

STORIA O TRADIZIONE?

L'invenzione del territorio

tra identità locale, dimensione nazionale, processo di globalizzazione

1. Il territorio come *locus artificialis*: considerazioni preliminari.

È per me occasione particolarmente gradita quella di essere qui a dare vita, con voi tutti, in questa straordinaria, irripetibile fusione di arte e paesaggio, di cultura e sapienza, a un incontro che sa di amicizia antica, di fraterna consuetudine. L'incontro, cioè, tra la storia come racconto dell'azione sociale dell'uomo e il vino come cultura e come impresa legata al territorio. Ringrazio pertanto la Fondazione Banfi per questa opportunità, di cui sono lieto e onorato. La possibilità di ritornare – sia pure da una diversa visuale, quella cioè del *terroir come asset di marketing* – su argomenti a lungo frequentati nella mia attività di ricerca ha rappresentato una sfida e uno stimolo a ripensare quanto fin qui appreso sul territorio e sul suo ruolo nella costruzione della società e dell'immaginario contemporanei. Una sfida, vorrei subito aggiungere, non priva di alcuni elementi di complessità, derivanti non tanto, o non solo, dal fatto di rivolgermi oggi a una platea di esperti e di giovani professionisti del mondo vitivinicolo, quanto da un rischio che istintivamente ho percepito nell'addentrarmi nei temi della lezione: vale a dire quello di assumere come “spontaneo” e “naturale” l'accordo tra la dimensione storica del territorio e quella culturale del fare impresa. Accordo, va da sé, che rischia di apparire tanto più stretto e immediato, quanto più unitario, armonioso, integrato sul piano funzionale è il *territorio* da cui il prodotto dell'attività imprenditoriale trae la sua *tipicità*, il suo *carattere*; la sua *unicità*.

Accade invece, ed è un dato con il quale gli storici sanno di dover continuamente fare i conti, che il rapporto tra storia e territorio, tra la storia come racconto dell'uomo e l'impresa che nel territorio ha il suo radicamento identitario e la sua prerogativa di tipicità, non sia mai immediato, né lineare, né univoco, né appunto *dato* una volta per tutte. Viceversa, esso è caratterizzato da un continuo e teso sforzo di rielaborazione, di riaggiustamento dei sempre precari equilibri che l'incontro tra storia e territorio solitamente determina; e i cui esiti sono sempre aperti e mai del tutto privi di un qualche elemento d'incertezza, di aleatorietà (soprattutto dal punto di vista di chi «fa impresa»). Niente di più sbagliato, di più fuorviante, del considerare la *tipicità* di un territorio, il suo valore dal punto di vista storico, alla stregua dell'immagine o della riproduzione quasi iconica di un mitico “stato di natura”, un ordine eterno che sia *prima* e *fuori* di ogni realtà socialmente e storicamente data. Un *locus naturalis* preso per assoluto e immutabile, dotato di una incondizionata validità, incline a tacere ogni conflitto, così come ogni dialettica tra uomo e natura, tra storia e territorio, tra identità territoriale e ragione d'impresa.

Partendo da questa constatazione lo scopo del mio intervento sarà quello di offrire qualche spunto di analisi sul territorio come “artefatto” o meglio – come recita il sottotitolo di questa lezione – come *invenzione*. Territorio cioè come dimensione strutturalmente dinamica e complessa, che l’uomo, attraverso un lavoro di secoli, ha imparato a plasmare, ingegnerizzare e rimodellare allo scopo di trasformare le «vocazioni elementari» che vi si configuravano originariamente per fini di sussistenza in vocazioni via via sempre più «complesse», capaci col tempo di inserirsi nelle sempre più fitte *reti* che la “civiltà comune” del mercato, nonché quella simbolica e materiale delle comunicazioni, venivano progressivamente allargando e connettendo. Prima ancora di essere un «fatto», il territorio è – come sottolineava Emilio Sereni nell’introduzione alla sua *Storia del paesaggio agrario* – un «farsi», un «fare», dove al centro v’è l’interazione fondamentale, mai univoca e scontata, tra uomo e natura. Una relazione che il tempo storico ha intessuto di una molteplicità di dimensioni e di fattori: geografici, ambientali, ecologici, sociali, politici, culturali, economici e così via.

