Associazione per la candidatura UNESCO – sede di Riccione
V.le Vittorio Emanuele II, n.2 – 47838 Riccione (RN) C.F. 91174330406 – info@identitadispiaggia.it

IL "MODELLO RICCIONE" COME PROTOTIPO DI UN *MADE IN ITALY* DEL TURISMO BALNEARE

1.- L'*Indagine conoscitiva del made in Italy* annovera tra i settori caratterizzanti dell'impresa italiana il comparto turistico, sottolineandone il rilievo in termini di giro di affari, numero di imprese, addetti e bilancia dei pagamenti. Oltre ai dati positivi riportati dell'Indagine, è comunque necessario rilevare che nel 2021, a fronte degli aumenti segnalati del 35% delle presenze e del 41% degli arrivi, si registra *una diminuzione del* 6% *della permanenza media* non rilevata dall'Indagine. Questo dato è un importante segno dell'attenzione che la politica deve rivolgere al settore.

L'Indagine evidenzia due elementi del *made in Italy* del turistico: i) un prodotto che si compone di varie offerte, fra cui cita esplicitamente la ricettività, l'accoglienza, le iniziative culturali, gli eventi, l'enogastronomia, ma bisogna ricordare anche le *risorse* che costituiscono il nostro panorama naturale (litorali, colline e monti) e antropizzato (città e *heritage goods*); ii) un sistema produttivo che è "fondato sulle micro imprese, spesso a conduzione familiare", mosso dall'interrelazione tra attori pubblici e privati. Il prodotto turistico, infatti, è un insieme, un «paniere», di beni e servizi diversi ma coordinati al fine di soddisfare il medesimo bisogno, la vacanza (Candela e Figini, 2012). Questo paniere si sostiene su una risorsa turistica, che nel caso del turismo balneare è il litorale, su cui si svolge la vita economica e sociale della comunità. Il turismo, quindi, consente di osservare l'antropologia di un territorio, almeno per due ordini di motivi: i) il paniere turistico pone in primo piano il tema della collaborazione/concorrenza fra le attività, poiché la competitività del turismo in qualità e prezzo è la *somma in qualità e prezzo dei singoli elementi* che lo compongono; ii) la *risorsa turistica ha la natura di un bene di comunità*, sia come fattore di produzione per il turismo, sia come bene di consumo per i residenti. Tramite il settore turistico è allora possibile interpretare il sistema economico-sociale di una destinazione, per ciò che riguarda il suo sistema produttivo (descrizione organizzativa), le caratteristiche del suo territorio (descrizione geografica), la nascita e la crescita del suo turismo (descrizione storica).

Per l'economia del turismo la nascita e l'evoluzione di una destinazione possono realizzarsi con investimenti finanziati dal risparmio locale oppure dal capitale esterno (Candela e Figini, 2012). In ogni caso, lo sviluppo turistico può presentare aspetti positivi o negativi. Dal finanziamento locale può discendere uno sviluppo positivo se ricchezza e benessere si diffondono, oppure uno sviluppo negativo se genera diseguaglianza, differenzia le imprese del prodotto turistico, mettendone alcune in posizione privilegiata e altre in posizione subalterna in termini di reddito, occupazione e capacità decisionale. Allo stesso modo, gli investimenti esteri possono mostrarsi efficaci, ma anche predatori, motivando perfino forme turistiche a enclave,

Riccione è una comunità prevalentemente *mono* colturale del turismo balneare, per questo guardando al suo turismo si può parlare di un esempio in scala di un *modello delle pratiche antropologiche* di una destinazione turistica. Non c'è stessa evidenza in altre località che hanno vocazioni *poli* colturali, economie miste di turismo, industria, commercio e servizi, come nella vicina Rimini, su cui non insiste un solo modello antropologico, ma tanti modelli che interagiscono. Cionondimeno è chiaro che, in generale, tutta la Costa romagnola è portatrice di un medesimo stile tutto italiano del turismo balneare, ma in questo ambito il *Modello Riccione* è un buon punto d'osservazione del *made in Italy* per caratterizzare organizzazione, geografia e storia dello stile italiano della vacanza balneare. È l'esperienza di un turismo centennale della spiaggia realizzato di generazione in generazione – si noti: generazioni di residenti e di turisti – con apporto d'imprese individuali e associate, realizzando un reddito diffuso fondato dalla condivisione di capacità imprenditoriali, di lavoro solidale e di messa in comune di risorse comuni.

