

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI GENOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE



Corso di Laurea Magistrale in
Valorizzazione dei Territori e Turismi Sostenibili

Tesi di Laurea Magistrale

Finale Ligure: storia e valorizzazione del territorio

Relatore: Prof. Caffarena Fabio

Correlatore: Spinelli Riccardo

Candidato: Alessia Botta

Anno Accademico 2022/2023

A chi porto nel cuore, sempre presente

Indice

Introduzione	6
Capitolo Primo	8
1.1 Aspetti geografici, climatici e socio-economici.....	8
1.2 Storia di Finale Ligure	13
1.2.1 Preistoria.....	13
1.2.2 Dominazione romana	15
1.2.3 Medioevo.....	16
1.2.4 Marchesato del Carretto	17
1.2.5 Rinascimento	21
1.2.6 Età moderna.....	23
1.3 Monumenti ed edifici storici.....	26
Capitolo Secondo	35
2.1 Breve inquadramento: nozioni teoriche.....	35
2.2 Storia del turismo Ligure	37
2.3 Storia del turismo del Finalese	39
2.4 Aspetti positivi e aspetti negativi.....	47
Capitolo Terzo	50
3.1 Cos'è DE.DE Destination Design?.....	50
3.2 Finale Ligure: The Perfect Place	54
3.2.1 Piano strategico	55
3.2.2 Piano di comunicazione	57
3.2.3 Storytelling	57
3.2.4 Media e Public Relation	58
3.2.5 Digital Strategy.....	59
3.2.6 Branded Content.....	59
3.3 Finale Ligure: My Perfect Place	65
3.3.1 Nuovo Branded Content.....	69
Conclusioni	75
Bibliografia	78
Sitografia	85
Ringraziamenti	90

Introduzione

La presente tesi si pone l'obiettivo di analizzare i cambiamenti dell'offerta turistica della destinazione Finale Ligure, tramite un percorso di stampo storico. In seguito al tirocinio effettuato presso lo IAT di Savona, che all'epoca era ancora affidato ad ITUR, è stata mia cura informarmi maggiormente e sempre più approfonditamente sulle bellezze della nostra regione ed è stato in quel momento che sono riuscita a percepire Finale, a cui già ero affezionata, con occhi diversi: una località ricchissima di attrattive e capace di un equilibrio perfetto tra mare e montagna. Essendo venuta a conoscenza che DE.DE Destination Design, di cui ITUR fa parte, si sarebbe occupata della sua valorizzazione e promo-commercializzazione turistica, ho subito preso contatti per saperne di più in quanto ho capito che poteva essere materiale interessante per la mia dissertazione.

L'elaborato che segue sarà suddiviso in diverse sezioni: inizialmente si delineerà la destinazione dai punti di vista geografico, climatico, socio-economico e storico.

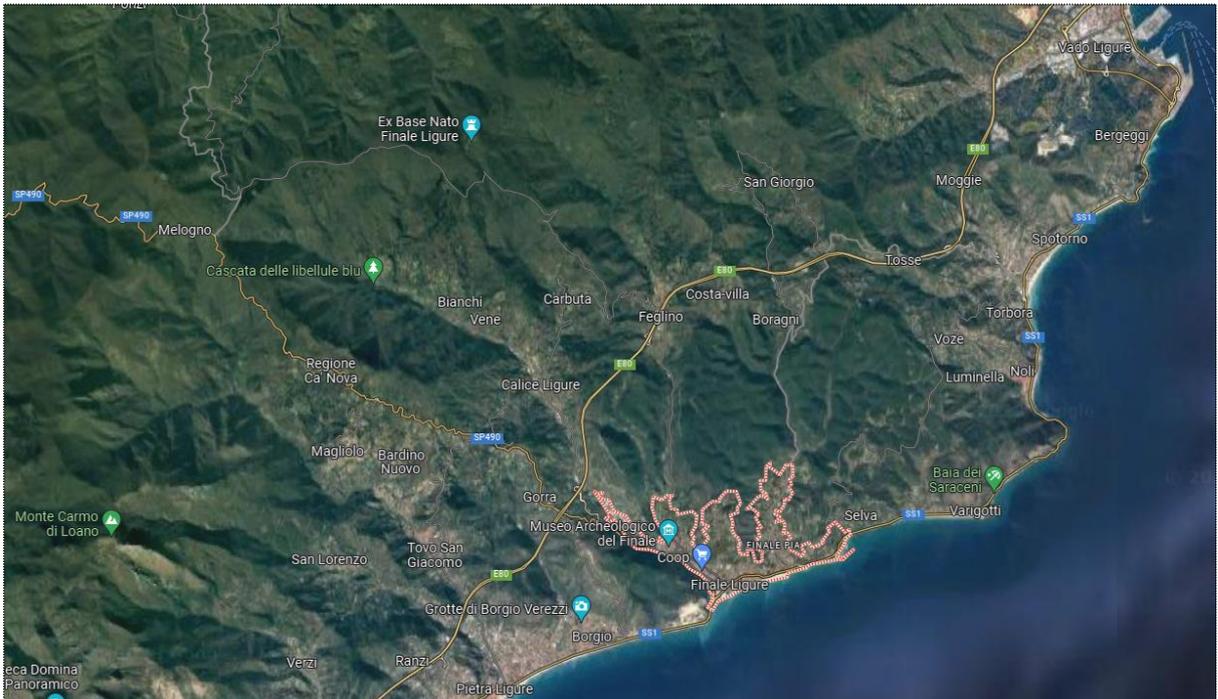
Successivamente, verranno inserite alcune nozioni teoriche legate alla branca del marketing e management utili alla miglior comprensione e, inoltre, sarà presentata la situazione turistica presente e passata riguardante la regione Liguria e, in particolar modo, il Finalese.