Avere consapevolezza di questo carattere complesso, composito, mai “dato”, del territorio, e dunque della sua *artificialità*, del suo essere appunto “artefatto”, è, a mio parere, presupposto essenziale per mantenere in costante evoluzione la cultura imprenditoriale legata al territorio. Una cultura che deve ambire a essere resiliente e flessibile, autoriflessiva e capace d’innovazione proprio rispetto alle problematiche del suo principale *asset* di riferimento: il territorio. Luogo mai uguale a se stesso, irriducibile a qualunque canone o principio formale che intendesse, per così dire, eternizzarlo (fosse pure per nobilissime finalità commerciali, come spesso peraltro avviene), ma all’esatto opposto entità porosa, osmotica, aperta, strutturalmente partecipe di processi e dinamiche di più ampia portata, che finiscono per avvilupparsi alla vita stessa del territorio, modificandone il corso e l’evoluzione, indirizzandone lo sviluppo e l’intelligenza sociale, cambiando di segno il suo destino. Parliamo qui di processi e dinamiche quali l’incremento demografico, la nascita delle città e il loro contributo allo sviluppo in senso moderno e produttivo delle campagne, l’infittirsi e l’ampliarsi delle reti di scambio, i processi di nazionalizzazione e poi di globalizzazione dei mercati, la diffusione di nuovi modelli di consumo e di nuove sensibilità al consumo.

Quello che fin qui potrà sembrare un discorso forse ancora troppo generale, se non proprio generico, può assumere un più pregnante e concreto significato storico in relazione al caso italiano. Perché è dai caratteri peculiari che il rapporto tra storia e territorio ha assunto nella Penisola che si possono a mio parere trarre insegnamenti utili riguardo al futuro e alle prospettive del fare impresa nel territorio. Per ragioni di tempo e di spazio mi limiterò a un’esposizione molto schematica dei tratti peculiari che il territorio, come *locus artificialis*, è venuto progressivamente assumendo in Italia. Lo faremo individuando tre dimensioni tra loro fortemente correlate e intrecciate, dentro le quali tali tratti di specificità sono venuti delineandosi, sia pure in momenti diversi,

con sufficiente chiarezza: una dimensione di tipo geografico-sociale; una dimensione politica; infine una dimensione simbolico-identitaria e comunicativa.

2. L'invenzione del territorio: il caso italiano

2.1 I valori storici dei quadri ambientali

La prima dimensione, come abbiamo detto, è di tipo geografico-sociale. E riguarda precisamente il rapporto più intimo e diretto tra uomo e natura, tra la configurazione ambientale, l'eco-sistema – cioè l'armonico insieme di rilievo, clima, vegetazione, suolo, idrografia ecc. – e il lavoro umano come fattore di trasformazione della natura. In sostanza, tutto il processo di costruzione e strutturazione del territorio e il suo adeguamento a logiche e bisogni di sviluppo. Si tratta innanzitutto di una dimensione di lungo, anzi di lunghissimo periodo, scandita dal respiro lento del lavoro umano e del suo farsi sapienza, da una faticosa, incessante opera di inalveamento di una natura che, nella sua polimorfa configurazione, si è spesso rivelata, nel caso della Penisola, tutt'altro che confacente all'esercizio agevole e altamente remunerativo dell'agricoltura. E che all'opera trasformatrice dell'uomo ha fornito soltanto, si fa per dire, il materiale grezzo indispensabile al suo compiersi: le ghiaie, le arene, le argille e gli sfasciumi di ogni genere portati giù dai fiumi.