2.- Il modello della spiaggia di Riccione è caratterizzato da *sei elementi che definiscono nell'insieme un'antropologia di comunità*, ovvero costituiscono un patrimonio sociale, umano, gestionale (del bene comune), politico, culturale e tecnico. Uno specifico *dossier* (che comprende

Associazione per la candidatura UNESCO – sede di Riccione
V.le Vittorio Emanuele II, n.2 – 47838 Riccione (RN) C.F. 91174330406 – info@identitadispiaggia.it

storia, documenti, interviste, testimonianze e altro, raccolto per la candidatura di cui al punto sub 3) ha evidenziato che 'si può fare, perché si è fatto' per tentativi ed errori un modello di prevalente orizzontalità, che guida i rapporti fra residenti e residenti, fra turisti e residenti, fra turisti e turisti, in cui il turismo non è merce ma è legato a una cultura di ospitalità e alla storia dalle persone (Bagnaresi, Battilani e Mariotti, 2021; Battilani e Mariotti, 2021; Battilani e Bagnaresi, 2021), con la predominanza di piccole imprese di gestione familiare (Rouleau-Racco, 2014), *trasmesse* da generazione in generazione o, insegnate praticamente dal gestore che cede all'altro gestore. Tutte le motivazioni che seguono sono ampiamente documentabili.

I) *il patrimonio sociale*. In Riccione non esistono reali diversità, economiche e di rappresentanza fra le imprese del paniere turistico: bagni, alloggio, ristorazione, shopping, svago, divertimento e quant'altro connesso. I bagni sono mediamente 'piccoli', 40 metri fronte mare, mancano le grandi catene ricettive, senza presenza divisiva del lusso – quando il lusso è 'accolto' non è causa di differenziazione sociale. Poche e contenute sono le rendite di posizione. Le piccole imprese sono liberamente riunite in associazioni di bagnini, albergatori, ristoranti, commercianti, che mostrano *gestioni assembleari ispirate a mutualità, solidarietà, orizzontalità, in cui si realizza un'autogestione condivisa*. Il paniere turistico è sia guidato da piccole imprese in competizione, sia autogestito da associazioni di primo livello per concordare le attività comuni, sia co-gestito da istituzioni di secondo livello per il coordinamento dei vari elementi del paniere turistico. Il sistema politico regola interagendo con le associazioni. Il bene comune, la spiaggia, è gestito dai bagnini, sia nello status attrezzato dell'estate sia in quello 'ri-naturalizzato' dell'inverno, come una risorsa di tutta la comunità. Percependo la spiaggia come tale, i bagnini si sentono titolari di un 'quasi mandato' della comunità per valorizzare un ambiente da tutelare, difendere e conservare nell'interesse comune: la spiaggia è l'oro di Riccione! Tutto ciò si realizza in rapporti di orizzontalità senza verticalità prevalenti, né di famiglie, né di associazioni, né dello Stato.

II) *Il patrimonio umano*. Nella comunità riccionese si riconoscono elementi di un'altra economia, comunque sempre fondata sulla proprietà privata e sul mercato, ma che fa riferimento a una diversa relazione fra le persone, quindi un'economia di comunità. Questa economia ha una base antropologica costruita su due pilastri, *co-creazione del valore* e *mission oriented* (Mazzucato, 2021). Azioni ispirate, quindi, dalla condivisione di un progetto comune di ospitalità e di apertura verso l'altro, sostenibile sia per l'economia (il profitto è un segnale della gestione e non un fine) e sia per l'ambiente (difesa della Natura e del litorale). L'ente pubblico locale non si sostituisce al privato, ma si limita a controllare e facilitare, collaborando nel co-guidare il sistema economico.

