culture attraverso il cibo, la cucina e la commensalità, parlano del mondo, della società, del cosmo, costruendo modelli antropologici più o meno ampi mediante cui la realtà acquista senso o valore [...] divenendo percepibile»⁴⁷. A comunicare è qui il «testo culinario o gastronomico, un evento o situazione legato all'alimentazione, alla cucina, alla gastronomia, alla tavola che, a determinate condizioni formali, produce del senso umano e sociale, lo fa circolare, lo traduce in altro senso»⁴⁸. Come la lingua verbale non è costituita da parole e suoni, il linguaggio alimentare non è costituito da alimenti, ingredienti, nutrienti, né dalle dimensioni nutrizionale, salutista, dietetica, del mercato e del consumo, ma dalle forme, dalle differenze, dalle relazioni, dalle articolazioni, dai processi, dalle trasformazioni e dalle valorizzazioni. Il tutto è inteso come sistema di regole basate sul principio della pertinenza, stabilendo, di volta in volta, cosa è significativo e cosa non lo è in un determinato ambito culturale. È un testo che include anche un contesto, inteso come conoscenza e consapevolezza della derivazione delle materie prime utilizzate nella composizione di un piatto. Riferendosi alle 'arti allografiche', quali la letteratura, la musica e il teatro, in cui la partitura una volta scritta è completata con la sua esecuzione che differisce da artista ad artista, definendo di volta in volta un nuovo esemplare dell'opera stessa e non una copia, Marrone definisce la cucina un'opera d'arte (quasi) allografica. Prima viene la ricetta e poi la sua esecuzione, ma spesso accade anche il contrario e la ricetta esiste prima o a prescindere dalla sua "testualizzazione canonizzante" che, insieme alla sua

essenza di opera effimera, ne indica una sorta di autenticità che svincola la cucina dalla specifica categorizzazione allografica.⁴⁹

Marrone conclude col concetto di cucina come “opera d’arte totale”, ossia come unione simultanea di diversi linguaggi artistici. Il concetto trova riscontro nella cucina futurista per la quale il pranzo perfetto esige un’armonia originale della tavola coi sapori e colori delle vivande che devono essere anch’esse di assoluta originalità, mediante invenzione di «complessi plastici saporiti, la cui armonia originale di forma e colore nutra gli occhi ed ecciti la fantasia prima di tentare le labbra»⁵⁰. Il tutto accompagnato da un «uso dosato della musica e della poesia come ingredienti improvvisi per accendere con la loro intensità sensuale i sapori di una data vivanda»⁵¹, ponendo in questo modo lo spettatore al centro del quadro quale fulcro di un esperimento polisensoriale caratterizzato dalla fusione di odori, sapori, suoni e colori.

Per esprimere visivamente questo concetto è inevitabile il riferimento al *Pranzo di Babette*, film nel quale la protagonista cuoca incanta l’intera comunità facendole ritrovare la gioia, il senso di appartenenza, il piacere della convivialità. Babette, infatti, non lavora solo sul gusto in senso stretto e sulle materie prime a disposizione, ma applica ciò che è fondamento dell’attuale ‘marketing sensoriale’, ossia far vivere un’esperienza olistica totalizzante che coinvolga i piani della percezione sensoriale, della conoscenza e della socialità, cui partecipa anche tutto l’allestimento della sala da pranzo.⁵²

Tornando all’immagine poc’anzi citata del blog *Taste of Runway*, si capisce quindi che, il suo essere emblematica, è dovuto al fatto che esprime come un soggetto semiotico sia assunto e subito dall’osservatore, non solo con gli occhi, ma con tutto il corpo, definendo di fatto una sinestesia che induce a riconoscere, nella forma e nei colori di un abito, gli accostamenti cromatici e di gusto di una pietanza. La sinestesia (dal greco *sin-aisthánestai*, percepire insieme) è infatti proprio quella figura retorica che consiste nell’accostamento di termini appartenenti a due sfere sensoriali diverse per aumentare la resa emotiva di un concetto, esprimendo una multisensorialità. Non è semplicemente la rappresentazione esteriore di un senso attraverso un altro, ma il riuso di una forma sintattica attraverso altre sostanze sensoriali, una sorta di riemersione di quel *sensorium commune* aristotelico, «rudimentale coscienza che corrisponde alla confluenza delle varie attività sensitive e sensoriali»⁵³.

Sono gli stessi effetti che si avvertono di fronte alla tavolozza di colori di Kandinsky: uno puramente fisico, di breve durata, che affascina l’occhio

2.30 - *Still life* (ph. Alessandro Guerani)

2.31 - *Still life* (ph. Alessandro Guerani)

2.32 - *Still life* (ph. Alessandro Guerani)





inducendo nell'osservatore «un senso di appagamento, di gioia come un buongustaio che gusta una squisitezza»⁵⁴ o che stuzzica l'occhio «come avviene per il palato con un cibo piccante; uno psichico che fa emozionare l'anima»⁵⁵ Quest'ultimo è un effetto non immediato, in quanto l'anima, strettamente legata al corpo, trova una corrispondenza mentale allo stimolo cromatico per associazione, come accade per il giallo chiaro che, «per associazione al limone, dia l'impressione di acido»⁵⁶.

Di Kandinsky è anche interessante sottolineare il “sapore azzurro” che un paziente di Freudenberg, dalla “spiritualità non comune”, avverte in determinati cibi, facendo ripercuotere sulla vista una sensazione derivata dal gusto, sottolineando come «la vista sia collegata non solo col gusto, ma con tutti gli altri sensi»⁵⁷.

Il complesso lessico enologico dimostra anche che un sapore può essere descritto visivamente, olfattivamente e tattilmente, mentre una serie di suoni possono essere intesi come serie cromatiche, perché la sintassi figurativa del gusto e dell'udito può essere investita ora da sostanze visive, olfattive e tattili, ora da sostanze cromatiche. Pertanto, le due immagini che Anna Marconi accosta hanno in comune un sottolivello figurativo cromatico che genera argomentazioni visive, allo stesso modo in cui due processi sensoriali possono essere accostati o sovrapposti avendo una corrispondente sintassi figurativa.

In ambito gastronomico, gli occhi e la vista giocano, quindi, nella piramide gerarchica dei canali percettivi e dei processi sensoriali, il ruolo di dominanti sensoriali del contesto ricettivo per i quali l'immagine è considerata *agentive*, ossia efficace dal punto di vista gustativo, rimandando al sapore, in quanto capace di orientare, incoraggiare o persino indurre l'azione dell'osservatore in senso cognitivo-epistemico (far credere), pragmatico (far fare), emotivo (far essere).⁵⁸ Questo è il fondamento alla base di quella che lo stesso Gianfranco Marrone definisce “gastromania”, ossia la ‘mania della gastronomia’, la «fregola per il cibo, la cucina, il gusto, la buona tavola»⁵⁹ che si esplica attraverso le attuali espressioni visuali quali la *foodphotography*, lo *showcooking* e i *game show* di molteplici format televisivi quali *Masterchef*, *Hell's Kitchen*, tra i tanti.

La *foodphotography*, ad esempio è una specializzazione della fotografia commerciale *still life* che reinterpreta, in chiave contemporanea, le tradizionali nature morte, immortalando prodotti commestibili a scopo pubblicitario o illustrativo per riviste, menu, imballaggi, libri di cucina, pannelli per locali ristorativi. Coinvolgendo una serie di professionisti quali *art director*, fotografi, *food stylist*, questa espressione fotografica tiene conto



2.33 - *Celery Island* (Carl Warner): gli alimenti diventano elementi per la realizzazione dei foodscapes (paesaggi alimentari) del fotografo Carl Warner.

2.34 - *Pasta Island* (Carl Warner)

2.35 - *Coral scape* (Carl Warner)

2.36 - *Cart Balloons* (Carl Warner)

2.37 - *Pawn Again Crustaceans* (Carl Warner)

2.38 - *Cheese scape* (Carl Warner)



2.39 - La campagna pubblicitaria IKEA, *Homemade is best*, ha previsto la realizzazione del libro di ricette *Hembakat är Bäst* per promuovere la cucina svedese. Il fotografo Carl Kleiner e la designer Evelina Kleiner, chiamati a realizzare le immagini di supporto ai piatti, hanno realizzato delle fotografie *still life* con gli ingredienti ordinatamente e geometricamente disposti su superfici monocromatiche. Piuttosto che porre l'accento sull'aspetto finale del piatto realizzato, hanno preferito la contaminazione visiva degli ingredienti, dei colori e delle forme, scomponendo il prodotto finale nelle sue componenti, a richiamare lo stile dell'azienda di arredamento. Gli ingredienti sono inquadrati in maniera quasi zenitale, in modo da offrire alla ricetta un carattere progettuale, senza perdere di vista la tridimensionalità degli alimenti.

di una serie di regole necessarie a rendere il cibo appetibile, iniziando da un perfetto equilibrio compositivo di superficie di appoggio, contenitori, posate, tovaglioli e oggetti di arredo per aumentare l'atmosfera senza distogliere l'attenzione dal soggetto principale che è spesso inquadrato con la tecnica del 'macro' consistente nella messa a fuoco selettiva a vantaggio di una maggiore profondità di campo. Il cibo è spesso presentato in maniera minimalista con pochi oggetti di scena e inquadrature ravvicinate fino ad assumere la forma della presentazione esasperata del *food porn* dal provocatorio invito a essere preso a morsi, soprattutto come reazione agli alimenti a basso contenuto calorico. Giocano un ruolo fondamentale il *know-how* visuale e culinario del *food stylist* che si esplica nella traduzione della percezione del gusto, dell'aroma e dell'*appeal* di un piatto vero, in un piatto riprodotto su una fotografia bidimensionale. Lo scatto, da eseguire con bassi tempi di esposizione, avviene in uno studio con condizioni di luce diffusa o all'aperto con luce naturale per un'ottimale gestione delle ombre e soprattutto dei colori, elemento essenziale per far risaltare la pietanza e presentarla nel modo più attraente possibile, per evidenziarne colore, texture, traslucidità, consistenza, trasparenza e equilibrati rapporti tra gli ingredienti, favorendo la pregustazione visiva. In questo senso, all'esecuzione in tempi brevi dello scatto, collabora la post-produzione con cui si provvede ad enfatizzare la gamma cromatica esaltando vividezza e saturazione di rossi, bianchi, verdi e gialli, sinonimo di gusto e sapore. Ruolo fondamentale è giocato anche dal punto di vista della ripresa, generalmente posto appena più alto rispetto al livello del piatto, sebbene si assista spesso a visioni frontali e zenitali della pietanza o del prodotto, alimentare quasi a volerne evidenziare l'aspetto progettuale e di opera d'arte, soprattutto quando essa è costituita da diversi strati di ingredienti sovrapposti come nel caso dei panini dei *fast food*.

In realtà anche nella *foodphotography* si assiste spesso a una messa in scena che non investe solo la sfera dell'immateriale, intesa come sapiente utilizzo di luci e cromie, ma anche quella della stessa materia prima utilizzata per rendere quanto più falsamente credibile l'aspetto dei cibi fotografati, ad esempio cubetti acrilici per il ghiaccio e impasti artificiali di patate per simulare il gelato, altrimenti difficilmente fotografabili, data la loro propensione a sciogliersi rapidamente.⁶⁰

Si è indubbiamente di fronte a una teatralizzazione del cibo, che mette in scena il pasto come gusto estetico, rimandando ancora una volta a un'esperienza complessiva e non solo gustativa, che traduce il cibo in strumento per creare livelli extra emozionali o narrativi, soprattutto a

2.40 - *A matter of taste*. Il catalogo di immagini del fotografo Fulvio Bonavia che, integrando fotografia e postproduzione digitale inventa linee fantasiose di *haute couture*. (immagini tratte da: www.fulviobonaviacom)



scopo promozionale (v. campagna pubblicitaria IKEA - fig. 2.39).

Si è visto, al paragrafo precedente, che anche gli spazi del *food* subiscono un'inversione di tendenza, divenendo spazi del gusto, intesi come «nuovi salotti trendy provvisoriamente traslocati in una qualsiasi enoteca della nuova periferia urbana»⁶¹ o altri non luoghi della rappresentazione televisiva.

Parlo di non luoghi facendo riferimento a uno dei format televisivi diventato più in voga negli ultimi anni, *Masterchef*, in cui, sebbene, fulcro principale del programma sia il cibo e la sua manipolazione in termini di trasformazione in piatto perfettamente visibilmente e effettivamente gustoso, si assiste a una totale negazione dell'alimentazione in quanto tale, resa evidente anche nell'organizzazione spaziale della scenografia televisiva. Il senso è quello di una «macchina da guerra gastronomico-spettacolare»⁶², il cui successo è inversamente proporzionale alla perdita dei tradizionali valori della cultura alimentare in termini di spettacolo. A *Masterchef* infatti non si mangia, ma si assaggia, non sta seduti intorno a un tavolo, ma dietro il podio su cui è posta la pietanza da esaminare, non si beve vino. «Tutto è frantumato, spezzettato, ridotto in minuscoli bocconcini, come a denegare ipocritamente qualsiasi piacere legato all'alimentazione», veicolando «un'immagine distorta della gastronomia, dove il piacere del cibo e della convivialità vengono messi al bando a tutto vantaggio delle arditezze culinarie dell'uomo medio»⁶³ che non ha da imparare, se non da migliorare una competenza acquisita a priori a scopo di sfida, il cui scettro è il grembiule. Lo spazio, sia interno che esterno, è specifico e funzionale allo scopo della trasmissione, in quanto costituito da una scena prevalentemente occupata da piani cottura e da un podio dal quale i giudici osservano, indicano compiti e promulgano giudizi e sul quale salirà solo il vincitore finale. C'è poi un retroscena dove parenti e amici attendono i

2.41 - Portata di assaggio ai giudici di gara.

2.42 - *Masterchef* (Brasile - 2014): lo spazio eterotopico dello studio televisivo comprende lo spazio della sanzione occupato dai giudici di gara e lo spazio utopico della sfida, occupato dai concorrenti.

2.43 - *Masterchef* (Brasile - 2014): spazio eterotopico della sanzione.



vincitori e gli sconfitti, sebbene, per questi ultimi, appaia come *backstage* vuoto. Interessante è il modo in cui Gianfranco Marrone descrive il non luogo dello spazio scenico televisivo come spazio eterotopico, ossia uno spazio altro, irreal e al contempo reale, snodandolo nelle sottoparti di spazio utopico e spazio paratopico, secondo le fasi canoniche dello schema narrativo: manipolazione, competenza, performance, sanzione. Lo spazio eterotopico è ovviamente lo studio in sé, in cui si definiscono le regole del gioco e in cui si riconosce il podio quale spazio eterotopico della sanzione; paratopico è lo spazio dell'acquisizione delle competenze collocato marginalmente alla sala e costituito dalle dispense del market e di pentole e stoviglie; utopico è proprio lo spazio della sfida che è preponderante rispetto agli altri. Ciò che conta meno è l'oggetto della sfida che non è mai mangiato, ma solo assaggiato.⁶⁴ La tavola è imbandita una sola volta, nella puntata finale, in un ulteriore spazio eterotopico della sanzione, stavolta, più riservato, collocato marginalmente, come in un altro retroscena rispetto alla sala centrale. Ma anche qui non si espleta mai completamente l'atto del mangiare che risulta sempre ridotto al semplice assaggio finalizzato alla scelta del vincitore.

2.44 - *Masterchef* (Brasile - 2014) : spazio paratopico di acquisizione delle competenze (il market) collocato in un ambiente esterno agli spazi della sanzione e della sfida.

2.45 - *Masterchef* (Brasile - 2014) : spazio paratopico di acquisizione delle competenze (dispense di pentole e stoviglie) collocato in posizione marginale rispetto allo spazio della sfida.

2.46 - Spazio eterotopico della sanzione utilizzato durante la puntata finale del *talent show*.

2.47 - Servizio al tavolo dei giudici di gara della pietanza da esaminare durante la sfida finale.



2.4 Le geometrie del territorio: segni visibili di disegni invisibili

Anagrammando la più volte citata definizione derivata dal riconoscimento UNESCO della Dieta Mediterranea quale insieme di competenze, conoscenze, simboli, che vanno dal paesaggio alla tavola, si è scelto di indagare singolarmente questi due aspetti, analizzando prima il rapporto alimentazione-architettura in relazione allo spazio domestico⁶⁵, in quanto la configurazione dello spazio privato è prima espressione delle necessità umane di duale ricerca di rifugio e nutrizione. In questo paragrafo e nel prossimo sarà approfondita la relazione che esiste, in ambito mediterraneo, tra alimentazione, paesaggio e territorio.

La produzione e la trasformazione del cibo hanno indotto nel tempo trasformazioni di suolo ed edificazioni di manufatti che inducono a una nuova lettura del territorio legata al modo in cui essi devono la loro forma e la loro trasformazione alla produzione intensiva di cibo e agli espedienti tecnologici che hanno contribuito nel tempo a definire tali configurazioni a vasta scala.

L'attenzione è qui rivolta ad alcuni territori agricoli del bacino del Mediterraneo tracciati da processi storici e attività socio economiche intrecciate con esigenze ambientali, morfologiche e innovazioni tecnologiche, associate allo stile di vita tradizionale di cui rappresentano significative testimonianze materiali. Il Mediterraneo è, infatti, un mosaico di diversità per le quali non può esistere una banale semplificazione, «non si lavora la terra allo stesso modo, non si usano gli stessi strumenti, né lo stesso stile di impalare o palizzare la vite, né gli stessi vini, olivi, lauri, nemmeno le stesse case e gli stessi costumi»⁶⁶ e, proprio grazie a questa diversità si può parlare di 'mediterraneità' come peculiarità intrinseca di un progetto che deriva dalle interazioni che si istituiscono tra l'architettura e il paesaggio, naturale e/o artificiale, col quale la prima viene chiamata ad interagire.

La *diaeta* è 'mediterranea', aggettivo che indica e suggerisce un'area geografica, un luogo fisico e nello stesso tempo uno spazio intangibile, scenario di vita, di scambi commerciali e culturali, culla dell'omonima cultura. È lo spazio geografico del bacino del Mediterraneo, compreso tra le coste meridionali dell'Europa, quelle occidentali dell'Asia e quelle settentrionali dell'Africa, comprendendo le penisole Iberica, Italiana, Balcanica, l'Anatolia (di cui resta esclusa la parte centrale in quanto caratterizzata da clima differente).

Dalle ricche argomentazioni di Fernand Braudel si evince che in ambito

mediterraneo si può far riferimento a tre ecosistemi: il mare e la piattaforma continentale, le pianure costiere e quelle in prossimità dei corsi d'acqua, un'area collinare-montuosa. A questi tre ecosistemi corrispondono diversi apporti produttivi, sociali e culturali, diversi regimi alimentari che, per garantire la sopravvivenza, non sono limitati allo sfruttamento delle risorse della propria nicchia ecologica, ma inducono una circolazione e uno scambio di alimenti che si perpetua nel tempo, generando un patrimonio vivo, perché il Mediterraneo «non si è mai rinchiuso nella propria storia, ma ne ha sempre superato i confini»⁶⁷. Anche il deserto sahariano e il Danubio svolgono un ruolo determinante per l'evoluzione culturale del bacino del Mediterraneo, essendo i due percorsi interni adibiti allo scambio di merci con i paesi dell'oriente più estremo, dell'Oceano Indiano, «verso le precoci meraviglie della ceramica, del metallo, dei gioielli, dei profumi, verso i rimedi miracolosi, verso spezie e strani alimenti»⁶⁸, e con i paesi dell'Africa equatoriale come il Senegal e il Niger. Un ruolo notevole è giocato dai fiumi, come il Nilo, che trasportando acqua, fango e limo costruiscono la parte essenziale delle pianure coltivabili. Anche i corsi d'acqua che raggiungono il bacino del Mediterraneo sembrano avere una storia umana, perché l'acqua che scorre si mescola ai fenomeni della natura e al destino personale degli uomini dando vita a diverse civiltà.

Il paesaggista João Antonio Ribeiro Ferreira Nunes sostiene che il paesaggio «significa insieme di segni lasciati sul territorio dalle diverse comunità che lo condividono come mezzo individuale e collettivo di sopravvivenza, segni che si sovrappongono ai segni propri della genesi del territorio, lasciati da trasformazioni estranee alla comunità viva»⁶⁹ e che «paesaggio è anche il complesso sistema di relazioni a cui tali segni corrispondono come manifestazioni percepibili della vita, come segnali che codificano relazioni e che si sviluppano tra individui della stessa comunità e tra individui di comunità diverse con il territorio»⁷⁰. L'interpretazione di paesaggio come sistema di segni, consente di leggerlo come «concetto che corrisponde non a una situazione percepibile visibilmente, ma un funzionamento di cui il percepibile ne è appena la manifestazione, estendendolo alle forme di percezione che trascendono il visivo e lo interpretano attraverso un filtro culturalmente costruito»⁷¹.

Così come il paesaggio, l'intero territorio può essere letto come risultante di una stratificazione di segni portatori di un particolare significato derivato dal contesto e dalle azioni che ne hanno determinato la forma. A tal proposito è utile segnalare la visione di André Corboz che intende il territorio come forma definita da geometrie più o meno regolarizzate

sia per confini, sia per tessuto, sostenendo inoltre che il territorio stesso non è un dato, ma il risultato di diversi processi. Nella trasformazione convergono sia interventi naturali di modifica spontanea, sia interventi antropici, quali irrigazione, costruzione di infrastrutture, terrazzamenti, sbarramenti idrotecnici e gli stessi atti quotidiani dell'agricoltura fanno del territorio uno spazio rimodellato⁷².

A rendere evidente come il bacino del Mediterraneo sia una traccia palese del mosaico di diversità sociali, culturali, ambientali, è il *patchwork* di pattern riconoscibili dalle viste zenitali del territorio che, «nella cruda semplicità che acquistano i paesaggi visti dall'alto»⁷³, può essere quindi inteso come la forma visibile e tangibile (significante) che rinvia a un contenuto (significato) derivato da un sistema di azioni naturali e antropiche intangibili. Si è scelto di riferirsi alla visione planimetrica, in quanto consente di effettuare una lettura ad ampia scala di come il segno in pianta sottenda la coesistenza di una duplice categoria di attributi nella definizione di specifiche forme, colori e textures: attributi naturali, quali aspetti geologici, idrologici, geomorfologici, climatici, vegetali e attributi artificiali, quali infrastrutture e insediamenti connessi, aspetti sociali ed

2.48 - Coltivazioni fragolicole ad Arborea (Sardegna).

2.49 - Vitigni di Volano (Trentino).

2.50 - Vitigni delle Langhe (Piemonte).

2.51 - Coltivazioni di cereali in Siria.



economici.

Ecco, pertanto, che un pattern dalle geometrie rigorose e regolari caratterizza gli areali agricoli di Arborea e Terralba, la cui vocazionalità pedoclimatica, supportata da idonee infrastrutture favorisce la coltivazione fragolica. Alla scacchiera sarda si contrappongono i vitigni che, per adeguarsi ai territori montuosi, costituiscono tasselli irregolari e striati. Si fa qui riferimento, a titolo esemplificativo, ai vitigni che sorgono sui terreni basaltici e pianeggianti di Isera, Volano e Rovereto, nella Vallagarina, ai vitigni autoctoni delle Langhe, o anche ai terrazzamenti di origine Settecentesca di Lamole, nel Chianti che caratterizzano un paesaggio unico «tinteggiato dal viola pallido dei giaggioli a inizio maggio, dal giallo delle ginestre, da fine primavera, dal verde brillante delle viti a quello argentato degli olivi, dai colori più cupi del bosco ai gialli e ai rossi della maturazione autunnale»⁷⁴.

In Siria dove le possibilità agricole sono limitate da non favorevoli condizioni climatiche e dalla povera idrografia, lo stratagemma dell'irrigazione mediante la tecnica delle norie⁷⁵, disegna sul territorio una vasta area definita da una ben più fitta trama di tasselli rettangolari,

2.52 - Coltivazioni di cotone ad Adana (Turchia).

2.53 - Campi agricoli con serre della Piana del Sele (Campania).

2.54 - Risaie di Caorle (Veneto).

2.55 - Risaie di Novara (Piemonte).



dovuta alla notevole frammentazione fondiaria, in piccole proprietà, delle coltivazioni prevalenti di frumento, orzo e cereali, che resistono bene alla siccità. Tasselli leggermente più grandi e, per alcuni tratti delimitati anche dai percorsi fluviali, definiscono la texture, altrettanto parcellizzata e più irregolare, dei terreni di Adana, in Turchia. Tali tasselli sono immagine di una coltivazione eterogenea, che, dai prodotti tipici dell'agricoltura mediterranea, quali cereali, vite, ulivo, agrumi e fichi, mele, mandarini, pesche, albicocche, mandorle e nocciole, che culmina nella fascia costiera in aree ampiamente coltivate a cotone. È proprio la particolare posizione geografica delle calde pianure della costa mediterranea a garantire, inoltre, la coltivazione del cotone che offre alla Turchia una posizione di rilievo a livello mondiale. Mosaici irregolari sono evidenti anche nella Piana del Sele dove i terreni presentano coltivazioni ortofloricole intensive, per buona parte in serra.

Restando in Italia, l'area veneta di Caorle e l'area lombarda del Novarese sono, invece, scenari di risaie. Le prime, ricavate in seguito a interventi di bonifica delle zone semipaludose di Caorle, sfruttano le l'azione delle maree attraverso le acque del Livenza.⁷⁶ Le risaie sono sistemazioni superficiali del terreno adatte alla coltivazione del riso. A questo scopo, il terreno è perfettamente livellato e diviso in vasche molto basse dette camere, mediante piccoli argini di terra alti 30-40cm. La particolare forma di queste camere, derivate dall'intervento antropico finalizzato a ottimali condizioni di semina, diserbo e raccolto, fornisce all'area della Bassa novarese, sede delle risaie Novaro-Vercellesi, da oltre mezzo millennio, il nomignolo di "mare a quadretti". Le piantine di riso, germogliando in primavera, danno infatti vita a tasselli di terra di color verde brillante che, a fine estate, assumono la colorazione giallo-dorata dovuta alla maturazione delle spighe.

2.56 - Saline di Cagliari (Sardegna).

2.57 - Saline di Marsala (Sicilia).



La forma rigidamente geometrica delle risaie evidenzia come l'intervento antropico sovrascriva brani di territorio, contrapponendosi, con tratti e confini lineari, alle geometrie molto più sinuose e naturali definite dall'accostamento di materiali diversi (acqua, terra) dell'ambiente fisico. Questo aspetto è particolarmente evidente per le saline, caratteristiche di quelle zone mediterranee in cui si verifica la compresenza di elevate temperature e condizioni climatiche particolarmente ventose, in grado di fornire le condizioni ideali per l'estrazione e l'essiccazione del sale.⁷⁷ Gran parte di esse sono naturalmente caratterizzate dal ristagno di acque salmastre in lagune a ridosso di aree costiere, come avviene ad esempio a Cagliari, Trapani, Marsala, per quanto riguarda le coste italiane. Le saline sono costituite da una serie di vasche in cui l'acqua evapora per irraggiamento solare. Quelle più esterne, generalmente stagni naturali, sono dette evaporanti, in quanto consentono l'evaporazione dell'acqua che determina un aumento della concentrazione di salinità. Alle vasche più interne e, dai profili più regolari, dette salanti, l'acqua è poi condotta, perché avvenga la precipitazione del sale.

Segno che evidenzia, invece, un accostamento più naturale degli elementi terra e acqua è dato, nel bacino del Mediterraneo dalle ben più estese saline del Lago Maryut d'Egitto che, insieme a quelle del lago Al Manzalah, fanno da contraltari quasi speculari alle immense distese di terra coltivata del Delta del Nilo, dove la costruzione della diga di Assuan ha reso possibile, dal 1971 in poi, la razionalizzazione dell'irrigazione e l'aumento delle superfici coltivabili con palme da dattero, alberi da frutta, ortaggi e cereali.⁷⁸ In netto contrasto col deserto Arabo, cui sottraggono porzione di superficie sabbiosa, vi sono poi le saline egiziane del Sabkhat al-Jabbul, parte dell'omonima Riserva Naturale.⁷⁹

2.58 - Delta del Nilo.

2.59 - Saline di Sabkat al-Jabbul (Egitto).



2.5 Le architetture della Dieta Mediterranea nel disegno antropico del territorio

L'architettura tradizionale mediterranea nasce dall'interazione con il territorio, da quale non è affatto indipendente e, di fatto, interagisce con il suolo, naturale o artificiale, non semplicemente sovrapponendosi e lasciandone intatta la morfologia primitiva, ma facendosi spazio nel suolo stesso, alterandolo e trasformandolo la morfologia, adattandosi ad esso o contraddicendolo, servendosi delle sue materie prime e delle logiche climatiche del luogo per trovare la propria forma. Si è visto al paragrafo precedente che ogni brano di territorio mediterraneo è figlio della collocazione geografica, da cui eredita determinati aspetti climatici e particolari condizioni sociali, economiche e ambientali, per le quali la terra fornisce un prodotto alimentare piuttosto che un altro.

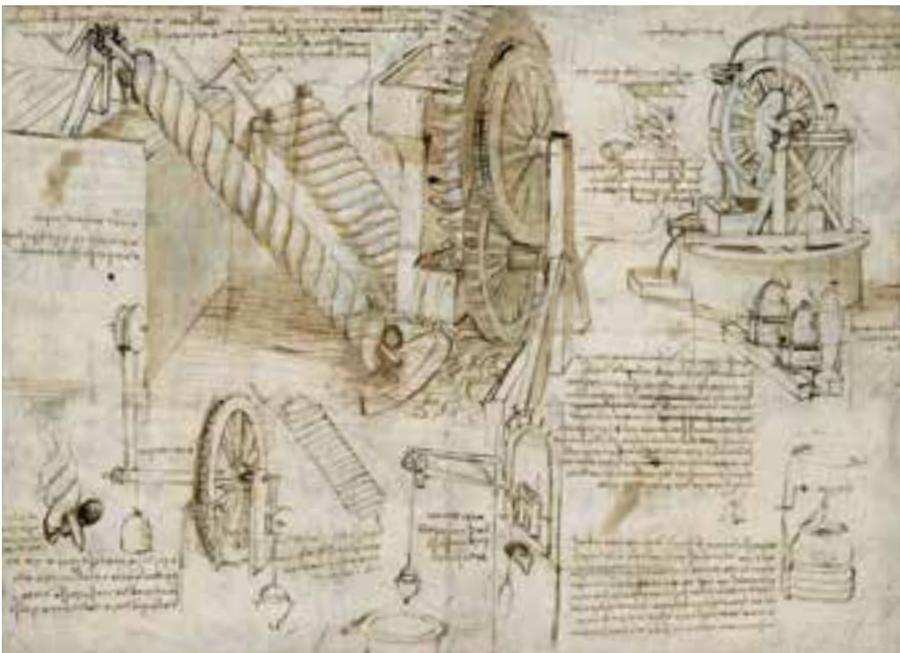
Grazie alla specificità dei propri prodotti, la terra consente di ricavare in maniera spontanea o indotta, mediante espedienti tecnologici e coltivazioni intensive, che il territorio riesce ad arricchirsi nel tempo di paesaggi, scorci visuali, legati ad architetture caratteristiche della dieta mediterranea. Continuando il discorso sulla duplicità interpretativa del concetto di *Dieta Mediterranea*, intesa, da un lato, come stile alimentare e nutrizionale, dall'altro come patrimonio (in)tangibile, per architetture della *Dieta Mediterranea*, mi riferisco, in questa ricerca, proprio a tutti quegli interventi antropici dettati dall'interazione tra l'uomo e il territorio, che si identificano e si pongono in continuità con la morfologia del suolo, riconfigurandolo nel rispetto delle condizioni bioclimatiche, delle esigenze di produzione e conservazione degli alimenti, dei principi di condivisione, cultura e trasmissione dei saperi propri del patrimonio immateriale.

Il passaggio di scala, dal territorio all'architettura, determina anche un passaggio di lettura, dallo zenitale a un punto di vista più interno, interessando le trasformazioni legate al modo in cui, all'interno dei territori mediterranei si inseriscono, integrandovisi, paesaggi e architetture della *Dieta Mediterranea*.

Una trattazione e/o una catalogazione ampia e dettagliata di tali architetture ne richiederebbe un censimento approfondito che esula dallo scopo della presente ricerca, ma, per aprire la strada ad ulteriori interventi di ricerca applicata, è interessante operare almeno una classificazione di carattere generale, distinguendo le architetture proprio in base al modo in cui esse interagiscono col suolo, rispettando logiche che possiamo definire di tipo 'emersivo' e/o 'immersivo'. La logica di tipo 'emersivo' è

tipica di quelle architetture che riempiono lo spazio naturale con artefatti che conservano le proprie intrinseche caratteristiche; la logica di tipo 'immersivo' riguarda la trasformazione della morfologia del supporto attraverso la definizione di spazi ipogei asportando materia dal suolo. In termini più poetici, si potrebbe definire architetture emersive quelle che rimandano all'archetipo della capanna; nelle architetture immersive l'uomo ripercorre invece il rito primitivo della caverna per il quale il suolo diviene materiale della stessa architettura. Entrambe queste logiche applicate a tali artefatti della Diaeta Mediterranea, non riflettono mai una negazione del luogo, ma contribuiscono al ri-disegno antropico del territorio, alla sua conformazione paesaggistica a seconda del bene o della macrocategoria di bene alimentare che risulta essere la risorsa principale del territorio stesso. Esse si ergono o si immergono dal e nel suolo, rispettando, da un lato le caratteristiche bioclimatiche del luogo, dall'altro le reali e specifiche esigenze che la corretta produzione e la conservazione del prodotto alimentare richiedono. Anch'esse quindi possono essere lette quali segni tridimensionali visibili che sottendono un contenuto definito da attributi naturali e artificiali.

Un ulteriore parametro di classificazione distingue invece, le architetture destinate alla produzione da quelle destinate alla vendita o al consumo degli alimenti. Mentre al primo tipo appartengono architetture spesso legate al funzionamento agricolo e quindi, acquedotti, serre, mulini, silos,



2.60 - Disegni di mulini di Leonardo da Vinci.



2.61 - Mulini a vento di Consuegra (Spagna).

2.62 - Mulini di Kato Myli (Mikonos).

2.63 - Mulini delle saline di Marsala (Sicilia).

cantine, frantoi, pastifici; al secondo appartengono i mercati; al terzo i luoghi adibiti alla ristorazione pubblica e, per estensione, agli ambienti termali, in quanto spazi di condivisione, dialogo e cultura.

Il discorso è qui condotto seguendo un'argomentazione di carattere generale che prevede un approfondimento sulle serre, in quanto oggetto del *case study* della presente ricerca.⁸⁰

Alle architetture di 'tipo emersivo' appartengono le strutture la cui forma deriva dall'utilizzo di energia idrica, eolica, prima che elettrica, quali i mulini a vento o a acqua. I primi sono strutture di forma generalmente troncoconica sormontata da una cupola che, orientata dal vento, dispone le pale in modo da poter ruotare e azionare, o una macina, o, nel caso di mulini a pompa utilizzati ad esempio nelle saline, di attivare il meccanismo della cosiddetta vite di Archimede. Per la particolare forma architettonica questi mulini conformano spazi dall'elevato valore paesaggistico e culturale, come accade in Andalusia o a Kato Myli a Mykonos, o ancora sulle coste



siciliane di Marsala e Trapani. Nei mulini ad acqua, la forza derivata dal movimento di questo elemento, catalizzata dalla rotazione delle pale di una ruota o di una turbina, determina la rotazione dell'asse che aziona gli altri macchinari di un mulino. Tale ruota può essere disposta in posizione verticale, con l'asse di rotazione orizzontale, ricevendo il flusso d'acqua dal basso o dall'alto mediante la forza gravitazionale, o in posizione orizzontale rispetto al canale il cui livello d'acqua deve essere tenuto sufficientemente al di sopra della ruota stessa con una diga o una briglia munita di paratoia. Accanto ai mulini, nelle aree agricole o negli impianti salini coesistono delle particolari strutture di forma cilindrica con fondo svasato, simile a una torre, o orizzontale "a trincea" destinato allo stoccaggio di foraggi, grani o sale: i silos. Per questi, forma e struttura sono in stretto rapporto con la funzione di conservare in ambiente ermeticamente chiuso grandi masse di granaglie in modo da facilitare operazioni di riempimento e scaricamento. Oltre ad essere costruiti prevalentemente in acciaio e cemento armato, in quanto materiali non degradabili, la forma ideale è quella cilindrica a generatrici verticali, che, in quanto superficie a curvatura semplice, consente uno sfruttamento omogeneo di tutto il materiale ripartendo uniformemente i carichi e offrendo maggiore resistenza alla spinta data dalla pressione orizzontale delle granaglie. Questa forma, insieme alla levigatura delle superfici interne, garantisce una minore superficie di contatto dell'alimento con l'aria e quindi minore quantità di prodotto a rischio inquinamento e una forte pressione data dall'altezza che facilita l'operazione di svitaggio, aumenta la capienza escludendo un maggiore volume d'aria.

Un'altra peculiare architettura della Diaeta Mediterranea di tipo emersivo è il pastificio, la cui particolare forma a terrazza e la collocazione geografica



2.64 - Antico mulino a vento di Trapani (Sicilia).
2.65 - Mulino a vento nelle saline di Trapani (Sicilia).



2.65 - Rudere di un antico mulino ad acqua della Valle dei Mulini (Gragnano).

2.66 - Filari di pasta in piazza Trivione (Gragnano).

2.67 - Filari di pasta in via Roma (Gragnano)



in località dal clima particolarmente soleggiato come le coste Campane e Liguri, sono dovute alla necessità derivata dal processo di essiccazione al sole della pasta. È interessante notare inoltre come tali architetture sorgono storicamente nei pressi di mulini ad acqua per la macinazione del grano, come ad Amalfi e Gragnano. Soprattutto Gragnano è emblematica per il modo in cui lo sviluppo economico derivato dal suo essere divenuta - sfruttando i 30 mulini ad acqua della Valle dei Mulini - nel Seicento centro di fornitura di grano a tutto il Regno, abbia indotto nel Settecento e nell'Ottocento alla realizzazione di interventi di carattere urbanistico che hanno definito luogo e configurazione del centro cittadino in funzione delle differenti esigenze stagionali di essiccazione della pasta. Inoltre, per facilitare l'esportazione ai mercati di Torino, Firenze e Milano è realizzata un'apposita linea ferroviaria da Gragnano a Napoli, inaugurata il 12 maggio 1885.

Ulteriori esempi di architetture emersive la cui conformazione spaziale è legata alla tipologia di alimento o prodotto alimentare, e alla specifica funzione svolta dalla struttura rispetto al ciclo di produzione o conservazione del prodotto alimentare, oltre alle serre, di cui si parlerà più avanti, sono le tonnare siciliane di cui la maggior parte ormai è archeologia industriale. Oggi sono forme vuote, che definiscono brani di paesaggio tra mare e cielo, ma nascono come delle cattedrali a più navate per svolgere la funzione di ospitare le barche dopo la mattanza.