All'interno di questa dimensione si profilano quelli che il grande geografo Lucio Gambi ha definito i *valori storici dei quadri ambientali*. Vale a dire le vocazioni del territorio, che non sono ovvia e naturale conseguenza degli «inquadramenti ambientali» che da 5000 anni a questa parte (dagli sguardi mitici di Phaeton a quelli di Aleksej Leonov), appaiono straordinariamente inalterati, bensì l'effetto del modo in cui l'ambiente fisico è stato letteralmente “incorporato” nella storia e proiettato sul piano di una funzione economica, di un'esperienza culturale, di un'istituzione sociale. Per cui quando una società umana “fa suo” in qualche modo un ambiente, lo fa perché vi riconosce, ovvero scopre in esso, utili vocazioni o disposizioni o inclinazioni o “inviti” che dir si voglia: più precisamente *potenzialità* atte a fornirgli determinate risorse. Potenzialità che implicano, per essere trasformate in vocazioni complesse, da un lato una congrua organizzazione del gruppo umano che per dati suoi fini le sceglie; dall'altro una *libertà* di scelta di ciò che il territorio potrà esprimere che sarà diversa, maggiore o minore, a seconda della condizione economica e culturale in cui si evolve la vita del gruppo stesso.

Cosa significa tutto questo e che tipo di implicazioni possono derivarne sul piano sociale e culturale? Innanzitutto, il fatto che il territorio non può essere pensato (e dunque raccontato) come il «romanzo della natura», come pure una certa forma di riduzionismo para-ambientalista sembra voler inferire. Esso al contrario è opera incessante di creazione, di organizzazione di spazi funzionali, spesso contesi con

tenacia e una plurisecolare sapienza a una natura che, nei suoi caratteri e quadri originari, non si è dimostrata, nel caso dell'Italia, particolarmente benevola (terra di catene montuose e rilievi collinari, di pianure inospitali e malariche, spesso “comprese” tra i crespi rilievi collinari e il mare). Un territorio, è il caso di dire, che l'uomo ha dovuto letteralmente *inventare*, originando un complesso e fortemente composito paesaggio di *sistemi agrari*. Utilizziamo questa espressione di proposito, per meglio cogliere la cifra essenziale di quell'originale esperienza storica di formazione del paesaggio agrario rappresentata dall'Italia: che deve il suo carattere eccezionale alla pluralità di vocazioni, di modelli produttivi, di forme dell'abitare legati al territorio e all'altrettanto eccezionale varietà dei suoi ecosistemi, alla straordinaria ampiezza della sua “biodiversità”. Una pluralità che ritroviamo impressa nelle molteplici forme di valorizzazione della terra che l'Italia ha sperimentato nel corso della sua storia plurisecolare: lo sviluppo dell'azienda capitalistica e della cascina in pianura padana, la policoltura e il podere nelle aree mezzadrili dell'Italia centrale, il latifondo cerealicolo e i borghi d'altura delle campagne del Mezzogiorno, fino alle vocazioni agricole più moderne strappate ai rilievi pedemontani. In un susseguirsi straordinariamente vario e composito di territori e di produzioni in continuo fermento e sviluppo.

E dunque: *unità nella diversità*, volendo trarne una grossolana sintesi. Questa la vera forza del territorio italiano. Prima ancora che come Stato sovrano, prima ancora che come corpus strutturato di codici, leggi, norme amministrative forgiate nell'esperienza della moderna statualità, prima ancora che come idea o sogno di spiriti eletti, è come *territorio* – nella sua feconda diversità e pluralità sociale – che l'Italia esiste. È il legame con il territorio, è la dimensione culturale locale, il vero motore unificante dell'identità italiana, l'elemento costitutivo di una più profonda e tenace idea di paese con la quale ogni processo di sintesi politica, amministrativa, culturale avrebbe dovuto inevitabilmente fare i conti.

2.2 Centro e periferia: tra *imperium* statale e *resilienza* territoriale

La questione è di non poco momento, e ci porta direttamente alla seconda delle tre dimensioni cui abbiamo accennato, quella *politica*. Perché a partire dalla fine del Settecento, ma soprattutto a partire dal processo di unificazione nazionale, inizia – è il caso di dire – tutta un'altra storia. Nella quale è il moderno *centro politico* del potere, ossia quello dello Stato, sotto qualunque forma esso si manifesti, l'imperialismo straniero o il governo nazionale, poco importa, a rivendicare una prerogativa d'indiscussa centralità nella determinazione di cosa il territorio debba essere, quali funzioni debba svolgere, quali margini di autonomia è pensabile o opportuno accordargli. Le ragioni per cui ciò avviene – intendiamoci – non sono del tutto campate in aria. O quanto meno vanno comprese storicamente. Vecchie e nuove élite in ascesa,