III) *Il patrimonio gestionale dei beni comuni*. Il modello della spiaggia di Riccione è un *esperimento di successo nella gestione di un bene comune*, in cui non ricorre come dominante né lo Stato né la proprietà privata, ma è gestito in concessione e in auto-governo agli utenti, come modello economico ottimale (Ostrom, 1990, premio Nobel per l'economia). L'arenile è un bene dello Stato curato dagli operatori di spiaggia, riuniti in associazione, guardando all'interesse generale e dunque in applicazione fedele al *principio di sussidiarietà orizzontale*. In pratica si è realizzato ciò che è indicato in teoria: c'è un luogo, virtuale (l'associazione e/o la cooperativa) ma più spesso reale (le loro sale di riunione) dove si condividono le scelte, dove si discutono e si risolvono i problemi, si cercano soluzioni con la *logica del consenso* (Boni, 2021) senza diversità di potere, dove tutti gli utilizzatori possano fare sentire la propria voce.

IV) *Il patrimonio politico*. I cittadini sono presenti e attivi negli affari pubblici, in questo modo si evita sia la subalternità a un potere alloctono, sia l'ingerenza di una programmazione dettata dall'alto: *il valore politico della persona si realizza nelle cooperative e associazioni, essendo attiva non solo nella sfera privata, ma anche in quella pubblica*. Questo processo politico si è realizzato in Riccione attraverso una *creazione esercitata dal basso*, implementata nei tempi della sua storia. Si è perseguito l'obiettivo, nel succedersi delle amministrazioni, di una società aperta al dibattito per

Associazione per la candidatura UNESCO – sede di Riccione
V.le Vittorio Emanuele II, n.2 – 47838 Riccione (RN) C.F. 91174330406 – info@identitadispiaggia.it

identificare interessi condivisi, che comportano compromessi ma anche contestazioni, comunque risolte senza 'veti' impedenti (Arendt, 2017). Già Luigi Einaudi evidenziò che anche i conflitti sono cosa buona, poiché la co-creazione generativa nasce proprio da una partecipazione non come processo silenzioso e armonioso, ma condotta fra le contestazioni, superandole. Il modello Riccione è stato ed è pieno di questo 'rumore' di conflitti che arrivano a soluzione (Einaudi, 2011).

V) *Il patrimonio culturale*. La spiaggia di Riccione è un bene che cointeressa turista e residente, due utenti che l'economia del turismo spesso indica in competizione e in contrasto nell'uso delle risorse. La spiaggia e la città, al contrario, sono in Riccione elementi che uniscono i turisti e i residenti: persone che le 'abitano' in tempi diversi ma anche in tempi comuni. In definitiva, l'arenile e la città sono 'di tutti e di ciascuno', perché – con stile *just in time* – si *rendono compatibili la dimensione del turismo balneare di massa e l'attenzione a ogni singola persona*. La predisposizione ai rapporti umani della gente di Romagna ha creato un modello di turismo che oltre a essere un'attività economica si fonda sul *turismo delle relazioni*, relazioni con l'ospite, con il territorio, con la comunità civile ed economica, con gli altri operatori, con gli enti pubblici, che fanno sentire il turista in vacanza "come a casa" (cara Riccione, 2022).

VI) *Il patrimonio tecnico*. Secondo l'antropologo James C. Scott (2019) lo 'sguardo' dello Stato consente di introdurre le innovazioni che riguardano l'evoluzione tecnica di una comunità. Tuttavia, nel Modello Riccione questo processo non è totalizzante, perché le innovazioni non hanno annullato, né annullano, il mestiere e l'arte pratica dei bagnini e degli addetti al turismo, il cui lavoro si esprime in una pratica che *conserva elasticità e capacità di reazione alle avversità, con azioni di mutualità, aiuto-aiuto, solidarietà* tra i produttori del turismo.

Il modello di Riccione si fonda sul possedere al 100% queste caratteristiche (Candela e Mussoni, 2020). Ovviamente non si esclude che tali caratteristiche siano presenti in altre destinazioni balneari nazionali e internazionali, ma – per quanto che ci è dato sapere – con diversa intensità. Sono escluse quelle destinazioni in cui è presente una forte verticalità:, *resort* che impongono un uso limitato del litorale, diversa importanza fra gestori del turismo, famiglie dominanti e bagni al margine, spiagge private ecc. Per questo, la comunità di Riccione ha progettato di rivolgersi all'*Unesco* per il riconoscimento di questo stile *made in Italy* del turismo, e ha recentemente considerato – in appoggio e non in alternativa –la possibilità di rivolgersi anche alla *Lista degli Itinerari di turismo culturale* (per un percorso di cultura sociale) del *Consiglio di Europa*.