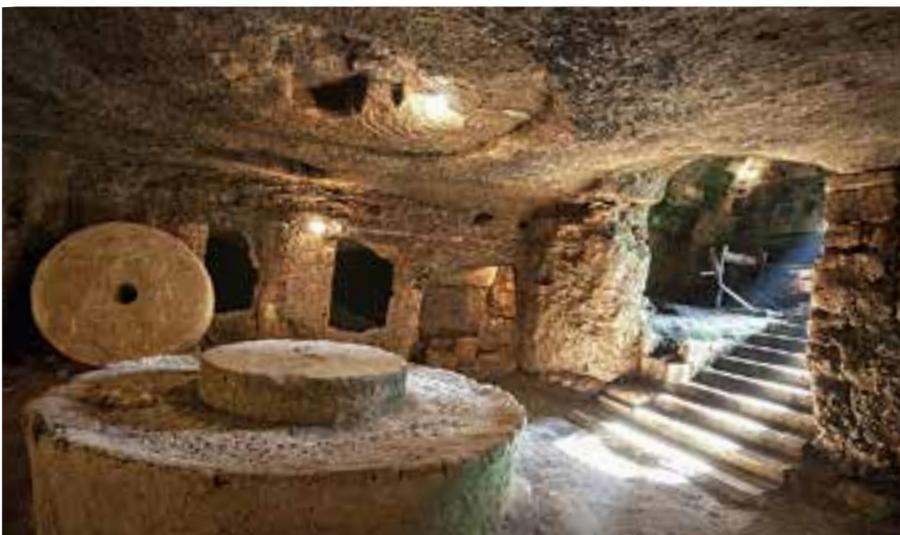
Posizione intermedia è quella in cui possono essere inseriti gli acquedotti, in quanto, per condurre l'acqua dai punti più elevati ai centri cittadini, sfruttando la sola forza gravitazionale e seguendo le caratteristiche naturali del terreno, se da un lato definiscono modifiche del paesaggio mediante la realizzazione di arcate, e danno luogo alle architetture emersive del *castellum aquae*, dall'altro necessitano di molteplici percorsi ipogei definiti da canali scavati nella roccia.

Tra le architetture della Diaeta Mediterranea di 'tipo immersivo' sono contemplate le cantine e i frantoi ipogei tra cui quelli del Salento. Il Salento è, infatti, il paesaggio specchio della civiltà contadina che ha prodotto, accanto alle coltivazioni agricole, sapienti artifici di architettura rurale servendosi della pietra locale, custodendo per secoli le antichissime tradizioni di coltivazione dell'olivo e produzione di olio che sembrano risalire al VII e all'VIII sec. a.C., quando è introdotto dai navigatori Fenici. La fiorente produzione di olio rende nel tempo le province salentine e in particolare Gallipoli luoghi di commercializzazione anche degli scarti derivati dalla lavorazione dell'olio e destinati al mercato del sapone di

Marsiglia. Questo è solo uno dei tantissimi esempi di come i prodotti della Diaeta Mediterranea siano anche ingredienti principali non solo di generi alimentari, ma anche cosmetici che collaborano al benessere e alla salute del corpo, sia dall'interno, che dall'esterno.

I frantoi ipogei salentini, i *Trappitu* (da *trapetum*=frantoio), sono scavati nella roccia calcarea a una profondità tra il suolo esterno e l'intradosso della volta interna dagli 0,8 ai 2,00 m. Questa particolare forma è dovuta, sia alla caratteristica litologica del materiale che lo rende facilmente lavorabile, sia alla temperatura sotterranea che semplifica la lavorazione dell'olio di oliva: solidificando, quest'ultimo, al di sotto dei 6°C, necessita infatti di un ambiente a temperatura tiepida e costante, assicurata solo da un sotterraneo riscaldato dai lumi accesi giorno e notte e dalla stessa fermentazione delle olive, nonché dal calore prodotto dal lavoro degli operai e dalla presenza delle stalle. Francesco di Giorgio Martini, nel suo *Trattato di Architettura civile e militare*, dice a proposito dell'olio, infatti, che essendo l'olio caldo e umido come il vino [...] niente di meno rende l'olio disposto a corrompersi facilmente dopo la preparazione della frigidità e advento del calore.⁸¹ La funzionalità del locale ipogeo è anche legata all'esigenza di mantenere l'olio lontano da fonti di luce diretta, infatti, l'unico varco per la luce è dato da uno o due fori praticati al centro della volta del vano principale dove è collocata la macina.

Alla stessa stregua dell'olio, il vino necessita di una temperatura costante per la conservazione. Per questo motivo Andrea Palladio⁸² sostiene che le cantine si deon fare sottoterra, rinchiuse, lontane da ogni strepito, e da ogni rumore e fetore, e deon avere il lume da levante, ovvero da settentrione per

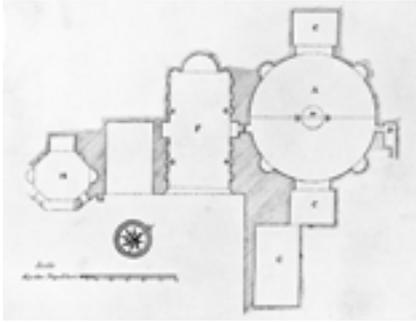


2.68 - Interno di un *Trappitu* salentino (www.salentograndtours.com).

2.69 - Tonnara di Favignana (Sicilia), prima del restauro.

2.70 - Interno della Tonnara di Favignana con barche.





2.71 - Pianta delle Terme di Mercurio del Paoli (Baia).

2.72 - Disegno delle Terme di Mercurio del Paoli (Baia)

evitare di surriscaldarsi diventando deboli e guasti. Nelle cantine, così come nei frantoi ipogei torna il mito della caverna come luogo cosmogonico e di iniziazione per eccellenza dove avviene la seconda nascita, il passaggio dalle tenebre alla luce, la trasformazione del frutto in fluido, del mosto in vino.

Come accennato poc'anzi, un discorso a parte meritano i mercati e le terme, in quanto, il primo è luogo di vendita e il secondo luogo adibito al benessere psicofisico dell'individuo, ma entrambi luoghi di cultura e socializzazione.

Per quanto riguarda le terme, impianti che sfruttano i benefici terapeutici dell'acqua, elemento principale della diaeta mediterranea, non assumendola per ingerimento, bensì esponendo ad essa la parte esteriore del corpo ricavandone benessere. Quest'ultimo trova la sua completezza nel fatto che le terme di architettura romana sono luoghi pubblici che, oltre a svolgere un ruolo terapeutico, fungono anche da poli urbani di socializzazione e ritrovo. Esse sorgono come architetture di tipo immersivo, in quanto le più antiche, come le Terme di Mercurio a Baia, sfruttano i fenomeni di vulcanismo dell'area flegrea presentandosi come ambienti scavati nel fianco vulcanico della collina. Addentrandosi nei locali più interni, questi diventano sempre più caldi, in quanto più vicini al calore naturale delle fumarole.

Le 'Terme di Mercurio' presentano, infatti, un ambiente individuato come *frigidarium* o un *laconicum* di pianta circolare, sormontato da una cupola emisferica con oculo centrale per l'ingresso della luce, alimentato da canali per il trasporto dell'acqua e circondato da altri ambienti destinati ad ulteriori camere termali. La forma a cupola e il *lumen* centrale, oltre a creare un ambiente catartico, sono funzionali allo scopo di trattenere il vapore caldo oltre a svolgere un ruolo termodinamico.

Come le terme, anche gli *hammàm*, - la maggior parte dei quali presenti in Turchia, Giordania, Damasco, Marocco - le cui struttura e forma ricalcano quelle delle terme romane, svolgono funzione culturale e sociale di luoghi di incontro, passatempo, oltre che di cura per il corpo, mettendo ancora una volta a sistema, per il raggiungimento di un benessere psicofisico totale, uno spazio architettonico racchiuso, gli effetti benefici di un elemento naturale della Diaeta Mediterranea, la socializzazione.

Note

- ¹ M. V. Pollione, *De Architettura*, trad. it. S. Ferri, BUR Rizzoli, Milano, 2002, Libro II, cap.I, p. 135
- ² cfr. Arch. Lance Hosey, *Food for Thought*, in *in the CAUSE of ARCHITECTURE. An online journal of Ideas from Architectural Record*, consultabile all'indirizzo web: <http://archrecord.construction.com/inthecause/1103food/andArchitecture.asp>
- ³ M. V. Pollione, *Op. cit.*, p. 135
- ⁴ M. Montanari, *Il cibo come cultura*, Laterza, Roma, 2004
- ⁵ http://www.montesquieu.it/biblioteca/Testi/Angelini_cultura.pdf
- ⁶ A. C. Quatremère de Quincy, *De l'Architecture égyptienne*, in G. Teyssot, *Mimesis dell'architettura*, Marsilio, Venezia, 1985, p.23
- ⁷ F. Fernandez-Armesto, *Storia del cibo*, Bruno Mondadori, Milano, 2010
- ⁸ un approfondimento sui diversi usi delle specie vegetali è condotto al paragrafo 5.4 della presente ricerca
- ⁹ G. Rago, *Architettura e Cibo*, in (a cura di) T. Artioli, *D'Artegnam. Dalla cucina della sopravvivenza all'arte del gusto tra Bologna, Ferrara e Modena*, Pendagrone, Bologna, 2011, pp.119-121
- ¹⁰ B. Rudofsky, *Le meraviglie dell'architettura spontanea*, Laterza, Bari, 1979, p.27 - Trad. it. di R. Pedio del testo: R. Rudofsky, *The prodigious builders*, Hartcourt Brace Jovanovich, New York and London, 1977
- ¹¹ *Ivi.*, p.18
- ¹² *Ivi.*, p.22. Qui Rudofsky riporta l'ipotesi dell'abate paleontologo Breuil
- ¹³ *Ivi.*, p.18
- ¹⁴ cfr. D. Deperini, "Casoni" e "casite": la conservazione della tradizione in aree transfrontaliere, in (a cura di) P. Bertozzi, A. Ghini, L. Guardigli, *Le forme della tradizione in architettura. Esperienze a confronto*, Franco Angeli, Milano, 2005, pp 177-189
- ¹⁵ AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, vol. I, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990, p.671
- ¹⁶ AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, vol. II, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990, p.2
- ¹⁷ si rimanda al paragrafo 5.3 della presente ricerca, in quanto nel *triclinium* della *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 42), il tavolo della mensa è costituito dalla superficie d'acqua
- ¹⁸ cfr. paragrafo 1.6 della presente ricerca
- ¹⁹ cfr. L. De Santis, *Le trame dell'Architettura*, La Città del Sole, Napoli, 2000, p.22

²⁰ cfr. L. De Santis, *Op. cit.*

²¹ l'aspetto relativo alla necessità intrinseca dell'uomo a rifugiarsi e quindi aprirsi all'esterno è emerso durante la mia intervista personale all'antropologo Marino Niola, in data 18 novembre 2013

²² B. Falcone, *CIBO-ARCHITETTURA, segni, luoghi e forme*, Tesi di dottorato in Composizione Architettonica e Progettazione Urbana, ciclo XIX, discussa il 5 giugno 2007

²³ cfr. paragrafo 5.1 della presente ricerca

²⁴ cfr. Arch. Lance Hosey, *Op. cit.* (cfr. nota n.2)

²⁵ cfr. paragrafo 3.1 della presente ricerca

²⁶ <http://www.mcdonalds.it/azienda/ambiente/ristorante-verde-dilainate>

²⁷ <http://www.ifgroup.org>

²⁸ <http://www.wienerwald.eu/>

²⁹ <http://ifgroup.org/en/project/799/wienerwald-2/?sector=20>

³⁰ <http://ifgroup.org/en/project/5452/not-guilty/>

³¹ B. Schmitt, *Experiential Marketing*, in *Journal of Marketing Management*, 1999, 15, pp. 53-67

³² cfr. T. Aglieri Rinella, *Food Experience. Design e architettura d'interni*, Postmedia books, Milano, 2014, p.72

³³ cfr. B. Schmitt, *Op. cit.*

³⁴ cfr. T. Aglieri Rinella, *Op. cit.*, p.30

³⁵ <http://www.asolaristorante.it>

³⁶ cfr. T. Aglieri Rinella, *Op. cit.*, p.71

³⁷ B. Rudofsky, *Op. cit.*, p.45

³⁸ cfr. paragrafo 2.1 della presente ricerca

³⁹ <http://www.i-bar.ch>

⁴⁰ <http://mindstorm.com>

⁴¹ <http://blacksheep.uk.com/project/inamo/all>

⁴² M. Niola, *Miti d'oggi*, Bompiani, Milano, 2012

⁴³ estratto dal discorso dell'antropologo M. Niola durante l'intervista rilasciatami il 18 novembre 2013

⁴⁴ <http://www.tasteofrunway.com>

⁴⁵ G. Marrone, *Goodman in cucina: le attivazioni di Babette*, in N. Perullo (a cura di), *Cibo, estetica e arte*, ETS, Pisa, 2014, p.70

⁴⁶ *Ibidem*

⁴⁷ Si riporta qui parte dell'intervista rilasciata da G. Marrone, professore di Semiotica dell'Università di Palermo, all'agenzia Greeno. Il testo completo è consultabile su: <http://www.greeno.it>

- ⁴⁸ G. Marrone, *Op. cit.*, p.71
- ⁴⁹ cfr. G. Marrone, *Op. cit.*
- ⁵⁰ T. Marinetti, *Manifesto della Cucina Futurista*, in «COMOEDIA», XIII, (1931), Rizzoli & C., Milano
- ⁵¹ *Ibidem*
- ⁵² cfr. paragrafo. 3.1 della presente ricerca
- ⁵³ *Treccani.it, l'Enciclopedia Italiana*, “sensorium”, su <http://treccani.it>
- ⁵⁴ E. Pontiggia (a cura di), *Wassili Kandinsky. Lo spirituale nell'arte*, SE, Milano, 2005, p.43
- ⁵⁵ *Ivi*, p.44
- ⁵⁶ *Ibidem*
- ⁵⁷ *Ivi*, p.45
- ⁵⁸ G. Marrone, *Gustare con gli occhi. L'enunciazione in Masterchef*, in M. Leone (a cura di), *Lexia 17-18 “Immagini efficaci”*, Aracne, Roma, 2014
- ⁵⁹ G. Marrone, *Gastromania*, Bompiani, Milano, 2014, p.5
- ⁶⁰ cfr. L. Manna, *Digital Food Photography*, Thomson, Boston, 2005
- ⁶¹ G. Marrone, *Gastromania*, Bompiani, Milano, 2014, p.9
- ⁶² G. Marrone, *Cucinare senza senso. Strategie passionali e significazione spaziale in «Masterchef»*, in STUDI CULTURALI - ANNO X, N. 2, agosto 2013, pp. 235-251
- ⁶³ *Ibidem*
- ⁶⁴ *Ibidem*
- ⁶⁵ cfr paragrafo 2.1 della presente ricerca
- ⁶⁶ F. Braudel, *Memorie del Mediterraneo*, Bompiani, Milano, 2010, p.32
- ⁶⁷ *Ivi*, p.33
- ⁶⁸ *Ivi*, p.24
- ⁶⁹ J. A. Ribeiro Ferreira Nunes, *Infrastruttura e paesaggio. Infrastruttura è paesaggio*, in (a cura di) E. Prandi, *Saggi su architettura e città*, Festival Architettura Edizioni, Parma, 2008, p.381
- ⁷⁰ *Ibidem*
- ⁷¹ *Ivi*, p.382
- ⁷² cfr. A. Corboz, *Il territorio come palinsesto*, in «Casabella», 516, 1985, pp. 22-27
- ⁷³ F. Braudel, *Op. cit.*, p.24
- ⁷⁴ <http://www.itervitis.eu>
- ⁷⁵ Le norie sono enormi ruote lignee munite di mastelli in legno che immersi si riempiono d'acqua che poi riversano in un canaletto per consentire l'irrigazione dei terreni agricolo.
- ⁷⁶ cfr. A. Lazzarini, *Fra terra e acqua: l'azienda risicola di una famiglia veneziana*

nel Delta del Po, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, 1990, pp 114-115

⁷⁷ <http://www.trapani-sicilia.it/saline.htm>

⁷⁸ cfr. L. Milledrogues, *Egitto*, Touring Club Italiano, Milano, 2004, p.32

⁷⁹ <http://geostoria.weebly.com/agricoltura-in-egitto.html>

⁸⁰ cfr. paragrafo 6.2 della presente ricerca

⁸¹ F. di Giorgio Martini, *Trattato di architettura civile e militare*, S.n., Torino, 1841, p.50

⁸² A. Palladio, *I quattro libri dell'architettura*, Venezia, 1570

La brand experience territoriale

3.1 Il marketing esperienziale

Nel capitolo precedente si è analizzato il modo in cui il rapporto tra architettura e alimentazione si sia evoluto, passando da pratica spontanea, derivata da esigenze primarie, a progetto di brand, legato a differenti strategie di marketing, soprattutto di tipo esperienziale.

Per dirla alla Schimtt, psicologo e professore di International Business al Dipartimento di Marketing del Columbia Business School¹ (New York), la strategia di marketing esperienziale si contrappone a quello che egli stesso definisce marketing “tradizionale”², riferendosi a un canone di principi, concetti e metodologie attuate dai *marketing academicians* e *practitioners* e legati prevalentemente alla natura del prodotto, al comportamento del consumatore e alla competitività del prodotto stesso sul mercato.

Il marketing esperienziale sorge come risposta, non all’epoca industriale, ma alla rivoluzione dell’informazione e della comunicazione, considerando che l’equilibrio del *brand* consiste di patrimoni a esso legati, al suo nome e al simbolo, la cui vera essenza è l’essere ricca risorsa di associazioni sensoriali, affettive e cognitive che offrono memorabili e gratificanti *brand experiences*.³ Per *brand*, infatti, non si intende il logo o il marchio registrato, icona identificativa dell’azienda, «piuttosto una passione, un sentimento forte nei confronti di un prodotto, un’azienda o un servizio, che si esprime e si identifica in una serie di valori che lo rendono unico e irripetibile»⁴, esplicandosi nelle campagne di comunicazione, negli eventi, nelle persone che compongono l’azienda, nella realizzazione di un idoneo spazio

commerciale. Senza addentrarsi in un'ampia trattazione sul marketing, è interessante però aprire una parentesi schematica che evidenzia le differenze essenziali tra il marketing tradizionale e quello esperienziale, in modo da tentare di comprendere meglio il passaggio dalla ricerca spontanea di benessere, alla standardizzazione del gusto e dello spazio, al moderno *healthy lifestyle*, prima di specificare come il marketing, territoriale ed esperienziale, sia fondamento del *case study* della presente ricerca.

Il *lifestyle*, che si sostituisce concettualmente al significato di 'stile di vita' della *dieta*, è la «consapevolezza che il brand rappresenti uno stile di vita prima ancora che un prodotto»⁵, fornendo una forte motivazione all'acquisto e inserendo il consumatore in una sorta di circolo esclusivo di cui condividere nuovi valori e simboli. Lo stesso spazio è studiato come «trasposizione fisica degli ideali della marca, in cui immergersi completamente nei valori e nello stile di vita che il brand propone»⁶.

Come per lo spazio di consumo alimentare, il marketing può essere integrato, come si vedrà in questo capitolo, quale strumento di indagine, lettura e di trascrizione della conoscenza materiale e immateriale di un territorio inteso come prodotto, mediante la comunicazione e la rappresentazione.

Sintetizzando il pensiero di Schmitt⁷, sia il marketing tradizionale, sia quello esperienziale sono rispettivamente basati su quattro caratteristiche chiave (schema 3.1), che risultano essere:

1. Focus su servizi e benefici funzionali;
2. Categorie di prodotto e competitività ben definite;
3. Consumatori intesi come decision-makers razionali;
4. Metodi e strumenti analitici, quantitativi e verbali;

per il marketing tradizionale.

Per il marketing esperienziale, invece, le caratteristiche chiave diventano:

1. Focus sull'esperienza del consumatore;
2. Focus sul consumo come esperienza olistica;
3. Consumatori intesi come animali razionali ed emozionali;
4. Metodi e strumenti Eclettici.

Confrontando per punti corrispondenti queste otto caratteristiche chiave, si evidenzia come il passaggio dal brand inteso come ID (*identifiers*), relativo a un prodotto nelle accezioni di servizi e benefici funzionali, al brand inteso come EX (*experience*), quindi risorsa connotata di associazioni sensoriali, affettive e cognitive, abbia indotto un'evoluzione dei valori. Di conseguenza:

1. I valori funzionali che il consumatore utilizza nel marketing tradizionale come elementi di comparazione nella scelta del prodotto che più risponde

alle proprie esigenze, sono sostituiti da valori sensoriali, emozionali, cognitivi e comportamentali;

2. Il concetto di categoria del prodotto è esteso all'esame della situazione di consumo nel contesto socio-culturale, spostando l'attenzione dal prodotto singolo, inteso come unico termine di paragone, al SCCV (vettore socio-culturale di consumo), che consente di modificare, non il prodotto, ma il ruolo che esso è invitato a svolgere rispondendo alle mutate esigenze contestuali;

3. Il consumatore non è considerato solo nel suo essere razionale, che prende decisioni dettate da un preciso ordine gerarchico di soddisfazione delle esigenze (riconoscimento della necessità, ricerca delle informazioni, valutazione delle alternative, acquisto e consumo), ma è anche un animale emozionale, intendendo con 'animale' la complessità fisica e mentale dell'individuo che è portato a generare e soddisfare pensieri e sentimenti legati a uno spirito evolutivo ancestrale;

4. I metodi analitici e qualitativi nella valutazione della scelta di un prodotto sono integrati da metodi intuitivi e qualitativi, verbali (quali *focus group* e interviste) e visuali-percettivi.

Secondo quest'ottica, lo schema esemplificativo di Schmitt⁸, di cui si offre una rielaborazione nella scheda 3.1, evidenzia come lo stesso hamburger, possa essere un 'pasto occasionale' se inteso come categoria di prodotto, e divenire un *healthy lifestyle*, se il suo consumo è adattato al contesto socio-culturale mediante un SCCV (Socio-Culture Consumption Vector) definito dal marketing sensoriale.

Questo è proprio quanto accade ai *brand* citati nel paragrafo 2.2 della presente ricerca.

Il passaggio da categoria di prodotto a esperienza, apre le porte alla definizione dei cinque moduli strategici esperienziali (SEMs) e ai *providers* di esperienza (ExPros) del marketing sensoriale di Schmitt⁹, dove i primi sono riferiti a circoscritti domini funzionali della mente e del comportamento includendo (v. scheda 3.1):

. la *sense experience* - o marketing sensoriale - che stimola i sensi con l'obiettivo di creare esperienze plurisensoriali attraverso vista, udito, tatto, gusto e olfatto.

. la *feel experience*, che coinvolge i sentimenti creando esperienze affettive legate alle sensazioni positive del brand per generare forti emozioni di gioia e sfida;

. la *think experience*, che attiva l'intelletto creativo del consumatore, facendo leva sui suoi pensieri convergenti e divergenti, con l'obiettivo di produrre

esperienze cognitive di *problem solving* stimolando la sorpresa, l'intrigo e la provocazione;

. la *act experience*, legata ad esperienze che coinvolgono nell'interazione e fisicità, mostrando modi alternativi di fare cose, stili di vita altri e interazioni, per rendere più intensa l'esistenza del consumatore, motivandola con modelli di esempi;

. la *relate experience* - o marketing relazionale - che comprende tutti i precedenti quattro moduli, mettendo in relazione i consumatori con un gruppo e con il proprio io ideale, con i sentimenti privati e con il contesto culturale, riferendosi al più profondo desiderio di progresso personale, del proprio stato socio-economico e della propria immagine. Questi stimoli relazionali evidenziano un gruppo di persone identificabili come *target*

3.1 - Schema 3.1: confronto tra marketing tradizionale e marketing esperienziale per evidenziare il cambiamento di valori che traducono un pasto veloce in un'esperienza olistica di consumo, trasformando l'antico stile di vita nel contemporaneo *lifestyle*.



consumer associati da interessi o aspirazioni comuni con cui coltivare un rapporto diretto, mediante relazioni *one-to-one* stabili e durature, finalizzate a una fidelizzazione costante e continua.¹⁰

Se il marketing esperienziale si basa più sul consumo che sul prodotto in sé, l'obiettivo primario di questa strategia è proprio quello di individuare quale sia il tipo di proposta che valorizzi al meglio il prodotto. Il consumatore è, in tal modo, raggiunto in maniera più efficace rispetto al marketing tradizionale, in quanto coinvolto in un'esperienza memorabile che supera le sue aspettative, vedendone anticipati e soddisfatti desideri inconsci che creano un profondo e personale legame emotivo di fidelizzazione tra cliente, azienda e prodotto. D'altro canto, l'azienda riesce a raggiungere contemporaneamente tre classici obiettivi strategici: differenziazione, motivazione all'acquisto e generazione di valore aggiunto, mediante campagne che si impongono in maniera attraente nella mente del consumatore, stimolando, in maniera sinestetica, i livelli dell'inconscio e del subconscio.

Un ruolo specifico è svolto dalla comunicazione polisensoriale, quale «strategia che mira a offrire al consumatore emozioni ed esperienze attraverso l'uso sinergico e coordinato dei cinque sensi»¹¹, il cui stimolo contemporaneo coinvolge la vista, primo veicolo comunicativo, l'udito, per il quale è stato studiato il modo in cui i ritmi musicali si ripercuotono sui comportamenti d'acquisto, il tatto che è suggestionato da materiali che offrono sensazioni di benessere, il gusto e l'olfatto. Il marketing sensoriale si evolve, infatti, anche in ulteriori specializzazioni del marketing dei sensi: 'olfattivo', che abbina profumazioni a prodotti, ambienti e marche per offrire un plusvalore nel rapporto col consumatore, sfruttando il forte potere evocativo posseduto dagli aromi, il cui odore è in grado di riportare a situazioni passate in modo istintivo e inconscio, creando impatto emozionale, ricordo e benessere; 'tattile', in quanto il tatto, per la sua qualità di immaginazione materiale e per la valenza sensuale, è lo strumento di mediazione e apprendimento del mondo circostante che consente di percepire l'essenza profonda e la promessa d'uso di un prodotto, la consistenza, il calore, la superficie, ecc.; 'gustativo' che, da un lato, supera il concetto della 'voglia di qualcosa di buono', per stupire con accostamenti inediti e quasi sacrileghi, di sapori ed essenze che portano a sovvertire e trasgredire le regole della tradizione, dall'altro introducendo il bisogno di ritrovamento del gusto perduto e ancestrale, reinterpretato nei prodotti biologici, dall'altro ancora 'insaporendo' prodotti come utensili, cosmetici, saponi, dentifrici e colluttori per simularne maggiore 'bontà' ed

efficacia funzionale.¹² Non entreremo qui nello specifico di queste ulteriori specializzazioni del marketing esperienziale, in quanto, riferendoci a un bene (in)tangibile quale quello della *Diaeta* Mediterranea, nessun senso può escludere l'altro. Gli stessi casi studio, analizzati nel paragrafo successivo e considerati quali *best practices* per la definizione del progetto finale della presente ricerca, dimostrano, infatti, come nella salvaguardia dei beni immateriali siano indispensabili interventi che coinvolgano attivamente l'individuo, mediante la fruizione di un prodotto territoriale e immateriale che lo coinvolga in un'esperienza completa e multisensoriale.

3.2 Uomo e Territorio: coautori del processo di sviluppo

Quanto finora espresso sul marketing esperienziale, vale non solo per gli spazi del consumo alimentare o per prodotti commerciali, ma anche per i territori, in quanto luoghi in cui assaporare un'esperienza di benessere che trova nel paesaggio un ideale teatro, da contemplare come attori e spettatori. Un paesaggio non solo visivo e panoramico, ma anche olfattivo, uditivo, gustativo e tattile, in quanto caratterizzato dai profumi della vegetazione, dal suono del vento e dei corsi d'acqua, dal silenzio, dai prodotti alimentari locali, dal contatto con gli elementi naturali e artificiali. In questo modo si offre una nuova immagine di territorio, connotato di valori naturali, tradizionali, specifici e identitari, che consentono di applicare offerte turistiche diversificate da luogo a luogo e anche di individuare reti di territori per la definizione di un'offerta ampia. Questi valori, naturali e antropici, sommati agli aspetti amministrativi, imprenditoriali, economici e sociali, fanno del territorio un 'sistema-prodotto' che, per svilupparsi e restare attrattivo dal punto di vista turistico, deve adeguare costantemente la propria offerta al variare della domanda. Anche per il territorio si può quindi parlare di 'contesto di mercato' in cui coesistono un 'prodotto' da offrire (il progetto urbano-territoriale), una 'domanda' che richiede e utilizza il prodotto (cittadini residenti, turisti, imprese locali ed esterne), un 'offerente' che lo propone e lo comunica (Stato, Enti locali, organismi territoriali). Lo stesso territorio indossa, nel mercato così definito, al contempo, le vesti di prodotto e impresa da destinarsi a molteplici finalità. Il territorio, infatti, secondo Magnaghi, esponente della scuola territorialista, è «un esito dinamico, stratificato, complesso di successivi cicli di civilizzazione; è un complesso sistema di relazioni tra comunità insediate e loro culture e ambiente», ed essendo in continua evoluzione è

un «organismo vivente ad alta complessità»¹³.

Il mercato urbano-territoriale, in quanto «contesto sociale, politico, economico con caratteristiche di attrazione per quanto offre ai vari destinatari»¹⁴ è, quindi, individuato da un processo interattivo tra uomo e territorio/città, dove l'uomo è inteso come singolo e come collettività che si relaziona, fa cultura e alimenta rapporti di interscambio tra domanda e offerta.

In questo mercato, la città/territorio agisce e predispone la sua offerta coinvolgendo un gran numero di soggetti/attori territoriali che, a vario titolo, interagiscono tra loro secondo un sistema di relazioni volte a predisporre la giusta offerta per riscontrare le esigenze della domanda. (schema 3.2)

Questi soggetti/attori si suddividono, secondo i ruoli che svolgono all'interno del mercato, in :

- . Soggetti/Attori della domanda: sono i destinatari dell'offerta, ossia gli *stakeholder*, che non svolgono solo il ruolo di utilizzatori dell'offerta, ma partecipano attivamente alla sua definizione e si suddividono in *stakeholder* interni (residenti, lavoratori, proprietari di terreni, ...) e *stakeholder* esterni (turisti, pendolari, investitori, ...);
- . Soggetti/Attori dell'offerta: è il territorio stesso con tutte le sue caratterizzazioni materiali e immateriali, le infrastrutture, i servizi e le funzioni di destinazione che si espletano in vari ambiti (schema 3.2) e di

3.2 - Schema 3.2: Il mercato urbano territoriale e i suoi soggetti attori suddivisi in domanda, offerta, offerenti.



conseguenza il progetto territoriale. Tra gli attori dell'offerta configurano anche gli *stakeholder*, ossia i proprietari di terreni, fabbricati e infrastrutture ubicati sul territorio che mettono a disposizione i loro beni, per fornire un effettivo contributo alla progettazione stessa dell'offerta, oltre ad esserne gli utilizzatori;

. Soggetti/Attori offerenti: Amministrazioni pubblico-territoriali, quali Enti statali e locali, Soggetti pubblici e/o privati responsabili di marketing come le agenzie di sviluppo territoriale, soggetti complementari che svolgono il ruolo di animatori dello sviluppo territoriale (camere di commercio, Università e centri di ricerca, Enti turistici, Pro-loco, ICE, ecc...).

Nello schema 3.2 si offre un elenco più dettagliato dei soggetti/attori coinvolti nel progetto territoriale, suddivisi secondo le posizioni occupate all'interno del mercato urbano-territoriale: domanda, offerta, offerenti.

Prima di procedere nella trattazione, si rimanda alla scheda sintetica di appendice alla fine del presente capitolo, in cui è analizzata una serie di offerte territoriali, estrapolate, sia dal *Register of Best Safeguarding Practices* dell'UNESCO, sia dalla lista UNESCO del patrimoni materiali e immateriali. Questi esempi, sono considerati, nella presente ricerca, quali *best practices* che evidenziano il modo in cui un bene intangibile possa divenire strumento cerniera di un'offerta territoriale multiautoriale.

3.3 Territorio: patrimonio ereditato e da tramandare

Come si evince anche dalle *best practices* esaminate, alla definizione dell'offerta territoriale, contribuiscono contemporaneamente componenti materiali e immateriali disposte secondo un rapporto dinamico detto 'territorialità', in quanto definito da azioni di tipo 'territorializzante', ossia volte a tessere lo sviluppo di un territorio¹⁵. L'introduzione del concetto di territorialità consente anche di definire il concetto di 'progetto territoriale' o locale, quale «sequenza di azioni territoriali basata su risorse limitate, consapevolmente orientata a uno scopo e conseguentemente ordinata»¹⁶

Il progetto territoriale, così definito, è di diritto inserito, insieme al territorio, in qualità di soggetto-autore, in quanto, interagendo tra loro, territorio e progetto, sono coautori del loro stesso processo di sviluppo. Rispetto ai progetti svolti in altri ambiti, il progetto territoriale non prevede, infatti, una separazione netta tra le fasi di progettazione e di esecuzione, in quanto il territorio, organismo vivo e complesso, agisce e reagisce vivamente

secondo modalità di difficile prevedibilità che ne rendono altresì legittimo il ruolo di autore unico di un auto-progettarsi in maniera spontanea e cosciente, facendo leva su risorse limitate costituenti il capitale territoriale a scopo di sviluppo locale. Spontaneo o strategico che sia, il progetto territoriale è sempre multiautoriale, multidimensionale, multidisciplinare e interattivo, in quanto si è visto, nei paragrafi 3.1 e 3.2, che alla sua definizione, partecipa una vasta pluralità di attori, amministrazioni e istituzioni locali, enti pubblici o privati, imprese, ricercatori e professionisti, ciascuno dei quali fornisce il proprio contributo analitico e/o progettuale in un reale processo di interazione con il territorio e con la molteplicità delle sue dimensioni (sociale, ambientale, economica e culturale).¹⁷ Oltre alle caratteristiche appena elencate, il progetto territoriale può essere contestualizzato nelle dimensioni spazio-temporali e collocato al centro di due assi principali (v. schema 3.2):

- asse del tempo, orientato dal passato al futuro, in quanto si colloca nel presente, basandosi su risorse limitate che costituiscono il capitale territoriale di un dato territorio, verso uno scopo futuro che è lo sviluppo locale da realizzare tenendo conto delle ricadute progettuali a lungo termine e tenendo conto di uno sviluppo sostenibile;
- asse dello spazio, orientato dall'interno all'esterno del territorio, in quanto caratterizzato da un capitale territoriale intrinseco, inteso nelle sue caratteristiche materiali e immateriali: il *milieu* locale, ossia quella parte di capitale territoriale che contraddistingue intimamente un territorio rispetto a se stesso e rispetto ad altri territori che si pongono, rispetto ad esso, in regime di competitività.

Questo assetto spazio-temporale trova nella coppia 'sostenibilità/competitività' la principale chiave di lettura, la cui costante è data dal capitale territoriale che, in quanto «patrimonio ereditato e da tramandare»¹⁸, posto sull'asse dei tempi, fa emergere il concetto di 'sostenibilità' quale diritto allo sviluppo che «deve essere realizzato in modo da consentire l'incontro tra le necessità di sviluppo e ambientali delle generazioni presenti e future»¹⁹; posto sull'asse dello spazio, il capitale territoriale diviene *milieu* locale e fa emergere, invece, il concetto di 'competitività'.

«Un territorio diventa competitivo se è in grado di affrontare la concorrenza del mercato garantendo al contempo una sostenibilità ambientale, economica, sociale e culturale basata sull'organizzazione in rete e su forme di articolazione interterritoriale»²⁰ È proprio il concetto di 'sviluppo' ad avere indotto nel tempo a fornire all'idea di sostenibilità puramente ambientale ed ecologica i valori aggiunti derivati dalle

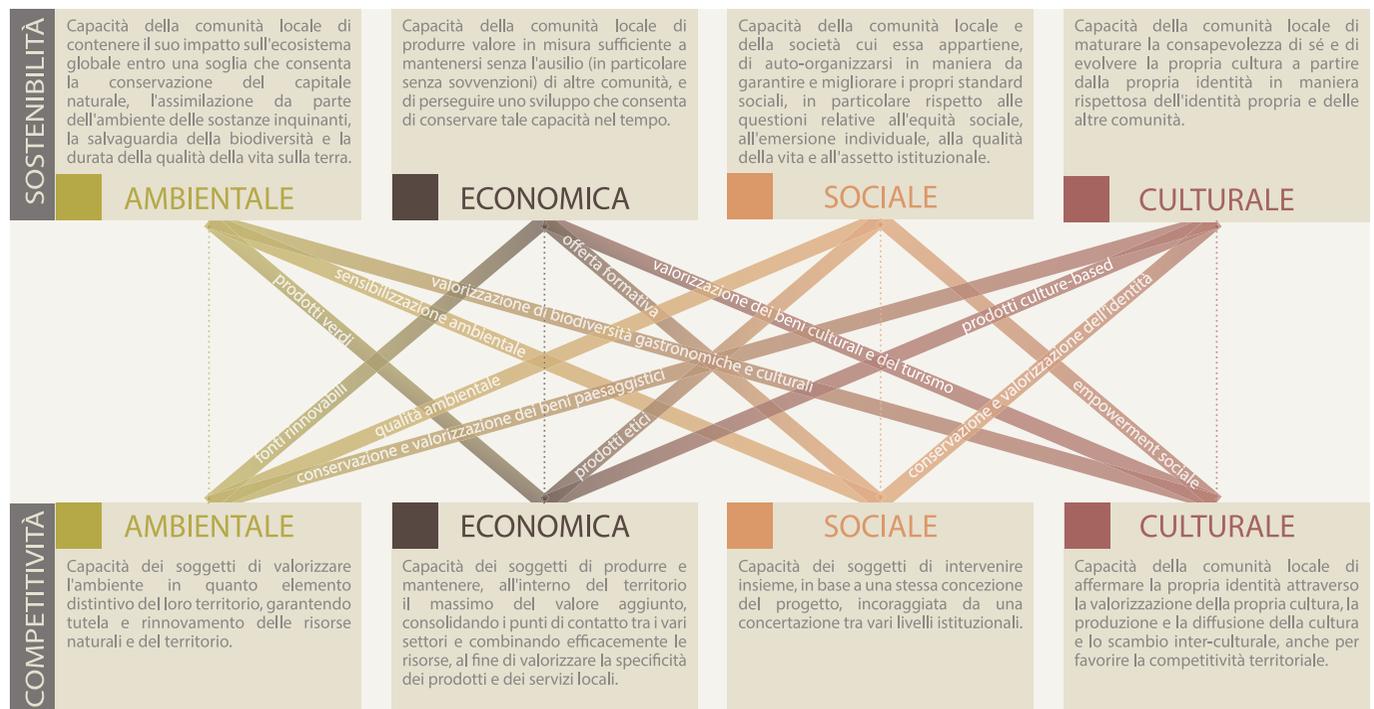
problematiche sociali, economiche e culturali che diventano di fatto dimensioni di sviluppo sostenibile, fino a indurre alla definizione del *three-pillar model* della Carta di Aalborg²¹ in cui si dichiara che le città aderenti all’iniziativa di sviluppo urbano sostenibile «riconoscono che il concetto dello sviluppo sostenibile fornisce una guida per commisurare il livello di vita alle capacità di carico della natura. Pongono tra i loro obiettivi giustizia sociale, economie sostenibili e sostenibilità ambientale. La giustizia sociale dovrà necessariamente fondarsi sulla sostenibilità e l’equità economica, per le quali è necessaria la sostenibilità ambientale»²².

Le tre componenti, insieme a quella culturale, costituiscono il più ampio sistema di ‘sostenibilità territoriale’ in cui, ciascuna contribuisce a sostenere al contempo il proprio specifico assetto, oltre a quello generale garantendo le altre sostenibilità²³.

La suddivisione del concetto di sostenibilità in componenti fa da contraltare all’analoga suddivisione della competitività nei pilastri ambientale, sociale, economico e culturale, definendo nella coppia sostenibilità/competitività un rapporto multidimensionale di complementarità nello sviluppo locale, come sintetizzato nello schema 3.3.