aristocratiche o borghesi, questo non fa molta differenza (e spesso la continuità tra i due mondi è nei fatti), condividono una visione *modernizzante* del pubblico potere, funzionale, tra le altre cose, a razionalizzare, ordinare, uniformare tutto il caotico ammasso di consuetudini, diritti, usi che il territorio ha sedimentato e aggrovigliato nella sua plurisecolare storia. Si tratta però di un processo tutt'altro che lineare, fatto di spinte omologanti e di contospinte territorialiste, queste ultime fortemente radicate in quella *cultura del notabilato* che – nelle aree geopolitiche di grande tradizione localistica com'è la Penisola italiana – rappresenta una coerente espressione della simbiosi tra le dinamiche élite borghesi e il territorio, con le sue plurisecolari vocazioni economiche e sociali.

Il processo che va delineandosi resta però ambivalente. L'Italia, dalla fine del '700, si trova infatti, suo malgrado, inserita nello spazio d'influenza politica e culturale del grande ciclo di trasformazione dell'Europa seguito alla Rivoluzione francese e all'impresa napoleonica. L'impronta razionalista e centralista, modernizzatrice e autoritaria di questo ciclo rivoluzionario, non dovrà però passare invano. A riscoprirne il valore e l'utilità saranno, per un curioso paradosso, proprio le élites che l'hanno maggiormente avversata sul piano ideologico. E ciò nel momento in cui – con l'imprevisto ingresso del Mezzogiorno nel grande disegno dell'unificazione statale – si palesa chiaramente il rischio che il processo di unificazione nazionale della Penisola sfugga di mano ai suoi principali artefici. È significativo come, a quel punto, tutta una classe liberale di governo – piemontese, lombarda, veneta, toscana – che si era politicamente forgiata sul territorio, che aveva posto le basi della propria egemonia sociale e istituzionale attraverso il legame simbiotico con il territorio, nutrendo una profonda e radicata diffidenza nei confronti dell'ente-Stato, preferisca fare leva sugli strumenti autoritativi del potere pubblico per dare ordine e stabilità alla neonata creatura nazionale, lasciando che gli strumenti dell'autonomia e del decentramento amministrativo vengano bruscamente archiviati.

L'unità del paese si accompagna così a un radicale ribaltamento di tutta la prospettiva, spingendo i *nation builders* a identificarsi, adesso, più nel centro che nel territorio (il quale da allora comincerà ad assumere la connotazione negativa di "periferia"). Il timore che la giovane Italia delle cento città e dei mille campanili vada in frantumi porta a rimettere in discussione, con un drastico rovesciamento delle parti, e un sostanziale tradimento culturale, quel *primato strutturale del territorio* costruito attraverso un processo plurisecolare. La modernità ora è il centro. La dimensione territoriale un elemento di potenziale disgregazione, di irriducibile disomogeneità, di freno alle dinamiche dello sviluppo economico e sociale della nazione.

La nuova storia nasce però in realtà già un po' vecchia. Perché il territorio mostra, sin dai primi anni del nuovo esperimento unitario, una tenace caparbia nel difendere e allargare le proprie prerogative, obbligando lo Stato centrale a tessere una continua, incessante opera di mediazione e di contemperamento nei confronti delle

istanze e dei poteri territoriali, delle insopprimibili vocazioni locali che il “centro” e l’“economia-mondo” contribuiscono a loro volta a plasmare. Di qui un costante rifiorire della forza del territorio, del suo potere interdittivo, della sua capacità di influenzare la *vision* e l’indirizzo politico dei governi centrali, di penetrare l’armatura dello Stato che dalla dorsale ministeriale si dipana verso la periferia tramite il prefetto e le sue competenze multisettoriali. Un rifiorire spontaneo, incontrollato, in fondo mal gestito dalla macchina dello Stato, segnato da spinte e contropinte, da impulsi centralizzatori e mediazioni corporative, da atti d’imperio e rilasci contemperanti: pensiamo al significato storico del trasformismo italiano che altro non era se non una modalità di governo *per amalgama* degli interessi territoriali; pensiamo ancora alle riforme amministrative crispine e giolittiane e al loro contraddittorio disporsi lungo gli assi centro-periferia, centralismo-autonomismo; fino alla faticosa e non meno contraddittoria istituzione delle Regioni, destinata a complicare ulteriormente il già frantumato disegno politico-amministrativo dello Stato italiano.