3.- Per il *made in Italy* del turismo balneare riccionese, nel 2018, la comunità di Riccione ha iniziato una riflessione sulla propria identità fondata sulla pratica dell'accoglienza e sull'uso sociale della spiaggia, elemento primo di vita, consumo, produzione della comunità. *Un'identità che merita di essere riconosciuta e tutelata come patrimonio immateriale*, non solo per il portato storico ma anche per la continua capacità di generare innovazione, di mantenere diffusa la ricchezza, unita alla salvaguardia ambientale entrata specificatemene nei progetti del territorio. Cosicché nel 2019 è nato il progetto di rivolgersi all'Unesco per la candidatura nel patrimonio mondiale immateriale. Infatti, la Convenzione Unesco del 2003 per la *Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale* (o c.d. intangibile) definisce come oggetto di tutela (art. 2): "le pratiche, le rappresentazioni, le espressioni, la conoscenza, le competenze [...] che le comunità [...] riconoscono come parte del proprio patrimonio culturale"; inoltre, la *Direttiva Operativa 187* tratta proprio del turismo e dell'ambiente: Convenzione 2003 e Direttiva 187 corrispondono entrambe alle finalità che la comunità riccionese e il Comune hanno sposato. Il progetto ha coinvolto tutti i portatori d'interesse sociale, economico e civile, pubblici e privati, e si è formalizzato sia nella delibera del Consiglio Comunale aperto del 7 febbraio 2019, approvata all'unanimità, sia nella nascita dell'*Associazione per la candidatura Unesco*, che ha come soci tutte le maggiori istituzioni locali. Negli anni 2019-2020 è stato affidato un incarico al CAST (*Centro Avanzato di Studi Turistici*, Università di Bologna, sede di Rimini) di

Associazione per la candidatura UNESCO – sede di Riccione
V.le Vittorio Emanuele II, n.2 – 47838 Riccione (RN) C.F. 91174330406 – info@identitadispiaggia.it

preparare il "dossier della candidatura" e, nel 2022, dopo i contatti con il Ministero della cultura e in accordo con il Comune, l'Associazione ha allargato l'incarico alla *Fondazione Santagata per l'economia della cultura* di Torino.

La richiesta di candidatura recita:

Riccione, una comunità la cui piazza principale è la spiaggia, è luogo di incontro sociale e culturale. Da oltre un secolo, la comunità fonda la sua identità sull'accoglienza. La spiaggia, inizialmente quasi esclusivamente adibita alla pesca, ha cominciato a popolarsi da fine Ottocento grazie all'organizzazione dei cittadini, che hanno creato commerci e servizi per accogliere bambini bisognosi di elioterapia e turisti, confermando poi nel tempo l'attenzione allo star bene (mentale e fisico) e all'ospitalità. Lo sviluppo dell'arenile e della città, realizzato su base familiare accompagnata dal sistema pubblico, è esito di un'autogestione, con logica non individualistica ma di solidarietà, guidata non dominata dallo Stato. Cosicché le pratiche legate alla spiaggia hanno coinvolto la comunità nel suo complesso, conferendole una propria identità culturale. La spiaggia è stata teatro di molteplici usi e rituali sociali. Da metà Novecento, ha iniziato ad arricchirsi di luoghi d'incontro. Alcuni si rinnovano periodicamente (l'allestimento scenografico dell'arenile) mentre altri (la "tenda") si caratterizzano per essere punti di ritrovo secolare. La spiaggia è il luogo dell'interazione fra residenti e turisti, ove si codificano usi che rendono possibile convivenza e socializzazione di persone di varia provenienza, nazionale e internazionale, e varia estrazione sociale. La spiaggia diventa il luogo che collega la comunità al resto del mondo, dove si consolidano pratiche di dialogo interculturale. In questa situazione, i bagnini (indistintamente uomini e donne) hanno consolidato il ruolo di "cerimonieri". Ruolo riconosciuto dai bagnanti. Attorno alla spiaggia hanno preso forma saperi che hanno garantito sia la vita sociale sia la conservazione ambientale, affermando pratiche e usanze che garantiscono sia la manutenzione e protezione dell'ecosistema, sia l'accoglienza e la sicurezza delle persone. Si tratta di un "sapere artigianale" che unisce elementi di materialità (la pulizia della spiaggia, il suo allestimento, la sua protezione) a elementi immateriali (il contatto con le persone, la costruzione di relazioni e in generale il clima di accoglienza e di inclusione) e a conoscenze dell'elemento naturale (mare e agenti atmosferici). Il rischio che le pratiche e gli usi sociali della spiaggia andassero perduti e snaturati nella loro essenza è concretamente emersa nel 2018.