Questa suddivisione consente di effettuare una lettura secondo più livelli tematici del territorio facendo derivare la scomposizione del capitale territoriale nelle quattro componenti che saranno dettagliatamente spiegate

3.3 - Schema 3.3: Complementarietà dei concetti di sostenibilità e competitività.



nel paragrafo 4.3 e che, in base alla definizione del modello di indagine applicato nella presente ricerca, verranno considerate componenti del patrimonio territoriale.

Tale schema è, inoltre indispensabile nell'evidenziale come, sebbene la lettura territoriale sia condotta mediante l'indagine separata delle singole componenti (cf. par. 4.3), il modello di rappresentazione, il *multilayer model*, derivi dall'integrazione di tutti i risultati di analisi.

3.4 Marketing e disegno: strumenti di ricerca e rappresentazione del modello territoriale

Nello scenario finora descritto, il marketing territoriale si pone come politica di organizzazione intenzionale dell'offerta per attrarre investimenti e sostenere lo sviluppo locale, attivando e coinvolgendo una molteplicità di soggetti e attori pubblici e privati «a predisporre l'offerta urbano-territoriale, a rendere un'area attrattiva, in grado di riscontrare al meglio la domanda dei residenti [...] di imprese locali e non, di investitori nazionali ed esteri»²⁴. Obiettivo di questa tipologia di marketing è analizzare, comprendere, valorizzare e definire azioni di sviluppo più consone per i sistemi economico-produttivi locali, mediante attività strategiche di sviluppo economico e sociale. Per pianificazione strategica si intende, infatti, «un'attività volontaria orientata a disegnare lo scenario futuro di un territorio, attraverso un processo partecipato, flessibile e aperto che consenta di disegnare le strategie di sviluppo del territorio attorno a una visione condivisa degli obiettivi, delle politiche da attuare e delle risorse da attivare per perseguirlo»²⁵

È un processo partecipato in cui una pluralità di attori decide insieme quali sono gli obiettivi dello sviluppo futuro del proprio territorio e con quali azioni perseguirli, delineando un «modello di costruzione di una visione del territorio e di previsione del suo desiderabile assetto futuro, che funga da orientamento e indirizzo onde dare coerenza agli interventi di trasformazione territoriale»²⁶.

In questo modello, le attività sono finalizzate alla produzione di una sostanziale evoluzione territoriale nel lungo periodo, attraverso la definizione di progetti, programmi e strategie nel breve, medio e lungo periodo, volti a rilanciarne lo sviluppo in funzione di specifiche caratteristiche ed esigenze espresse o latenti, producendo la più stretta simbiosi tra mercati e potenziali clienti. Le città e i territori oggi chiedono,

infatti, di essere ridisegnati alla luce delle evoluzioni demografiche, sociali, occupazionali, ambientali, economiche che ne accompagnano lo sviluppo, nonché alle nuove esigenze di qualità della vita, di vivibilità, socialità, abitatività, cultura, arte, ricreatività. Il marketing urbano territoriale può fornire, pertanto, un contributo indispensabile a rendere il territorio in grado di rispondere dinamicamente alle esigenze della domanda, dotandosi di vantaggi competitivi su cui basare la propria offerta e dare inizio a un equilibrato processo di rivitalizzazione, senza di fatto definire piani urbanistici, ma dedicandosi, mediante attività di salvaguardia, al risanamento di siti degradati dal tempo, al miglioramento di servizi, infrastrutture, socialità, qualità della vita.

Utilizzato anche nella definizione dei PSO (Piani Strategici Operativi), il marketing territoriale è uno strumento che consente di sperimentare «nuovi percorsi per la riqualificazione territoriale, nella consapevolezza dell'inadeguatezza di ogni approccio statico alla pianificazione e della necessità di prefigurare azioni di tipo continuo, interattivo e incrementale che coinvolgano tutti gli attori del sistema territoriale e chiamino i soggetti istituzionali a un ruolo di mediazione e negoziazione tra istanze complesse»²⁷.

Attraverso il marketing territoriale, il progetto territoriale è definito da un processo che prevede una serie di fasi essenziali, non necessariamente consequenziali, data la rapida variabilità temporale delle informazioni, ma strettamente interconnesse tra loro:

1. la ricerca di marketing che consente di conoscere il mercato territoriale, individuare punti di forza, debolezza e di attrazione, la vocazionalità, la domanda interna ed esterna;
2. la segmentazione della domanda urbano-territoriale come aggregazione di cluster di destinatari dell'offerta;
3. il posizionamento e lancio del prodotto;
4. le politiche di comunicazione e di vendita.

Un vettore fondamentale del marketing territoriale, utilizzato per la definizione del metodo d'indagine della presente ricerca, è il 'design territoriale' derivato dal concetto di 'design dei beni culturali' coniato da Alberto Saessaro in un saggio del 2004²⁸. Per 'design', si intende qui un sinonimo internazionale di 'progetto' e per 'progetto dei beni culturali', non la produzione di nuovi beni culturali, quanto la produzione di innovativi processi di valorizzazione degli stessi. Il design, a partire da una serie di ricerche applicate²⁹, ha, infatti, maturato una propria visione del progetto territoriale, grazie alla quale è oggi lecito parlare di 'design territoriale',

ossia «un processo di ricerca-azione che mira all'individuazione e quindi alla valorizzazione di quelle risorse territoriali che condensano l'identità di un territorio e offrono ad esso le maggiori possibilità di sviluppo»³⁰. Questa espressione delinea il movimento di avvicinamento del design alla materia territoriale e alla complessità multidisciplinare del suo progetto, mediante un fenomeno di specializzazione derivato dall'urgente esigenza, nata in seguito alla globalizzazione, degli stakeholders locali di individuare più efficaci dinamiche di sviluppo territoriale rispetto a quelle seguite spontaneamente dai territori.

La differenza sostanziale tra design territoriale e marketing territoriale risiede nel fatto che obiettivo del progetto design oriented è proprio la valorizzazione del *milieu* locale, piuttosto che la definizione di una vera e propria strategia di marketing stimolata o rappresentata dai prodotti territoriali. Il design, inoltre, aggiunge valore al progetto territoriale, sia in fase di dialogo progettuale, attraverso il progetto e la visualizzazione di supporti per la comunicazione tra progettisti, committenti, finanziatori e cittadinanza, sia in fase di definizione progettuale attraverso il progetto e la visualizzazione di prodotti territoriali³¹. Anche il design territoriale, come il marketing omonimo, è un processo che prevede una serie di fasi fondamentali:

1. 'ricerca contestuale' del tipo *desk* e *field*, volta alla costruzione di un apparato iconografico;
2. 'analisi' che consiste nella mappatura del capitale territoriale e nell'individuazione del *milieu* locale;
3. 'vision', ossia l'individuazione delle porte d'accesso alla definizione degli scenari di progetto;
4. 'sintesi', ossia la fase creativa di definizione di una nuova proposta territoriale da divulgare agli stakeholders;
5. 'progetto'.

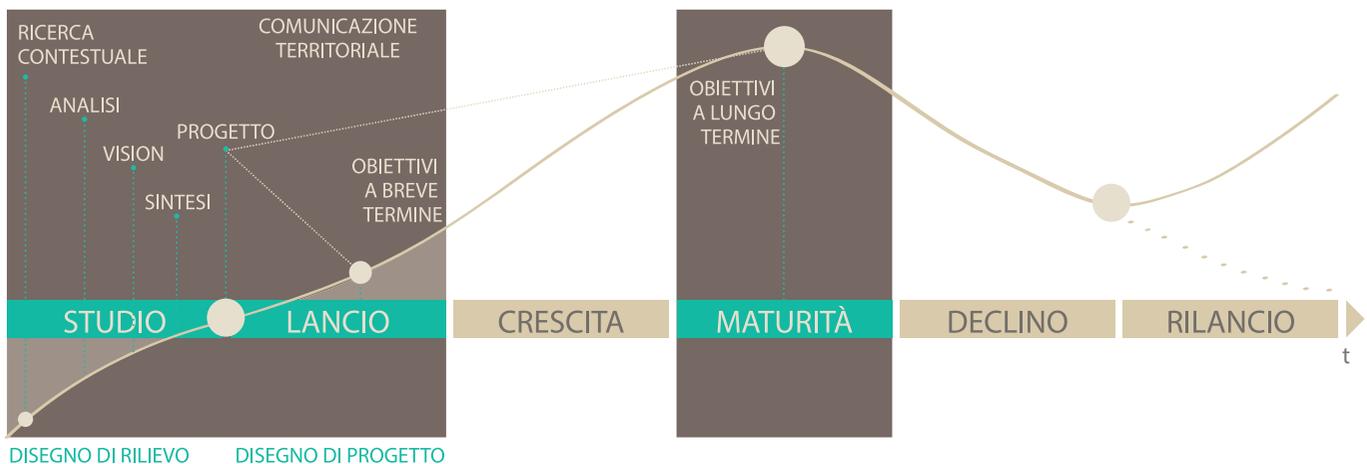
La presenza del design, e quindi della rappresentazione del territorio, si rende necessaria nel momento in cui, parlando di progettazione partecipata di eterogenei soggetti/attori territoriali, i sofisticati strumenti di indagine analitica risultano di difficile comprensione agli addetti ai lavori privi di una specifica formazione tecnico-progettuale. Il territorio va pertanto comunicato, agevolando il dialogo tra progettisti e committenti lungo l'intero arco del processo progettuale, che è un aspetto parallelo a tutte le fasi di indagine, dalla ricerca, all'analisi dell'identità territoriale, alla sua interpretazione e restituzione, alla definizione dello scenario e del brand territoriale. Quest'ultimo è un atto teso a marcare il territorio con segni

visivamente forti e semanticamente ricchi, per circoscriverlo nella sua offerta o per integrarlo in un sistema di partnership territoriali.³²

La presente ricerca, risultante dalla collaborazione tra un'azienda di comunicazione e ricerca e le tematiche di ricerca del curriculum di rilievo e rappresentazione dell'architettura e dell'ambiente del corso di dottorato in *Tecnologia dell'Architettura e Rilievo e Rappresentazione dell'Architettura e dell'Ambiente*, ha consentito di delineare una metodologia di lettura e progetto territoriale, derivata dalla messa a sistema delle peculiarità proprie della strategia di marketing territoriale con le fasi dell'approccio *design oriented*. (v. schema 3.4) In questo senso, il disegno e la rappresentazione si pongono quali strumenti trasversali alle discipline economico-sociali, sia nella comunicazione interna del sistema di attori, sia nell'evidenziare come le relazioni tra le componenti materiali e immateriali contribuiscano alla definizione di nuovi scenari alle scale territoriale e architettonica. Il disegno è qui utilizzato, sia come strumento di individuazione di un modello territoriale grafico avente caratteristiche di immediata percezione in grado di descrivere e far intendere in maniera inequivocabile quel determinato territorio (disegno come traduzione del rilievo in segno), sia nella comunicazione di quest'ultimo attraverso un allestimento spaziale (disegno come progetto).

Inoltre, considerando il territorio alla stregua di qualunque prodotto, anch'esso, rispetto alla sua offerta, presenta un ciclo di vita che si diversifica nel tempo, sia per l'evoluzione della domanda, sia per fattori esterni quali stili di vita, innovazione tecnologica, legislazione, politica, sviluppo locale. Tale ciclo di vita può essere sintetizzato nelle seguenti fasi (cfr schema 3.4):
1. 'studio/progettazione/produzione', che corrisponde al periodo di realizzazione di un'offerta e comprende l'analisi del contesto, le

3.4 - Schema 3.4: l'offerta territoriale, in quanto prodotto, può dirsi caratterizzata da un ciclo di vita. Le fasi di studio, lancio e maturità sono quelle di cui si occupa la presente ricerca.



caratteristiche ambientali, la ricerca *desk* e *field*;

2. ‘introduzione/lancio del prodotto’, che corrisponde al periodo in cui la città/territorio decide di proporsi sul mercato con un’offerta rispondente alle richieste della domanda;

3. ‘crescita’, che è consequenziale a un eventuale riscontro positivo dell’utenza, per cui la domanda percepisce le opportunità dell’offerta assicurando una crescita;

4. ‘maturità’, in cui il prodotto raggiunge la sua stabilità in quanto conosciuto dall’utenza e quindi richiesto;

5. ‘declino’, relativo alla decrescita della domanda, dovuto al superamento del prodotto, nel tempo, in quanto non più rispondente alle effettive e mutate richieste;

6. ‘rilancio’, in cui il prodotto è perfezionato per rispondere alle nuove esigenze di mercato.

In quest’ottica, il presente progetto di ricerca applicata, una volta definiti gli obiettivi a lungo termine auspicati per la fase della maturità, si è focalizzato sulle prime due fasi, di ricerca e di lancio del prodotto, in cui la comunicazione gioca un ruolo di fondamentale importanza, in quanto essendo nuova o rinnovata, l’offerta deve essere trasmessa ai soggetti/attori, completa di tutte le informazioni necessarie.³³

Note

- ¹ www8.gsb.columbia.edu/cbs-directory/detail/bhs1
- ² B. Schmitt, *Experiential Marketing*, in *Journal of Marketing Management*, 1999, 15, pp. 53-67
- ³ cfr. B. Schmitt, Op. cit., p.57
- ⁴ M. Pegoraro, *Retail Design. Progettare la shopping experience*, Franco Angeli, Milano, 2007. p26
- ⁵ M. Pegoraro, Op. Cit. p23
- ⁶ .ivi
- ⁷ B. Schmitt, Op. cit.
- ⁸ B. Schmitt, Op. cit., p.59
- ⁹ B. Schmitt, Op. cit., p.60
- ¹⁰ cfr. www.marketingjournal.it/teorizzazione-marketing-emozionale-esperienziale-2 e il sito di Bernd Schmitt: www.meetschmitt.com
- ¹¹ T. Ferrari, *Comunicare l'impresa: realtà e trend polisensoriale-emozionale*, Bologna, CLUEB, 2005, p.170
- ¹² cfr. M. Fioroni, G. C. Titterton, *Brand storming: gestire la marca nell'era della complessità*, Perugia, Morlacchi Editore, 2007
- ¹³ A. Magnaghi, *Il progetto locale*, Torino, Bollati Boringhieri, 2000
- ¹⁴ A. Foglio, *Il marketing urbano-territoriale. Il marketing per città, aree urbane e metropolitane, organismi territoriali*, Milano, Franco Angeli, 2006, p.56
- ¹⁵ cfr. C. Franzato, *Design nel progetto territoriale*, in *Strategic Design Research Journal*, Volume 2, numero 1, Gennaio-Giugno 2009, p.2
- ¹⁶ C. Franzato, *Il Capitale territoriale come porta d'accesso al progetto e al design del territorio*, in *Global Manager*, numero 16, anno 9, Giugno 2009, p.21. Reperibile su: www.academia.edu/2510442/Il_capitale_territoriale_come_porta_daccesso_al_progetto_e_al_design_del_territorio
- ¹⁷ cfr. C. Franzato, *Design nel progetto territoriale*, in *Strategic Design Research Journal*, Volume 2, numero 1, Gennaio-Giugno 2009
- ¹⁸ A. Magnaghi, *Il progetto locale*, Torino, Bollati Boringhieri, 2000, p.81
- ¹⁹ Documento relativo alla conferenza delle nazioni unite su ambiente e sviluppo, UNCED, United Nations Conference on Environment and Development, svoltasi a Rio de Janeiro dal 3 al 14 giugno del 1992, p.2
- ²⁰ C. Franzato, *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*, Tesi di Dottorato di ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, XX ciclo, p.45
- ²¹ Carta delle Città Europee per uno sviluppo durevole e sostenibile, elaborata dai partecipanti alla Conferenza Europea sulle città sostenibili -

svoltasi dal 24 al 27 maggio 1994 ad Aalborg in Danimarca - organizzata dal Consiglio Internazionale per le iniziative ambientali locali (ICLEI)

²² Carta delle Città europee per un modello urbano sostenibile, Aalborg 1994, I, 2

²³ cfr. C. Franzato, *Design nel progetto territoriale*, in *Strategic Design Research Journal*, Volume 2, numero 1, Gennaio-Giugno 2009

²⁴ A. Foglio, *Il marketing urbano-territoriale. Il marketing per città, aree urbane e metropolitane, organismi territoriali*, Milano, Franco Angeli, 2006, p.57

²⁵ Piano Strategico Operativo dell'area Vesuviana. Allegato B5

²⁶ *ivi*

²⁷ *ivi*

²⁸ A. Saessaro, *Il design dei beni culturali come estetica della città nella "Milano capitale del design"*, in (a cura di) G. Mazzocchi, A. Villani, *Sulla città oggi. Arte, beni culturali, istituzioni*, Milano, Franco Angeli, 2004 – ISBN 9788846455406

²⁹ Per ampie descrizioni dei primi esempi applicativi del metodo del Design Territoriale, si rimanda ai testi di Carlo Franzato indicati in bibliografia e alla ricerca *Me.design. Il contributo del design allo sviluppo locale*

³⁰ C. Franzato, *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*, Tesi di Dottorato di ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, XX ciclo, p.110

³¹ cfr. C. Franzato, *Il Capitale territoriale come porta d'accesso al progetto e al design del territorio*, in *Global Manager*, numero 16, anno 9, Giugno 2009

³² *ivi*

³³ A. Foglio, *Il marketing urbano-territoriale. Il marketing per città, aree urbane e metropolitane, organismi territoriali*, Milano, Franco Angeli, 2006, pp.208-211)

PARTE SECONDA

SCENOGRAFIA (IN)TANGIBILE DELLA DIAETA MEDITERRANEA

Case study: Disegno e Marketing nel processo di Comunicazione Territoriale

4.1 Il disegno e le fasi della Ricerca

La scelta di mettere a sistema strategie di marketing e approccio *design oriented* parte dal presupposto di «superare la stesura di piani che regolino la forma-territorio o la strategia territoriale, per pervenire alla progettazione di prodotti territoriali (siano essi prodotti industriali, artefatti comunicativi, servizi, eventi, ecc.)»¹ mirati alla comunicazione del territorio, alla definizione di un'immagine unica dello stesso, mediante la valorizzazione globale del capitale territoriale, in risposta alle reali esigenze della domanda. La porta di accesso del presente progetto territoriale scaturisce da una esplicita richiesta da parte dell'Amministrazione Comunale di Pompei di «caratterizzare il territorio vesuviano e di Pompei come area di interesse nazionale per l'attività di sensibilizzazione e prevenzione delle patologie e delle problematiche causate da una cattiva alimentazione»². Dati scientifici³ dimostrano, infatti, che il territorio vesuviano è teatro di cattive abitudini alimentari causate proprio da un errato stile di vita e alimentare, che coinvolge i bambini, le famiglie e le istituzioni preposte all'istruzione. Partendo dal riconoscimento UNESCO della Dieta Mediterranea e da innumerevoli indagini alimentari che dimostrano come «le popolazioni che mantengono un'alimentazione caratterizzata da un più elevato indice Iam (Indice di Adeguatezza Mediterraneo) vivono più a lungo e soffrono meno di alcune malattie cronico-degenerative legate all'obesità»⁴, è stata scelta la formula dell'evento per comunicare i risultati e affrontare il tema della corretta alimentazione attraverso un'azione di sensibilizzazione e

divulgazione interattiva.

L'evento (*e-ventum*, da *e-venire*), è infatti «il risultato di un divenire, un movimento, una dinamica per cui qualcosa viene fuori, viene alla luce e in luce. Un oggetto e un soggetto di esprimono, si comunicano, si manifestano. Percepriamo e comprendiamo l'evento come manifestazione di qualcosa (l'oggetto), di qualcuno attraverso qualcosa (il soggetto attraverso l'oggetto)»⁵ Esso costruisce un tempo, ossia, un prima e un dopo l'evento «prima e dopo quella luce che l'evento ha acceso [...] aprendo solo con un cenno, ora l'altro rapporto fondamentale e costitutivo, quello tra evento e spazio; e parimenti la costruzione di uno spazio con gli eventi»⁶ In quanto cosa in divenire è anche cosa in relazione, e quindi relazione umana e comunicazione sociale, per cui «chi fa eventi comunica, chi fa eventi mette in relazione cose e persone»⁷ e il suo sintomo di vitalità è il movimento da società a cultura e da cultura a società. L'evento è, pertanto, un efficace strumento di comunicazione di contenuti rivolto al presente con sguardo al futuro, comprendendo le conoscenze del passato.

Partendo da questi presupposti, volti a un'ulteriore richiesta da parte dell'Amministrazione Comunale di definire un progetto di marketing territoriale per lanciare l'immagine della città di Pompei, quale città della Dieta Mediterranea, sono state svolte ulteriori indagini che hanno permesso di applicare il metodo di seguito esposto e che è la risultante degli approcci di marketing e di design territoriale precedentemente esposti. (cfr. par. 3.4) L'importanza di applicare questo metodo alla città di Pompei, già sito UNESCO, risponde a uno degli obiettivi normativi di promuovere la dieta mediterranea soprattutto nell'ambito dei siti iscritti nella lista del patrimonio materiale dell'umanità. (cfr. par. 1.5)

Il metodo applicato, partendo dall'obiettivo iniziale a lungo termine di divulgare i principi cardine della dieta mediterranea per la definizione di una nuova immagine e di un nuovo marchio territoriale, riprende la sequenza di fasi del design territoriale, integrandole con strumenti mutuati dal marketing territoriale, quali l'indagine qualitativa e quantitativa, l'analisi SWOT, l'individuazione del target e la segmentazione. (schema 4.1)

Rispetto al design territoriale, oltre a comprendere il coinvolgimento degli stakeholder, è individuata un'affordance, (cfr. par. 4.4) accanto al *milieu* locale, per la definizione del giusto progetto di comunicazione territoriale volto allo sviluppo integrato del territorio.

Il processo che è di 'comunicazione territoriale' segue, pertanto, le seguenti fasi, che saranno descritte con maggiore approfondimento nei successivi paragrafi:

1. ‘ricerca contestuale’ basata su ricerca *desk*, su documenti, riviste, testi, e ricerca *field*, attuata mediante interviste ai soggetti/attori;
2. ‘analisi’ che ha permesso di mappare il capitale territoriale mediante la rielaborazione delle informazioni derivate dalla ricerca delineando un *multilayer model* per individuare il *milieu* locale e l’*affordance*;
3. ‘vision’, che ha permesso di traslare sull’ultimo livello del *multilayer model* tutti gli elementi da far rientrare nella progettazione finale e che definiscono i vari scenari;
4. ‘sintesi’, ossia la fase creativa di definizione di una nuova proposta territoriale basata sulle risorse disponibili di *milieu* e *affordance* locali da divulgare agli *stakeholder*;
5. ‘progetto’, che dal territorio si sposta all’architettura della dieta mediterranea, simbolo della specificità locale e per il quale è realizzato il progetto di allestimento volto a comunicare la ricerca.

4.1 - schema 4.1. Sintesi del metodo di Comunicazione Territoriale e delle fasi secondo le quali è stata condotta la presente ricerca



In questo capitolo sono affrontate le prime quattro fasi della ricerca, mentre, nei successivi, si esplorano, in maniera più dettagliata, il *milieu* locale (cfr. capitolo 5) e la fase progettuale (cfr. capitolo 6).

4.2 Ricerca Contestuale: indagine esplorativa desk e field

La fase di ricerca contestuale è di tipo esplorativo ed è svolta a più livelli mediante sopralluoghi percettivi, consultazione di testi, di documenti di archivio, confronto di dati statistici, interviste a protagonisti che, a vario titolo, operano nel territorio, dal portavoce del Sindaco, al Vescovo, al Presidente della Cooperativa Flora Pompei, agli imprenditori floricoli.

È stato proprio il confronto diretto con i vari soggetti/attori ad aver messo in evidenza, accanto al *milieu* locale, la presenza di una specializzazione territoriale priva di una forte identità sul territorio, pur essendone un importante polmone economico.

La prima fase della ricerca (Ricerca Contestuale) si è, quindi, concentrata sulla delimitazione dei confini comunali del territorio, evidenziandone, quali aree omogenee e peculiari, che chiamerò 'dimensioni', un nucleo religioso, uno archeologico, una vasta superficie rurale. Da un punto di vista percettivo e urbano, ciascuna di queste dimensioni è risultata indipendente dalle altre, palesando l'immagine di un territorio frammentato.

Partendo da questa visione percettiva, si è ritenuto necessario verificare se tale frammentazione corrispondesse anche a reali fratture sociali e storiche e, pertanto si è inizialmente pensato di adottare il modello di studio di Rokkan e Lipset relativo ai *cleavages* (fratture) sociali.⁸ Sulla falsariga di questo modello, a Pompei si è evidenziata un'unica importante giuntura critica, data dalla fondazione della moderna città cristiana a opera di Bartolo Longo, nel 1891, in contrapposizione a quella pagana, i cui resti sono testimoniati dall'area archeologica. Lo stesso Bartolo Longo afferma, infatti, che «il nostro ultimo fine nel fondare queste opere era di contrapporre allo sfoggio dell'arte antica pagana, la quale attira tutto il mondo ai suoi piedi, lo splendore dell'arte cristiana moderna, l'arte del secolo XIX. E così la Nuova Pompei sarebbe stata un giorno oggetto di visita, di concorso, di ammirazione, di culto, non meno che di ammirazione, di studio e di culto è oggetto l'antica città»⁹. In quest'ottica, sembra che Bartolo Longo abbia fondato Pompei su un'economia di tipo religioso, proponendo la bonifica dei luoghi paludosi insieme alla bonifica delle anime. Tale intervento, ancor prima della realizzazione del Santuario, dà il via a una serie di opere di carattere urbanistico, quali: la Via Sacra (1887) che consente lo sviluppo urbano, trasversale all'antica via Provinciale Regia delle Calabrie, di opere architettoniche religiose (Case operaie, Oratorio, Fonte Salutare); l'apertura delle stazioni ferroviarie di Valle di Pompei, sulla linea tradizionale delle Ferrovie dello Stato (1884) e di Pompei

Santuario, sulla nuova linea Circumvesuviana Napoli-Ottaviano (1905), in contrapposizione alle stazioni ferroviarie della Pompei archeologica. La Pompei che risorge contrapposta alla Pompei morta che intristisce chi la guarda dal treno.¹⁰ Le linee ferroviarie definiscono, quindi, sin da subito, le principali linee di demarcazione, non solo funzionale tra l'antica Pompeii e la Nuova, ma anche urbana rispetto al resto del territorio, che nel 1887 è ancora suddiviso tra vari comuni (Torre Annunziata, Scafati, Gragnano, Boscoreale). Solo nel 1928 Pompei sarà dichiarata Comune indipendente, ma la planimetria del 1959 evidenzia chiaramente come le due linee ferroviarie suddette continuano ad essere barriere tra una fascia centrale, comprensiva della Pompei antica e della zona urbanizzata secondo una precisa regola di espansione, rispetto a due fasce settentrionale e meridionale prevalentemente agricole e a bassa densità costruttiva. (fig. 4.2)

La giuntura critica della fondazione della Nuova Pompei crea, pertanto, un effetto di rottura tuttora esistente nella reale ed evidente frattura urbana tra i nuclei archeologico e religioso che, oltre a generare due distinti flussi turistici, continuano ad essere serviti da differenti ingressi alla città dalle principali vie di comunicazione ferroviaria, come su progetto del XIX secolo. Tale frattura risulta ancora oggi presente, sebbene la realizzazione di centri commerciali quali l'Auchan e la Cartiera e il mercato florovivaistico rientrano in una fascia ampliata a meridione rispetto alla precedente, serviti in maniera ottimale dai collegamenti autostradale e ferroviario. (cfr. par. 4.4)

La ricerca *desk* ha inoltre permesso di evidenziare come la tradizione floristica, sia non una realtà così giovane come emerge dalle interviste (cfr. par. 4.4), ma sia una caratteristica peculiare già fortemente evidente nella *Pompeii* pagana, in quanto la Campania di epoca imperiale, per la sua abbondanza di rose, è concorrente, nella produzione di profumi, agli empori egiziani. Pompei, sebbene non sia all'epoca un centro industriale pari a Capua, Napoli e Paestum, ha comunque le sue *officinae* e laboratori per rispondere alle richieste locali di produzione di essenze odorose. A testimonianza di questa antica tradizione concorrono, sia iscrizioni di nomi di *unguentarii*, sia il ciclo di dipinti degli amorini profumieri rinvenuto nella *Casa dei Vettii* (VI, 15, 1), in cui sono rappresentati anche torchi per la produzione di oli, vasi per la miscela dei profumi, bilance e un armadietto per le boccette.¹¹

Una tradizione, quella delle coltivazioni floreali che sembra essere continuata anche nella Pompei Ottocentesca, infatti «antichissima nella

4.2 - Planimetria di Pompei (scala 1:5000) del 1959. Gentilmente concessa dall'Ufficio Tecnico del Comune di Pompei



Valle è la coltivazione del cotone di cui non si sa precisamente l'epoca d'importazione, soprattutto la varietà siamese commercializzata col nome di Castellammare che è quella più prodotta nonostante specie più fini come la Sea Island e la Giorgia»¹². Si fa qui riferimento all'epoca della guerra di secessione americana quando la sospensione dell'invio di cotone dall'America all'Europa è visto come provvidenziale nell'economia del territorio.

Agli inizi degli anni Sessanta si assiste ad un'esplosione dimensionale del comparto, fenomeno sicuramente determinato dal *boom* economico nazionale, con conseguente cambiamento degli stili di vita e con aumento esponenziale dei consumi. Questo sviluppo interessa in maniera consistente nuove aree produttive, ubicate nella parte più a meridione della fascia costiera napoletana e, nello specifico, le zone agricole di Pompei, Castellammare e Torre Annunziata. Inizialmente interessate da produzioni orticole di alto pregio, quali gli orti di Schito dell'agro di Castellammare di Stabia e le coltivazioni di patate primaticce delle aziende orticole pompeiane, dalla fine degli anni Sessanta, causa riduzione dei redditi agricoli ottenuti con le produzioni tradizionali si ha un cambio di produzione. Le specie orticole sono gradualmente soppiantate dalle specie floricole di nuova introduzione, in particolare bulbose da fiore, quasi tutte liliacee importate dall'Olanda, terra di gladioli e tulipani, verso il cui mercato si aprono le frontiere tra il '60 e il '61 per incrementare il reddito delle famiglie contadine delle zone. Il tutto senza interferenza, né programmazione da parte delle amministrazioni territoriali. L'espansione di questo tipo di produzioni è favorita sia dall'avvio di diverse attività commerciali e di distribuzione verso altre regioni del Mezzogiorno d'Italia,¹³ soprattutto Puglia e Sicilia, che non avendo una tradizione produttiva, risultavano essere dei mercati molto interessanti; sia dalla presenza di un fiorente mercato produttivo situato a San Giorgio a Cremano, dove far confluire con facilità i prodotti per la vendita. Nei due decenni successivi, lo sviluppo delle attività floricole regionali interessa altre aree dell'agro nocerino-sarnese causa l'espansione economica del mercato che richiede sempre maggiori spazi agricoli disponibili. Tutto funziona fino agli anni Ottanta, finché non sorgono altri problemi. Le imprese hanno la necessità di aumentare in maniera consistente i volumi della produzione per poter soddisfare le richieste del mercato che intanto ha assunto dimensioni nazionali. Dal terremoto del 1980, che determina numerosi espropri per la ricostruzione, ha inizio la delocalizzazione di numerose attività produttive. Nuovi insediamenti sono realizzati lungo la Piana del Sele, luogo dalle favorevoli

condizioni climatiche e da un accettabile valore economico della terra. La realizzazione di aziende di maggiori dimensioni, ma con caratteristiche tecnologiche inferiori alle precedenti determina l'allargamento delle maglie aziendali, mediante un aumento della produttività senza razionalizzazione delle strutture.

Dalla metà degli anni Novanta, l'aumento della produzione subisce una brusca frenata dovuta alla riduzione del valore del mercato, al calo dei consumi europei conseguenti la crisi economica, l'affacciarsi sulla scena mondiale di nuovi paesi, soprattutto africani e sudamericani, che, grazie alle possibilità offerte dalla razionalizzazione e dallo sviluppo dei sistemi di trasporto, hanno potuto raggiungere in maniera rapida ed efficiente i mercati al consumo. Le condizioni climatiche favorevoli ed il basso costo della manodopera rendono i paesi in via di sviluppo principali *competitors* delle aziende europee. In questo scenario di globalizzazione produttiva, l'Olanda assume sempre più ruolo *leader* commerciale. Dalla seconda metà degli anni Ottanta cambia il mercato mondiale, si sviluppa in maniera consistente il valore delle esportazioni e dei consumi e Pompei diventa mercato di sbocco sia per i prodotti regionali, che per i prodotti olandesi che qui vengono tuttora importati. Il confronto con il sistema nord europeo induce riduzione della competitività delle imprese e dei valori di prodotto.

A Pompei emerge che il sistema floristico è al limite. Il Polo commerciale a servizio della filiera flovivaistica (il cd. Mercato dei fiori di Pompei) nasce nel '78 per svilupparsi fino agli anni Novanta del secolo scorso è fulcro di un fenomeno agricolo diffuso sul territorio, non solo Pompeiano, ma comprensivo di un ambito territoriale ampliato ai comuni da Ercolano a Capaccio. I territori compresi sono Pompei, Scafati, Gragnano, Sant'Antonio Abate, Torre Annunziata, Castellammare, Ercolano, San Giorgio che hanno una situazione simile a quella pompeiana, e i territori dell'agro nocerino sarnese e della piana del Sele. Pompei, in quanto città centrale e in una posizione strategica per la logistica, diviene luogo ideale per la distribuzione di prodotti e materie prime. Tra le problematiche riscontrate, a creare un freno allo sviluppo e alla presenza sul mercato della filiera flovivaistica pompeiana, risultano essere la volontaria assenza di strumenti urbanistici applicati, che determinano la presenza di capannoni e di strutture per l'attività economica abusivi o spontanei. Il fenomeno floricoltura è talmente trascurato, che il primo censimento specifico delle aziende floricole è stato fatto solo a Torre del Greco nel 2010.

I problemi logistici derivano dal fatto che le coltivazioni agricole sono di

4.3 - organigramma distributivo e funzionale della Città del Florovivaismo, progettato come struttura organizzativa e di servizi che consenta al florovivaismo campano di mantenere e sviluppare il ruolo di riferimento a livello delle regioni meridionali e del bacino del mediterraneo. (divisare.com/projects/205897-Ipostudio-Architetti-Francesco-Fanfani-La-citt-del-florovivaismo-a-Marigliano)

4.4 - render esemplificativo della Città del Florovivaismo (divisare.com/projects/205897-Ipostudio-Architetti-Francesco-Fanfani-La-citt-del-florovivaismo-a-Marigliano)



tipo misto e per lo più condotte da micro-imprese a dimensione familiare. Tuttavia, il polo commerciale vede la commercializzazione di prodotti provenienti sia dalle altre aree regionali di produzione, sia dal resto del mondo attraverso gli importatori, pertanto ciò che è sufficiente, in termini di spazi e strutture, fino alla metà degli anni Novanta, diventa insufficiente e limitativo per un ulteriore sviluppo del comparto.

La Pompei religiosa, rispetto alla sua antenata pagana conserva, quindi, la tradizione agricola in tutte le sue espressioni: ortofrutticola e floristica. In particolar modo, anche la tendenza a coltivazioni orticole che si sommano a quelle floristiche, per scopi familiari. Per rispondere all'eccessiva partizione e frammentazione latifondista dei comuni, molti floricoltori iniziano ad unirsi in cooperative, tra cui la Cooperativa Flora Pompei grazie alla quale è stato possibile ricucire gli aspetti storico, sociale e tecnico, legati al tema del florovivaismo di Pompei. La Cooperativa Flora nasce dalla scissione, avvenuta tra il 1975 e il 1976 della Cooperativa Masaniello di Ercolano e conta oggi circa quattrocenti soci, numero che vede pian piano ridursi proprio a causa di notevoli problemi logistici. Attualmente, infatti, l'area adibita a mercato dei fiori, che nasce nel 1978, oltre ad essere poco conosciuta ai più, è ridotta ad una superficie minima (circa 35.000 mq) rispetto, non solo alla scala territoriale di riferimento, essendo un centro di aggregazione commerciale anche per i territori limitrofi, ma anche rispetto alle reali esigenze di vendita. Da un confronto diretto con gli addetti ai lavori, si evince la necessità di disporre di uno spazio idoneo alla vendita che non crei disagi di ordine pubblico e possa rendere civile la vita degli operatori.

Diversi sono stati i tentativi per ovviare e migliorare le condizioni di vendita. Tra i tanti, il progetto Città del florovivaismo, non portato a termine, di realizzare un Polo florovivaistico nell'area PIP di Marigliano, per offrire, attraverso una "Città dei Fiori", una varietà di servizi per lo sviluppo tecnologico e per l'innovazione, valorizzando la localizzazione strategica individuata per tale Polo.

Alcune serre presenti a Pompei presentano coltivazione fuori suolo. Tale innovazione, importante dal punto di vista quantitativo e aderente ad esigenze di recupero di efficienza, è introdotta nella produzione dei fiori recisi ed è resa possibile in virtù dei miglioramenti tecnologici degli impianti di irrigazione e di dosaggio dei fertilizzanti che hanno raggiunto ottimi livelli di efficienza con valori di investimenti non eccessivi. Tutte le innovazioni di prodotto e di processo introdotte nelle aziende florovivaistiche campane sono di importazione: dall'Olanda derivano

i sistemi di protezione delle colture e di climatizzazione dell'ambiente di coltivazione; da Israele derivano le innovazioni relative ai sistemi di irrigazione. Dati su ricerche nell'ambito del miglioramento genetico delle specie ornamentali sono importati da Giappone e Stati Uniti. La floricoltura anche nazionale, partendo da basi tecniche e formative locali di ottimo livello, ha nel tempo abdicato a questi valori soppiantandoli con la mera importazione e applicazione di altrui tecniche produttive. La perdita di capacità di ricerca e sviluppo e la mancanza di scuole tecniche adeguate alle sfide del futuro ci fanno, oggi, trovare di fronte a imprese che solo in pochi casi sono pronte al confronto internazionale.

Da questa analisi sono emersi gli obiettivi a lungo termine volti alla valorizzazione dell'unicum territoriale, allo scopo di ricucirne la frammentarietà urbana, individuando i seguenti ambiti della domanda:

- . 'domanda culturale/artistica': dettata dalla necessità di definire un marchio territoriale univoco, comprensivo delle dimensioni materiale e immateriale, culturale e colturale, al di là di quella attuale di Città della cultura, della fede e dell'arte;
- . 'domanda turistica': orientata alla valorizzazione di nuove opportunità di fruizione territoriale che vadano ad integrarsi con le attuali di tipo prettamente religioso e archeologico, per fornire al visitatore una visione globale del territorio;
- . 'domanda educativo/formativa': volta alla definizione di accordi tra soggetti/attori locali con le istituzioni scolastiche per definire programmi di divulgazione dei principi cardine della dieta mediterranea e di conoscenza del territorio;
- . 'domanda infrastrutturale': mirata a sostenere interventi di implementazione delle infrastrutture per ovviare alle difficoltà logistiche dovute a un sottodimensionamento dello spazio adibito al mercato dei fiori.