È opportuno allora parlare di un rapporto costantemente teso tra centro e periferia, un rapporto dialetticamente aspro e problematico, al punto da costringere persino una macchina virtualmente totalitaria come quella del fascismo a mettere a nudo i propri limiti di governo del territorio e la propria cedevolezza di fronte alla resilienza e alla capacità di adattamento del potere locale: basti pensare al ruolo ambivalente che durante il fascismo – ciascuno nel proprio specifico ambito di intervento – giocano prefetti e podestà, non di rado più inclini a mostrarsi solidali con gli interessi locali e le élite agrarie e industriali che non con le logiche “assolutiste” del governo centrale, funzionali al progetto di fascistizzazione integrale del territorio. Sta di fatto che tutto ciò non sarà affatto indifferente allo sviluppo e alla dinamica del fare impresa nel territorio, alla cultura imprenditoriale della periferia, che nel potere centrale, fino ai nostri giorni, avrebbe finito, alla lunga, per vedere un elemento se non proprio estraneo alle sue ragioni, quanto meno lontano, diffidente, sospettoso.

Il processo di plurisecolare invenzione del territorio, nel suo incontro con la macchina dello Stato moderno e con la nazione sovrana, ha così finito per produrre in Italia esiti non propriamente, o non sempre, felici, caratterizzati da vincoli che spesso hanno preso la forma di un irrigidimento delle pratiche amministrative, della regolamentazione dell’attività imprenditoriale legata al territorio. Attività che ha dovuto ricostruire propri rapporti virtuosi con il potere e i suoi profili funzionali spesso approfittando delle smagliature che lo stato centralizzato e interventista volutamente o distrattamente lasciava in essere: un esempio su tutti quello del rapporto tra banche e territorio in età repubblicana, rivelatosi poi come uno dei fattori cruciali del successo della Terza Italia, del sistema delle piccole e medie imprese, della trasformazione dei sistemi culturali e delle vocazioni imprenditoriali legate all’agricoltura.

Non è sorprendente – seguendo fino in fondo il nostro ragionamento – che il declino di questa struttura unitaria e “sovrana” del potere nazionale – chiaramente

osservabile a partire dall'inizio degli anni Settanta del XX secolo con l'avvio del processo di globalizzazione dei mercati finanziari, con la crisi dell'industria fordista e del paradigma economico keynesiano – corrisponda in realtà al rinascere di una forte vocazione internazionale del territorio che noi sappiamo essere più antica e risalente. Una vocazione che ha visto l'intelligenza locale sempre protagonista attiva e consapevole dei processi di formazione dell'«economia-mondo», delle reti di scambio, delle «rivoluzioni industriali», di spazi ed ambiti relazionali privi di confini netti e definiti. È attraverso la globalizzazione (o quanto meno attraverso alcune sue dinamiche) che le cellule territoriali avrebbero finito per riscoprire la loro antica specialità, quella di vero e proprio tessuto connettivo del mercato, delle reti commerciali, del diritto, nonché di quelle inedite commistioni culturali che sempre, inevitabilmente, seguono ogni dinamica di scambio.