Con questa motivazione la comunità di Riccione si è orientata a chiedere il riconoscimento della sua pratica di comunità turistica *in primis* per il valore sociale che ha in se stessa, ma *anche* perché questa scelta si fonda sul risultato raggiunto del 2016 della Germania che ha iscritto con successo nella *Lista Rappresentativa del patrimonio culturale immateriale* dell'Unesco l'elemento *Idea e pratica di organizzare interessi condivisi in cooperative* PCI UNESCO. Nel 2014, infatti, la Germania aveva già inserito l'elemento nell'*Inventario tedesco del patrimonio culturale immateriale*, in conformità con quanto richiesto dagli articoli 11 e 12 della Convenzione 2003. L'iscrizione nella Lista tedesca e nella Lista dell'Unesco valgono un riconoscimento esplicito, rispettivamente nazionale e *erga omnes*, dell'importanza per l'umanità della cooperazione come libera condivisione di interessi, tanto tradizionali quanto contemporanee.

A norma dell'art. 2.2 della Convenzione 2003, il sistema cooperativo tedesco è stato iscritto nella categoria «pratiche sociali, rituali ed eventi festivi», quindi l'Unesco ha già esplicitamente riconosciuto come *pratica sociale* degna di tutela, proprio quella fondata sui principi cardine della democrazia realizzata in forme di autorganizzazione, auto-aiuto, auto responsabilità, auto-amministrazione, implementate dalla società civile in un processo di co-creazione storica di iniziative comunitaria, con creazione diffusa di posti di lavoro (Fondazione Santagata, 2022). In Germania, la cooperazione, nata in piccole città come mutualità finanziaria senza scopo di lucro, si è diffusa nel territorio e negli ambiti operativi, coinvolgendo i più svariati aspetti della società tedesca: cultura, creatività, comunicazione, informazione *e il turismo*, indicato esplicitamente.

Inoltre, è importante ricordare che la *Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco* ha approvato questa candidatura. Il *made in Germany* della cooperazione esplicitamente esteso al turismo, motiva, *a fortiori*, la candidatura del *made in Italy* del Modello Riccione però con altra motivazione, con altra storia, con diversa autonomia.

4.- L'iscrizione nella Lista Unesco del patrimonio mondiale della pratica sociale legata alle cooperative tedesche sostiene un'antropologia di comunità che ha grandi se non totali analogie con quella realizzata in Italia dal Modello Riccione. Inoltre, vi sono altre e specifiche motivazioni per avanzare autonoma richiesta. In Italia, gli ideali cooperativi non nascono da cooperative finanziarie ma da cooperative di lavoro e produzione, formate dagli scariolanti romagnoli per le bonifiche

Associazione per la candidatura UNESCO – sede di Riccione
V.le Vittorio Emanuele II, n.2 – 47838 Riccione (RN) C.F. 91174330406 – info@identitadispiaggia.it

ambientali, per estendersi in altri territori, in altre attività come in Germania. Inoltre, le istituzioni di collaborazione nel Modello Riccione assumono forme più varie, non solo Cooperative ma anche Associazioni, Confederazioni, Consorzi e quant'altro, però sempre intese come *mezzi* di condivisione d'interessi, di solidarietà, di mutuo appoggio. Quindi, si tratta di presentare la domanda di candidatura del *made in Italy* del turismo balneare nella sezione «pratiche sociali, rituali ed eventi festivi» ed eventualmente in «artigianato», poiché la richiesta ha almeno le stesse ragioni dell'iscrizione della Germania, ma il Modello Riccione mostra anche: i) l'*artigianato*, quello dei bagnini non è di 'profonda specializzazione' – come quello dei liutai cremonesi o dei muretti a secco, già iscritti nella Lista – ma del *multitasking*, che è in fondo essa stessa una 'specializzazione senza specializzazione', la sola compatibile con i costi e i tempi che la spiaggia comporta; ii) le *feste*, perché la *Rustida* da oltre 60 anni, ogni anno, unisce bagnini e turisti riccionesi, nella commemorazione di una 'storica' collaborazione per vincere un funesto evento, l'uragano del 1964.