4.3 Analisi: il patrimonio territoriale nel multilayer model

L'evoluzione dell'organismo urbano fa sì che l'analisi e la rappresentazione dello stesso non siano limitati allo status quo, ma vadano integrate tenendo conto dei processi di formazione e di evoluzione che il territorio compie verso una complessità superiore. Il sistema-territorio va quindi colto nel suo comportamento dinamico di processi in atto descritti e analizzati in modo da prevederne i possibili sviluppi futuri. Di conseguenza, anche

dal punto di vista della rappresentazione e del disegno del territorio, accanto al modello fisico tradizionale relativo a quanto concretamente presente e immediatamente visibile nel territorio (conformazione fisica, rilievi, valli, corsi d'acqua, interventi antropici quali edifici, terrazzamenti, ponti, ...) coesistono modelli tematici relativi alla rappresentazione delle caratteristiche naturali meno visibili del territorio stesso, ma più strettamente legate ad aspetti di tipo sociale (densità popolazione, indici di affollamento, ...), economico (popolazione attiva per ambiti territoriali, produttività, reddito, ...), storico (crescita della città, età degli edifici, ...), urbanistico (rete viaria, destinazioni d'uso dei suoli, servizi, ...), edilizio (tipologie edilizie, stato di conservazione, ..).

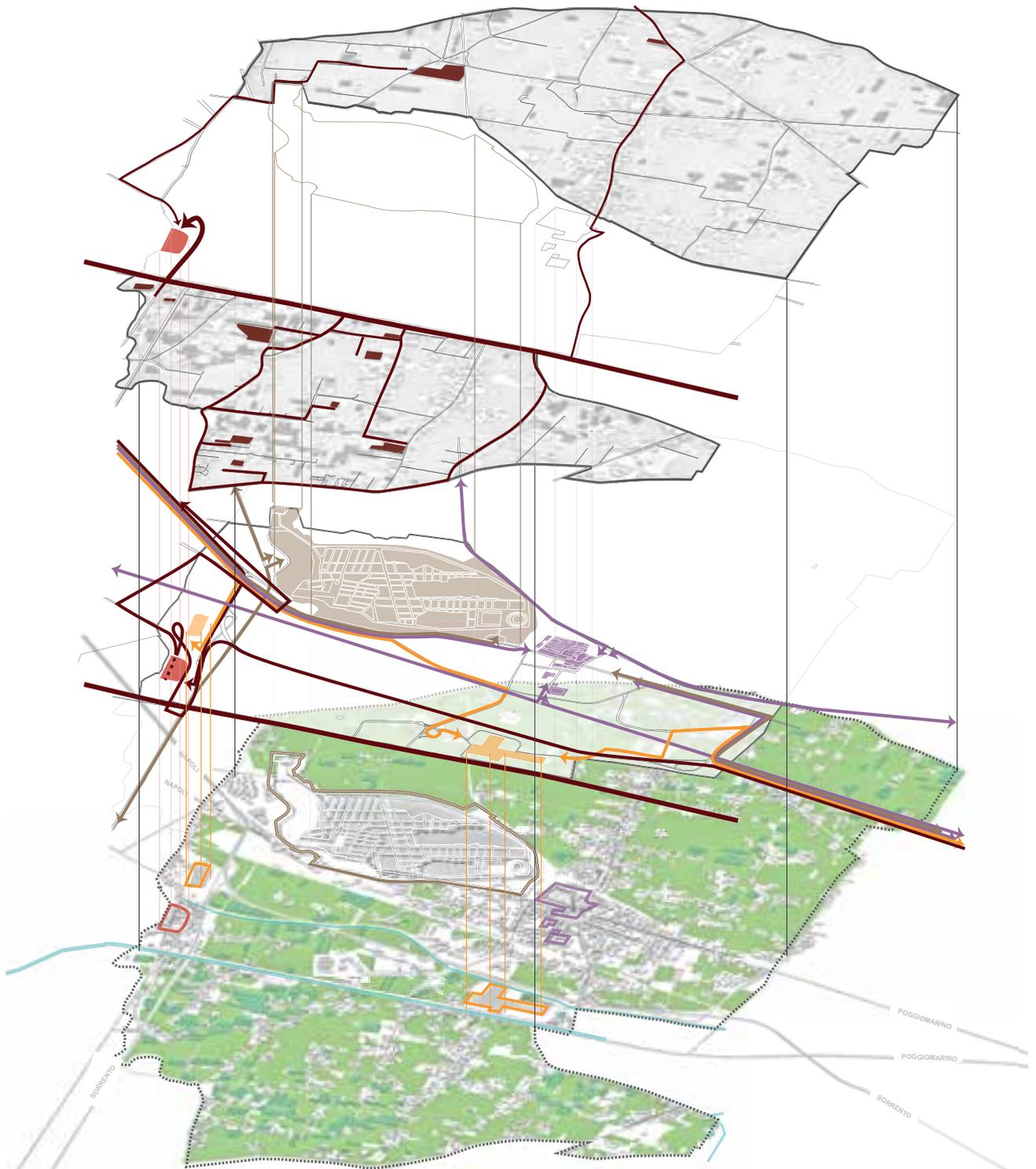
Entrambi questi modelli hanno carattere concettuale, pertanto obiettivo della rappresentazione di queste mappe, non è il realismo, in quanto «la mappa non è il territorio»¹⁴, ma un modello di territorio derivato dalla compresenza di caratteristiche tangibili e intangibili d'immediata percezione, in grado di descrivere e far intendere in maniera inequivocabile quel determinato territorio.

Si è più volte detto che il territorio è caratterizzato da un capitale territoriale (cfr. par.3.3), inteso come insieme di risorse presenti nel territorio e frutto di processi di lunga durata dovuti all'interazione tra ambiente e comunità in esso insediata. Tale capitale è considerato, sulla scala temporale, patrimonio ereditato e da tramandare; sulla scala spaziale è invece il milieu locale, una idiosincrasia o specializzazione del territorio, universalmente assunta come unica e irripetibile. In quanto 'patrimonio' caratterizzato dalla compresenza delle caratteristiche materiali e immateriali che svolgono un ruolo non solo economico, ma anche storico sociale sul territorio (cfr. par. 1.1), nella presente ricerca si preferisce sostituire il concetto di 'capitale territoriale', utilizzato nella letteratura di riferimento¹⁵, con quello di 'patrimonio territoriale'.

Nel caso in esame, il *milieu* locale, in quanto associato ai beni culturali, materiali e immateriali, caratteristici di una determinata area, è dato dalle dimensioni archeologica e religiosa. Come per la sostenibilità e la competitività, anche il patrimonio territoriale è considerato nella suddivisione delle quattro componenti: ambientale, sociale, economica e culturale, consentendo di definire un *multilayer model* tradotto, dal punto di vista della rappresentazione del territoriale in esame, in una sovrapposizione di livelli che evidenziano gli elementi tangibili dati dalle componenti culturale e ambientale in relazione agli elementi intangibili derivati dalle componenti sociale ed economica. Tradotto in un disegno assonometrico,

tale modello si offre quale efficace strumento di rappresentazione e comunicazione della complessità del territorio. (fig. 4.5)

4.5 - Schema assonometrico di rappresentazione territoriale: il *multilayer model*.



A ciascuna delle quattro componenti del patrimonio territoriale sono ascrivibili particolari *cluster* di risorse che, nel presente case study sono state individuate come segue:

. Componente Ambientale:

‘risorse geografiche’ (confini e morfologia);

‘risorse naturali’ (idrografia, flora, utilizzo suolo);

‘risorse artificiali’ (vie di comunicazione, patrimonio immobiliare)

. Componente Economica:

‘imprese e aziende’ (orticole e floricole)

‘risorse commerciali’ (mercato locale, interno, esterno, servizi commerciali, trend di sviluppo, tipologia mercato, segmenti);

‘*know-how* economico’ (politiche economiche, amministrazioni e gestione, attitudine imprenditoriale)

. Componente Sociale:

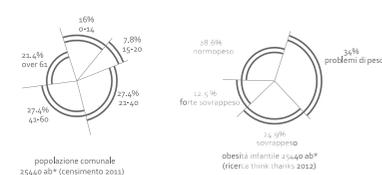
‘contesto demografico’ (età, stato lavorativo, residenti);

‘soggetti attori dello sviluppo UT’ (amministrazioni, turisti, residenti, investitori, enti turistici, *stakeholder*);

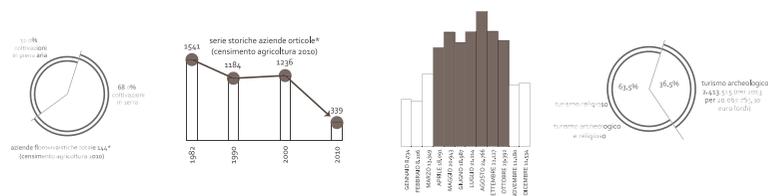
4.6 - Componenti del Patrimonio Territoriale considerate nella ricerca



CULTURALE

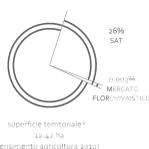


SOCIALE



ECONOMICA

UTILIZZO DEL SUOLO



CONFINI TERRITORIALI



AMBIENTALE

‘network di attori formali e informali’ (associazioni, relazioni religiose, cooperative).

. Componente Culturale:

‘Beni culturali materiali e immateriali’;

‘*Genius Loci*’ (mentalità, *modus operandi*, spirito del luogo);

‘Patrimonio simbolico’ (tradizioni e simboli con cui si manifesta l’identità locale);

‘*Milieu Locale*’ (parte di patrimonio territoriale di natura ambientale, sociale o economica che risulta idiosincrasia culturale e identitaria del territorio).

Essendo il patrimonio territoriale la porta di accesso per la disciplina del design al progetto di valorizzazione territoriale, il passo fondamentale della ricerca e del progetto passa attraverso la mappatura del *milieu* locale con l’evidenziazione delle caratteristiche idiosincratiche che lo rendono esclusivo. (cfr. capitolo 5)

4.4 Vision: l’affordance progettuale delle risorse floricole

Dalla fase di analisi si evincono una serie di aspetti interessanti alla definizione dello scenario di sintesi.

Innanzitutto, una evidente scansione del territorio in tre fasce urbane, di cui: una fascia centrale, perfettamente servita da infrastrutture di comunicazione viaria e ferroviaria, in quanto caratterizzata dalle due dimensioni, dal punto di vista turistico, più attrattive sul territorio, ossia quella archeologica e quella religiosa, oltre all’area del mercato florovivaistico che risulta essere in posizione strategica rispetto alle vie di comunicazione (cfr. par. 4.2); due fasce periferiche, di estensione maggiore, in cui sono distribuite aree agricole, disposte a macchia di leopardo rispetto ad aree residenziali, in cui si coltivano al contempo ortaggi e fiori, senza alcuna soluzione di continuità. Le due fasce periferiche sono collegate a quella centrale mediante stradine secondarie, pertanto, gli operatori agricoli, per raggiungere l’area del mercato florovivaistico sono spesso indotti a percorrere la strada Provinciale Vigne Sant’Antonio che delimita il confine occidentale comunale di Pompei. A fungere da marcatori netti di divisione tra la fascia centrale e quelle periferiche, a sud è il fiume Sarno, costeggiato dalla via Ripuaria, a nord la linea ferroviaria Napoli-Poggioreale della Circumvesuviana.

Dal confronto dei dati statistici, documentaristici con quelli derivati dalle interviste ai soggetti/attori si evince che Pompei risulta essere attrattiva,

e quindi appetibile rispetto ad altre offerte territoriali concorrenti, sotto molteplici punti di vista:

- . ‘storico’, in quanto caratterizzata da uno dei più noti siti archeologici del mondo riconosciuti dall’UNESCO come patrimonio mondiale che attira ogni anno circa due milioni e mezzo di turisti, oltre a numerosi studiosi da tutti il mondo;
- . ‘religioso’, in quanto luogo di pellegrinaggio che attira ogni anno oltre quattro milioni di turisti;
- . ‘economico’, dati gli introiti derivati dai poli religioso, archeologico e dal mercato dei fiori;
- . ‘turistico’, in quanto i poli archeologico e religioso richiamano oltre otto milioni fra turisti e pellegrini ogni anno.

Dal punto di vista sociale e demografico, i dati mostrano una città eterogenea in cui la popolazione si può dire abbastanza equamente suddivisa per fasce di età (0-14, 15-20, 21-40, 41-60, over 61), oltre a presentare un’elevata percentuale di bambini con problemi legati all’alimentazione.

Confrontando il dato relativo alla presenza di turisti in un anno nelle strutture ricettive di Pompei, risulta un gap rispetto a quanti effettivamente visitano la città per le sue attrazioni (circa 197.500 persone l’anno risultano presenti nelle strutture ricettive, rispetto agli 8.000.000 di turisti, quindi solo un misero 24,6%), sinonimo questo, di un turismo mordi e fuggi, sebbene le strutture ricettive intervistate sostengano che, sia i turisti, sia i lavoratori, sostino all’interno di esse in media due o tre giorni. Ulteriori dati dimostrano inoltre come le stesse strutture ricettive siano di fatto sottodimensionate rispetto al numero effettivo di turisti che visita annualmente le dimensioni religiosa e archeologica di Pompei.

Una parentesi importante merita la filiera florovivaistica di Pompei comprensiva del mercato dei fiori e delle imprese produttrici. Il POS dell’area vesuviana dedica un paragrafo al settore florovivaistico che vanta una tradizione quasi secolare rappresentando una realtà interessante e significativa in quanto ricopre un ruolo di rilievo nel sistema agroindustriale regionale, sia per superficie, sia per la complessità e la diversificazione che si riscontra al suo interno. La differente composizione dei terreni ha indotto una costante specializzazione delle produzioni tra aree come quella pompeiana, in cui prevale la coltivazione di bulbose (iris, gladioli e lillium) e aree dedicate, come quella torrese, a coltivazioni più rustiche e resistenti, come garofani, gerbere, crisantemi, bocca di leone, lisianthus.

Solo la zona Rossa comprende circa 400 aziende per un totale di oltre 1200 addetti caratterizzate da una limitata dimensione (circa 3 addetti per

impresa), prevalentemente a conduzione familiare. La superficie vesuviana dedicata alla floricoltura è di 400 ettari con prevalenza di produzione di fiori e piante ornamentali protetti in serra (75%) rispetto alla produzione in piena aria (24%). Nonostante il limite dimensionale delle imprese, si assiste al dinamismo del settore grazie all'associazionismo tra aziende in forma cooperativa, alla adozione di tecniche a basso impatto ambientale, all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, alla riduzione chimica utilizzata per la crescita e la difesa delle coltivazioni.

Dal documento di evince che il mercato dei fiori è caratterizzato da una notevole crescita dei consumi a livello nazionale e internazionale favorita da un'evoluzione dei canali di distribuzione e di forme diffuse di promozione che ne lasciano prevedere un andamento positivo della domanda per le produzioni floricole di qualità per le piante da vaso, per il verde ornamentale, per piante da interno o da terrazzo, arbusti e alberi per interni o esterni, sia all'interno dell'area comunitaria, sia nei paesi dell'Europa dell'Est. La commercializzazione dei prodotti è favorita dalla presenza di mercati all'ingrosso.

Il settore rappresenta una interessante realtà con potenzialità di miglioramento delle caratteristiche competitive, sia per i promettenti andamenti del mercato nazionale e internazionale, ma limiti sono rappresentati, oltre che dalla limitata dimensione delle aziende, alla scarsa propensione all'internazionalizzazione, alla ancora contenuta diffusione di tecnologie produttive avanguardistiche e ecosostenibili.

L'analisi SWOT del settore florovivaistico del POS evidenzia quali punti di forza:

- . propensione all'innovazione e alla collaborazione;
- . presenza di mercati all'ingrosso;
- . Settore caratterizzato da trend positivi.

Punti di debolezza sono:

- . parcellizzazione delle imprese;
- . scarsa promozione e valorizzazione della produzione;
- . difficile riconoscibilità dei prodotti sul mercato.

Gli interventi proposti nel POS sono volti a semplificare le procedure burocratiche e amministrative, e riguardano: interventi di formazione specializzata degli addetti e di sostegno alla cultura manageriale di base; incentivi alla realizzazione di servizi di promozione e di commercio su web; politiche di promozione dei prodotti; sostegno alla organizzazione ed alla partecipazione ad eventi promozionali di interesse nazionale ed internazionale; incentivi alla innovazione tecnologica dei processi di

produzione; incentivi alla produzione ecocompatibile.

A Pompei i dati ISTAT confermano la presenza di 144 aziende a produzione florovivaistica di cui 98, pari al 68% del totale, si servono della coltivazione in serra, rispetto al 32% in piena aria.

Dall'incrocio dei dati, è possibile giungere all'analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) per individuare i punti di forza e debolezza e valutare opportunità e minacce dell'attuale offerta urbano-territoriale di Pompei. In tal modo si ha un quadro di sintesi completo che esprime il contesto e consente di definire l'offerta ottimale.

In sintesi si ha:

. *Strengths* (Punti di forza):

- _ presenza di attrattori turistici, economici e culturali, dati dalle dimensioni archeologica, religiosa e agricola;
- _ vicinanza e gestione congiunta dalla stessa Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici, Pompei, Ercolano, Stabia, delle aree archeologiche limitrofe di Herculaneum, Stabiae, Oplontis, Boscoreale;
- _ associazionismo cooperativo delle imprese florovivaistiche a conduzione familiare;
- _ somministrazione, da parte della totalità delle strutture ricettive intervistate, di offerte alimentari di tipo mediterraneo;
- _ collaborazione delle strutture ricettive con diversi tour operator nazionali e internazionali;
- _ gemellaggi e missioni religiose che coinvolgono il territorio nazionale e mondiale (Africa, Cina, Spagna, Sud Corea).

. *Weaknesses* (Punti di debolezza):

- _ scarso tempo di permanenza dei turisti all'interno delle strutture ricettive che risultano altresì sottodimensionate rispetto all'effettivo afflusso turistico;
- _ preferenza di scelta di mete da visitare rivolta all'area archeologica, in territorio comunale, e alle costiere Sorrentina e Amalfitana, a Napoli, Capri, Ercolano e Vesuvio, in territorio extra comunale;
- _ esportazione anonima del prodotto floristico per mancanza di un marchio d'identificazione e di un certificato di qualità;
- _ carenza di un'adeguata infrastruttura adibita al commercio dei fiori.

. *Opportunities* (Opportunità):

- _ offerta territoriale univoca data dalla valorizzazione del patrimonio culturale immateriale dieta mediterranea quale strumento di ricucitura territoriale e sociale;
- _ possibilità di consolidare l'associazionismo lineare dei paesi limitrofi

vesuviani disposti lungo la stessa linea concettuale di città floricole e siti archeologici;

_ possibilità di definire associazionismo reticolare con entità territoriali distanti ma accomunate da simili aspetti e interessi, oltre a consolidare i rapporti bipolari di gemellaggio tra le varie città;

_ presenza di una vasta area adibita a coltivazioni floristiche prevalentemente in serra che divengono affordance di progetto sostenibile;

_ reale opportunità e disponibilità di coinvolgimento degli stakeholder locali (strutture ricettive, imprenditori agricoli, scuole, amministrazioni locali) nella definizione di attività di valorizzazione del territorio nella sua integrità e complessità.

4.7 - Sintesi dell'Analisi SWOT

_ attrattori turistici, economici e culturali, dati dalle dimensioni archeologica, religiosa e agricola;
 _ vicinanza e gestione congiunta dalla stessa Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici, Pompei, Ercolano, Stabia, delle aree archeologiche limitrofe di Herculaneum, Stabiae, Oplontis, Boscoreale;
 _ associazionismo cooperativo delle imprese florovivaistiche a conduzione familiare;
 _ somministrazione, da parte della totalità delle strutture ricettive intervistate, di offerte alimentari di tipo mediterraneo;
 _ collaborazione delle strutture ricettive con diversi tour operator nazionali e internazionali;
 _ gemellaggi e missioni religiose che coinvolgono il territorio nazionale e mondiale (Africa, Cina, Spagna, Sud Corea).

_ scarso tempo di permanenza dei turisti all'interno delle strutture ricettive che risultano altresì sottodimensionate rispetto all'effettivo afflusso turistico;
 _ preferenza mete da visitare rivolta all'area archeologica, in territorio comunale, e alle costiere Sorrentina e Amalfitana, a Napoli, Capri, Ercolano e Vesuvio, in territorio extra comunale;
 _ esportazione anonima del prodotto floristico /mancanza di un marchio e di un certificato di qualità;
 _ carenza di un'adeguata infrastruttura adibita al commercio dei fiori.

_ offerta territoriale univoca data dalla valorizzazione del PCI di dieta mediterranea quale strumento di ricucitura territoriale e sociale;
 _ consolidare l'associazionismo lineare dei paesi limitrofi vesuviani disposti lungo la stessa linea concettuale di città floricole e siti archeologici;
 _ definire **associazionismo reticolare** con entità territoriali distanti ma accomunate da simili aspetti e interessi, oltre a consolidare i rapporti bipolari di gemellaggio tra le varie città;
 _ vasta area adibita a coltivazioni floristiche prevalentemente in serra/ **affordance di progetto sostenibile**;
 _ reale coinvolgimento degli stakeholder locali in attività di valorizzazione del territorio nella sua integrità e complessità.

_ cleavages territoriali;
 _ carenza di idonee infrastrutture stradali di collegamento tra le aree territoriali.

. *Threats* (Minacce):

_ *cleavages* territoriali;

_ carenza di idonee infrastrutture stradali di collegamento tra le aree territoriali.

La messa a sistema di queste considerazioni, consente quindi, di definire i seguenti segmenti target:

. ‘utenti interni’: bambini delle scuole primarie, residenti, imprenditori floricoli;

. ‘utenti esterni’: turisti.

La segmentazione è «una metodologia di analisi e riordino del mercato urbano-territoriale decomposto in un certo numero di segmenti»¹⁶ ed è la fase che consente di individuare dei cluster di utenti, ossia gruppi omogenei che manifestano le stesse esigenze e attese nei confronti dell’offerta urbano-territoriale e reagiscono in maniera più o meno simile all’azione di marketing che viene loro indirizzata. In genere, si può intervenire scegliendo tra: una ‘segmentazione indifferenziata’, proponendo un unico programma di marketing facendo leva sui punti in comune tra i vari utenti per consentire un’ampia diffusione dell’offerta; una ‘segmentazione differenziata’ indirizzata a diversi cluster del bacino di utenza con offerta mirata e specifici servizi di supporto; un’offerta di ‘nicchia’ che soddisfi una parte ben limitata del bacino di utenza. Nel caso di Pompei, si è scelto di intervenire secondo una segmentazione mista, cioè al contempo differenziata e indifferenziata, essendo la diaeta mediterranea un bene materiale e immateriale universale. Per valorizzarlo si intende, infatti, far leva sulla conoscenza e la comunicazione del territorio, partendo dalle stesse risorse ivi presenti e che possono essere distinte in milieu locale, in quanto idiosincratiche e specifiche del territorio, come il sito archeologico e la Basilica Pontificia, nel caso di Pompei, e in *affordances*. Queste ultime «rappresentano le proprietà relazionali di un oggetto fra utente/osservatore e artefatto: definiscono quindi le possibili funzionalità o meccanismi tra artefatto e ambiente secondo la visione dell’osservatore»¹⁷, in quanto proprietà dell’oggetto, ossia un’offerta di possibilità e di azioni che un oggetto ‘invita’ a compiere su di esso, in virtù della sua natura¹⁸. In questa ricerca, *affordance* è il termine utilizzato per indicare l’invito che le serre dei fiori, in quanto luoghi dalla forte percezione (in)tangibile in cui le più antiche e dimenticate tradizioni continuano ad essere messe in pratica, offrono all’idea progettuale di mettere in scena un patrimonio da sempre e in tutte le sue diverse declinazioni elemento caratteristico del *milieu* locale. (cfr. capitolo 5) Un approccio simile è stato applicato nella

ricerca MOMA (Marketing per l'Oltrepò Mantovano) in cui si è compreso che la propensione agricola dell'area orientale dell'oltrepò mantovano, solitamente considerata un punto di debolezza del territorio, può invece diventare un punto di forza, quindi uno spunto progettuale.¹⁹

Come precedentemente esposto (cfr. par. 3.4), questo intervento ricade all'interno delle prime due fasi del ciclo di vita del prodotto territoriale (ricerca e lancio), in quanto obiettivo a breve termine per comunicare il territorio al fine del futuro raggiungimento degli obiettivi a lungo termine citati al paragrafo 4.2 e che riporto di seguito, indicandoli anche sullo schema spazio-temporale al cui centro sono il progetto territoriale e la sua comunicazione:

- . 'offerta culturale/artistica': dettata dalla necessità di definire un marchio territoriale univoco, comprensivo delle dimensioni materiale e immateriale, culturale e colturale, al di là di quella attuale di Città della cultura, della fede e dell'arte;

- . 'offerta turistica': orientata alla valorizzazione di nuove opportunità di fruizione territoriale che vadano ad integrarsi con le attuali di tipo prettamente religioso e archeologico, per fornire al visitatore una visione globale del territorio;

- . 'offerta educativo/formativa': volta alla definizione di accordi tra soggetti/attori locali con le istituzioni scolastiche per definire programmi di divulgazione dei principi cardine della dieta mediterranea e di conoscenza del territorio;

- . 'offerta infrastrutturale': mirata a sostenere interventi di implementazione delle infrastrutture per ovviare alle difficoltà logistiche dovute a un sottodimensionamento dello spazio adibito al mercato dei fiori.

Sull'asse spaziale sono disposti, all'interno del territorio: l'associazionismo già presente tra varie aziende floristiche in cooperative; il *network* interno di *stokholder* locali derivante dal percorso integrato delle tre dimensioni e dal coinvolgimento delle strutture ricettive, in quanto espressione della dimensione alimentare, nell'offrire l'immagine univoca di Pompei, *Città della Dieta Mediterranea*. Man mano che l'asse procede verso l'esterno del territorio, obiettivi diventano: l'incremento della rete relazionale con gli altri siti archeologici vesuviani, meno interessati dal turismo (solo 58.583 visitatori nel circuito archeologico Pompei-Ercolano-Stabia sul totale di 2.413.515 visitatori dell'area archeologica di Pompei – Rilevazioni 2013 Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali del MiBAC); inserimento di Pompei come città del turismo floreale, da inserire in un più vasto circuito mediterraneo nazionale e internazionale che comprenda ad esempio, la

Riviera Ligure, Hvar (Croazia), Tavira (Portogallo), Istanbul (Turchia). Sull'asse temporale, al passato appartiene l'approfondimento sul patrimonio culturale tangibile, dato dalle analisi sulle diaetae pompeiane dell'area archeologica, mentre, man mano che si procede verso il futuro, vi sono: la definizione di programmi educativi integrati in tema diaeta mediterranea dai punti di vista nutrizionale, artistico, conoscenza del territorio; l'individuazione di idonee infrastrutture per l'ottimale espletamento della vendita dei fiori.

4.5 Sintesi: il patrimonio immateriale sinopia svelata del mosaico territoriale

La salvaguardia dell'espressione (in)tangibile del territorio diviene leva di definizione di un turismo sostenibile che «riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo socialmente responsabile del proprio territorio» e che «opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori»²⁰

Sull'esempio del *Museo vivo do Fandango*, dell'Alto Douro e del Festival dei Patii di Cordoba, ci si basa sulla presenza di uno spazio tangibile che è quello agricolo, caratterizzato da serre floricole, a tutti gli effetti architetture della *Diaeta Mediterranea*, che, attraverso un processo di nuova semantizzazione possono essere tradotte in 'semiofore', arricchendosi di un valore culturale oltre che colturale, alla stregua delle case dei *fandangueiros*. La configurazione architettonica delle serre nasce dall'esigenza produttiva che esse sono chiamate a svolgere e, per la quale sono state più volte indicate come architetture della *Diaeta Mediterranea*, all'interno delle quali consentire la rappresentazione dell'omonimo patrimonio intangibile. Per dirla alla Söderstrom, esse possono essere attualmente considerate 'beni banali', non con accezione negativa, ma in quanto beni culturali da far parlare, inserendoli in trame progettuali di cui la comunità si appropri, percependoli come qualcosa d'importante. Di conseguenza, il concetto di 'bene culturale' configura qui una simbiosi tra un concetto economico, legato al consumo e al turismo culturale, e un concetto etico di valore culturale, storico, artistico e documentario. Perché possa esplicarsi il turismo sostenibile, le serre dei fiori devono percorrere la traiettoria di un oggetto patrimoniale, trasformandosi in 'semiofore' portatrici di nuovi significati. Prendendo come riferimento la normativa regionale sull'edificazione delle serre, nelle Leggi Regionali 8/95 e 7/96

e smi, le serre sono, infatti, considerate luoghi di produzione, impianti serricoli funzionali alle attività agricole e funzionali all'ampliamento delle potenzialità produttive del comparto agricoltura. Ai fini della legge si considerano «impianti serricoli, quelle strutture idonee a determinare, con l'ausilio delle moderne tecnologie, condizioni agronomiche ottimali per la messa a dimora, sviluppo e produzione delle colture orto-frutto-floricole a ciclo stagionale o ininterrotto, ovvero con ripetizione della stessa specie di prodotto senza soluzione di continuità»²¹. Si intende attuare pertanto un processo di trasformazione temporaneo e permanente di porzione delle serre dei fiori nei periodi adibiti al riposo produttivo, o alla fioritura che, in base alla specie floreale coltivata, si sovrappongono o sfiorano i periodi di picco turistico (aprile-ottobre). In tal modo si andrebbe, non solo a svincolare la serra dalla semplice definizione di “impianto”, per portarla di diritto ad essere riconosciuta come ‘architettura culturale’, ma anche a decongestionare il flusso turistico concentrato nella fascia centrale del territorio, spostandolo alle fasce territoriali agricole e incrementandolo anche nei periodi di minore affluenza.

Essendo, infatti, Pompei il luogo in cui, delle tre dimensioni presenti sul territorio (agricola, archeologica e religiosa), l'area agricola e soprattutto la filiera florovivaistica hanno notevole rilevanza, si considerano queste ultime due poter svolgere funzione di cerniera territoriale. La scelta della location serra, non è più solo finalizzata alla realizzazione di un evento singolo, come previsto nell'obiettivo iniziale della ricerca, ma si intende utilizzarne porzione di avanserra per realizzare un progetto modulare di allestimento a scopo ludico, culturale e divulgativo, in cui rendere leggibile e fruibile la conoscenza del territorio a 360°, traducendo in scenografie percorribili e interattive, la lettura geometrica degli antichi spazi della convivialità, di cui l'area archeologica ancora presenta notevoli testimonianze nelle antiche domus pompeiane. (v. capitoli 5-6)

La disseminazione omogenea di queste architetture dei fiori sul territorio consente di disegnare uno scenario integrato definito da un percorso trasversale le cui tappe sono serre floreali a differente specializzazione produttiva (rose, curcume, *anthurium*, tulipani), e da quello dell'attuale turismo archeologico-religioso, consentendo alla città di Pompei di divenire un'Esposizione Vivente della Dieta Mediterranea, coniugando valori e tradizioni antichi e contemporanei. Ricavare, all'interno delle serre, un'area espositiva, in cui seminare specie vegetali la cui presenza nell'antichità pagana di Pompei è attestata dagli studi archeobotanici, dalle indagini paleobotaniche e dagli affreschi floreali presenti nelle *diaetae* di *domus* e

villae, consentirebbe di legare la visita agli scavi archeologici a quella delle serre per portare a casa come *souvenir* i semi o la piantina di quegli stessi fiori protagonisti delle *domus*.

Il legame col territorio si completa, inserendo nell'itinerario anche la Basilica Cristiana dedicata alla Vergine del Rosario, il cui simbolo e dono è la rosa. Anche in questo spazio religioso, infatti, i fiori continuano ad essere i doni simbolici inneggianti alla Vergine, come testimoniano i motivi floreali dei mosaici che decorano l'intradosso della volta absidale della Basilica.

Note

¹C. Franzato, *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*, Tesi di Dottorato di ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, XX ciclo, p.129

² introduzione di Claudio D'Alessio, ex sindaco di Pompei, al testo: M. Iaccarino (a cura di), *Con la dieta mediterranea. Cattive abitudini e buoni auspici*, Napoli, Think Thanks edizioni, 2012

³ Dati dedotti dall'indagine 2007, *Okkio alla Salute – Promozione della salute e della crescita sana dei bambini della scuola primaria*, del Ministero della Salute

⁴ P. Di Martino, *I bambini si raccontano a tavola*, in: M. Iaccarino (a cura di), *Con la dieta mediterranea. Cattive abitudini e buoni auspici*, Napoli, Think Thanks edizioni, 2012, p.20

⁵ L. Argano, A. Bollo, P. Dalla Sega, C. Vivalda, *Gli eventi culturali. Ideazioni, progettazione, marketing, comunicazione*, Milano, Franco Angeli, 2005, p.20

⁶ *ivi*, p.23

⁷ *ivi*, p.23

⁸ S. M. Lipset, S. Rokkan, *Cleavages Structures, Party System, and Voter Alignments: An Introduction*. Documento reperibile su: www.u.arizona.edu/~mishler/LipsetRokkan.pdf

⁹ La citazione è estrapolata dal discorso di B. Longo all'inaugurazione dell'Osservatorio Meteorico – Geodinamico – Vulcanologico dell'Orfanotrofio di Valle di Pompei, del 15 maggio 1890, riportato in M. Iuliano, *La gestazione*, pp.30-35, in M. Iuliano, S. G. Federico (a cura di), *Bartolo Longo 'urbanista' a Valle di Pompei. 1876-1926*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000, p. 34

¹⁰ cfr. M. Iuliano, S. G. Federico (a cura di), *Bartolo Longo 'urbanista' a Valle di Pompei. 1876-1926*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000

¹¹ cfr. C. Giordano, A. Casale, *Profumi, unguenti e acconciature in Pompei antica*, 2^a Edizione riveduta e integrata a cura di Laurentino García & García, Roma, Barbi Editore, 2007

¹² N. Avellino, L. Avellino, *Pompei. Segni di antiche memorie*, Pompei, 1990, p.49

¹³ La ragione della rilevanza economica è dovuta al fatto che la città di Napoli è sempre stata un grosso centro di consumo

¹⁴ Alfred Korzybski, fondatore della semantica generale - www.gestalt.org/alfred.htm

¹⁵ C. Franzato, *Il Capitale territoriale come porta d'accesso al progetto e al design del territorio*, in *Global Manager*, numero 16, anno 9, Giugno 2009)

¹⁶ A. Foglio, *Il marketing urbano-territoriale. Il marketing per città, aree urbane e metropolitane, organismi territoriali*. Milano, Franco Angeli, 2006 - ISBN 88-464-7573-9)

¹⁷ M. Forte, *La villa di Livia: un percorso di ricerca di archeologia virtuale*, Roma , «L'ERMA» di BRETSCHNEIDER, 2007, p.13

¹⁸ cfr. J. J. Gibson, *Un approccio ecologico alla percezione visiva*, Bologna, Il Mulino, 1999

¹⁹ www.oltrepomantova.it

²⁰ Si utilizza la definizione adottata dall'Associazione Italiana per il Turismo Responsabile - www.aitr.org

²¹ Legge Regionale N.8 del 24/03/1995 Regione Campania, *Norme per la realizzazione di impianti serricoli funzionali allo sviluppo delle attività agricole*, Art. 2

Trascrizione geometrica del milieu locale

5.1 La domus pompeiana. Una scenografia percorribile

Nella prima parte di questa ricerca si è parlato della tipologia dello spazio interno delle *domus* denominato *diaeta* e delle sue molteplici possibilità espressive e distributive, sia rispetto alla *domus* o alla *villa*, sia rispetto al rapporto di reciprocità dei vani costituenti il tipo stesso, accennando che la disposizione del modulo all'interno delle abitazioni private e le differenti possibilità sintattiche ne esprimono, da un lato il carattere funzionale, dall'altro differenti modalità di fruizione in cui, un ruolo strategico è svolto dall'interazione degli spazi figurativo ed architettonico. Questo consente di identificare, sia la *domus*, sia la *diaeta* stessa, in termini di complesse e articolate scenografie teatrali percorribili, aventi carattere di permanenza, e differenti gradi gerarchici di praticabilità, che consentono al fruitore di essere al contempo spettatore o attore in base al tipo di rapporto instaurato col *paterfamilias*.¹

Le *domus* sono infatti luoghi all'interno dei quali il concetto di *privacy* è ben diverso da quello attuale, in quanto esse sono spazi adibiti a rappresentare ed esibire, non solo l'ideologia collettiva dominante, ma anche la dimensione sociale e il ruolo pubblico del *dominus*. Tutto l'apparato distributivo tende, quindi, a enfatizzare una serie di elementi semantici riferiti al linguaggio visuale del potere e delle aspettative sociali, conferendo alla casa la concretezza fisica di una sorta di palcoscenico per i rituali pertinenti alla figura del *paterfamilias*.²

In questo senso, esse si mostrano quali repliche a scala minore di quanto

avviene nella città, organizzate all'interno della *domus* con la contemporanea presenza di aree accessibili a un vastissimo pubblico e di aree riservate alla famiglia o agli amici più intimi. Le zone adibite ai settori di ricevimento e udienza pubblica possono anche estendersi in profondità senza per questo interferire con gli ambienti a uso esclusivo della famiglia, ma inserendosi in una complessa caratterizzazione degli spazi basata su un livello variabile di permeabilità rispetto al mondo esterno. In tal modo, la *domus* è articolata in una serie di sequenze spaziali più o meno tangibili, e comunque percepibili, che esplicitando una gerarchia di percorsi, contribuiscono da un lato a mostrare profondità e spazi inesistenti, dall'altro a celare gli ambienti privati agli sguardi di chi non è ammesso a oltrepassare una determinata soglia. Colonnati, pavimentazioni, soffitti, finestre, pedane, affreschi, pilastri in stucco o dipinti, filari di alberi o piante fungono da indicatori tangibili di confine tra due aree, da percorsi o da diaframmi visivi che ostacolano la vista, svelando, solo a chi è consentito attraversarli, gli scenari reali al di là di essi. Un ruolo fondamentale, in questo gioco di graduale disvelamento dello spazio, è svolto dalla luce naturale, che laddove giunge fioca, perché filtrata da vani o disimpegni, sottolinea la presenza di ambienti privati o adibiti al riposo notturno, laddove invece giunge più diretta, caratterizza l'ambiente come raffinata sala di soggiorno, riposo diurno o ricevimento di pochi intimi, sottolineandone al contempo una relazione più articolata rispetto agli spazi e alle aree verdi circostanti.

Ancora oggi, l'osservatore che si trova sulla soglia, percepisce che la maggior parte delle case pompeiane rispettano il comune assetto simmetrico della sequenza vitruviana ordinata di *fauces*, *atrium*, *tablinum* e *peristilium* ma che, in realtà, non riflette la reale configurazione planimetrica della *domus*. La ragione dell'inganno di una tale concezione spaziale deriva piuttosto dalla messa in scena di uno stratagemma prospettico nel quale proprio le *fauces* svolgono un ruolo determinante, avendo esse la forma di un vero e proprio corridoio, dal pavimento leggermente inclinato verso l'alto rispetto all'interno della casa. Così strutturato, il *vestibulum* funge da cunicolo prospettico che inquadra l'atrio compluviato, facendo convergere lo sguardo in linea retta verso gli ambienti posti lungo la stessa traiettoria ed escludendo dalla vista le stanze collocate lateralmente.