2.3 L'identità del territorio tra memoria culturale e tradizione inventata

Tutto questo discorso evoca evidentemente uno dei concetti *mainstream* della sociologia del territorio dell'ultimo trentennio: il *glocal*. Le scienze sociali, consentitemi di esprimermi in questi termini, hanno molto civettato negli ultimi due decenni con questa parola, ponendo una certa enfasi sul nesso virtuoso tra dimensione locale e mercato globale. Alla luce di quanto abbiamo sin qui osservato, verrebbe da dire nulla di nuovo sotto il cielo. La storia delle civiltà, quella delle culture materiali, dei paesaggi agrari, delle istituzioni sociali, dell'economia, nei loro fitti intrecci, offrono abbondanti materiali di riflessione sul carattere persistente e strutturale di questo fenomeno dal nome nuovo ma dal volto antico. Gli studi di Marc Bloch, di Braudel, della scuola delle *Annales*, hanno a lungo insistito proprio sulla forte complementarità tra la realtà locale e le reti di scambio tra diverse macro-regioni economiche e politiche. La cosiddetta *world history* ha ripreso oggi, in parte aggiornandola, questa chiave di lettura, che ci consente di inferire appunto la centralità del territorio come tessuto di connettività globale. Verrebbe da dire, con lo scrittore Josif Brodskij, che «contrariamente a quanto si crede di solito, la periferia non è il luogo dove finisce il mondo – ma è il luogo dove il mondo si decanta». Il territorio insomma come luogo connotato da un'identità *estroversa* e obliqua più che etnocentrica e rettilinea, un territorio laboratorio che guarda oltre sé. Una *periferia mobile*, che sorge e si reinventa continuamente attraverso scambi, incontri, sovrapposizione di genti, di poteri, di culture.

E tuttavia, qui sorge un problema di notevole importanza storica, che ci porta alla terza e ultima dimensione, quella simbolico-identitaria, del nostro ragionamento. Perché aprirsi, connettersi, incontrarsi, mescolarsi significa sempre un po' perdersi, smarrirsi, rimettere in discussione, in forse, il senso di sé e l'appartenenza a un elemento *forte* che ci identifichi, che possa renderci riconoscibili, e in un certo senso

unici. Tutti i grandi processi di espansione delle reti commerciali e dello scambio nel momento in cui indebolivano vecchie identità, innescavano processi di difesa, di rafforzamento, di reinvenzione dei legami simbolici e identitari di appartenenza, generando una domanda di *continuità* con un passato che si pretende e si vuole *immutabile*; un passato assunto come misura e sanzione dei valori più veri e autentici della comunità.

In età moderna e contemporanea, la portata di questi processi si è poi notevolmente accresciuta in virtù della rivoluzione delle tecniche e degli strumenti della comunicazione. E non è un caso che la fortuna dei moderni nazionalismi nasca proprio là dove le tecniche della comunicazione di massa conoscono – nel corso del lungo Ottocento, dapprima in Europa e in America, ma presto ovunque – un prodigioso balzo in avanti. Si può a buon diritto parlare, con Benedict Anderson, della nascita delle nazioni come *comunità immaginate*. Seguendo una linea analoga, saranno Eric Hobsbawm e Terence Ranger a parlare delle nazioni come entità simboliche sorte da *tradizioni inventate*. A noi non serve entrare in queste dinamiche storiche, ma trattenerne il significato più intimo e profondo ai fini del nostro ragionamento.

La moderna comunicazione di massa in un mondo sempre più unificato e globalizzato è un potente fattore di costruzione e di riorganizzazione dell'identità e dell'appartenenza. Valeva per gli imperi e per le nazioni proprio come vale adesso per i territori, i quali hanno a loro volta presto imparato a servirsi degli strumenti di omologazione e di standardizzazione messi in campo dall'ideologia nazionalista per costruire e ridefinire le proprie micro-identità, regionali o locali che dir si volesse: l'elaborazione di un corpus ideologico, la produzione simbolica di massa, l'uso della cartografia, la rievocazione di episodi e personaggi celebri del passato, l'individuazione di luoghi e di monumenti emblematici, il recupero di antiche tradizioni e usanze, la valorizzazione di testi e di tradizioni orali, di cibi e di bevande, di musiche e di leggende, la redazione di dizionari linguistici.

Ed eccoci dunque nuovamente all'idea – dalla quale siamo partiti – del territorio come luogo dell'immaginazione, *locus artificialis* costantemente reinventato – in questo caso attraverso un processo più o meno coerente, più o meno accurato, di selezione e di montaggio di materiali narrativi reali e simbolici – in funzione di domande e esigenze le più disparate. Ma soprattutto in funzione di una domanda di identità che può servire al singolo per dire *noi*, come a un imprenditore per dire *tipico*.