5.- Il Modello Riccione è efficiente e resiliente, poiché competitivo ma solidale, conservativo della tradizione ma reattivo alle novità. Come recita l'Indagine è importante togliere ostacoli, semplificare, aiutare il settore turistico, ma è anche essenziale *tutelare e valorizzare* il *made in Italy* del turismo italiano. La strada della candidatura Unesco della pratica sociale del *made in Italy* del turismo balneare italiano può essere un mezzo per il fine di tutelare e valorizzare il nostro turismo, non esponendolo a 'invasioni' che potrebbero disperdere se non annullare le motivazioni di comunità che lo sostengono. In questa linea, *senza attendere i tempi lunghi dell'Unesco, una solerte iscrizione in Italia* del nostro stile turistico nell'*Inventario nazionale dei beni culturali* può essere un importante scalino per realizzare tutela e valorizzazione, essendo l'iscrizione nella Lista italiana la premessa del riconoscimento nazionale – come è stato per la Germania – per avanzare successivamente la domanda di riconoscimento *erga omnes* presso l'Unesco. Rileviamo, per terminare, che la Convenzione 2003 stessa indica il seguente impegno dello Stato (art. 11): "Ciascuno Stato contraente: a) adotterà i provvedimenti necessari a garantire la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio".

Il Presidente
Dott. Diego Casadei

Bibliografia

Arendt H., 2017, *Vita activa. La condizione umana*, Bompiani, Milano.
Bagnaresi D., Battilani P. e Mariotti A., 2021, *Un progetto di ricerca storica partecipata: la comunità di Riccione, il "saper fare dei bagnini" e l'antropizzazione della spiaggia*, in «Rivista on line di storia e storiografia», n. 53.
Battilani P. e Mariotti A., 2021, *Progetto Identità di Spiaggia. Studio di fattibilità per la candidatura degli usi sociali della spiaggia di Riccione come Patrimonio Immateriale riconosciuto dall'UNESCO*, Alma mater studiorum; Università di Bologna.
Battilani P. e Bagnaresi D., 2021, *La spiaggia come luogo di produzione e di consumo: dal modello informale alla spiaggia tayloristica del periodo fra le due guerre*, in «Italia Contemporanea», n. 294.
Boni S., 2021, *Orizzontale e verticale. Le figure del potere*, elèuthera, Milano.
Candela G. e Figini P., 2012, *Economics of Tourism Destinations*, Spinger and Verlag, Berlino.
Candela G. e Mussoni M., 2020, *Il patrimonio culturale immateriale come sito UNESCO. Il caso della spiaggia di Riccione*, in Baldarelli M.G. e Mattei M.M. (a cura di), *Liber Amicorum per Antonio Matacena*, Collana di Aziende Pubbliche e Imprenditorialità Sociale, Angeli, Milano.
cara Riccione. 2022, *Lettere di testimonianza e Racconti di spiaggia liberamente lasciati dai bagnanti di Riccione, estate 2018 e 2019*, Associazione per la candidatura Unesco, Riccione.
Einaudi L., 2011, *La bellezza della lotta*, in *Lode del profitto e altri scritti*, a cura di Alberto Giordano, IBI Libro, Torino.
Fondazione Santagata, 2022, *Idea e pratica di organizzare interessi condivisi in cooperative. Punti chiave e annotazioni sull'elemento*, dattiloscritto.
Mazzucato M., 2021, *Missione economia. Una guida per cambiare il capitalismo*, Laterza ed., Bari.
Ostrom E., 1990, *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, Cambridge.
Rouleau-Racco T., 2014, *La riviera di Rimini: ses plages et ses «bagni». Un cumul d'urbanité,* in «Mondes du tourisme», n. 9.
Scott J.C., 2019, *Lo sguardo dello Stato*, elèuthera, Milano.