Non solo le pareti, il soffitto e il pavimento delle *fauces*, ma anche le finestre aperte sulla parete di fondo del *tablinum* e le pareti laterali di quest'ultimo, la disposizione delle colonne (ove presenti), l'intradosso delle falde dell'*impluvium* concorrono a definire la prospettiva che guida lo sguardo verso un *viridarium* e, oltre quello, verso un giardino dipinto

che simula l'illusione di uno spazio ampliato al di là della parete di fondo della *domus*, elevando, al contempo, il tono dell'ambiente. Questa conformazione è riscontrabile in diverse *domus* quali, giusto per citare quale esempio, la *Casa di Sallustio* (VI, 2, 4), la *Casa delle Amazzoni* (VI, 2, 4), la case della *Fontana Grande e Piccola* (VI, 8, 22-23) che sono costruite rispettando il criterio di assialità illusoria dato dalla tradizionale sequenza di *fauces*, *atrium*, *tablinum* e *viridarium*. In questo assetto, alla definizione dell'effetto complessivo di simmetria contribuisce il traguardo visivo sul fondo del *viridarium* rappresentato da affreschi, per lo più di giardino o paesaggistici. A costituire l'estremo opposto dell'asse visivo, rispetto all'occhio dell'osservatore, concorrono, quasi sempre, un'edicola per il culto, un ninfeo o una fontana rivestita con mosaici vitrei, reali o dipinti. L'acqua, oltre a essere simbolo di vita, rinascita e ordine cosmico, come si vedrà nel resto della trattazione³, è anche elemento che sottende uno *status* sociale elevato, giocando un ruolo fondamentale nell'assetto prospettico della *domus*. A partire dal III-II secolo a.C., conseguentemente ai maggiori contatti con la società e i modelli ellenistici e in seguito alla costruzione dell'acquedotto urbano, iniziano ad essere installati nelle *domus* gli impianti di fontane domestiche che evocano l'ambiente naturale a imitazione delle ville extraurbane.⁴ Superate le *fauces* ci si immette nell'*atrium*, centro di irradiazione della vita familiare, fulcro della dimensione pubblica dello spazio domestico e luogo della *salutatio* mattutina in cui il *dominus* può fare sfoggio del prestigio familiare. In quanto luogo liberamente accessibile a una nutrita schiera di visitatori, l'*atrium* costituisce infatti il punto di cerniera con la città, dove il prestigio dei padroni di casa deve essere immediatamente percepibile, anche per quanti non sono autorizzati a procedere oltre nei penetrali della dimora.⁵ Da qui, la vista, spostandosi da altari e larari, giunge al lato opposto dell'ingresso dove è posto il *tablinum*, ambiente in cui sono conservati i documenti delle magistrature degli antenati e luogo di accoglienza per le pratiche pubbliche del padrone di casa. Probabilmente l'essere collocato su una piattaforma sopraelevata in asse visivo con l'ingresso è dovuto proprio al suo posizionamento fisico al vertice di una comune direttrice d'uso di rappresentanza quotidiana. Attraverso il *tablinum*, la visione assiale prosegue poi verso il settore più interno dell'abitazione, il *viridarium* colonnato, accessibile solo a quanti sono ammessi agli ambienti più intimi della casa, in virtù di rapporti di amicizia o di parentela. Frequentemente la parete di fondo del *tablinum* è infatti chiusa da diaframmi mobili, quali tende o partizioni lignee, che isolano il *viridarium* e i locali privati su questo prospicienti. In alternativa,

sono spesso proprio la ricca vegetazione del *viridarium* e il colonnato a fungere da barriere vive rispetto ai locali più interni.

L'iniziale simmetria prospettica indotta dal punto di vista collocato sulla soglia della casa, si rompe non appena ci si addentra nel complesso abitativo che svela scorci di una ben più ampia e articolata complessità architettonica e decorativa.

Quanto fin qui esposto è valido per abitazioni che presentano un impianto planimetrico di tipo tradizionale, che prevede lo sviluppo ordinato di *fauces*, *atrium*, *tablinum* e *viridarium*, quali quelle sopra citate. Risulta però interessante notare come gli attributi architettonici, pittorici, musivi e vegetali siano compartecipi nella definizione di cunicoli di fruizione prospettici anche in case ben più articolate quali quelle che si è scelto di analizzare e descrivere all'interno della presente ricerca e che ricordiamo essere la *Casa del Frutteto* (I, 9, 5), la *Casa della Venere in Conchiglia* (II, 3, 3) e la *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 41). All'interno di queste, le particolari *diaetae*, caratterizzate da raffinatissimi dipinti di giardino sono, infatti, espressione di una reciprocità spaziale e decorativa che garantisce il loro raggiungimento, proprio grazie a particolari declinazioni di cunicoli e diaframmi visivi.

Mentre nel prossimo paragrafo si scenderà nel dettaglio della descrizione di come questi affreschi di giardino siano funzionali a definire, non solo un ampliamento spaziale e uno sfondamento prospettico, ma anche l'atmosfera di un *locus amoenus* in cui possano esplicarsi i riti della convivialità, qui vedremo come i vari elementi architettonici e pittorici contribuiscono al raggiungimento di questi illusori e privati ambienti.

Ritengo opportuno iniziare dalla *Casa del Frutteto* (I, 9, 5), in quanto abitazione residenziale di moderato impianto planimetrico, che esibisce la canonica scansione spaziale dell'allineamento assiale visivo dei quattro ambienti più volte citati, oltre a presentare un duplice modulo *diaeta*: uno lungo l'*atrium*, l'altro lungo il *viridarium*, il raggiungimento dei quali è rispettivamente garantito da due differenti corridoi nello spazio domestico, uno pubblico, l'altro più intimo. A suggerire questa affermazione è proprio quanto è inquadrato dalla soglia dell'abitazione attraverso il primo asse prospettico, costituito dalla pavimentazione e dalle pareti laterali delle *fauces* e del *tablinum*, nonché dal soffitto di quest'ultimo e dalle colonne sul *viridarium*. Questi elementi incorniciano, infatti, il giardino reale, il *viridarium* appunto, la cui parete di fondo è certamente costituita dalla parete di fondo del *triclinium*, essendo quest'ultimo completamente aperto sul giardino. Non avendo documentazioni sulla tipologia di affresco presente su tale parete di fondo, si può solo ipotizzare, che anche su

quest'ultima fosse presente, come nelle altre *domus*, un qualche affresco di giardino o paesaggistico che contribuisse ad ampliare ulteriormente lo spazio in direzione del primo asse visivo. Due angusti corridoi, posti simmetricamente rispetto al *tablinum*, iniziano a svelarsi solo varcata la soglia delle *fauces*. La conformazione planimetrica di questi due vani di passaggio predilige notevolmente la profondità alla larghezza, ponendo, in tal modo, le estreme pareti interne di questi in diretta continuità visiva con le pareti laterali del *tablinum* a definire, proseguendo lungo l'asse visivo, la quinta scenografica che cela alla vista il resto della *domus* anche dall'interno dell'*atrium*. Solo uscendo dal cunicolo prospettico principale, e volgendo lo sguardo verso sinistra, l'attenzione è catalizzata dall'apertura data dalla portafinestra che inquadra gli affreschi del *cubiculum* azzurro connesso all'adiacente *ala-exedra*, che concorre a costituire la prima *diaeta* bipartita. L'orientamento dell'apertura a occidente e la presenza del tappeto musivo, raffigurante una rosetta a sei petali inclusa in una stella a sei punte, a sua volta inscritta in un doppio esagono e in un cerchio, lascia ipotizzare che il *cubiculum* azzurro svolgesse il duplice ruolo di luogo di soggiorno e riposo⁶. Sempre restando al di fuori dell'asse visivo iniziale, da questo punto si apre un secondo e più angusto cunicolo visivo prospettico definito a sinistra dalle pareti esterne della seconda *diaeta* bipartita e a destra dalla parete del *tablinum*. Solo a chi è consentito percorrere il corridoio così definito può avere accesso alla seconda *diaeta*, costituita da un *triclinium* direttamente collegato al *cubiculum* nero con alcova rialzata. Il letto collocato sull'alcova, è il punto di vista per il quale è stato dipinto il lucernaio centrale sulla volta, raffigurante Dioniso che cavalca una pantera, animale sacro al dio.⁷ È possibile ipotizzare l'originaria disposizione dei letti del *triclinium*, sia dalla posizione del tappeto musivo dalla forma geometrica di stella a otto rombi, che individua la posizione della mensa, sia dalla presenza, sulle quattro pareti affrescate di pannelli centrali dipinti con scene mitologiche, di cui almeno tre svolgono il tema della punizione della *hybris*, che lasciano ipotizzare la sala come ambiente misterico legittimamente connesso all'adiacente *cubiculum* nero, indicato dai più come grotta naturale.⁸

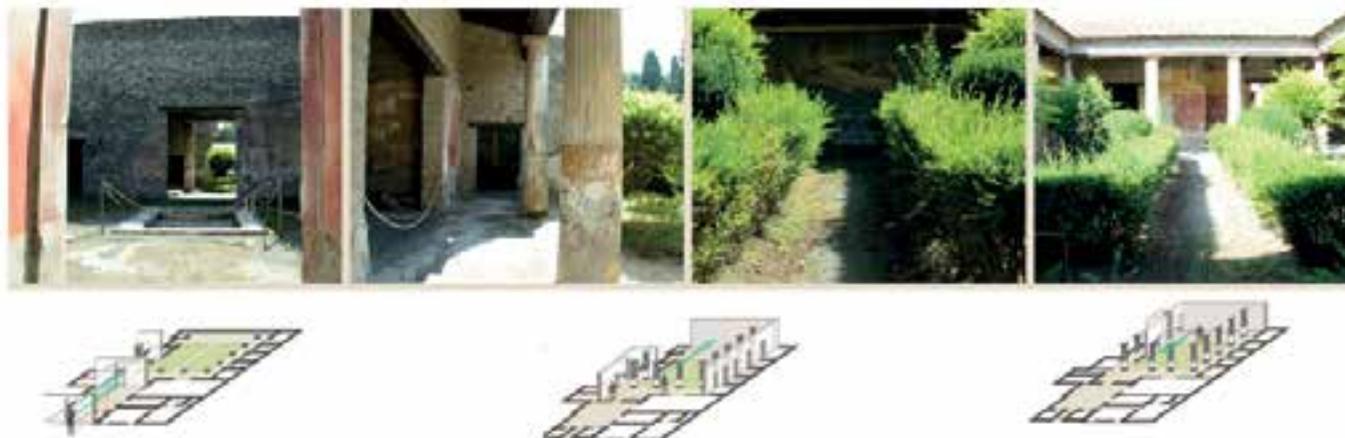
Il corridoio posto a sinistra del *vestibulum*, la cui forma angusta funge oggi da cannocchiale per inquadrare uno scorcio del *viridarium*, sembra svolgere in origine solo funzione di rampa di collegamento dal *viridarium* ai piani superiori.

Mentre il *triclinium* della *diaeta* sul *viridarium* dimostra di non avere particolare vista sul giardino, se non un piccolo scorcio, giunti nel *triclinium* più ampio, posto sul fondo della *domus*, è evidente come, lungo l'asse del cunicolo

visivo principale, sia definito, opposto a quest'ultimo, un ulteriore cunicolo visivo prospettico. Per quanto la mancanza di reperti non consenta una ricostruzione completa dell'apparato architettonico e decorativo di quest'ultimo *triclinium*, è infatti interessante notare come la sua ampia apertura nella parete prospiciente il *viridarium* sia in realtà prospetticamente funzionale a un'ulteriore vista privilegiata, incanalata dalle pareti, dal soffitto e dal pavimento del triclino stesso, nonché dagli elementi vegetali e da due delle colonne del *viridarium* a costituire un cannocchiale prospettico verso il giardino reale, che cela quasi perfettamente alla vista il resto dell'abitazione.

La *Casa della Venere in Conchiglia* (II, 3, 3), di impianto planimetrico abbastanza semplice, mancando del *tablinum*, svolge in maniera diversa il tema della profondità prospettica. Anche in questo esempio, chi si trova sull'uscio d'ingresso a osservare l'interno della *domus*, crede di trovarsi di fronte a un impianto spaziale simmetrico scandito dalla classica successione degli ambienti e culminante in un giardino reale, dove nel punto di fuga di questo asse visivo principale, incanalato da pareti laterali delle *fauces*, pavimento e intradosso del *compluvium*, lo sguardo incontra una fontana dipinta. Quest'ultima non è posta sul fondo del *viridarium*, come accade per le *domus* il cui impianto è dato dalla successione degli ambienti, ma è dipinta sulla parete esterna di un vano opportunamente aggettante da contribuire a definire, per i due terzi da sinistra, il fondale illusorio che risulta perfettamente tripartito. A completare tale tripartizione è la fascia di giardino reale visibile dalla soglia. La stessa parete del vano aggettante risulta, inoltre, perfettamente bipartita dalla sovrapposizione prospettica, rispetto al punto di vista esterno, delle colonne del *peristilium* che lasciano totalmente alla loro sinistra l'ingresso al vano e alla loro destra la restante

5.1 - Assi prospettici della *Casa della Venere in Conchiglia*.



porzione visibile di parete su cui è dipinta la fontana. Giunti all'*atrium*, e spostando ortogonalmente a destra il punto di osservazione, si rivelano due enormi sale tricliniari a testimoniare che il padrone di casa ricevesse consistenti gruppi di ospiti e clientes.

Oltrepassato l'atrio, si giunge quindi al *peristilium*, centro nevralgico di nuove direttrici di prosecuzione, consentendo, a chi procede verso sinistra, lo svelarsi della seconda colonna del *peristilium* che inquadra prospetticamente la vista verso l'interno del vano aggettante sul *viridarium*, una vera e propria *diaeta*. Questo cunicolo apre un ulteriore orizzonte visivo, dato dall'azzurro delle pareti interne della *diaeta* che simulano finestre aperte verso l'esterno. L'unica finestra reale di questo vano è invece visibile solo varcandone la soglia d'ingresso e volgendo lo sguardo verso l'asse ortogonale che incornicia la vista sul giardino, proiettando nel verde chi vi soggiorna.⁹

Tornando al *peristilium*, un altro asse visivo è invece traslato sulla destra rispetto al principale e convoglia lo sguardo, attraverso le pareti vegetali laterali del *viridarium*, svelando finalmente il dipinto della Venere in Conchiglia, da cui la *domus* deriva il nome. Andando oltre, lungo il sentiero che conduce all'affresco, lo spazio continua a dilatarsi in maniera centrifuga, non solo in profondità, mostrando dipinti, simmetricamente alla Venere, da un lato Marte, dall'altro un *labrum* marmoreo, ma anche a oriente, dove le pareti esterne della *diaeta*, a loro volta dipinte con specie vegetali e altre fontane circolari baccellate con zampilli e colombe, fungono qui da fondale della messa in scena del giardino e del mito di Venere.

Giunti al centro del dipinto di Venere, sulla sinistra, si svela un'ulteriore parete dipinta a fondo giallo, quella del *sacellum*, su cui, in primo piano è un cratere a calice in cui zampilla dell'acqua. Volgendo, dalla Venere, lo sguardo indietro, verso il *peristilium*, si ricompone, invece un'immagine completa e simmetrica rispetto al punto di vista dell'osservatore, dove alla definizione di un fondale unitario e tripartito dalle antistanti colonne, contribuiscono la parete esterna del *triclinium* maggiore posto a Nord e la parete sull'*atrium*. Queste, pur essendo nella realtà sfalsate nello spazio, consentono con buona approssimazione, di percepire le due aperture del *triclinium* e dell'*atrium* perfettamente simmetriche rispetto alla fascia centrale costituita dai dipinti a pannelli rosso cinabro che si allineano a definire una composizione unitaria.

Il discorso relativo agli allineamenti e all'asse prospettico segue un'argomentazione diversa nella *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 41) la cui struttura architettonica, sviluppata adagiandosi alle pendici occidentali del promontorio di *Pompeii*, sfruttando le mura della città, è costituita da tre

livelli sovrapposti distribuiti a terrazze, frutto della fusione tra il modello di casa italica ad atrio e il gusto della villa suburbana. L'ingresso alla *domus* è al piano terra, unico livello non interrato sul quale si definisce, con opportune alterazioni, lo schema distributivo della casa ad atrio. Come si evince dalla planimetria di questo livello, infatti, gli ambienti sono concentrati, rispetto all'asse visivo principale, solo sul lato nord-occidentale. Pertanto, nella definizione del primo asse prospettico, partecipano qui, oltre ai piani orizzontali del pavimento e dell'intradosso delle coperture, da un lato le pareti esterne dei locali della *domus*, dall'altro la parete perimetrale che separa la *domus* dall'adiacente *Casa di Fabius Rufus* (VII, 16, 22), facendo convergere lo sguardo sul panorama marino naturale che il particolare orientamento della casa offre. Di quanto si è preservato dal crollo dell'abitazione, gli ambienti collocati immediatamente sull'*atrium* sembrano essere la triade *triclinium*, *cubiculum*, *ala* risolti nella formula di reciproca indipendenza (Tipologia A)¹⁰, mentre l'assenza di un vero e proprio *tablinum* è ovviata da un passaggio che conduce a saloni adibiti a *oecus* e *triclinium*, dimostrando così la destinazione d'uso prevalente dell'intero livello: quella di ambiente di ricevimento. Dopo aver avuto accesso alla *domus*, la pavimentazione mostra un'apertura lungo il muro di confine meridionale che conduce ai due livelli inferiori, al primo dei quali, una deviazione dalla traiettoria conduce ad ambienti di soggiorno e termali, e a una *diaeta* invernale. Proseguendo il percorso in discesa lungo la scala, si giunge invece al secondo livello costituito da un ampio giardino che si rivela con una prima vista di scorcio da cui si evince solo una visione del suo aspetto di natura artificiale, con un fondale costituito dalle viti rampicanti lungo la parete settentrionale. Solo addentrandosi nel giardino e volgendo lo sguardo a nord, inizia a rivelarsi il gruppo *diaeta* costituito da un *cubiculum* e da un *triclinium* all'aperto, entrambi voltati a botte e dipinti con affreschi di giardino ricchi di molteplici specie vegetali, che sembra in origine proseguissero, almeno nel *cubiculum*, anche sulla volta, definendo un illusorio pergolato fiorito. Raggiunto tramite un percorso angusto e oscuro, sebbene lineare, il giardino si pone, con questa *diaeta*, in netto distacco rispetto alle strutture dei piani superiori costituendo quasi un nucleo a sé. Anche in questo caso, spostandosi attraverso di esso, si hanno molteplici punti di vista: ponendosi al centro, lungo la direttrice longitudinale, suggerita dallo sgorgare dell'acqua dal ninfeo e dalla fontana, la parete orientale del *triclinium* funge da fondale che completa il quadro visivo generato dal cunicolo prospettico del pergolato ligneo, ormai inesistente, e dalle pareti vegetali del giardino stesso. All'opposto, guardando dal centro

del *triclinium*, attraverso il pergolato ligneo sovrapposto alla fontana, lo sguardo è condotto verso il giardino reale cui fanno da sfondo gli elementi vegetali coltivati lungo la parete occidentale.

La particolare configurazione architettonica delle *domus* fa sì, che i percorsi attraverso di essa, siano di volta in volta scanditi da inquadrature visive che ricompongono, in maniera coerente e definita, un'immagine bidimensionale data dall'insieme di elementi (architettonico, vegetale, pittorico) che rientrano nel cono visivo di chi avanza nello spazio. Avanzando nei penetrali delle dimore pompeiane, sembra ricomporsi, come su un quadro posto di fronte all'osservatore, il bozzetto scenografico costituito dalla proiezione sul quadro, dall'occhio dell'osservatore, in maniera prospettica tutti gli elementi spazialmente distribuiti nella domus, compresi nel proprio cono visivo. In maniera ottimale e biunivoca, se due osservatori sono collocati agli estremi dello stesso asse visivo, e i loro sguardi sono orientati l'uno verso l'altro (quindi opposti), entrambi godono di un'immagine definita dalla giustapposizione degli elementi nello spazio a restituire 'bidimensionalmente' la prospettiva costruita.

Proprio queste che, in questa ricerca possiamo indicare come una sorta di doppia prospettiva, saranno il tema centrale e uno dei materiali intangibili nella definizione del criterio di descritto al capitolo 6 della presente ricerca.

5.2 Affreschi di giardino tra realtà e illusione dipinta

Si è appena visto che nella *domus* pompeiana, a prescindere dalla configurazione planimetrica, elementi invarianti sono scorci e diaframmi prospettici, definiti da elementi architettonici e dipinti illusori, grazie ai quali l'osservatore è immerso in una scenografia percorribile all'interno della quale può svolgere il ruolo di spettatore, immaginando spazi inesistenti lungo la traiettoria dei punti di fuga, o di attore, libero di muoversi attraverso labirintici e reali percorsi coordinati dall'apparato figurativo che svela e asseconda l'ampliamento del respiro spaziale.

Seguendo una logica che azzarderei quasi a definire frattale, ossia intesa come schema compositivo che prevede una ripetizione progressiva di uno stesso modello alla scala sempre più piccola, come in tutta l'estensione domestica, anche i singoli ambienti sono realizzati e dipinti in modo da mettere in scena un'illusione che vede compartecipi architettura e pittura in un reciproco scambio di ruoli di contenitore e contenuto. Alla pittura si deve la capacità di imitare non solo le immagini percepite dagli occhi,

ma anche quelle percepite dalla mente, che si esprimono attraverso la rappresentazione, non solo del verosimile, ma anche del possibile e dell'immaginario. In questo modo, lo spazio figurativo, crea mentalmente e materialmente una superficie verticale di supporto posta frontalmente rispetto allo sguardo dell'osservatore, alla stregua di una finestra aperta e affacciata sull'immaginario, che si integra con l'architettura e spesso la nega. Svincolando, così, quest'ultima dal ruolo classico di contenitore, è lo spazio pittorico che, esibendo sulle pareti dello spazio architettonico un ambiente illusorio ed evocativo più ampio di quello costruito, gioca a sua volta il ruolo di contenitore di quest'ultimo, consentendo alla mente di percepire, oltre il confine materico, una dimensione altra, al di là dei limiti consentiti dall'architettura.

I dipinti di giardino possono intendersi come caso particolare della tendenza pittorica di epoca romana che, a partire dal Secondo Stile, sovrappone alla parete, sfondandola e negandola, una decorazione che ne amplifica lo spazio, evocando ad esempio una pinacoteca, una scenografia teatrale, un giardino. Tali dipinti mettono in relazione non solo architettura e pittura, ma anche lo spazio interno con l'ambiente circostante, essendo composizioni che riproducono, sfruttando una tripartizione orizzontale, lussureggianti spazi verdi recintati da basse staccionate, lignee o marmoree, e incorniciati da candelabri o pilastri. In primo piano sono arricchiti di crateri, fontane zampillanti, personaggi dei miti dionisiaci e osiridei, animali simbolici, mentre la parte superiore della parete è dedicata a festoni e ghirlande di edera, da cui pendono oscilla, a forma di medaglioni, pelte e maschere teatrali. Lo stretto legame simbolico e rappresentativo di tali espressioni pittoriche con il mondo naturale e rituale le vede parteciparvi sia delle pareti interne di angusti *cubicola*, sia delle pareti perimetrali di cortili e peristili, sia dei bassi muretti di recinzione che anticipano la vista su un *viridarium*, come avviene ad esempio nel *peristilium* della *Casa del Menandro* (I, 10, 4) a *Pompeii* per favorire l'illusione di dilatazione dell'ambiente.

In base al rapporto di reciprocità con la casa e con la *diaeta*, il giardino dipinto si pone come negazione e ampliamento centrifugo di quattro pareti materiche, come avviene nei *cubicola* della *Casa del Frutteto*, e nella sala ipogea della *Villa di Livia* a Roma, oppure come legittima continuazione del *viridarium*, come nella *diaeta* estiva della *Casa del Bracciale d'oro* o sulle pareti del *peristilium* della *Casa della Venere in Conchiglia*. Posto al centro del giardino reale o dipinto, l'osservatore è inserito sempre in una visione immersiva di un *locus amoenus* generato dall'ordine e dal controllo dello spazio, regolati dalla varietà e dalla moltitudine di specie botaniche che offrono al luogo

tutto il piacere della vista e dei sensi. Soprattutto laddove il dipinto si pone in diretta continuità col giardino reale, il giardino dipinto si comporta come un quadro proiettato nelle tre dimensioni dello spazio, un «diorama costruito con i veri materiali della natura»¹¹, oltre che dall'artificio illusorio che contraddice e nega la parete.

L'estensione dell'orizzonte dell'osservatore comporta l'«annessione di uno spazio immaginario allo spazio reale della stanza»¹² e si espleta mediante una sovrapposizione di livelli caratterizzati da una tavolozza di elementi che si alternano in maniera diversa a costituire una «scalatura prospettica che sembra volersi tradurre in un graduale passaggio dallo spazio chiuso dell'ambiente costruito allo spazio aperto di un giardino»¹³.

L'artificio ricompono sulla parete, che si trasforma così in un piano figurativo, grazie a una successione di piani verticali espressi da elementi architettonici o scultorei (*grillages*, colonnati, candelabri e fontane), specie vegetali di facile identificazione (dato il realismo pittorico con cui sono rese) e infine sfondi monocromatici azzurri, gialli o neri a simboleggiare il cielo. Come si accennava poc'anzi, questi elementi, che costituiscono dei piani paralleli verticali nella rappresentazione pittorica del giardino dipinto, si compongono in maniera diversa nel vasto repertorio di affreschi di giardino¹⁴, offrendo di volta in volta un'evoluzione e un'interpretazione di uno schema semplice, riscontrabile ad esempio nei dipinti del *viridarium* alla *diaeta* della *Casa della Venere in Conchiglia* o nel dipinto che dà il nome alla modesta *Casa della Fontana Dipinta* (I, 12, 16), costituito dalla scansione di *grillage*, scultura o fontana, elementi vegetali, sfondo monocromatico.

Sulle pareti delle *domus* si ricompono in maniera intuitiva, e senza una precisa costruzione geometrica, uno spazio unitario visto attraverso di essa che è sicuramente la resa illusoria di un giardino reale, *conclusus*, generalmente di ispirazione egizia, le cui componenti sono riconducibili a una successione di piani verticali disposti frontalmente all'osservatore, al di là della parete reale. Tali componenti sono distribuite sulla parete reale secondo una ripartizione orizzontale definita da basamento (*grillage*), zona mediana (la vista sul giardino), coronamento (generalmente il ballatoio posto al di sopra del pergolato che incornicia il giardino illusorio).

Una restituzione fotogrammetrica dei dipinti del tipo “da giardino” presenti nelle *domus* pompeiane del *Bracciale d'Oro*, della *Venere in Conchiglia* e del *Frutteto*, ha permesso di evidenziare una rappresentazione non rigorosamente realistica degli unici elementi restituibili, quelli scultorei, con particolare riferimento ai basamenti di crateri, idrie e statue, le cui linee orizzontali, ortogonali al quadro prospettico, non convergono in

un unico punto di fuga. L'individuazione di un possibile asse di fuga, e quindi, di un potenziale orizzonte visivo, inoltre, confrontato con la resa pittorica dei bacini delle fontane, evidenzia come esse siano rappresentate, fino all'orlo superiore, secondo una vista frontale e come l'orlo sia, al contrario, dipinto con un'inclinazione generica e non reale rispetto al punto di vista dell'osservatore, in modo da rendere evidente la presenza dell'acqua all'interno di esse e da consentire un più facile riconoscimento dell'elemento scultoreo. Tale inclinazione generica risulta presente non solo nei dipinti delle tre *domus* analizzate, ma sembra costituire uno stile rappresentativo tipico dell'epoca, essendo stato riscontrato anche in tutti i dipinti di epoca romana che ritraggono fontane e crateri d'acqua, a dimostrazione che la non perfetta esecuzione prospettica del disegno sia piuttosto finalizzata a un'esigenza di tipo simbolico-rappresentativo di rendere chiaramente riconoscibile il senso dell'oggetto raffigurato. La rappresentazione delle fontane risente forse un po' della regola tipica dell'arte primitiva di accostare in maniera armoniosa, combinando le viste e gli aspetti più significativi di ogni parte di un oggetto o di una situazione spaziale con cui definire un tutto organico e caratteristico, volto ad esprimere la «solida compiutezza di una realtà di cui ci si può fidare»¹⁵. Proprio in virtù dell'inapplicabilità di un criterio scientifico di restituzione di questa tipologia di affreschi, per la lettura e l'interpretazione di questi si è tenuto conto del fatto che la bidimensionalità è in tutti i casi risolta con un sistema di piani frontali identificati nella più semplice forma di figura-sfondo e, laddove sia stato più complesso comprendere quale posizione assumesse un piano rispetto a un altro, ci si è affidati all'indicatore di profondità basato sulla variazione dei valori di saturazione, chiarezza e colore, tipico della prospettiva aerea, come avvenuto per definire la forma dei padiglioni a incannucciata del triclinium e della fascia superiore del *cubiculum* della *Casa del Bracciale d'Oro*.¹⁶ Per ciascun affresco sono stati quindi sviluppati degli esplosi assonometrici scomponendo nello spazio i piani cui appartengono i vari elementi, allo scopo di spiegarne la logica compositiva. Solo in seguito si è realizzato un modello tridimensionale per verificare spazialmente l'effetto illusorio degli affreschi.

5.3 La smaterializzazione del recinto visivo

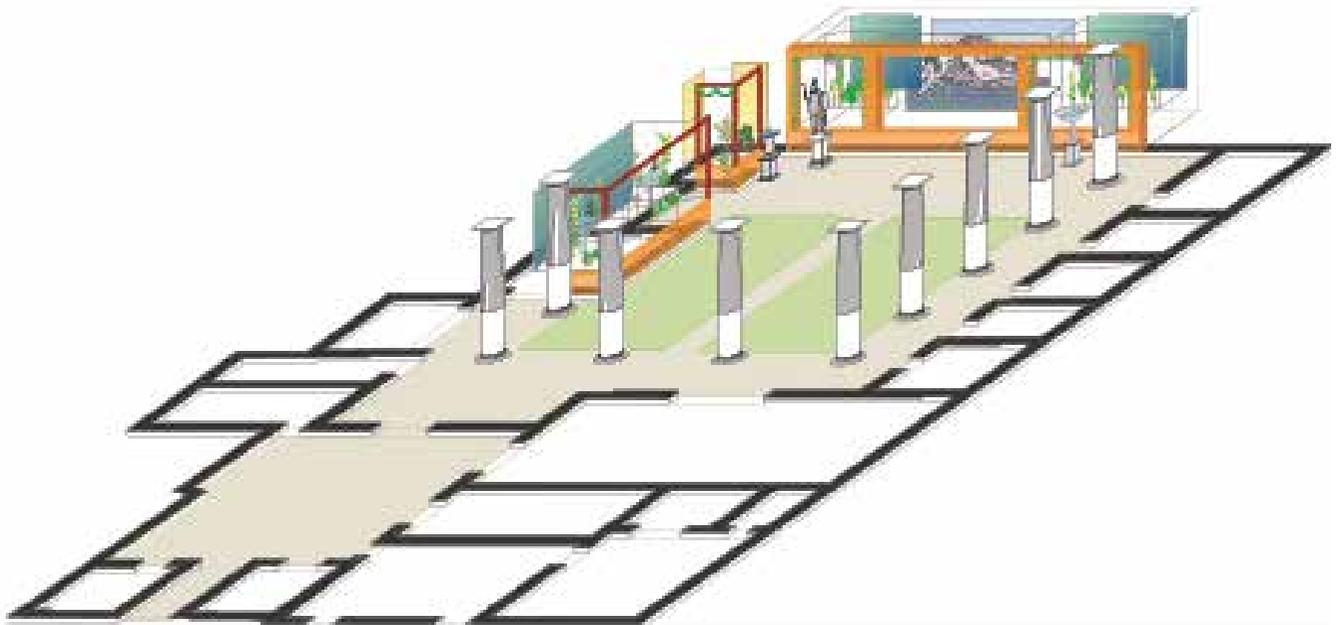
Si è appena detto che il giardino dipinto, in base al rapporto di reciprocità con la casa e con la *diaeta*, può essere negazione e ampliamento centrifugo

di uno spazio angusto, o legittima continuazione di un *viridarium*.

Le tre *domus* analizzate presentano, convenientemente declinate, queste due possibilità che si riflettono, la prima come sviluppo del dipinto su tutte le pareti e sul soffitto di un *cubiculum* chiuso su tutti i lati, come nella *Casa del Frutteto*; la seconda come sviluppo del dipinto sulle uniche tre pareti interne costituenti ambienti aperti verso un giardino, come nella *diaeta* estiva della *Casa del Bracciale d'oro*, oppure come fondale dipinto sulle pareti esterne di un *viridarium*, come avviene sulle pareti del *peristilium* della *Casa della Venere in Conchiglia*.

Cominciando da quest'ultima, il primo affresco visibile a chi entra nella *domus* è quello sulla parete esterna della *diaeta* posta frontalmente all'ingresso. Qui si è evidentemente riprodotto lo schema più semplice di dipinto di giardino dove i livelli che lo compongono sono in ordine: un *grillage* a incannucciata romboidale che presenta, al centro di ogni rombo, una foglia a suggerire la presenza di cespugli al di là del recinto; una fontana in marmo bianco a vasca semisferica inserita in un bordo quadrato a ovoli; arbusti e fiori; sfondo color verderame. Questo schema distributivo si ripete identico sulla parete esterna della *diaeta* che dà sul *viridarium*, con l'unica differenza nella forma dei bacini d'acqua che sono a vasca circolare baccellata con due anse. Qui la presenza delle colombe, volatili sacri a Venere, su entrambe le vasche d'acqua anticipa e integra lo scenografico giardino interamente dedicato alla dea. Lo schema inizia a

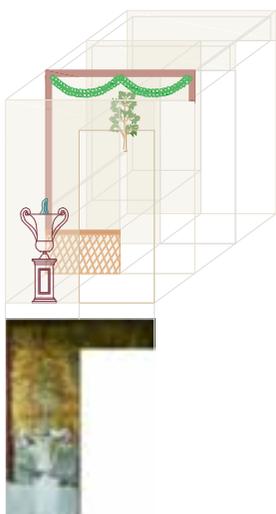
5.2 - Modello assonometrico dell'effetto di ampliamento spaziale dei dipinti della *Casa della Venere in Conchiglia*.



5.3 - Casa della Venere in Conchiglia: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete orientale del *sacellum*.

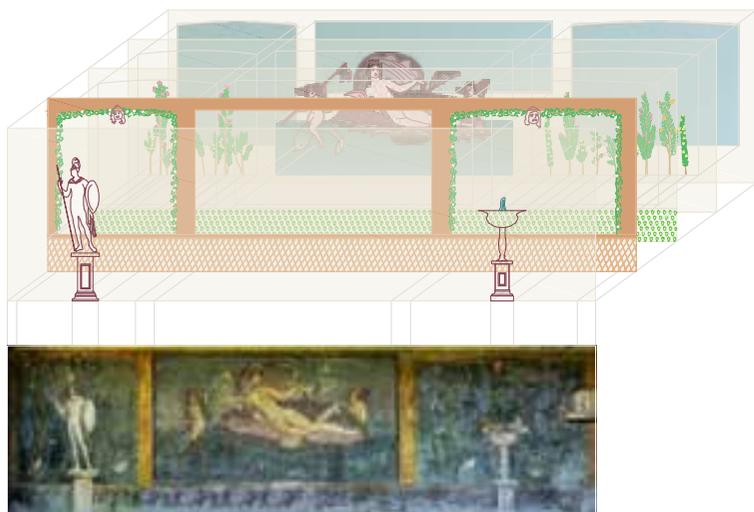
5.4 - Casa della Venere in Conchiglia: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono il dipinto della Venere in Conchiglia.

5.5 - Casa della Venere in Conchiglia: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete orientale della *diaeta*.



invertire le posizioni del *grillage* e delle fontane a calice dipinti sulle pareti del *sacellum* e in primo piano compare la ghirlanda di foglie d'edera. Sulla parete orientale del *sacellum* è rappresentato, al posto di un vero e proprio giardino, un calice, all'interno del quale è coltivato un gelso, mentre, sulla parete meridionale, posteriormente al calice è dipinto un pino, simbolo di immortalità, forza e potenza della natura.¹⁷

Il dipinto principale, quello della *Venere in Conchiglia*, è distribuito su quasi tutta la parete meridionale della *domus* e si presenta verticalmente tripartito in fasce di diversa ampiezza inquadrata da un portale ligneo dipinto su un livello posteriore a quello del *grillage*, a sua volta posto sul retro della statua di Marte (nella fascia di sinistra) e del *labrum* di marmo bianco con zampillo centrale (nella fascia di destra). Il portale funge da boccascena che inquadra al centro la Venere nascente dalla conchiglia e ai lati due giardini in cui emergono piante di mirto fiorite, associate alla divinità femminile, e oleandri, simbolo dell'armonia dell'universo. La particolare asimmetria nella tripartizione dell'affresco è funzionale alla visione completa dell'affresco della Venere che risulta perfettamente centrale rispetto all'asse del vialetto del *viridarium*, ponendosi come fulcro di un'intera scenografia di elementi emblematici e rimandi alla dea dell'amore, della fertilità della vita. Il fondale è, per tutte e tre le porzioni di dipinto, di colore azzurro. La posizione del dipinto, nel quale il mare svolge il ruolo non di sfondo, ma di figura che sottende anche una profondità maggiore rispetto ai dipinti laterali, è uno dei tanti espedienti che garantiscono e declinano il tema della presenza dell'acqua all'interno del giardino, in quanto principio di vita, di rinascita,



di ordine cosmico e anche di riposo, raccoglimento e condivisione. Posta sempre all'intersezione degli assi ortogonali che suddividono il giardino in quattro parti, l'acqua indica infatti il centro ideale del *paràdeisos*, rappresentazione dell'Universo che si esplica mediante la divisione del Cosmo in quattro zone, date dall'intersezione di due fiumi divergenti.¹⁸ Le due porzioni di giardino dipinto sembrano, quindi, speculari alle due porzioni di giardino reale poste di fronte.

Nel caso particolare della *domus* della *Venere in Conchiglia*, il mare immaginario si apre, inoltre, proprio in direzione del Mar Tirreno, orientamento che consente di accettare come valida anche l'ipotesi che giustifica la differente scelta cromatica degli sfondi di tutti i dipinti presenti sulle pareti del peristilium della casa, come corrispondenza dei colori alle ore del giorno: verde e azzurro per il sorgere e il calar del sole; giallo ocre al mezzogiorno.¹⁹ La *diaeta* della *domus* della *Venere in Conchiglia*, oltre a partecipare, tramite la parete esterna dipinta, al compimento della dilatazione spaziale del giardino, è internamente trattata come architettura da ampliare e da porsi in diretta continuità con la vegetazione esterna. Ognuna delle sue pareti interne è dipinta secondo una tripartizione di pannelli verticali di identico sfondo azzurro, incorniciate a inscenare una veranda vetrata aperta verso l'esterno e nascente da una balaustra dalla quale sporgono alcuni cespugli e motivi floreali. Il pannello centrale di ogni parete, tranne quella prospiciente sul giardino, simula una maggiore profondità nell'alludere a una sorta di *bow-window* sporgente all'esterno del vano. La finestra aperta sul giardino esterno è l'unica ad essere reale nella *diaeta* ed è collocata proprio in corrispondenza di quella che, per motivi di simmetria rispetto alla parete frontale, sarebbe stata la finestra illusoria. A sostenere questa ipotesi è il dipinto della porzione di porzione della finestra illusoria al di sopra della piattabanda dell'apertura reale. Il davanzale di quest'ultima poggia sulla balaustra dipinta che costituisce il primo livello di sfondamento della parete dall'interno, mentre, un secondo livello è dato dagli elementi vegetali rappresentati sulla balaustra. Al di là di esso, i successivi due piani verticali paralleli sono definiti, in ordine, dalle reali piante del *viridarium* e dalle pareti esterne degli ambienti opposti alla finestra, collocati oltre il *peristilium*. Quanto è incorniciato dall'apertura costituisce, in questo caso, un dipinto che si compone di elementi reali, opportunamente disposti nello spazio, secondo la stessa logica con cui sono dipinti gli affreschi di giardino.