Si tratta di processi tutt'altro che banali o improvvisati, che richiedono studio accurato, continuo affinamento della loro coerenza simbolico-valoriale, secondo una logica di *invenzione della tradizione*. Processi che comportano, tuttavia, anche il rischio, di cui è bene essere consapevoli, di un eccesso di *ritualizzazione*, di un sovrappiù di formalizzazione del patrimonio storico culturale, dell'*heritage* come oggi si tende a dire. E che nel fare riferimento allo specifico “carattere” e modo d'essere del territorio, non avrà altro effetto se non quello di restituirne un'immagine inautentica:

statica, imperturbabile, con lo sguardo fisso all'indietro, verso un passato mitizzato, immerso in una tradizione circolare e autoreferenziale, in grado di agire tutt'al più come *memoria culturale*, operante al solo scopo di *custodire* e conservare, di cementare e di rinsaldare. L'esatto opposto di ciò che la storia ci insegna sul territorio: laboratorio in continua evoluzione, pronto a rimettere in gioco la tradizione stessa qualora questa tradisse una concezione pietrificata di quelle vocazioni e di quei valori territoriali che l'avvicinarsi delle generazioni naturalmente è portato a proiettare nell'orizzonte sempre avanzante del presente.

3. Storia o tradizione? Alcune considerazioni conclusive.

E dunque, tornando alla domanda iniziale, storia o tradizione? Immaginando di dover scegliere per una campagna pubblicitaria il concetto più appropriato, e al tempo stesso più ricco di sfumature, per restituire l'idea del territorio come un *farsi*, come laboratorio in costante evoluzione, non avrei dubbi nell'indicare la storia come parola-chiave, essendo in fondo la tradizione un termine più ambiguo, che nasconde in sé anche alcuni elementi di negazione della storicità e del continuo *farsi* del territorio. La consapevolezza di questa potenziale – ancorché manipolabile dicotomia è essenziale, a mio parere, per una buona comunicazione del territorio come *asset di marketing*.

Tuttavia, proprio perché laboratorio e invenzione continua, il territorio è la risultante di una complessa interazione di fattori sociali e istituzionali, che muovendo dall'originario rapporto tra uomo e ambiente contribuisce a modificarne incessantemente attitudini, vocazioni, funzioni. La conoscenza delle dinamiche politico-amministrative del nostro paese – e dei tratti peculiari che il rapporto tra potere e territorio vi ha assunto nel tempo – dovrebbe a mio avviso entrare stabilmente a far parte del bagaglio di conoscenze e di consapevolezza di chi fa impresa nel territorio. E ciò proprio al fine di poter meglio incidere nelle decisioni politiche e negli indirizzi di governo dello sviluppo, e per poter conseguentemente meglio secondare le vocazioni complesse del territorio, la cultura e la “vision” di chi fa impresa *nel* e *attraverso* il territorio (con la messa a punto di adeguate politiche fiscali, di riforme del lavoro, di processi di semplificazione amministrativa, di strategie di diplomazia commerciale, di investimenti infrastrutturali, ecc.). Tutto ciò, soprattutto adesso che l'interlocutore politico di primo piano è un potere burocratico ancora più lontano e insensibile alle istanze dell'impresa locale: quell'Europa comunitaria i cui vincoli e procedure uniformanti spesso rischiano di danneggiare chi ha nella tipicità, e chi fa della tipicità, il suo punto di forza.

La storia ci dà infine un terzo elemento di consapevolezza riguardo alle attitudini del territorio e alle sue prospettive in termini economici: ed è l'intreccio vitale, fecondo, costitutivo tra territorio e reti globali del commercio, tra dimensione territoriale del fare impresa e mercato globale. Un mercato da non intendere – così

vorrebbe una certa ideologia apocalittica di ispirazione anti-globalista – come un’entità ineffabile e inafferrabile, disponibile solo a dettare le sue condizioni e a chiedere passiva accettazione delle sue logiche più mortificanti, soprattutto rispetto a ciò che conferisce valore e qualità al prodotto della cultura territoriale d’impresa: l’abilità nel lavoro, il sapere, la ricerca, la sperimentazione, la creatività, il benessere, il rispetto dell’ambiente, la messa a valore di una cultura sinergica del “capitale” territoriale. La storia ci insegna che il mercato è da sempre luogo dell’incontro – parola dalla quale tutto il nostro discorso è cominciato – e come tale è luogo anch’esso in costante mutamento ed evoluzione. Evoluzione a cui il territorio, i suoi valori culturali e imprenditoriali, hanno contribuito storicamente in modo sostanziale.