Come nella *diaeta* della *Casa della Venere in Conchiglia*, il tema della balaustra torna anche all'interno dei due *cubicola* della *Casa del Frutteto*, presentando,

in particolare nel “cubicolo azzurro” la stessa formula appena esposta, sebbene applicata a uno schema più complesso di scansione dei livelli di smaterializzazione della parete. Il *cubiculum*, diviso in anticamera e alcova dal cambio di pavimentazione, presenta alle pareti un affresco continuo a simulare una pergola affacciata su un giardino dipinto a fondo azzurro e fortemente caratterizzato da quadri e soggetti dionisiaci e tratti dal culto di Osiride, dea egizia degli inferi e della fertilità. I livelli di sviluppo spaziale del dipinto sembrano essere disposti, in ordine crescente di profondità, dall’osservatore all’orizzonte esterno della parete: una balaustra metallica che lascia intravedere una fila di cespugli di acanto e di felce al di là di essa, un grillage che sostiene un pergolato di esili colonne a forma di betilo (pietra in cui dimorano degli dei) che al di sopra della trave presenta i quattro vasi canopici e *pinakes* raffiguranti Apis morto e rituali di offerte; gli elementi vegetali, come viburni e ciliegi, tra cui spuntano figure egittizzanti con l’*ankh* (simbolo della vita) e *pinakes* con Satiri e Menadi; il fondale di colore ceruleo. Tutto l’insieme è un esempio di sincretismo religioso egizio-ellenistico che assimila Dioniso, dio della vegetazione che si riproduce, e Osiride. Data la presenza dell’alcova, si suppone anche un ulteriore livello di lettura che vede nella sovrapposizione del grillage alla balaustra metallica l’essere funzionale a un duplice punto di vista: quello dell’osservatore in piedi e quello dell’osservatore disteso sull’alcova, alla cui vista resta celata la balaustra metallica offrendo l’illusione di riposare o nutrirsi disteso all’aria aperta.

Questo duplice criterio di lettura e di scansione dei piani, sembra esser valido, nella stessa *Casa del Frutteto*, anche per il “cubicolo nero” la cui funzione, strettamente connessa a quella del *triclinium* adiacente²⁰ è sia di riposo, sia di intrattenimento precedente e successivo al convivio. Concepito a simulare la frescura ombrosa e il mistero di una “grotta-pergola”, anche la volta è dipinta a riprodurre un pergolato con tralci di vite e rose disposti a definire delle lunette al di sopra di ogni parete.²¹

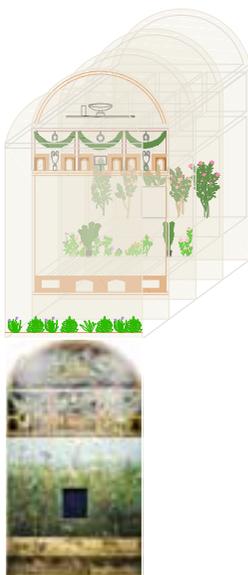
L’idea della grotta pergola sembra essere suggerita come legittima continuazione dell’ambientazione sulle pendici del monte Citerone, e quindi dall’interno di una grotta, degli affreschi mitologici del *triclinium*.²² In realtà, la presenza della volta dipinta a pergola, al centro della quale il lucernaio raffigurante Dioniso che cavalca una pantera è rivolto verso l’alcova, suggerisce ancor più l’ipotesi di un duplice punto di vista: uno per l’osservatore in piedi, l’altro per l’osservatore disteso. A sostenere ulteriormente questa supposizione è un dettaglio di tipo architettonico sul dipinto che funge quasi da dato di una bibliografia diretta: le esili colonne

del pergolato sono sorrette da una cornice marmorea che poggia al di sopra della fascia mediana in cui è raffigurato un ulteriore giardino dipinto. Questa fascia mediana può, pertanto, essere ipotizzata, per l'osservatore in piedi, come elemento architettonico di sostegno del pergolato, insieme alla balaustra metallica inferiore. Per l'osservatore in piedi, quindi, la scansione dei piani segue l'ordine secondo cui: la balaustra a motivi geometrici e la fascia mediana fanno parte di un unico primo piano che comprende anche il pergolato superiore; un secondo livello è costituito dagli alberi del frutteto²³ (pero, prugno, pesco, sorbo, corbezzolo, limone, fico attorno al cui fusto è attorcigliato un serpente); un terzo livello di fondo è di colore nero.

Per l'osservatore disteso, invece, la fascia mediana funge da 'dipinto nel dipinto' e risulta scomponibile nello schema più semplice di: grillage, con rientranze centrali che ospitano l'*hydria* di Osiride, brocca sacra per l'acqua del Nilo, sulla parete di fondo e una situla (vaso per cerimoniali religiosi) sulla parete di sinistra per chi entra nel *cubiculum*. Oltre il piano del grillage, cui si antepongono i monopodi che sostengono le brocche sacre, vi sono un secondo piano, cui appartengono arbusti di *rosa gallica versicolor* e oleandri, e un terzo piano che costituisce il fondale roseo.

Il discorso diventa più complesso nella *Casa del Bracciale d'Oro*, dove gli *oeci* tricliniari, che definiscono il modulo *diaeta*, sono ricavati sfruttando gli archi di sostegno del livello superiore. Le decorazioni parietali di giardino, appartenenti al Terzo Stile pittorico, sono parte integrante di una scenografia complessiva nella quale, rispetto alle domus precedenti, un ruolo notevole è svolto dalla presenza dell'acqua quale elemento naturale e non solo dipinto, grazie anche alla realizzazione dell'acquedotto del Serino in epoca augustea. La posizione della *domus* a ridosso delle antiche mura cittadine consente infatti di utilizzare l'intercapedine tra le due cortine murarie della città, per installarvi un sistema di cisterne che, dall'*impluvium*, convoglia l'acqua per distribuirla ai piani inferiori fino al giardino, per sgorgarvi tramite un'apertura nel ninfeo a mosaico posto nel triclinium. Per simulare la fuoriuscita dell'acqua come da una grotta naturale, essa scende dalla cisterna al ninfeo grazie a una scaletta di dodici gradini dipinti di azzurro per raccogliersi in una piccola vasca alla base della nicchia.²⁴ Ad aumentare l'illusione, le altre pareti della cascata sono rivestite di schiuma di lava definendo quel santuario dedicato alle Ninfe che incarnano la vita e la grazia della vegetazione delle sorgenti.²⁵ L'acqua è condotta lungo l'asse longitudinale che divide simmetricamente il giardino e il triclinio, mediante apposito sistema idrico, colmando la vasca rivestita di marmo,

5.6 - Casa del Bracciale d'Oro: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete settentrionale della *diaeta*.
 5.7 - Casa del Bracciale d'Oro: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete orientale della *diaeta*.



posta al centro dei letti in muratura, e alimentando le bocche della fontana collocata in asse al di sotto del pergolato. Il ninfeo costituisce, quindi, il fulcro scenografico del *triclinium* estivo le cui tre pareti sono affrescate con dipinti di giardino in Quarto Stile. L'illusione di trovarsi al di sotto di un pergolato da cui osservare un giardino dipinto in cui sono immerse statue egittizzanti, fontane, maschere e *pinakes*, è supportata dall'analisi degli affreschi e dalla lettura dei piani che li definiscono. Degli affreschi delle pareti laterali, si è riuscito a ricostruire per intero solo quello di destra, pertanto, si ipotizza l'altro quasi perfettamente simmetrico.²⁶ Entrambi questi dipinti risultano verticalmente tripartiti e ciascuna delle tre parti è inquadrata da esili colonne anteposte a lesene rosse e grigliati di padiglioni a incannucciata che incorniciano porzioni di giardino. In entrambi i portici centrali è aperta una nicchia a fondo azzurro di cui sono ancora evidenti la forma e la profondità nella parete muraria²⁷.

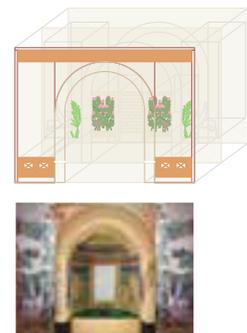
Partendo dal dato archeologico della presenza di un vero pergolato all'esterno del *triclinium*, di cui restano solo porzioni di due nude colonne, nel tentare di tradurre l'illusione dipinta, inserendola all'interno del contesto architettonico e ambientale di cui fa parte, si ipotizza che il pergolato dipinto sia una prosecuzione di quello reale e che pertanto, la pensilina di questo sia alla stessa quota d'imposta di quella del dipinto. Non ci sono testimonianze e reperti sull'eventualità che anche la volta interna del *triclinium* simulasse una pergola. Dai dati a disposizione, si evince, però, che la successione di piani paralleli che definisce l'illusione degli affreschi laterali è data da: un primo livello interno costituito dalle lesene, dai *grillages* e dal prospetto interno dei padiglioni a incannucciata; un secondo livello contiene le sfingi poste su podi in pavonazzetto e fontane d'acqua a bacino circolare; un terzo livello di elementi vegetali (prevalentemente palme e oleandri); il livello di fondo di colore azzurro.

L'affresco della parete nord-orientale presenta una composizione molto più semplice in cui il livello del *grillage* in primo piano si colloca in diretta continuità con quello delle pareti laterali e con l'apertura data dal ninfeo. I successivi livelli sono quelli cui appartengono, in ordine, le sfingi, altri elementi vegetali, lo sfondo azzurro. Lo stesso ninfeo si pone a completamento di questo scenario mediante i suoi mosaici che continuano a presentare la scansione *grillage*, fontana, piante, probabilmente altri oleandri. Al di là della scomposizione per piani, questo *triclinium* è sinonimo della perfetta simbiosi di elementi architettonici, pittorici, ambientali nella definizione del sacro spazio dell'abitare. Osservando la configurazione planimetrica, infatti, si osserva che il ninfeo e la fontana

possono essere considerati quasi speculari rispetto al centro definito dalla vasca compresa tra i kline in muratura, definendo un asse ortogonale a quello disegnato dall'allineamento delle nicchie azzurre sulle pareti laterali. Il centro dell'intersezione di questi due assi, come da rappresentazione cosmologica, è costituito proprio dalla vasca centrale del *triclinium* che, la moda dell'epoca porta a ipotizzare quale luogo adibito alla mensa in cui le pietanze sono servite su appositi vassoi galleggianti sull'acqua. Il modello tridimensionale dell'affresco, che, si ricorda, non pretende di definire una reale metrica spaziale, ma è volto unicamente a comprendere il tipo di illusione che il dipinto vuole simulare, permette di individuare, nel gruppo costituito da triclinio, fontana e pergola, il tempio posto all'intersezione di quei corsi d'acqua che definisce il centro del *paràdeisos*. Questo tempio può essere quindi considerato come spazio (in)tangibile in cui, il suono dato dallo scrosciare dell'acqua, la vista sul giardino inquadrata da elementi reali e dipinti, il profumo delle specie vegetali coltivate, contribuiscono ad offrire all'atto del nutrirsi un'esperienza multisensoriale cui partecipano architettura, pittura, botanica e idraulica.

Alla scala più piccola, questa esperienza è riprodotta nell'adiacente cubicolo che non solo costituisce parte del modulo *diaeta* insieme al *triclinium*, ma molti²⁸ individuano in esso una vera e propria *diaeta*. I dipinti riproducono qui un *viridarium* realizzato con un elevato livello di realismo, dato dall'uso sapiente delle sfumature cromatiche, e inquadrato da un pergolato ligneo i cui pilastri poggiano sul *grillage*, in corrispondenza degli spigoli dell'ambiente voltato. Nella parte superiore i pilastri reggono una pensilina che sembra fungere da ballatoio ligneo su cui poggiano padiglioni a incannucciata intervallati a due a due da lesene alternate a festoni di edera, e da anfore e pinakes. Tra i festoni e al di sotto del ballatoio, pendono oscilla a forma di maschere e vassoi. Dato l'alto livello di fedeltà rappresentativa, è possibile riconoscerci oleandri, pini, corbezzoli, rose, palme da datteri, alloro, papaveri, viburno²⁹. La lunetta di fondo presenta quattro colombe presso un bacino dorato colmo d'acqua, schema simile al dipinto di Sosos a Pergamo (II sec. a.C.), quasi a essere legittima conseguenza del soggetto affrescato sulla lunetta opposta costituito dal gruppo di tre colombe bianche posate su delle mensole, raggiunte da una colomba d'oro. La presenza delle mele d'oro mi lascia, inoltre, ipotizzare che il giardino dipinto, ricco di molteplici specie botaniche possa essere addirittura il giardino delle Esperidi, il *kepos* di Hera, dea dei fiori (*antheia*), ossia il giardino coltivato che si contrappone all'*alsos*, il bosco incolto. Anche la volta è qui strutturata a pergolato con rose e altri fiori delle cui tracce di affresco di III stile restano

5.8 - Casa del Bracciale d'Oro: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete meridionale del *triclinium*.
5.9 - Casa del Bracciale d'Oro: esploso assonometrico dei livelli di profondità che compongono la parete orientale del *triclinium*.



solo poche tracce.³⁰ Gli affreschi, dei quali si ha una ricostruzione quasi integrale, presentano un'identica scomposizione per livelli sulle pareti laterali che risultano quasi perfettamente speculari. La suddivisione consta in: un primo piano costituito da cespugli; un secondo definito dal *grillage* e dai pilastrini che sostengono il ballatoio superiore da cui pendono oscilla a forma di maschere; un terzo dalle fontane, dalle erme con pinakes su cui sono rappresentati Sileni e Menadi e dagli elementi vegetali in primo piano che si intravedono anche attraverso le aperture geometriche del *grillage* (rose, viole, margherite, viburni, corbezzoli, palme da datteri); un quarto dai vegetali in secondo piano (oleandri); un quinto dallo sfondo azzurro. La scomposizione è simile per la parete di fondo, sebbene manchino, su questa, gli elementi scultorei, sostituiti al centro da una nicchia a fondo azzurro, che quasi sicuramente simboleggia l'acqua, ponendosi, insieme all'ingresso, lungo un asse ortogonale a quello formato dalle fontane dipinte sulle pareti perimetrali. In questo caso, all'intersezione degli assi non corrisponde nessun indicatore architettonico o decorativo, essendo anche il pavimento dell'anticamera trattato con un motivo geometrico unico in *opus sectile*, diversamente da quello dell'alcova in *opus tessellatum*, ma ciò non esclude la resa simbolica di tutto l'insieme.

5.4 Il doppio tempo dell'osservazione del giardino

Fino ad ora si è prestata attenzione al modo in cui gli affreschi di giardino siano integrati nella *domus* pompeiane, sia per guidare il visitatore nel percorso all'interno dell'abitazione, sia per suggerire l'illusorio ampliamento spaziale di un *viridarium* o di un angusto *cubiculum*, ponendosi come diretta continuazione o come elemento speculare di un giardino reale, o come negazione della materia lapidea delle pareti di un ambiente.

Gli affreschi di giardino e paesistici e diversi *pinakes* raffiguranti nature morte, rinvenuti in *domus* e *villae* vesuviane, oltre ad essere stratagemmi compositivi di perfetta integrazione tra apparati pittorico e architettonico, si sono mostrati, nel tempo, quali testimonianze che hanno permesso di integrare la documentazione scritta e i rinvenimenti archeologici in merito alle abitudini alimentari e culturali dei nostri antenati vissuti fino al I sec. d. C. Si deve proprio a questa tipologia di affreschi la datazione più precisa della effettiva presenza nel territorio vesuviano di determinate specie vegetali, quali, ad esempio, il limone che, rappresentato nel cubicolo nero della *Casa del Frutteto*, dimostra come esso non sia stato importato in

Campania dagli Arabi, ma è già conosciuto nel 79 d.C., importato dalla Media per scopi officinali, sebbene non ne siano stati rinvenuti semi nel terreno pompeiano.³¹

L'evidente realismo rappresentativo degli elementi vegetali affrescati ha consentito ai botanici di redigere cataloghi precisi delle piante coltivate, delle piante all'epoca presenti e delle specie esotiche conosciute e coltivate, aiutati, in questo, dalle indagini paleobotaniche e palinologiche. Grazie agli scavi stratigrafici e all'applicazione di strumenti propri dell'etnobotanica, è stato possibile ricostruire la fisionomia dei giardini e degli antichi vitigni pompeiani, identificando pollini, legni, impronte di foglie e semi. Dal confronto di questi reperti con le cavità formatesi nel terreno a causa dell'incenerimento dei vegetali durante l'eruzione vesuviana, all'interno degli spazi verdi di *Pompeii*, sono state ripiantate specie arboree e floreali autoctone, riconfigurando l'immagine esatta di tali spazi, dedicati alla coltivazione privata o alla produzione per fini commerciali, al momento dell'evento vulcanico.

Allo spettatore, quindi, non è concesso solo di traguardare tra gli elementi architettonici, scultorei e vegetali che si sviluppano su più piani della parete, ma anche di identificare questa o quella specie, secondo quello che Salvatore Settis nomina "percorso a due tempi": un tempo breve in cui si ha una prima percezione naturale e d'insieme che consente di cogliere le 'maglie' orizzontali (recinti) e verticali (vegetali) della decorazione; un tempo lungo in cui entra in gioco l'osservazione che consente di aguzzare la vista al riconoscimento di specie vegetali e animali.³²

L'ampia letteratura di studi sull'iconografia botanica³³ ha consentito di andare oltre l'apparenza puramente decorativa per scovare, attraverso il riconoscimento della specie vegetale rappresentata, i significati rituali e simbolici. Il tipo di rappresentazione, che nasce dalla sintesi tra la straordinaria accuratezza del tratto e l'innegabile simbologia, sottende infatti, nella maggior parte dei casi, uno spirito celebrativo che emerge, ad esempio, nella centralità del fico su cui si avvolge a spirale un serpente attorcigliato che tende verso un frutto maturo, nella *Casa del Frutteto* o anche dall'accostamento di specie che fioriscono in stagioni e habitat differenti come si evince nella *dieta* della *Casa del Bracciale d'Oro*.³⁴

Nei *cubicula* della *Casa del Frutteto* compaiono, inoltre, dipinte con dovizia di particolari, specie che sembrano celebrare le attività dei proprietari, quali gli alberi da frutta rappresentati a grandezza naturale (corbezzolo, limone, fico, ciliegio, pero e susino), oltre all'alloro, all'oleandro, al papavero, alle rose versicolor. A porre un accento ancora più evidente di come

tutti i vegetali dipinti nella *Casa della Venere in Conchiglia* (oleandro, rosa, pino, mirto) contribuiscano a definire un giardino interamente dedicato alla dea dell'amore, della fertilità e della vita è l'unico caso rinvenuto di rappresentazione del gelso coltivato in vaso, «sacro a Venere, perché nato dall'appassionata e tragica storia d'amore tra Piramo e Tisbe: insieme ad esso erano raffigurate il melo, il mirto e la rosa, tutte piante anch'esse sacre alla dea».³⁵

Nella *Casa del Bracciale d'Oro* l'iconografia naturalistica raggiunge l'apice rappresentativo, soprattutto nella *diaeta*, mostrandosi in un vasto assortimento di specie vegetali raffigurate, per lo più spontanee, tra cui le cosiddette *compositae*, ossia le margherite di campo, le pervinche, l'edera, le felci, il sigillo di Salomone, le violette, il papavero sonnifero, oltre a specie arboree tipiche del Mediterraneo, quali alloro, corbezzolo e viburno.³⁶

Come detto in precedenza, le raffigurazioni degli affreschi di giardino integrano, non solo la documentazione scritta, tra cui si annovera la *Naturalis Historia* di Plinio il Vecchio, ma anche le indagini paleobotaniche che hanno, in diversi casi, consentito di ricostruire l'effettiva conformazione degli antichi giardini, mediante la piantumazione di antiche specie botaniche.

Il confronto tra gli affreschi e le ricostruzioni di alcuni giardini³⁷ è effettuato, nella presente ricerca, tenendo conto dei riconoscimenti delle specie botaniche sui dipinti ad opera, prima di W. Jashemsky, poi di A. Ciarallo. Di quest'ultima, in particolare, sono stati consultati diversi testi³⁸ nei quali sono presenti tabelle riassuntive delle specie arboree, arbustive, erbacee dipinte nei vari affreschi di giardino e nelle nature morte dell'area archeologica pompeiana. Tali testi costituiscono, quindi, dei cataloghi botanici dettagliati, in cui sono indicati i nomi scientifici di tutte le specie riconosciute, del loro significato simbolico e dell'utilizzo che di esse è fatto in epoca pompeiana. Per ciascuna specie sono indicati anche i nomi degli edifici pubblici e privati dell'area pompeiana in cui risultano raffigurati. Pertanto, l'ampia e dettagliata letteratura di riferimento, ha consentito di prendere in considerazione, nella presente ricerca, le già condotte conoscenze specifiche dell'ambito botanico, per realizzare una catalogazione, sicuramente non completa, ma esemplificativa di quali siano le antiche specie vegetali, organizzandole per macrocategorie, in base agli usi dell'epoca.

La catalogazione per macrocategorie ha consentito di stilare le prime linee guida per la definizione dei criteri espositivi di cui si tratterà nel paragrafo 6.3 della presente ricerca. I molteplici utilizzi delle specie botaniche, infatti, sono emblematiche espressioni di come la Diaeta Mediterranea

può considerarsi declinata, in quanto abbracciano i più svariati ambiti del vivere umano. In base al loro utilizzo, le specie sono quindi distinte in tessili, tintorie, profumiere e cosmetiche, alimentari, edili, officinali, ornamentali e coronarie, tenendo presente che, in molti casi, la stessa specie è inserita all'interno di più macrocategorie, in quanto ogni parte di essa è funzionale a un preciso scopo, oppure della stessa specie esistono varietà diverse ciascuna una caratteristica. Il riferimento allo specifico nome scientifico degli elementi botanici è qui finalizzato al confronto degli antichi usi con quelli contemporanei e ha consentito di riscontrare, nella maggior parte dei casi, reali corrispondenze.

Altro aspetto da non sottovalutare è la analogia tra la disposizione spaziale degli elementi vegetali nei *viridaria* e la posizione degli stessi sui dipinti. Le differenti varietà di felce che, nei *viridaria* crescono lungo le canalette delle aiuole, risultano di fatto dipinte, sia nella *Casa del Bracciale d'Oro*, sia nella *Casa del Frutteto*, sia in altre *domus*, in primo piano nel livello orizzontale inferiore della parete, al di sotto di balaustre e *grillages*. Allo stesso modo, oleandri, corbezzoli, mirto, sono dipinti all'interno dell'affresco nella stessa posizione in cui presenziano al centro delle aiuole in maniera simmetrica. Accanto alla rispondenza tra arte figurativa e giardino reale, emerge il simbolismo rappresentativo per il quale alcuni elementi risultano dipinti in un numero maggiore di volte rispetto a degli altri, consentendo di avanzare ipotesi tra la relazione della specie raffigurata con il significato simbolico e quindi lo scopo della rappresentazione. Il melograno, ad esempio, è la pianta raffigurata più volte negli affreschi presi in considerazione da Annamaria Ciarallo (18 volte), seguita dalla palma (10) e dal pero (8) cui «seguono gli alberi eduli ed infine querce, platani e sempreverdi. La frequenza delle raffigurazioni per ogni singola specie sembra confermare l'utilizzo simbolico delle stesse».³⁹ Anche la vite, è tra le specie arbustive, la più rappresentata (20 volte), seguita da edera e rosa (7), oleandro (5) e viburno (2), non solo perché legata al culto dionisiaco, ma anche perché pianta cardine per l'economia pompeiana. Anche la canna sembra essere la specie erbacea più rappresentata, ma non per il suo significato simbolico, quanto come sostegno e elemento decorativo soprattutto come *grillages* rettilinei o a nicchie.⁴⁰

Un'ulteriore osservazione consente di evidenziare un'incongruenza tra il giardino reale e quello dipinto che avvalorava ancora di più la tesi per la quale la rappresentazione ha una forte carica simbolica. Tra gli elementi vegetali presenti nell'antica Pompei, figurano alcune specie utilizzate per l'allora nascente *ars topiaria*, ossia bosso, mirto, alloro, oleandro. Nessuno di essi

compare mai raffigurato nell'effettiva funzione decorativa e, mentre il bosso sembra non essere mai rappresentato nei dipinti, gli altri tre vi sono invece inseriti a completare il quadro simbolico dell'amore, della vitalità e dei trionfi.

Il confronto tra le specie presenti, catalogate secondo il loro specifico utilizzo, e quelle dipinte, consente di evidenziare ancora che, ad essere raffigurate sono principalmente le specie coronarie, le profumiere e le officinali, mentre non vi è alcun cenno alle piante tessili e tintorie che pure sembrano investire un ruolo importante nella cultura pompeiana del I sec. d. C. Quest'ultima osservazione avvalorava ancora di più la necessità di comunicare la conoscenza di un patrimonio ereditato, la cui complessità non è attualmente percepibile ai più, proprio a causa di azioni, finora, condotte in maniera monodirezionale verso l'una o l'altra delle dimensioni territoriali evidenziate al capitolo 3 della presente ricerca.

Considerare la tradizione floristica di Pompei come patrimonio intangibile, espressione dello stile di vita mediterraneo, consente ancora una volta di sottolinearne il potenziale di tratto di ricucitura tra le varie dimensioni territoriali, coinvolgendo a pieno titolo, non solo quelle archeologica e agricola, ma anche quella religiosa.

Entrando nella Basilica Pontificia di Pompei, non si può, infatti, restare indifferenti alla presenza di elementi floreali raffigurati, che fanno da sfondo alle parole di lode alla Vergine Maria nei mosaici dell'intradosso degli archi e della volta absidale. Tra le specie rappresentate, senza entrare nel dettaglio della varietà botanica, è, infatti possibile riconoscervi rose, gigli, papaveri, iris, maggiociondolo, tutti aventi, già in epoca pagana, funzione celebrativa.

Note

- ¹ cfr. paragrafo 1.6 della presente ricerca
- ² cfr. A. Anguissola, *Intimità a Pompei*, De Gruyter, Berlin, 2010, p.15
- ³ cfr. paragrafo 5.3 della presente ricerca
- ⁴ cfr. L. Quilici, S. Quilici Gigli (a cura di), *Architettura e pianificazione urbana nell'Italia antica*, L'Erma di «Bretschneider», Roma, 1997
- ⁵ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.361
- ⁶ cfr. paragrafo 5.2 della presente ricerca
- ⁷ cfr. AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, vol. I, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990
- ⁸ cfr. A. Anguissola, *Op. cit.*, p.323
- ⁹ cfr. paragrafo 5.3 della presente ricerca
- ¹⁰ si fa qui riferimento alla schematizzazione delle tipologie di *diaeta* descritta al paragrafo 1.6 della presente ricerca
- ¹¹ P. Grimal, *L'arte dei giardini. Una breve storia*, Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milano, 2014
- ¹² S. Settis, *La villa di Livia. Le pareti ingannevoli*, Electa, Milano, 2013, p.24
- ¹³ *Ibidem*
- ¹⁴ degli affreschi di giardino si hanno ampie descrizioni e immagini fotografiche in: W. Jashemsky, *The Gardens of Pompeii, Herculaneum and the Villas destroyed by Vesuvius*, Caratzas Brothers Publishers, New Rochelle, New York, 1979.
- ¹⁵ R. Arnheim, *Arte e percezione visiva*, Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milano, 2012 - trad. it. del testo: R. Arnheim, *Art and visual perception: a psychology of the creative eye*, 1974 by the Regents of the University of California, p.116-119
- ¹⁶ cfr. *Ivi.*, p.229
- ¹⁷ cfr. paragrafo 5.4 della presente ricerca, in cui si offre una descrizione più dettagliata delle specie rappresentate negli affreschi e del loro significato simbolico
- ¹⁸ P. Grimal, *Op. cit.*, p.15
- ¹⁹ AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, vol. III, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990, p.113
- ²⁰ cfr. paragrafo 5.1 della presente ricerca
- ²¹ cfr.: A. Anguissola, *Op. cit.*, p.109; AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, vol. III, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990, pp.112-172
- ²² cfr.: A. Anguissola, *Op. cit.*, p.323
- ²³ cfr. paragrafo 5.4 della presente ricerca

²⁴ cfr. R. Ciardiello, *VI 17 Insula Occidentalis 42. Casa del Bracciale d'Oro*, in (a cura di) M. Aoyagi, U. Pappalardo, *Pompei. Insula Occidentalis*, vol. I, Valtrend Editore, Tokyo, 2006

²⁵ P. Grimal, *Op. cit.*, p.21

²⁶ l'ipotesi ricostruttiva data da un disegno di M. Vallifuoco mostra che gli elementi dipinti nelle fasce verticali più esterne della parete laterale settentrionale non sono perfettamente speculari a quelle della opposta parete meridionale, ma ai fini della presente ricerca, che non è volta a realizzare un modello fotorealistico, questa incongruenza può essere considerata trascurabile. Cfr. A. Ciardiello, *Op. Cit.*, pp.170-171.

²⁷ cfr. (a cura di) M. Aoyagi, U. Pappalardo, *Op. cit.*

²⁸ W. Jashemsky, *Op. cit.*

²⁹ cfr. paragrafo 5.4 della presente ricerca

³⁰ cfr. (a cura di) M. Aoyagi, U. Pappalardo, *Op. cit.*

³¹ cfr. A. Ciarallo, *Verde pompeiano*, L'«ERMA» di Bretschneider, Roma, 2001, p. 20

³² cfr S. Settis, *Op. cit.*, p.6

³³ I primi studi sull'iconografia botanica iniziano col botanico Orazio Comes alla fine dell'Ottocento, ma i testi cui si fa riferimento in questa ricerca sono quelli di Wilhelmina Jashemsky e di Annamaria Ciarallo inseriti in bibliografia.

³⁴ cfr. A. Ciarallo, *Flora pompeiana*, L'«ERMA» di Bretschneider, Roma, 2004

³⁵ A. Ciarallo, *Spazi verdi...*, p.30

³⁶ *Ivi*, p.31-34

³⁷ si fa qui riferimento ai giardini della *Casa dei Casti Amanti* (IX, 12, 6), della *Casa dei Vetti* (VI, 15, 1) e della *Casa del Bracciale d'Oro* (VI, 17, 42) per i quali ci si è potuti riferire solo a documentazioni bibliografiche essendo l'accesso a queste *domus* attualmente inibito. In particolare, per i giardini delle prime due domus qui citate è stata indispensabile la consulenza della Prof.ssa Stefania De Pascale del Dipartimento di Agraria dell'Università "Federico II" di Napoli.

³⁸ l'elenco completo dei testi consultati è riportato in bibliografia

³⁹ A. Ciarallo, *Spazi verdi...*, p.39

⁴⁰ *Ivi*, pp.42-47

Traiettorie intangibili dei nuovi itinerari turistici

6.1 Greenhouses: architetture immateriali della cultura e dell'esposizione

Quando si è parlato di architetture della Dieta Mediterranea¹ si è solo accennato alla serra quale architettura emersiva, rimandando a questo paragrafo l'approfondimento relativo non solo all'aspetto funzionale di produzione di specie vegetali, ma anche alle caratteristiche estetiche e tecnologiche che rendono la serra stessa un edificio versatile da adibire a luoghi espositivi e culturali. Come le altre architetture di cui si è parlato, anche la serra è un artefatto che si sviluppa sulla superficie di un territorio, contribuendone al ridisegno antropologico e rispettando le caratteristiche bioclimatiche del luogo per la corretta coltivazione e conservazione del prodotto.

Il termine 'serra' deriva da *sera*, ossia 'chiusura', ed indica, infatti, il fenomeno di riproduzione della pellicola di gas che avvolge naturalmente il pianeta: come si vedrà più avanti, la superficie trasparente della serra intrappola il calore all'interno dello spazio che delimita. In questa sede, quando si fa riferimento all'architettura della serra, intesa nei duplici aspetti estetico e funzionale, si preferisce utilizzare il termine inglese *greenhouse*, «building made of glass in which plants are grown»², invece di 'serra', in quanto ne esprime meglio il significato intrinseco di spazio ecologico, di vita, di fertilità colturale e culturale, strettamente connesso al suo essere architettura materiale, ma dalla forte espressività immateriale. La versatilità di utilizzi di questi artefatti, ha portato, infatti, ad attribuire loro

il linguaggio dell'architettura della trasparenza, in quanto rappresentano il risultato dell'evoluzione della tecnologia del vetro che si incrocia con i progressi della tecnologia del ferro e dell'evoluzione di un principio termico tradotto in forma architettonica.³

Sorte per produrre e coltivare specie vegetali anche in climi non idonei a queste, le *greenhouses*, di cui si sfrutta il principio termico, divengono col tempo, spazi dell'abitare e giardini d'inverno e, da un punto di vista tecnologico, sono utilizzate come "serre bioclimatiche", ossia tecnologie passive per il controllo dei flussi termoigrometrici, finalizzate al miglioramento del comfort abitativo e al contenimento dei consumi energetici di un edificio che si ottiene attraverso la riduzione degli sbalzi termici.⁴

Al di là dei progressi tecnologici contemporanei, prototipi di serre sembrano esistere già in epoca romana, durante la quale, rudimentali cassoni realizzati con sottili lastre trasparenti di mica (una pietra trasparente), consentono di migliorare la coltivazione di ortaggi e fiori.⁵ Proprio al I sec. d. C. sembra, infatti risalire una rivoluzione delle colture «determinata dall'acclimatazione di specie provenienti dalle nuove terre conquistate, dalla coltivazione sempre più diffusa del frumento nudo e dal diffondersi dell'uso del vetro su larga scala, cosa che rivoluzionerà non solo l'agricoltura con la invenzione delle serre, ma anche le tecniche di conservazione dei cibi»⁶. L'invenzione della serra in epoca romana è testimoniata nella *Naturalis Historia* di Plinio il Vecchio, il quale racconta che, per soddisfare i capricci dell'imperatore Tiberio, di gustare cocomeri tutto l'anno, queste piante sono coltivate in airole mobili, strutture lignee su ruote, chiuse con teli oleati, vetri o *specularia*, lastre di mica.⁷ In tal modo, i processi di acclimatazione dei vegetali sono accelerati contribuendo ad arricchire il patrimonio floristico autoctono e dando il via al concetto di primizia, quale prodotto orticolo di pregio, di produzione limitata e in anticipo rispetto al naturale corso stagionale.⁸ L'acclimatazione di nuove specie, già nel I sec. d. C., non è limitata al solo campo delle piante alimentari, ma investe anche quello delle piante medicamentose e aromatiche, soprattutto nella selezione delle rose per accrescerne il numero di petali, favorendo la produzione di unguenti e profumi.⁹

La tecnologia della serra sembra cadere in disuso almeno fino al Rinascimento, quando è utilizzato a supporto di studi agronomici, negli orti botanici universitari, il più antico dei quali è quello di Padova, del 1545. Solo nel 1600, Olivier De Serres scrive un trattato intitolato *Le Theatre d'agriculture* in cui parla di coltivazioni in spazi confinati e divenendo, così, il

maggiore esperto francese nel campo della costruzione di spazi vetrati per la coltivazione di piante ornamentali e da frutto, indicando anche misure e materiali da impiegare per la realizzazione delle serre dell'epoca. Complici l'espandersi della navigazione e lo sviluppo degli imperi coloniali e, quindi, l'introduzione di specie esotiche, insieme all'evolversi della tecnologia del vetro, le *greenhouses*, oltre ad ospitare specie vegetali ricreando microclimi artificiali per organismi viventi che non sarebbero sopravvissuti se esposti al clima esterno, divengono, dal XVII secolo, spazi vetrati abitabili per le aristocrazie inglesi e francesi. Intelaiate in ferro e spesso addossate alle abitazioni, «beneficiando delle particolari condizioni ambientali caratterizzate da alti livelli di illuminazione e temperature confortevoli, le serre da luoghi di coltivazione divengono spazi per abitare con importanti valenze architettoniche»¹⁰, trasformandosi nei luoghi ideali dove prendere il tè o fare salotto.

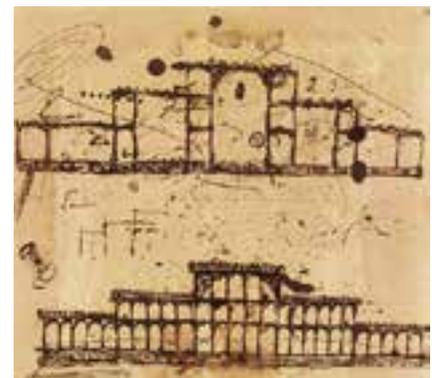
La storia dell'architettura ci tramanda, inoltre, come i principi costruttivi e immateriali delle *greenhouses* siano stati utilizzati per la costruzione di spazi espositivi, dei quali citerò in questo paragrafo, dal *Crystal Palace*, al Padiglione Italia per Expo 2015, passando attraverso interventi alla piccola scala come il *layout* delle serre didattiche *Edible Scoolyard* dei Work. ac. Nel paragrafo seguente parlerò ampiamente degli spazi espositivi della *greenhouse* e della serra-museo *Glashaus III* di Martina Schullian di Bolzano che ho avuto modo di visitare e contribuire personalmente alla progettazione e realizzazione di un'installazione artistica in occasione del workshop *INnature*.

Il *Crystal Palace*, mostrandosi come elemento innovativo dal punto di vista architettonico, «segna l'inizio anche dell'indagine sulle qualità formali dello spazio continuo e modulare [...] che esplode in una realizzazione completa e matura sebbene nata entro uno sperimentalismo accentuato, attuato da volontà e tecniche fortuitamente innescate, eccentriche rispetto al centro istituzionale della cultura del tempo»¹¹.

La soluzione adottata da Joseph Paxton risulta, infatti, innovativa anche dal punto di vista sociale, in quanto approvata direttamente dai cittadini londinesi che ne hanno visto il progetto pubblicato sulle pagine dell'*Illustrated London News*¹². Il loro consenso, anticipando quello della giuria ufficiale, evidenzia, infatti, una scelta *bottom up*, eccentricità, quest'ultima, rispetto all'epoca, che si somma alla figura stessa del suo progettista: non un architetto affermato, ma un costruttore di serre!

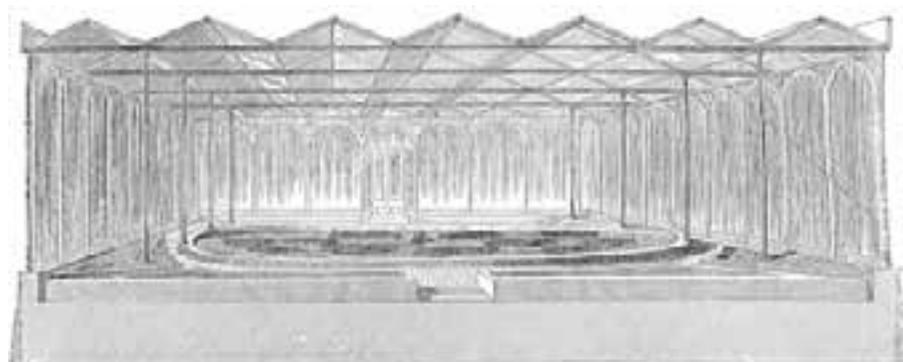
L'idea del Palazzo di Cristallo trae, di fatto, origine dalla serra di *Chatsworth* (1837-40) e dalla *Water Lily Glasshouse di Barbrook*, costruita nel 1850, per

6.1 - *Crystal Palace*. Schizzo di Paxton (1851).





mantenere in vita un fiore orientale, la *Victoria Regia*, la cui corretta crescita è garantita applicando una serie di accorgimenti formali. La copertura a fisarmonica di questa *glasshouse*, ad esempio, da un lato favorisce l'ingresso della luce solare di mattina e di pomeriggio, consentendo ai raggi di giungere in maniera sempre perpendicolare alla pianta, dall'altro definisce i canali di gronda per far defluire l'acqua piovana; il pavimento ad assi di legno favorisce la ventilazione interna. Quanto sperimentato per questo spazio-giardino funzionale è, per Paxton, un campo di ricerca empirica che lo porta a disegnare, in una sola settimana il *Crystal Palace*, nel quale ripropone i moduli di acciaio e vetro, le colonne cave per la canalizzazione delle acque, il pavimento ad assi di legno per consentire ai detriti di essere semplicemente spazzati sotto di esso e realizzare la ventilazione.¹³



La soluzione modulare e formale di doppia simmetria del *Crystal Palace* deriva dall'esplicitazione di un processo costruttivo rispondente a esigenze funzionali e di salvaguardia ambientale di un gruppo di alberi annosi, per proteggere i quali, si deve l'inserimento del transetto centrale voltato a botte. Idea rivoluzionaria di Paxton è l'evidente interesse pratico nell'utilizzo di materiali prefabbricati e tecniche dell'edilizia utilitaria per costruire un edificio altamente rappresentativo, liberando la geometria dei volumi dal peso delle masse, realizzando una volumetria trasparente, eliminando la distinzione tra spazio interno ed esterno, dando prevalenza al vuoto rispetto al pieno, ottenendo all'interno una luminosità pari a quella esterna.

Al di là dei caratteri tecnologici e materiali delle sue *glasshouses*, che sono un perfetto connubio di forma e funzione, particolarmente suggestivo è lo spazio immateriale suggerito, proprio nel *Crystal Palace*, dai volumi parallelepipedi e dalla copertura a botte del transetto.¹⁴

Il carattere, al contempo, pratico e temporaneo del *Crystal Palace*, infatti, «fuoriusciva da ogni attesa evocando le categorie del sogno, la sua

6.2 - Serra di *Chatsworth* (1837-40) di J. Paxton.

6.3 - Vasca con pianta *Victoria Regia* nella *Water Lily Glasshouse*.

6.4 - *Water Lily Glasshouse* di *Barbrook*, costruita nel 1850.

impalpabilità visiva la collocava più fuori che dentro la realtà¹⁵ e sono proprio la chiarezza e il minimalismo estetico di Paxton, la scintillante immaterialità e l'impatto visivo, le ragioni per le quali questo palazzo espositivo prende il nome di *Crystal Palace*. Mentre la configurazione architettonica offre «spettacolari prospettive parallele e oblique, le cui linee convergevano in una diafana nebbia di luce»¹⁶, materiali, tettonica, dimensioni, ombreggiature e colore sembra inoltre contribuiscano a definire dei pesi visivi: soprattutto il colore «aveva il compito di sottolineare i ritmi e la gerarchia delle strutture, il decorum della forma. Colori puri come il giallo, il rosso, il blu – l'uno sul fusto delle colonne, l'altro sull'intradosso delle travi, l'altro ancora sulle cavità dei capitelli – entravano nel gioco degli effetti ottici, proposti da Owen Jones, eminente teorico dell'ornamentazione pittorica in architettura»¹⁶.

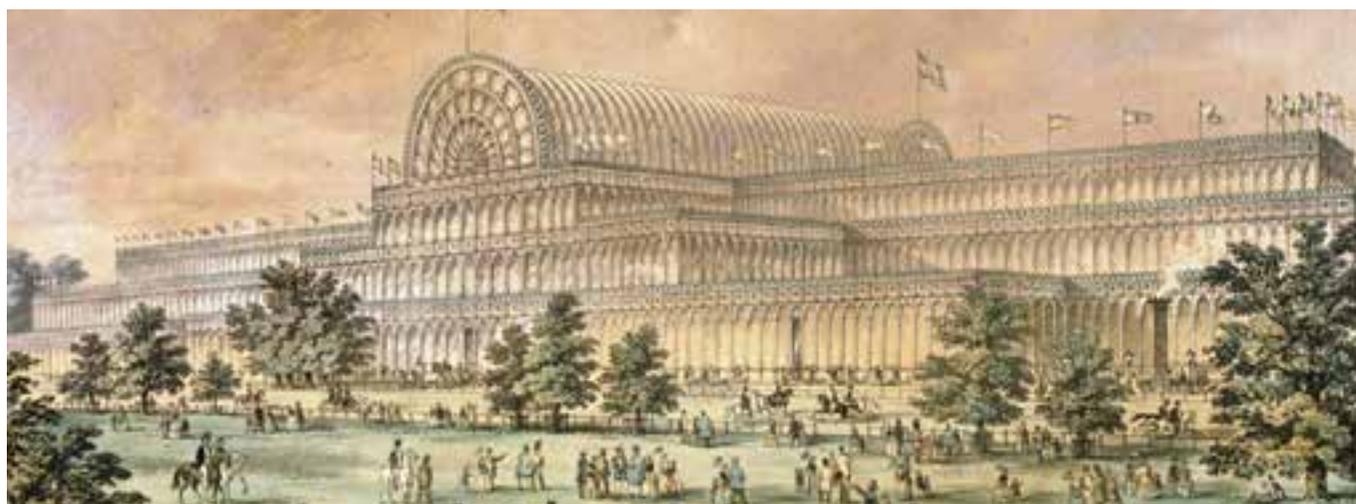
La versatilità dell'edificio, data l'impossibilità di trasformarlo, al termine della sua funzione di palazzo espositivo, in un giardino d'inverno ricco di flora, di spazi per passeggiare e cavalcare, è spostato a Sydenham Hill dove si arricchisce di alberi e piante rare, fontane, laghi e statue, una sala concerti, il Grande Labirinto per i bambini, la grotta sotterranea, divenendo microcosmo del tempo libero, da cui poter contemplare la splendida vista rurale del Kent e del Surrey.¹⁷

La *greenhouse*, in quanto oggetto da mettere in scena, con le molteplici e variopinte specie floreali, è protagonista di una successiva Esposizione Universale, quella di Filadelfia del 1876. Qui la serra¹⁸, fiancheggiata da quattro vivai per la propagazione delle piante giovani, è infatti, fulcro del Palazzo dell'orticoltura, opera dell'architetto Schwarzmann, essendo posta al piano centrale dell'edificio e circondata da una bassa galleria¹⁹ da cui,

6.5 - *Crystal Palace* di J. Paxton.

6.6 - *Crystal Palace* di J. Paxton. Interno. (www.bl.uk)

6.7 - *Crystal Palace* di J. Paxton. Interno. (C. Neven, *The Foreign Departement. Viewed towards the transept*, coloured lithograph, 1851 Ackermann printer)



non solo si accede ai locali trattoria, sala ricevimento e uffici, ma da cui si gode di meravigliose viste in tutte le direzioni e sulla notevole varietà di fiori esposti (giacinti, tulipani, rose, pervinche, rododendri, azalee, piante da caffè, ananas, banani, aranci, cedri, datteri, ecc.).²⁰

Prima di passare ad analizzare esempi più semplici, in cui la *greenhouse* è scelta come luogo espositivo e culturale, è interessante sottolineare il modo in cui i principi materiali e immateriali di concretezza e trasparenza, siano riproposti nel Padiglione Italia per Expo 2015²¹, come metafora di un vivaio. «La metafora del vivaio si presta a molteplici interpretazioni: un “vivaio” di idee, proposte e soluzioni che il Paese concepisce per sé stesso e per tutta la comunità internazionale; un laboratorio di crescita, sviluppo e formazione che aiuta i talenti a “germogliare”»²². Sia la forma, sia l'organizzazione spaziale, sia le installazioni, sono, infatti, pensate per simulare il vivaio, in quanto luogo dove far germogliare i semi migliori della terra italiana. Tali semi sono ciò che gli stessi progettisti definiscono “potenze”, le energie vitali del vivaio: il saper fare; la bellezza dei paesaggi, delle architetture e dell'arte italiani; il futuro, «con la serra della biodiversità italiana dove ogni seme raccoglie una storia di identità e di ricchezza vegetale»²³; il limite, motore di ingegno e creatività che consente di trasformare ostacoli in idee e opportunità.

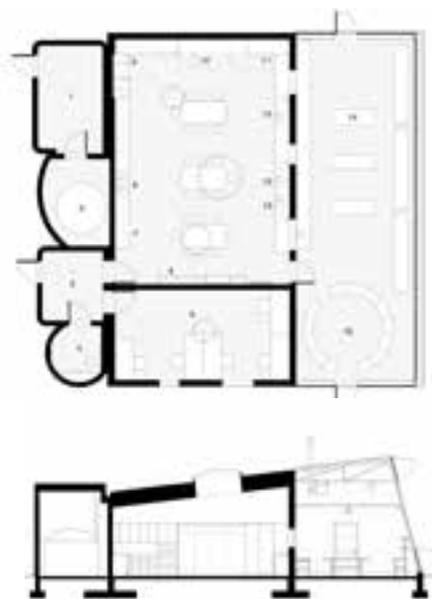
Ispirato a una foresta urbana con l'involucro esterno disegnato come pelle ramificata, il Padiglione si propone come evocazione di «una figuratività primitiva e tecnologica al tempo stesso»²⁴, mediante una tessitura di linee che genera alternanze di luci e ombre, vuoti e pieni. Gli architetti sostengono che il loro progetto sia inoltre guidato dall'idea di coesione «intesa come forza di attrazione che genera un ritrovato senso di comunità e di appartenenza» in cui «l'energia della comunità è rappresentata dalla piazza interna, cuore simbolico e partenza del percorso espositivo»²⁵. La piazza è il punto in cui l'andamento della copertura, che interpreta l'immagine della chioma di una foresta, si modifica a generare un lucernario di forma conica sospeso sulla piazza stessa, irradiandola di luce naturale. Da questo centro si dipanano e sono visibili i quattro volumi architettonici adibiti a zona espositiva, auditorium, uffici di rappresentanza e sala conferenze e *meeting*, pensati come metafora di grandi alberi che presentano massivi appoggi a terra, simulando grandi radici che affondano nel terreno per aprirsi e allungarsi verso l'alto liberandosi «come chiome attraverso la grande copertura vetrata»²⁶.

Nel progetto dello studio di architetti *WORKac* (WORK Architecture Company), realizzato in collaborazione con *ESY* (*Edible School Yard*),

la trasformazione di parte del parcheggio di pertinenza della scuola PS 216 Arturo Toscanini a Gravesend (Brooklyn) è considerata spazio di trasformazione e quindi tradotta, nel 2013, in un giardino biologico, all'interno del quale una serra in alluminio e policarbonato è annessa all'aula di cucina, realizzata con struttura in acciaio e tegole colorate, per essere utilizzata dagli studenti nell'arco di un intero anno. Il progetto vince, nel 2014, il MASTerworks Award for Best Green Design Initiative,²⁷ in quanto è basato su un *thoughtful design* (design ragionato) che, trasformando elementi tecnologici, in strumenti ludico-didattici, consente di stimolare gli studenti a coltivare il rapporto con una sana alimentazione, migliorando il loro legame col cibo e, al contempo, ampliando in maniera multidirezionale l'ambito delle loro conoscenze. Sul sito web di ESY NY si legge infatti che «the benefits of having Edible Schoolyard NYC at our school are manu. It is clear children are already learning how the Earth nourishes both our bodies and minds»²⁸. L'aula adibita a cucina, i cui arredi sono dipinti in tredici diversi gradienti di colore che riprendono i toni della facciata esterna, ha una capienza di trenta bambini che possono lì prepararvi i cibi servendosi dei prodotti alimentari da loro stessi coltivati nell'orticello adiacente. La facciata esterna, realizzata con tegole cementizie colorate, accostate a definire un fiore pixelato ispirato a quella dello *showroom Best Company* di Ventury e Scott Brown, modella anche lo spazio interno grazie al posizionamento di oblò e lucernari circolari al centro dei fiori, creando, in tal modo, un ambiente dinamico e divertente. Sul retro del blocco serra-cucina vi è, inoltre, un'area tecnica, in cui sono alloggiati i sistemi impiantistici, che ha una forma studiata per massimizzare la raccolta di acqua piovana. L'area tecnica, collocata nella porzione curva della struttura, ospita gli impianti ed è studiata per raccogliere l'acqua piovana che, grazie all'allineamento della copertura inclinata della serra e della cucina, può così,

6.8 - *Edible Schoolyard PSY 261* (studio *Work.ac*): planimetria e sezione trasversale sul blocco impianti-cucina-serra. (www.domusweb.it)

6.9 - *Edible Schoolyard PSY 261* (studio *Work.ac*): vista esterna. (www.domusweb.it)





irrigare il giardino. L'area degli impianti non è nascosta, ma sottolineata con il colore azzurro per stimolare la curiosità degli studenti in merito ai sistemi sostenibili che alimentano la struttura e il giardino.

Quello sperimentato a Brooklyn è il progetto pilota per il WORKac, dal quale hanno estrapolato il *format* da adattare ad altri istituti scolastici, primo dei quali, il PS7 di Harlem, definendo, in tal modo, un *brand* e un *layout* riproducibile che già a Gravesend, quartiere dalla più bassa percentuale di spazi verdi, con due soli parchi pubblici e senza programmi agricoli, mostra la sua efficacia consentendo agli studenti di arricchire il proprio curriculum con conoscenze multidisciplinari. Ad Harlem sono stati inseriti una serra, un'aula di cucina, un'area tecnica e un giardino pensile, integrando i sistemi naturali nell'architettura, trasformandoli in schermi ludici. In questo esempio, il design ragionato prevede che l'acqua piovana, incanalata dalla copertura della serra, è filtrata e conservata in una cisterna ben visibile dall'interno della greenhouse, allo scopo è attivare un momento didattico: quando l'acqua arriva alla cisterna, attiva una ruota idraulica a forma di fiore visibile in tutta la scuola.²⁹

6.10 - *Edible Schoolyard PSY 261* (studio *Work.ac*): interno della serra. (www.domusweb.it)

6.11 - *Edible Schoolyard PSY 261* (studio *Work.ac*): interno della cucina. (www.domusweb.it)

6.12 - *Edible Schoolyard PSY 7* (studio *Work.ac*): modello di riproduzione del layout sperimentato nell'*ES PSY 261*. (www.work.ac)

6.13 - *Edible Schoolyard PSY 7* (studio *Work.ac*): parte del progetto già realizzata. (www.work.ac)



6.2 Il workshop INnature: esperienza di una installazione interattiva nella Gärtnerei Schullian

La *Glashaus III* è una serra-museo dedicata alla storia dei giardini e della tradizione floristica di Bolzano, e in particolare della famiglia Schullian proprietaria di un centro di giardinaggio all'ingrosso e al dettaglio, che si estende su una superficie di 9000 m² quasi interamente coperta da serre floricole di diverse dimensioni con coltivazione in terra e fuori terra, parte delle quali, soprattutto la più grande, adibite ad area espositiva e di vendita. Le serre Schullian sono interessanti dal punto di vista estetico e funzionale, in quanto la stessa architettura svolge, in base alla diversa forma e posizione, di volta in volta, un diverso ruolo.

Una serra a padiglione in acciaio e vetro, sulla cui facciata esterna svetta imponente il nome del centro, è più alta rispetto alle altre³⁰ e funge da spazio espositivo per arredi di giardino, disposti a simulare quasi un salotto, scaffalature su cui fanno bella mostra di sé enormi vasi ordinatamente e cromaticamente affiancati senza soluzione di continuità, piante esotiche, come palme, cactus e un'alta testudinaria. In questa serra sono periodicamente svolte sia manifestazioni sul tema "Arte & Piante", curate dalla proprietaria Martina Schullian, giardiniera e storica dell'arte, sia installazioni artistiche come quella che ha visto il mio personale coinvolgimento durante il *workshop INnature* curato dal *FabLab*³¹ di Bologna per l'evento *Transart*. Questa serra funge da centro nevralgico da cui si accede all'area vendita, costituita da un altro gruppo di campate serricole orientate allo stesso modo di quella espositiva, e contenente un vasto assortimento di articoli di arredo per interni ed esterni, accuratamente suddiviso per colori, semi e bulbi di diverse specie botaniche.

Sul lato opposto all'area vendita, dalla serra principale si accede a uno

6.14 - Gärtnerei Schullian. Foto dell'esterno.





spazio espositivo esterno, dove a fungere da pensilina che protegge i bancali su cui alloggianno piante in vaso di piccole dimensioni, sono quattro serre più piccole, perimetralmente aperte e rivestite solo sulle falde di pannelli opachi. Anche in questo spazio, gli arredi in vendita sono perfettamente integrati con le piante esposte, disegnando una sorta di accogliente giardino.

Tornando alla serra principale, dalla parete opposta a quella d'ingresso, si accede al più esteso settore produttivo costituito da ulteriori campate orientate ortogonalmente a quelle finora descritte, e adibite, man mano che si procede, prima alla produzione ed esposizione di piante da vaso, poi alla serra museo, quindi a *greenhouses* per sola produzione.

Il percorso principale di collegamento tra questi ulteriori spazi si sviluppa sul prolungamento dell'asse dalla serra espositiva maggiore, grazie a un unico corridoio strutturato in modo da lasciare sempre all'esterno di esso i bancali su cui sono posizionate le piante in vaso.

A separare i due gruppi di serre adibite a funzioni sempre più specificamente produttive, man mano che si procede lungo il corridoio visivo, si aprono,

6.15 - *Gärtnerei Schullian*. Serra espositiva principale.

6.16 - *Gärtnerei Schullian*. Prima parte del *workshop INnature* nella serra espositiva principale. (immagine concessa dal gruppo di progettazione Transart)

6.17 - *Gärtnerei Schullian*. Spazio espositivo esterno.

6.18 - *Gärtnerei Schullian*. Corridoio in asse con la serra principale che conduce alle campate espositive più interne.





prima la serra-museo *Glasbaus III*, quindi uno spazio produttivo all'aperto. Quest'ultimo è definito, ad Est e ad Ovest, dalle pareti perimetrali della serra-museo e delle serre produttive, a Nord e a Sud, dalle pareti esterne di ulteriori due campate orientate ortogonalmente alle precedenti.

Prima di descrivere la *Glasbaus III*, è interessante aprire una parentesi rispetto allo spazio produttivo scoperto che sembra svolgere proprio la funzione dell'antico *viridarium* romano, nel separare spazi gradualmente meno accessibili ai più.

Qui sono coltivate specie floricole che non necessitano di ambienti artificiali, se non per alcune piante che sono coltivate in quelli che possono essere considerati i discendenti degli antichi cassoni romani, costituiti da vasche coperte da superfici vetrate inclinate ad Est, in modo da sfruttare al meglio l'irradiazione solare.

Anche in questa sorta di *viridarium* contemporaneo il corridoio visuale non si interrompe, ma è sottolineato da esili strutture trilitiche in acciaio zincato che si susseguono lungo il percorso, collegate superiormente tra loro, mediante sottili fili metallici. Questi, paralleli tra loro, attraversando

6.19 - *Gärtnerei Schullian*. Spazio di esposizione e vendita cui si accede dalla serra maggiore.

6.20 - *Gärtnerei Schullian*. Spazio di esposizione e vendita.

6.21 - *Gärtnerei Schullian*. Campate espositive più interne poste ortogonalmente alla serra principale e raggiungibili dal corridoio longitudinale (vista di scorcio).

6.22 - *Gärtnerei Schullian*. Campate espositive più interne (vista in prospettiva accidentale).





ortogonalmente le travi superiori del sistema trilitico, contribuiscono a disegnare una sorta di pergolato, completato dalle piante rampicanti che emergono dai vasi posti alla base dei pilastri di sostegno.

In tal modo, il percorso del visitatore è incanalato verso le serre a destinazione prevalentemente produttiva, collocate sul fondo di questo asse visivo che sviluppa sì un percorso lineare i cui ambienti, disposti in successione, si schermano reciprocamente interponendosi gli uni agli altri. La *Glashaus III*³² è stata inaugurata nel settembre 2014, da Peter Paul Kainrath³³ in occasione della serata di apertura del *Transart*³⁴, un festival di cultura contemporanea a carattere multidisciplinare e multimediale che propone, dal 2001, progetti di musica ed arte contemporanea in luoghi inediti, «da uno spazio deputato al noleggio di macchine edili sino allo spettacolare cortile vetrato di un “business-center”».³⁵

Già dalla sua seconda edizione, *Transart* allarga il suo campo d'intervento strutturandosi in un festival che si svolge attraverso diverse tappe dislocate su tutto il territorio del Trentino Alto Adige, coinvolgendo, oltre a Bolzano, che rimane il cuore del festival, Bressanone, Fortezza, Borgo Valsugana

6.21 - *Gärtnerlei Schullian*. Corridoio di accesso alla serra museo e alle successive aree produttive.

6.22 - *Gärtnerlei Schullian*. Triliti metallici che inquadrano e indirizzano il percorso verso le serre produttive all'interno dell'area di coltivazione esterna.

6.23 - *Gärtnerlei Schullian*. Area di coltivazione all'aperto.

6.24 - *Gärtnerlei Schullian*. Area di coltivazione all'aperto (vista d'insieme).





e Mezzocorona. Ripercorrendo e collegando, in maniera itinerante, da Innsbruck a Rovereto, l'asse di transito del Brennero con progetti musicali e artistici innovativi in spazi industriali - quindi non specificamente riconosciuti come luoghi di cultura - «con l'intento di creare una piattaforma di cultura contemporanea interregionale e transfrontaliera»³⁶, anche il *Transart* può essere considerato una *best practice* alla stregua di quelle indicate nel capitolo 3 della presente ricerca. «Agli spettacoli si assiste accomodati senza pretese nel mezzo di spazi industriali dove si respira l'odore forte di acciaio o di olio meccanico e si avverte la presenza del lavoro dell'uomo: l'intento è coinvolgere il pubblico in una nuova emozionante scoperta dei più importanti e innovativi progetti di cultura contemporanea allestiti in spazi che possano esaltarne il carattere sperimentale»³⁷. Ogni anno il carattere innovativo del festival si riconferma poi attraverso la proposta esclusiva di nuove produzioni ideate ad hoc, che vedono la partecipazione di artisti provenienti dal panorama internazionale, anche grazie alla rete di collaborazioni con gli enti territoriali che si sono consolidate con rinomati festival in Europa.

6.25 - *Gärtnerei Schullian*. Una delle campate adibite a sola coltivazione di piante in vaso, al momento vuota.

6.26 - *Gärtnerei Schullian*. Una delle campate adibite a sola coltivazione di piante in vaso.

6.27 - *Gärtnerei Schullian*. Serra-museo *Glashaus III* in fase di allestimento.

6.28 - *Gärtnerei Schullian*. Dettaglio dei pannelli descrittivi della serra-museo *Glashaus III* in fase di allestimento.





Tornando alla *Glashaus III*, questa è la serra più antica ed è dedicata a Franz Schullian, fondatore nel 1944 della prima serra di famiglia, con una mostra permanente relativa alla storia dell'architettura dei giardini. In questa serra, gli antichi attrezzi, posizionati su banchi dalle superfici di appoggio realizzate con tavole in laterizio, si alternano a pannelli sospesi raffiguranti l'evoluzione della forma della serra e la storia della floricoltura di Bolzano, i cui natali risalgono alla prima metà dell'Ottocento e sono da subito intrecciati ad aspetti culturali quali la danza e le esposizioni.

Prima di addentrarmi nella breve descrizione dell'esperienza del *workshop*, è interessante sottolineare come Martina Schullian riesca a integrare, sotto lo stesso tetto, produzione ed esposizione, utilizzando nei percorsi e nella configurazione spaziale della sua azienda, una serie di accorgimenti che sembrano, in qualche modo, evocare la *domus* pompeiana.

Come precedentemente detto, ho avuto modo di conoscere questa realtà e la signora Martina, in occasione del *workshop INnature* che mi ha vista coinvolta nella progettazione di un'installazione artistica interattiva. Il *workshop*, durato tre giorni,³⁸ ha consentito di studiare metodologie

6.29 - *Gärtnerei Schullian*. Vista prospettica centrale dell'interno della *Glashaus III* completata. (immagine fornita da Martina Schullian)

6.30 - *Gärtnerei Schullian*. Vista prospettica accidentale dell'interno della *Glashaus III* completata. (Martina Schullian)

6.31 - *Glashaus III*. (Martina Schullian)

6.32 - *Glashaus III*. (Martina Schullian)





d'interazione tra uomo e natura, misurando l'umidità del terreno, la luminosità dell'ambiente, l'intensità del suono e del movimento, trasformando questi dati in impulsi sonori, grazie ai programmi *open source*: *PureData* e *Arduino*.

I sensori di luce, temperatura, rumore e umidità, installati all'interno delle piante, sono stati collegati, grazie allo *sketch* programmato su *Arduino*, ad attuatori sonori, gestiti da *PureData*, e attuatori luminosi (proiettori video e luci) che, in base alla variazione dei dati in ingresso, hanno creato un ambiente multisensoriale in costante mutazione.

Arduino, infatti, è una scheda elettronica che, mediante la programmazione con omonimo *software*, consente di favorire il comportamento interattivo tra individuo e ambiente, essendo fornito di funzionalità di input/output (I/O). Riceve, quindi, i segnali raccolti dai sensori esterni collegati alla scheda elettronica, il cui comportamento è gestito dal *microcontroller* che rielabora i valori provenienti dai sensori sulla base delle decisioni determinate dal programma in esecuzione in quel momento sulla scheda stessa.

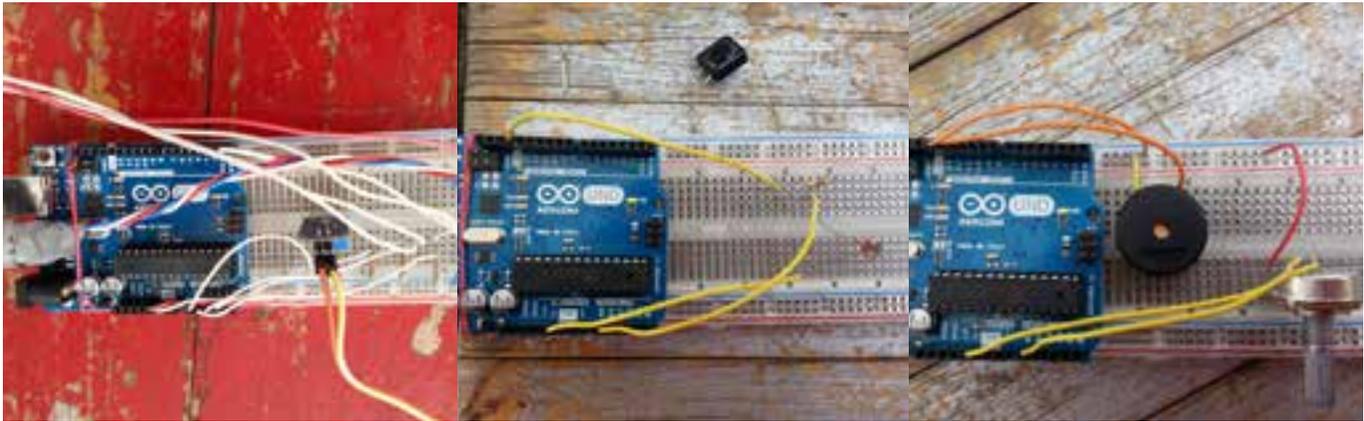
6.33 - *Glasbaus III*. (Martina Schullian)

6.34 - *Glasbaus III*. (Martina Schullian)

6.35 - *Glasbaus III*. (Martina Schullian)

6.36 - *Glasbaus III*. (Martina Schullian)





L'interazione con l'esterno avviene, nell'immediato, attraverso attuatori pilotati dal programma per mezzo dei canali di *output* in dotazione.

Questa installazione interattiva è stata realizzata all'interno della serra espositiva principale degli Schullian con sensori di luce, movimento, rumore e umidità, utilizzati per rispondere alla funzione artistica in cui protagonisti sono stati: le piante già presenti (la testudinaria, la yucca, i cactus, la schefflera) lasciate nelle postazioni normalmente assunte durante il resto dell'anno; i visitatori, che avvicinandosi alle piante, hanno modificato in maniera più o meno sensibile i valori luminosi e sonori di input, attivando in output una gamma di suoni e luci dalle sfumature rispettivamente acute e/o gravi, intense o meno intense, creando all'interno della serra espositiva una sorta di bosco incantato.³⁹

6.37 - Preparazione della breadbord di Arduino con: sensore di umidità e collegamento al sintetizzatore; sensore di luminosità; buzzer e potenziometro.

6.38 - Installazione, all'interno delle piante dei sensori di umidità, luminosità, movimento.





6.3 L'architettura delle greenhouses floricole di Pompei

Le *best practices* UNESCO, fondate su itinerari turistici realizzati dal connubio di risorse tangibili e intangibili del territorio⁴⁰, insieme agli esempi di spazi espositivi e culturali che sfruttano la tipologia e le caratteristiche della *greenhouse*, riportati nel paragrafo precedente, fungono da riferimento per la definizione del progetto di comunicazione previsto nella presente ricerca, dalla scala territoriale alla scala architettonica.

Sulla scia degli esempi del *Museo Vivo do Fandango*, del Festival dei Patii di Córdoba, dell'itinerario dell'Alto Douro, infatti, si ipotizza per Pompei, il luogo in cui le serre floricole, proprio perché non sono distribuite in maniera uniforme sul territorio, ma ne coprono aree distinte, possono svolgere funzione di cerniera territoriale, un itinerario turistico trasversale e integrabile a quelli già presenti, ma tra loro distinti. In questo modo, senza definire piani urbanistici, decongestionando il flusso turistico dalla fascia centrale del territorio verso le due fasce periferiche, durante i periodi adibiti al riposo produttivo o alla fioritura delle specie floreali, si delinea una ricucitura intangibile del territorio che supera le barriere urbane (fiume, reti ferroviarie), mediante installazioni itineranti che hanno per tappe diverse *greenhouses* floristiche.

Per offrire un quadro completo del disegno del percorso trasversale, è necessario agire alla scala architettonica, servendosi di porzione di *greenhouse*, in cui ricavare uno spazio espositivo e di vendita delle specie botaniche autoctone che sia altresì collegato, mediante dispositivi interattivi, ed eventualmente apposti autobus turistici, all'area archeologica e viceversa.



Si è, infatti, precedentemente accennato⁴¹ che la scelta della *greenhouse*, come nuovo luogo della cultura, non è finalizzata alla realizzazione di un evento singolo, ma che l'evento stesso è un progetto dimostratore di comunicazione territoriale, che parte dalla conoscenza del territorio nella sua complessità artistica, storica, sociale ed economica, per proporre un obiettivo a lungo termine di fruizione integrata delle risorse tangibili e intangibili.

Il progetto di comunicazione si scinde, pertanto, in due obiettivi, che posti sull'asse dei tempi, sono i seguenti:

- la realizzazione del singolo evento di comunicazione (tempo presente, obiettivo a breve termine);
- la ripetibilità itinerante dell'installazione in altre serre floristiche, allo scopo di creare una rete di partenariato interna al territorio che ne veda coinvolti vari soggetti/attori (obiettivo a medio termine);
- la ripetibilità dell'installazione in serre floristiche dei comuni limitrofi sede delle aree archeologiche tutelate dalla stessa Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici di Pompei, Ercolano, Stabia (obiettivo a medio termine);
- la ripetibilità dell'allestimento del progetto dimostratore in una serra progettata ad hoc per garantire la presenza di una struttura permanente. (obiettivo a lungo termine)

Per rendere concreti questi obiettivi, è stato innanzitutto necessario individuare una serra idonea, per caratteristiche dimensionali e di accessibilità ad ospitare il primo evento. Quindi, sono state individuate ulteriori serre floricole idonee ad ospitare un modulo integrativo che



consenta di riprodurre alla scala più piccola, quanto già presentato durante l'evento dimostratore per consentirne la ripetibilità permanente o stagionale.

Come prima *greenhouse* è stata scelta, anche grazie all'effettiva disponibilità del committente, il presidente della Cooperativa Flora Pompei, quella più vicina al Mercato dei Fiori, adibita alla coltivazione prevalente di diverse specie di curcuma, mediante tecnica di coltivazione su suolo. Si tratta di una serra riscaldata con itelaiatura in acciaio zincato, a campate multiple, aventi sezione trasversale a padiglione (a doppia falda), che, pur mantenendo costanti la larghezza (11 m), l'interasse tra pilastri (3 m) e le altezze di colmo (5 m) e di gronda (3 m), presentano lunghezze differenti dovute all'adattamento al suolo. L'intelaiatura regge la struttura trasparente che, sul perimetro, è costituita da lastre di policarbonato ondulate, mentre, in copertura, da film plastici in PE (polietilene) per consentire il massimo ingresso possibile della luce, aiutata, in questo, dall'orientamento quasi ottimale sull'asse est-ovest. La stessa inclinazione della falda è realizzata in modo che la superficie e i raggi solari formino tra loro un angolo compreso 45° e 90° . Il carattere intangibile della *greenhouse* è dovuto, infatti, alla finalità che essa è chiamata a svolgere, ossia di riprodurre l'habitat naturale di fiori e piante, captando la radiazione solare nel miglior modo possibile, motivo per il quale i materiali di copertura e di tamponamento devono presentare: un basso coefficiente di conducibilità termica, per evitare le dispersioni di calore; trasparenza alle radiazioni PAR⁴² che influenzano la fotosintesi e la fotomorfogenesi della coltura; trasparenza alle radiazioni nel campo dell'infrarosso corto (IRC), per consentire l'ingresso della



radiazione solare; opacità alle radiazioni nel campo dell'infrarosso lungo (IRL), in modo da consentire il riscaldamento della massa di aria presente nella struttura; idoneo peso e facilità di montaggio; durata e resistenza agli agenti atmosferici. Le piante, infatti, producono carbonio organico traendo l'energia necessaria dalle radiazioni del visibile, mentre l'energia termica, indispensabile alla fotosintesi e alle altre attività biologiche è tratta dalle radiazioni IRC e IRM (infrarosso medio), riemettendo le radiazioni calorifiche aventi lunghezze d'onda maggiori (IRL). L'effetto serra consiste proprio in questo: nella capacità dei materiali di tamponamento, opachi o trasparenti, della struttura di lasciarsi attraversare dall'irradiazione solare, priva di energia termica (IRC e IRM), e di intrappolare l'infrarosso lungo, trasmesso dal terreno e dalle piante, all'interno della serra. Per questo motivo, i materiali più utilizzati allo scopo sono vetro e materiali plastici, rigidi o in film, quali PMMA (polimetilacrilato), PE (polietilene), PC (policarbonato), PVC (cloruro di polivinile) che simulano, alla piccola scala, quanto accade a livello atmosferico, definendo, in tal modo, un vero e proprio spazio di natura confinata.

La maggior parte delle serre floricole di Pompei è realizzata con materiali plastici rigidi (circa l'85%), con copertura in film di polietilene, di durata annuale o poliennale. Questa scelta è sostenuta principalmente da vantaggi di tipo economico, legati anche alla possibilità di servirsi di strutture portanti più leggere rispetto a quelle richieste dall'utilizzo del vetro. Per fronteggiare le alte temperature, le coperture sono rivestite, nel periodo estivo, con teli ombreggianti (tipo polipropilene nero) collocati al di sopra di esse, oppure sono esternamente dipinte con calce o tempera bianca o



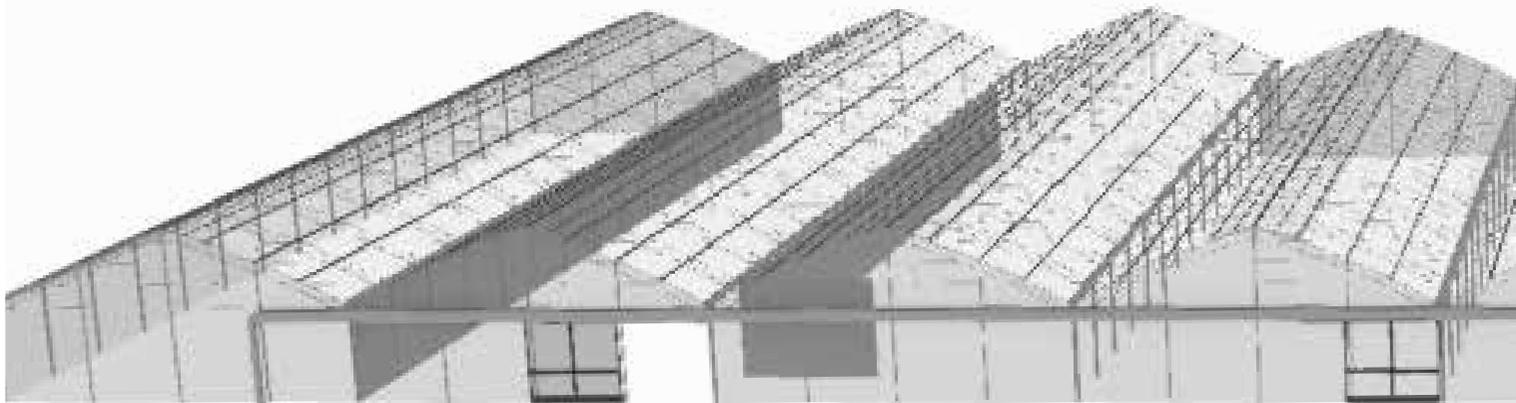


con particolare vernice ombreggiante che ha proprietà coprente durante le giornate soleggiate, divenendo, invece, trasparente con la pioggia.

Nonostante, nella presente ricerca non si entri nello specifico delle caratteristiche tecniche e tecnologiche dei materiali di rivestimento e del funzionamento esatto di ogni serra per tipo di specie coltivata, la parentesi descrittiva funzionale di massima consente di dimostrare come, sebbene appaiano spesso quali spazi effimeri, che nell'immaginario collettivo sono è strettamente legati alla produzione intensiva di specie vegetali, le serre siano di fatto delle vere e proprie architetture progettate e realizzate dall'interazione dell'uomo con l'ambiente circostante.

La superficie trasparente o opaca che funge da schermo, quasi impalpabile, tra interno ed esterno non è altro che uno stratagemma per simulare un ecosistema naturale, uno spazio confinato quanto più possibile vicino a quello reale, in cui realizzare le condizioni migliori di comfort e di vita. Ponendosi come diretta e attuale espressione di un aspetto culturale che, seppure oggi non noto ai più, è da sempre, adattandosi di volta in volta alle trasformazioni sociali, politiche e storiche, *leitmotiv* della realtà territoriale di Pompei antica e contemporanea, la *greenhouse* è il luogo ideale per comunicarvi le espressioni tangibili e intangibili del patrimonio Diaeta Mediterranea, così come è stato analizzato nella presente ricerca.