Bibliografia.

Anderson, Benedict, *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Manifestolibri, Roma 1996.

Assmann, Jan, *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*, Einaudi, Torino 1997.

Bayly, Christopher A., *La nascita del mondo moderno*, Einaudi, Torino 2007.

Bevilacqua, Piero, *Tra Europa e Mediterraneo. L’organizzazione degli spazi e i sistemi agrari*, in Id., vol. 1, *Spazi e paesaggi*, Marsilio, Venezia 1989.

Bevilacqua, Piero, *Tra natura e storia. Ambiente, economie, risorse in Italia*, Donzelli, Roma 1996.

Bevilacqua, Piero, *I caratteri originali della storia ambientale italiana. Proposte di discussione*, in “I frutti di Demetra”, 2005, 8.

Bloch, Marc, *Les Caractères originaux de l’histoire rurale française*, Les Belles, Lettres, Oslo-Paris 1931.

Braudel, Fernand, *L’Italia fuori dall’Italia. Due secoli e tre Italie*, in *Storia d’Italia, Dalla caduta dell’Impero romano al secolo XVIII*, vol. 4, *L’economia delle Tre Italie*, Einaudi, Torino, 1974.

Brodskij, Josiph, *Il suono della marea*, in Id., *Il canto del pendolo*, Adelphi, Milano 1987.

Gambi, Lucio, *I valori storici dei quadri ambientali*, in *Storia d'Italia, I caratteri originali*, vol. 13, *Il territorio e l'ambiente*, Einaudi, Torino 1972.

Gambi, Lucio, *Le «regioni» italiane come problema storico*, in “Quaderni storici”, 1977, XII, 1.

Guiso, Andrea, *La riforma dello Stato come problema storico. Note sulla cultura di governo nell'Italia unita*, in “Democrazia e Diritto”, 1/2014, Franco Angeli.

Hausmann, Giovanni, *Il suolo d'Italia nella storia*, in *Storia d'Italia, I caratteri originali*, vol. 13, *Il territorio e l'ambiente*, Einaudi, Torino 1972.

Hobsbawn, J. Eric, Ranger, T., *L'invenzione della tradizione*, Einaudi, Torino 1987.

Magnaghi, Alberto, *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Bollati Boringhieri, Torino 2010.

Magnaghi, Alberto, *Il bene territorio bene comune*, Firenze University Press, Firenze 2012.

Romanelli, Raffaele, a cura di, *Storia dello Stato italiano*, Donzelli, Roma 1995.

Romanelli, Raffaele, *Centro e periferia: l'Italia unita*, in Id., *Importare la democrazia. Sulla costituzione liberale italiana*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2009.

Rossi Doria, Manlio, *La polpa e l'osso: scritti su agricoltura, risorse naturali e ambiente*, a cura di M. Gorgoni, L'Ancora del Mediterraneo, Napoli 2005.

Rullani, Enzo, *Complessità sociale e intelligenza localizzata*, in Garofoli G. (a cura di), *Impresa e territorio*, Il Mulino, Bologna 2003.

Sabbatucci, Giovanni, *Il trasformismo come sistema*, Laterza, Bari-Roma 2003.

Sahlins, Peter, *Frontières et identité nationales. La France et l'Espagne dans les Pyrénées depuis le XVIIe siècle*, Paris, Belin 1996.

Sereni, Emilio, *Storia del paesaggio agrario italiano*, Laterza, Bari 1961.

Wallerstein, Immanuel, *Il sistema mondiale dell'economia moderna*, 3 voll., Il Mulino, Bologna 1982.