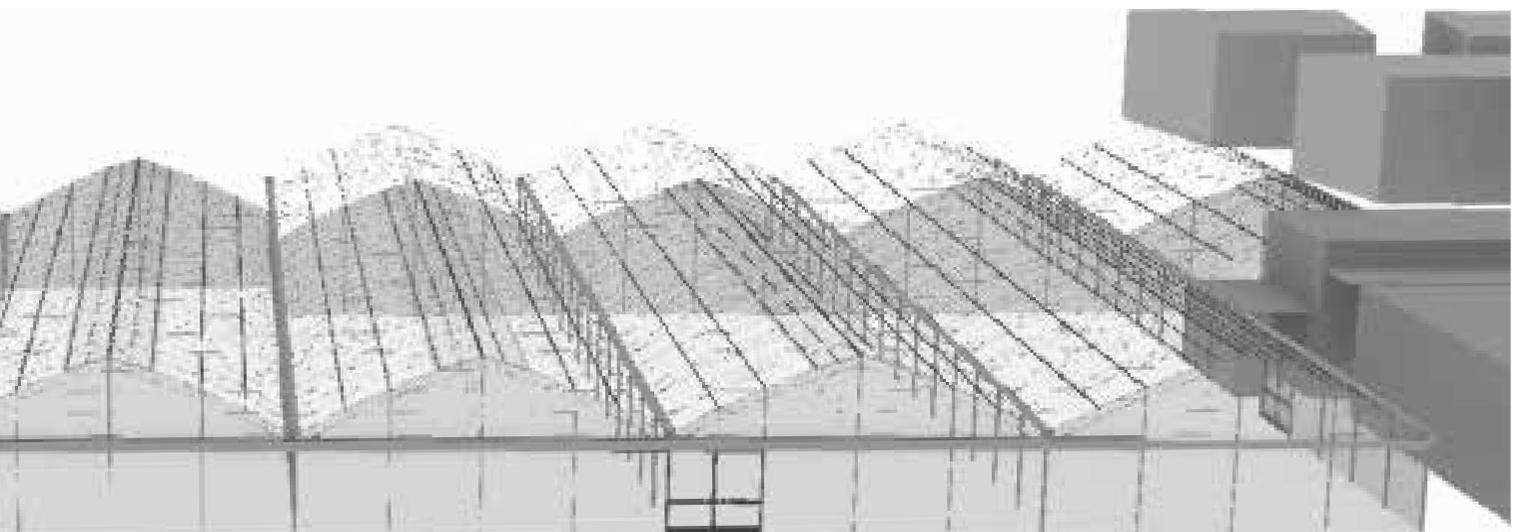
Tornando quindi alla *greenhouse* scelta per la realizzazione dell'evento, essa è risultata interessante dal punto di vista delle possibilità progettuali, in quanto, non solo rispetto alle altre presenti sul territorio, è una delle poche a prevedere la coltivazione in terra e non fuori suolo, ma è proprio il tipo di coltivazione a renderla rappresentativa e fortemente simbolica



della Dieta Mediterranea. La curcuma, infatti, è oggi utilizzata come fiore ornamentale da appartamento, da matrimonio o da coltivazione in vaso, complice la somiglianza con il fiore di loto, ma al di là dell'aspetto estetico, dai suoi rizomi si ricavano i principi attivi in grado di contrastare l'insorgere di alcuni tipi di tumore (colon, seno, fegato, leucemia, pelle), di fungere da antiossidante, cicatrizzante e disintossicante. L'omonima spezia, principale ingrediente del curry utilizzato in cucina, funge anche da colorante non solo alimentare, ma anche tessile ed è utilizzata in ambito cosmetico per prodotti solari, antirughe, purificanti. La poliedricità dei suoi aspetti benefici ed estetici, la rende, quindi, icona ideale per il disegno del logo dell'evento e di tutto il progetto espositivo vivente della Dieta Mediterranea di Pompei, in quanto sintetizza in sé i molteplici aspetti secondo i quali questo patrimonio intangibile può considerarsi declinato⁴³ e rappresentato in occasione dell'evento dimostratore.

Della serra, dopo averne verificata l'effettiva accessibilità, sono state individuate, quali campate più idonee alla realizzazione dell'evento e ad ospitare un cospicuo numero di visitatori, la terzultima e la penultima poste a sud-ovest, in quanto di altezza e lunghezza maggiore rispetto alle altre (45 m) per naturale adattamento al lotto, e in quanto già dotate di un'apertura scorrevole che consente di accedere contemporaneamente ad entrambe le campate.

Nel rilievo di queste ultime, oltre a considerare gli aspetti dimensionali, si è tenuto conto anche della presenza degli impianti, della posizione del bruciatore, degli schermi coibentanti e/o ombreggianti posti orizzontalmente all'altezza della gronda e gestiti nell'apertura e nella

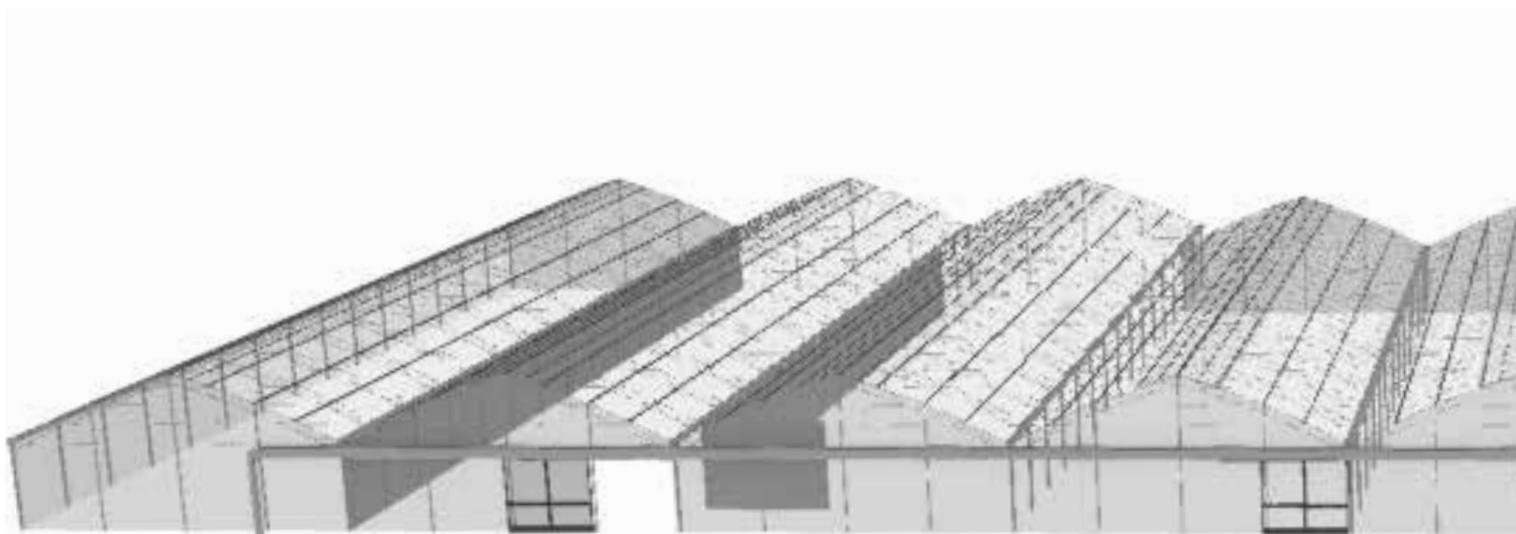


chiusura da un sistema asse-cremagliera. Questo stesso sistema gestisce anche l'apertura e la chiusura di film plastici che rivestono internamente il perimetro, creando un'intercapedine con le lastre ondulate di chiusura verso l'esterno per aumentare, quando necessario, la trasmissione del calore. L'attenzione rivolta alla presenza degli impianti, interni ed esterni, è indispensabile alla definizione di un progetto di allestimento che tenga conto di elementi che non possono essere rimossi, ma che possono essere sfruttati e integrati nel disegno di progetto, fungendo, più che da limiti, da linee guida a da *affordances*, in questo caso⁴⁴, possibilità di azioni che alla scala architettonica la *greenhouse* 'invita' a compiere su di essa, proprio come accaduto per gli arredi presenti nella serra espositiva Schullian.

6.4 Trascrizione del *milieu* locale nel criterio espositivo temporaneo

L'idea progettuale di fondo deriva dallo studio del milieu locale⁴⁵ e dal sapiente utilizzo che gli antichi pompeiani fanno della prospettiva come stratagemma costruttivo, della luce, dell'interazione tra ambiente naturale e artificiale nella definizione di percorsi visivi che guidano lo spettatore-attore nella fruizione dello spazio, svelando e celando di volta in volta qualche ambiente, qualche attività, qualche dipinto illusorio, a seconda del rapporto gerarchico di parentela o amicizia intessuto dal visitatore col *paterfamilias*.

Oltre alle peculiarità immateriali proprie della location che sono state verificate anche all'interno delle architetture espositive descritte nei



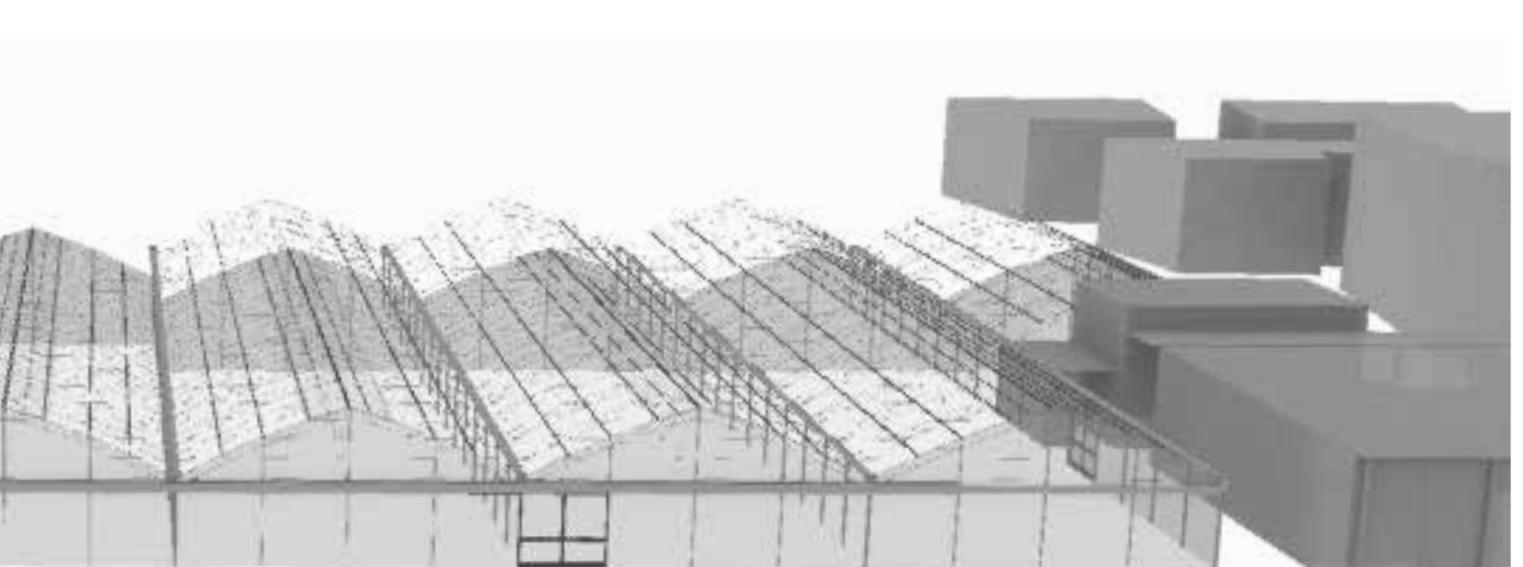
paragrafi precedenti, si intende utilizzare, quali criteri espositivi, nella greenhouse scelta per l'evento dimostratore, i seguenti materiali intangibili:

- la prospettiva, intesa nel significato di «vedere attraverso»⁴⁶ prendendo spunto dal modo in cui elementi architettonici e vegetali, inquadrano porzioni di spazio al di là di essi, definendo dei cunicoli visivi, come accade nelle domus analizzate⁴⁷;
- l'ingresso diffuso della luce all'interno della greenhouse attraverso i filtri dei film e dei pannelli di copertura e chiusura;
- gli schermi ombreggianti orizzontali, posti ad altezza dei canali di gronda che possono fungere da superfici di proiezione;
- elementi vegetali reali, alternati a sagome o piante artificiali, per rendere sempre completa l'immagine del giardino che si va a creare.

È importante sottolineare che i film plastici di chiusura, fungendo da filtri che favoriscono l'ingresso di luce diffusa, consentono di poter trascurare il variare dell'intensità luminosa, in genere causa di ombre più o meno profonde che influiscono, in maniera non sempre facilmente controllabile, sulle esposizioni.

Evocando il percorso all'interno di una domus pompeiana, ma non per questo creandone una copia all'interno della serra, si è deciso di suddividere lo spazio espositivo in tre aree principali:

- . Atrium: adibito agli affreschi di giardino presenti nelle domus occupa lo spazio esterno alle due campate utilizzate per l'allestimento vero e proprio;
- . Diaeta: adibita all'esposizione delle specie vegetali culinarie, è la campata di destra rispetto all'ingresso;
- . Peristilium: adibito all'esposizione tematica delle specie vegetali, è la

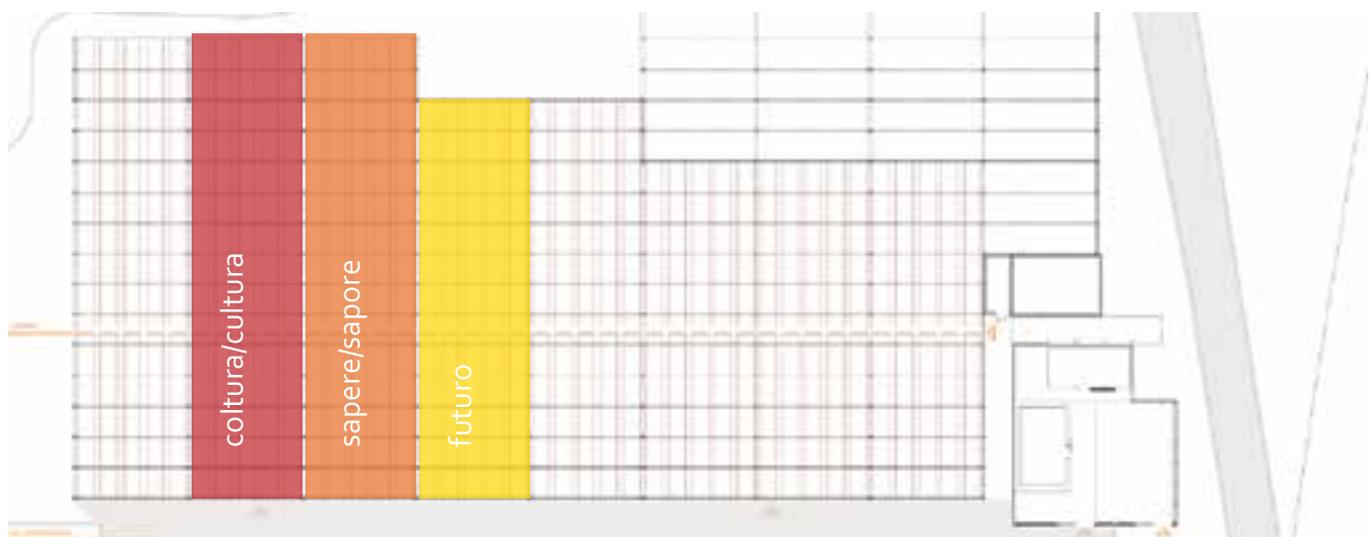


campata di sinistra rispetto all'ingresso.

Il percorso esplorativo inizia, proprio come nelle abitazioni pompeiane, dall'atrium, uno spazio recintato rispetto all'esterno, che mostra all'osservatore, che vi si avvicina procedendo dal viale di accesso alla greenhouse, una prima parete esterna, verticalmente tripartita. Mentre le due fasce estreme di questa parete sono costituite da superfici verticali opache schermanti che nascondono alla vista quanto è presente nell'atrium, la fascia centrale è completamente aperta a catalizzare il percorso verso lo spazio interno. A enfatizzare ancora di più l'invito a varcare la soglia, la parete interna dell'atrium, opposta a quella d'ingresso, è ugualmente tripartita presentando, la fascia verticale centrale in prospettiva solida a simulare una maggiore profondità. Una volta entrato nell'atrium, all'osservatore è proposto un cambio di prospettiva: alla sua sinistra sono, infatti, disposti pannelli raffiguranti riproduzioni degli affreschi di giardino delle abitazioni pompeiane, posti come sfondi di diorama prospettici, dove in un piano interposto tra il dipinto e l'occhio dell'osservatore, sono piantate le specie botaniche reali, corrispondenti a quelle dipinte. La posizione delle piante reali è tale che, osservate da un preciso punto di vista, si sovrappongono visivamente a quelle dipinte. Sui pannelli sono inseriti riferimenti descrittivi relativi alla collocazione dell'affresco all'interno dell'area archeologica.

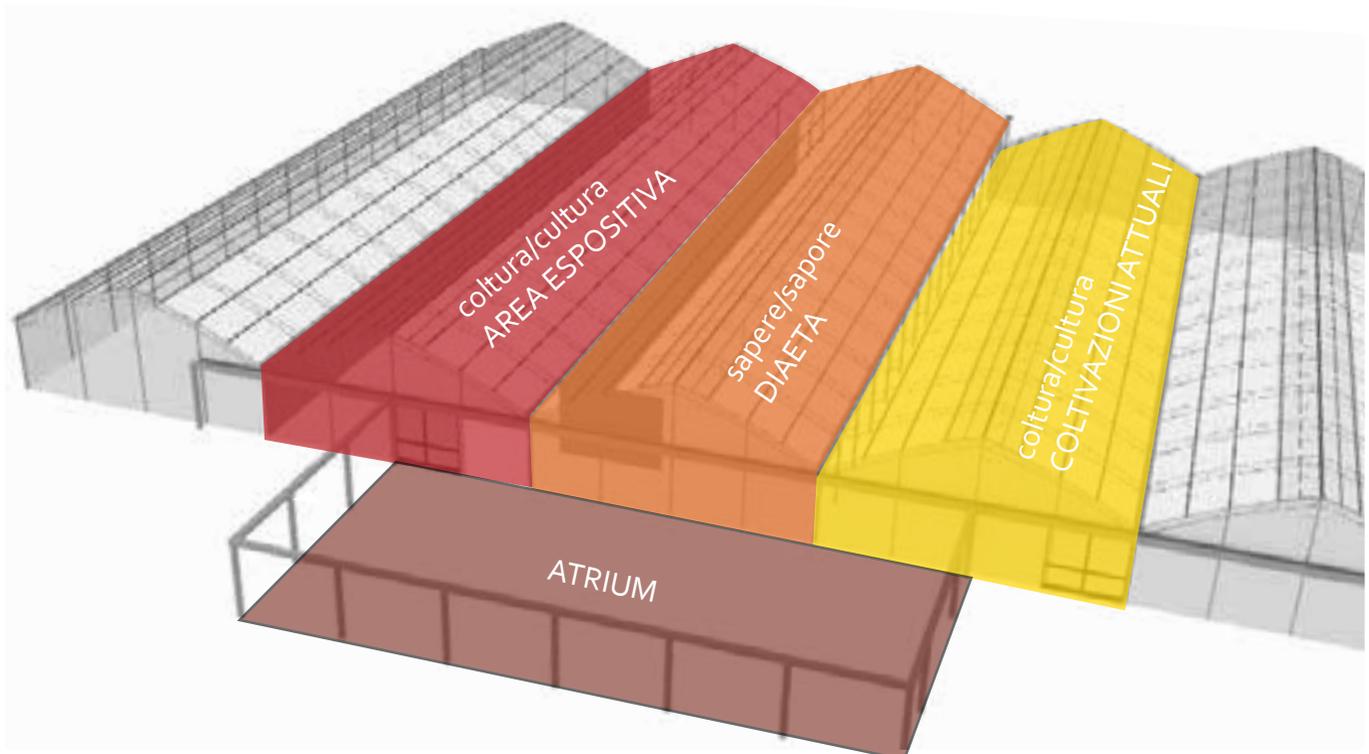
Un ulteriore asse prospettico guida, quindi l'osservatore verso l'ingresso della greenhouse dove, varcata la soglia, uno diaframma lo induce a scegliere tra due distinte direzioni: a sinistra 'coltura/cultura', il Peristilium; a destra 'sapere/sapore', la Diaeta.

Accedendo al Peristilium ci si trova nella sezione tematica di classificazione



delle specie botaniche per macrocategorie di utilizzo. Il nome Peristilium deriva dal fatto che ad ogni categoria è associato un modulo tripartito costituito da reinterpretazioni degli antichi cubicola in chiave contemporanea. Ogni modulo riprende, alla piccola scala, la struttura prospettica delle domus, assecondando la scomposizione degli affreschi per piani verticali paralleli di profondità. I pilastri metallici della serra scandiscono la posizione di questi piani ponendosi come supporti ad altre strutture metalliche che costituiscono le cornici di pareti trasparenti di separazione tra i vari cubicola. Partendo dalla parete trasparente su cui è inserito il grillage, la parete tra secondo e terzo cubiculum è costituita da elementi floreali sagomati. Solo la parete del terzo cubiculum, che separa un modulo dall'altro, posto specularmente al precedente, è opaca, in quanto costituisce lo sfondo per l'osservatore che, posto nel primo cubiculum guarda verso il terzo. Riproponendo le antiche tradizioni, i vari moduli sono pensati per ospitare artisti e artigiani locali che reinterpretano in chiave moderna le conoscenze legate alle differenti espressioni del patrimonio immateriale.

Accedendo alla Diaeta si entra nella dimensione alimentare, quella in cui il sapere è sapore, dove in mostra sono le specie utilizzate in cucina e dove l'impianto del bruciatore diviene invito progettuale a definire il limite

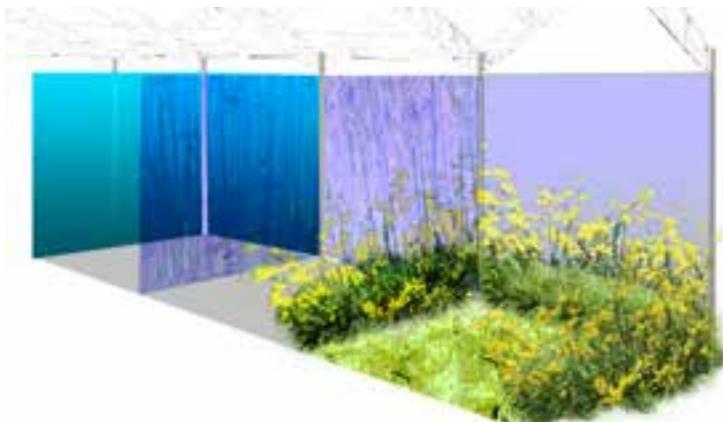
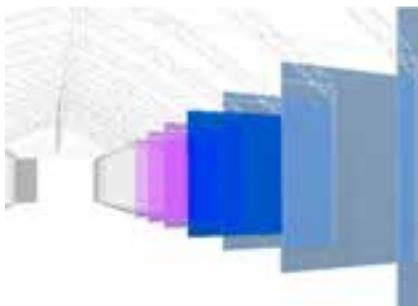


spaziale dell'area conferenza, ideata come un immenso triclinium atto ad ospitare i visitatori comodamente distesi ad ascoltare ed interagire tra loro. La Diaeta è il luogo del sapere, inteso come conoscenza del patrimonio passato, rivolto al futuro, dove il futuro è lo spazio ampliato che dalle pareti della Diaeta stessa consente di guardare alle coltivazioni attuali, presenti nella campata adiacente, specularmente opposta al Peristilium.

6.5 La struttura prospettica dei nuovi cubicula: riproducibilità del modulo espositivo

Le altre serre floristiche di Pompei sono state scelte, sia per effettiva disponibilità da parte degli imprenditori, sia per le caratteristiche strutturali simili alla *greenhouse* della curcuma, che rendono lecita la riproducibilità del modulo tripartito utilizzando parte di avanserra. Questa è porzione dell'architettura delle serre, realizzata con gli stessi materiali portanti e destinata ad accogliere attività strettamente connesse al processo di produzione, quali: impianti di lavorazione e trasformazione del prodotto, impianti tecnologici e attrezzature funzionali al processo produttivo, impianti di riscaldamento, ventilazione, umidificazione, trattamento acque, frigoconservazione, servizi igienici, spogliatoi e strutture leggere per il deposito di concimi, fitofarmaci, piccole macchine e attrezzi agricoli, nonché strutture leggere di accoglienza per le attività di relazione.

Vi rientrano anche interventi che comportano l'adeguamento alla normativa vigente in materia di miglioramento delle condizioni di benessere e di lavoro degli addetti alla coltivazione, trasformazione e lavorazione dei prodotti agricoli; rispetto e adeguamento alla normativa sulla sicurezza dei luoghi



di lavoro; contenimento dell'impatto ambientale delle attività agricole e di risparmio energetico. La Legge Regionale n.13 del 22 novembre 2010, all'art.3 recita infatti che «per allocare servizi, impianti e attrezzature, sono realizzabili entro il limite del 15% della superficie e dell'impianto serricolo, avanserre con materiali di copertura trasparenti od opachi».

Integrare il modulo tripartito agli impianti presenti nell'avanserra consente di tradurre in scenografie percorribili e interattive la lettura geometrica degli antichi spazi della convivialità, di cui l'area archeologica ancora presenta notevoli testimonianze nelle antiche *domus* pompeiane, integrando questa fruizione all'attuale know-how colturale, risorsa culturale del territorio proponendo la trasmissione di conoscenza alle generazioni successive e un'area espositiva in cui seminare specie vegetali antiche o derivanti da esse di cui vendere ai turisti semi, piante, oltre a un'esperienza multisensoriale.

Note C_06

¹ cfr. paragrafo 2.5 della presente ricerca

² *Oxford Wordpower Dictionary*, “greenhouse”

³ cfr. C. Zappone, *La serra solare*, Sistemi editoriali, seconda edizione, 2009, Napoli, p.18

⁴ cfr. *Ivi*, p.15

⁵ cfr. *Ivi*, p.18

⁶ A. Ciarallo, *Gli spazi verdi dell'antica Pompei*, Aracne Editrice, Roma, 2012, p.79

⁷ Plinio il Vecchio, *Naturalis Historia*, XIX, 23, 64

⁸ cfr. A. Ciarallo, *Gli spazi verdi...*, p.79

⁹ cfr. *Ivi*, p.82

¹⁰ cfr. C. Zappone, *Op. cit.*

¹¹ A. Baculo, *Cosmo e caos, dentro e fuori l'universo espositivo*, in A. Baculo, S. Gallo, M. Mangone, *Le grandi esposizioni del mondo 1851-1900. Dall'edificio città alla città di edifici. Dal Crystal Palace alla White City*, Liguori Editore, Napoli 1988, pp. 23-84, p.31

¹² il concorso di progettazione dell'edificio espositivo è stato bandito, nel 1949, a Londra, in quanto città dal forte fervore culturale, artistico e industriale

¹³ cfr. M. Conan, *Bourgeois and Aristocratic Cultural Encounters in Garden Art, 1550-1850*, Bumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington, 2002, p.273

¹⁴ A. Baculo, *Cosmo e caos, dentro e fuori l'universo espositivo*, in A. Baculo, S. Gallo, M. Mangone, *Le grandi esposizioni del mondo 1851-1900. Dall'edificio città alla città di edifici. Dal Crystal Palace alla White City*, Liguori Editore, Napoli 1988, pp. 23-84, p.31

¹⁵ *Ivi*, p.33

¹⁶ K. Frampton, *Storia dell'Architettura Moderna*, Zanichelli Editore, Bologna, 1982, p.29

¹⁶ A. Baculo, *Op. cit.*, p.33

¹⁷ cfr. A. Baculo, S. Gallo, M. Mangone, *Le grandi esposizioni del mondo 1851-1900. Dall'edificio città alla città di edifici. Dal Crystal Palace alla White City*, Liguori Editore, Napoli 1988, pp. 108-115

¹⁸ Le dimensioni di questa serra sono, di 78 x 24 x 18 m. Essa è inoltre sormontata da una lanterna di dimensioni 56 x 6 x 4,5 m.

¹⁹ l'altezza della galleria è di soli 1,65 m

²⁰ A. Baculo, S. Gallo, M. Mangone, *Op. cit.*, pp. 130-139

²¹ si fa riferimento al progetto dello studio Nemesi&Partners, vincitore del Concorso Internazionale promosso da Expo 2015 S.p.A nell'aprile 2013

²² www.progettoscuola.expo2015.org/expo-2015/padiglione-italia

²³ dal Video di presentazione del Padiglione Italia per Expo Milano 2015, *Il racconto del Padiglione Italia*, visibile su: www.youtube.com/watch?v=-65li9O2jwQ

²⁴ *Ibidem*

²⁵ www.nemesistudio.it

²⁶ *Ibidem*

²⁷ Il premio è promosso annualmente dalla *Municipal Art Society* ed è relativo a progetti completati nell'anno precedente che simboleggino un'eccellenza nel design architettonico e urbano, offrendo un significativo contributo allo sviluppo costruttivo di New York: www.mas.org/awards/masterworks

²⁸ *Clelia Kaplinsky*, Principal al PS 216: esynyc.org/explore/brooklyn-showcase-school

²⁹ work.ac/edible-schoolyard-at-ps7

³⁰ questa serra ha dimensioni di 10x20 metri con altezza al colmo di circa 5m, e alla gronda di 4m, rispetto alle altre che sono alte al colmo, meno di 4m.

³¹ www.makeinbo.it

³² www.serratre.com

³³ direttore artistico di Transart

³⁴ www.transart.it

³⁵ *Ibidem*

³⁶ *Ibidem*

³⁷ *Ibidem*

³⁸ dal 5 al 7 settembre 2014

³⁹ per apprezzare il carattere sonoro e cromatico dell'installazione si rimanda al video realizzato dal gruppo di lavoro del festival Transart e del fablab di Bologna, visibile su: vimeo.com/108337674

⁴⁰ cfr. capitolo 3 della presente ricerca

⁴¹ cfr. paragrafo 4.5 della presente ricerca

⁴² Le PAR sono 'radiazioni fotosinteticamente attive' equivalenti al 41% della radiazione totale e la cui banda, corrispondente alla radiazione del visibile, è compresa tra i 400 e i 700 nm.

⁴³ cfr. paragrafo 5.4 della presente ricerca

⁴⁴ il termine *affordance* che nel paragrafo 4.5 della presente ricerca

indica un 'invito' alla scala territoriale, di trasformare le serre da spazi specificamente produttivi a spazi culturali.

⁴⁵ cfr. capitolo 5 della presente ricerca

⁴⁶ E. Panofsky, *La prospettiva come «forma simbolica»*, Abscondita, Milano, 2007, p.11

⁴⁷ cfr. paragrafo 5.1 della presente ricerca

Bibliografia

- AA.VV., *Pompei, pitture e mosaici*, Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, Roma, 1990
- Aglieri Rinella T., *Food Experience. Design e architettura d'interni*, Postmedia books, Milano, 2014
- Aoyagi M., Pappalardo U., *Pompei. Insula Occidentalis*, vol. I, Valtrend Editore, Tokyo, 2006
- Anguissola A., *Intimità a Pompei*, De Gruyter, Berlin, 2010
- Appiano A., *Il giardino dipinto. Dagli affreschi egizi a Botero*, Ananke, Torino, 2002
- Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C., *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, Franco Angeli, Milano, 2005
- Aristofane, *Rane*
- Arnheim R., *Arte e percezione visiva*, Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milano, 2012
- Artioli T., *D'Artegnam. Dalla cucina della sopravvivenza all'arte del gusto tra Bologna, Ferrara e Modena*, Pendagrone, Bologna, 2011
- Augé M., *Non luoghi. Introduzione a una antropologia della submodernità*, Elèuthera, Milano, 1999
- Avellino L., *Pompei. Splendori di ieri miserie di oggi*, Marius edizioni, Pompei, 2003
- Avellino N., *Memorie storiche dell'antica Valle di Pompei per Pepe Ludovico*, Scuola Tipografica Editrice Bartolo Longo, Valle di Pompei, 1887
- Avellino N., Avellino L., *Pompei. Segni di antiche memorie*, Pompei, 1990
- Baculo A., Gallo S., Mangone M., *Le grandi esposizioni del mondo 1851-*

1900. *Dall'edificio alla città di edifici. Dal Crystal Palace alla White City*, Liguori Editore, Napoli, 1988
- Bertozzi P., Ghini A., Guardigli L., *Le forme della tradizione in architettura. Esperienze a confronto*, Franco Angeli, Milano, 2005
- Braudel F., *Memorie del Mediterraneo*, Bompiani, Milano, 2010, p.32
- Campanelli A. (a cura di), *Rosantico. Natura, bellezza, gusto, profumi tra paestum, padula e velia*. Catalogo della mostra Paestum, 23 marzo-31 ottobre 2013
- Cantarella E., Jacobelli S., *Pompei è viva*, Feltrinelli, Milano, 2013
- Carazzali G., *Apicio. L'arte culinaria. Manuale di gastronomia classica*, Tascabili Bompiani, Milano, 2013
- Carillo A., Mocerino P., Somma L., *Pompei. Guida illustrata al Santuario del Rosario*, Edizioni Santuario di Pompei, Pompei, 2008
- Casabella, 516, 1985
- Cassanelli R., Ciapparelli P. L., Colle E., David M., *Le case e i monumenti di Pompei nell'opera di Fausto e Felice Niccolini*, Istituto Geografico DeAgostini, Novara, 1997
- Ciarallo A., *Elementi vegetali nell'iconografia pompeiana*, L'«ERMA» di Bretschneider, Roma, 2006
- Ciarallo A., *Flora pompeiana*, L'«ERMA» di Bretschneider, Roma, 2004
- Ciarallo A., *Spazi verdi nell'antica Pompei*, Aracne Editrice, Roma 2012
- Ciarallo A., *Verde pompeiano*, L'«ERMA» di Bretschneider, Roma, 2001
- Conan M., *Bourgeois and Aristocratic Cultural Encounters in Garden Art, 1550-1850*, Bumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington, 2002
- Coppola A., Spena C., *La Legislazione sui Beni Culturali e del Paesaggio*, IV edizione, Esselibri Simone, Napoli, 2004
- Crosetti A., Vaiano D., *Beni culturali e paesaggistici*, G. Giappichelli Editore, Torino, 2011
- De Santis L., *Le trame dell'Architettura*, La Città del Sole, Napoli, 2000
- di Giorgio Martini, F., *Trattato di architettura civile e militare*, S.n., Torino, 1841
- Dujardin H., *Plate to pixel. Digital food Photography and styling*, Wiley Publishing, Indianapolis, 2011
- Falcone B., *CIBO-ARCHITETTURA, segni, luoghi e forme*, Tesi di dottorato in Composizione Architettonica e Progettazione Urbana, ciclo XIX, discussa il 5 giugno 2007
- Fernandez-Armesto F., *Storia del cibo*, Bruno Mondadori, Milano, 2010
- Ferrari T., *Comunicare l'impresa: realtà e trend polisensoriale-emozionale*, Bologna, CLUEB, 2005,
- Fioroni M., Titterton G. C., *Brand storming: gestire la marca nell'era della*

- complessità*, Perugia, Morlacchi Editore, 2007
- Foglio A., *Il marketing urbano-territoriale. Il marketing per città, aree urbane e metropolitane, organismi territoriali*, Milano, Franco Angeli, 2006
- Forte M. *La villa di Livia: un percorso di ricerca di archeologia virtuale*, Roma, «L'ERMA» di BRETSCHNEIDER, 2007
- Frampton K., *Storia dell'Architettura Moderna*, Zanichelli Editore, Bologna, 2002
- Franzato C., *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*, Tesi di Dottorato di ricerca in *Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali*, XX ciclo
- Franzato C., *Design nel progetto territoriale*, in *Strategic Design Research Journal*, Volume 2, numero 1, Gennaio-Giugno 2009
- Franzato C., *Il Capitale territoriale come porta d'accesso al progetto e al design del territorio*, in *Global Manager*, numero 16, anno 9, Giugno 2009
- Giordano C., Casale A., *Profumi, unguenti e acconciature in Pompei antica*, 2^a Edizione riveduta e integrata a cura di Laurentino García & García, Roma, Barbi Editore, 2007
- Goethe J. W., *La teoria dei colori*, Il saggiatore, Milano, 2013
- Grimal P., *I giardini di Roma antica*, Milano, 1990
- Grimal P., *L'arte dei giardini. Una breve storia*. Giangiaco Feltrinelli Editore, Milano, 2014
- Guzzo P. G., *Storia e paesaggi della città antica*, Mondadori Electa, Milano, 2007
- Iaccarino M. (a cura di), *Con la dieta Mediterranea. Cattive abitudini e buoni auspici*, Think Thanks edizioni, Napoli, 2012
- Iuliano M., Federico S. (a cura di), *Bartolo Longo 'urbanista' a Valle di Pompei 1876-1926*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2000
- Jashemsky W., *The Gardens of Pompeii, Herculaneum and the Villas destroyed by Vesuvius*, Caratzas Brothers Publishers, New Rochelle, New York, 1979
- Jashemsky W., Meyer F. G. *The Natural History of Pompeii*, Cambridge University Press, 2002
- Lazzarini A., *Fra terra e acqua: l'azienda risicola di una famiglia veneziana nel Delta del Po*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, 1990
- Leone M. (a cura di), *Lexia 17-18 "Immagini efficaci"*, Aracne, Roma, 2014
- Manna L., *Digital Food Photography*, Thomson, Boston, 2005
- Marrone G., *Gastromania*, Bompiani, Milano, 2014
- Mello B., *Trattato di scenotecnica*, De Agostini, Milano, 2009
- Milledroques L., *Egitto*, Touring Club Italiano, Milano, 2004
- Montanari M., *Il cibo come cultura*, Laterza, Roma, 2004

- Niola M., *Miti d'oggi*, Bompiani, Milano, 2012
- Pagliano A., *Il disegno dello spazio scenico. Prospettive illusorie ed effetti luminosi nella scenografia teatrale*, Hoepli, Milano, 2002
- Pagliano A., *La scena svelata. Architettura, prospettiva e spazio scenico*, Cortina, Padova, 2005
- Panofsky E., *La prospettiva come «forma simbolica»*, Abscondita, Milano, 2007
- Pegoraro M., *Retail Design. Progettare la shopping experience*, Franco Angeli, Milano, 2007
- Perullo N. (a cura di), *Cibo, estetica e arte*, ETS, Pisa, 2014
- Petronio, *Satyricon*
- Plinio il Giovane, *Lettere*
- Plinio il Vecchio, *Naturalis Historia*
- Plutarco, *Moralia*
- Pontiggia E. (a cura di), *Wassili Kandinsky. Lo spirituale nell'arte*, SE, Milano, 2005. pp43-46
- Prandi E. (a cura di), *Saggi su architettura e città*, Festival Architettura Edizioni, Parma, 2008, pp.381-382
- Queiroz J., *Dieta Mediterrânica. Uma herança milenar para a humanidade*, althum.com, Lisboa, 2014
- Quilici L., Quilici Gigli S. (a cura di), *Architettura e pianificazione urbana nell'Italia antica*, L'Erma di «Bretschneider», Roma, 1997
- Rudofsky B., *Le meraviglie dell'architettura spontanea*, Laterza, Bari, 1979
- Settis S., *La villa di Livia. Le pareti ingannevoli*, Electa, Milano, 2013
- Schmitt B., *Experiential Marketing*, in *Journal of Marketing Management*, 1999
- Teyssot G., *Mimesis dell'architettura*, Marsilio, Venezia, 1985
- Zappone C., *La serra solare*, Sistemi editoriali, Napoli, 2009
- Zoppi M., *History of the European garden*, Alinea Editrice, Firenze, 2009

Sitografia

- <http://www.academia.edu>
- <http://www.architectmagazine.com>
- <http://www.arduino.cc>
- <http://www.asolaristorante.it>
- <http://www.bl.uk>
- <http://www.blacksheep.uk.com>
- <http://www.carlkleiner.com/>