Infine, verrà illustrata nel dettaglio DE.DE Destination Design, il suo *modus operandi* nei confronti della destinazione e i molteplici progetti che sono stati messi in atto nel primo anno d'appalto, le proposte per le successive annualità, le pianificazioni future, nonché i risultati ottenuti fino ad oggi.

Capitolo Primo

In questo capitolo verrà presentato il territorio di Finale Ligure da diverse prospettive: nel primo paragrafo verrà fornito un inquadramento dal punto di vista geografico, climatico e socio-economico; nel secondo verranno presentati i principali eventi avvenuti nel corso della storia della cittadina, partendo dalla Preistoria fino ad arrivare all'Età Moderna; infine, nell'ultimo paragrafo, verranno presentati i principali monumenti, edifici e beni di interesse storico e culturale presenti nel Comune di Finale Ligure.

1.1 Aspetti geografici, climatici e socio-economici



Mappa geografica Finale Ligure - Google Maps

Finale Ligure è un comune italiano di circa 11.167 abitanti¹, distribuiti sul territorio con una densità pari a 314,3 ab. /km², sito nella provincia di Savona, in Liguria.

¹ Bilancio demografico mensile anno 2022, su demo.istat.it, ISTAT.

È situato nella Riviera di Ponente, tra i promontori di Capo Noli a est e di Caprazoppa a ovest. Confina a sud con il Mar Ligure, a Nord con i Comuni di Orco Feglino, Calice Ligure, Vezzi Portio e Noli, borgo con il quale confina anche ad Est, mentre ad Ovest confina con i Comuni di Tovo San Giacomo e Borgio Verezzi.

La cittadina è attraversata da tre corsi d'acqua: il torrente Porra, lo Sciusa e l'Aquila. Nel territorio finalese si elevano una serie di altipiani, di origine calcarea, caratterizzati da valli strette e profonde, e da imponenti pareti di un colore estremamente bianco. Tra Finale e Noli, è localizzato l'Altopiano delle Manie, caratterizzato da colline a cupola e dalla presenza di numerose grotte. I rilievi più considerevoli della cresta montuosa sono il Prà Antonio (441 m), il Bric dei Monti (410 m), il Bric dei Corvi (384 m) e, infine, il Monte Capo Noli (269 m), tutti costituiti da rocce sedimentarie carbonatiche composte principalmente dal minerale dolomite (carbonato di calcio e magnesio). Tra la Valle Sciusa e la Valle dell'Aquila si estende l'Altopiano delle Conche, formato da piccole vette ed imponenti falesie (Bric Spaventaggi, Rocca Cornei e Bric Pianarella tra le più elevate). In questa zona, sono state rinvenute numerose testimonianze risalenti alla preistoria ed il recinto megalitico di Camporotondo, la cui funzione ed origine sono ancora oggi pressoché sconosciute. Il più piccolo degli altipiani è quello di Montesordo, ubicato a ovest della Valle dell'Aquila, dove si trova la Rocca di Perti (399 m), il monte più conosciuto del Finalese noto in particolare per le scuole e la pratica dell'arrampicata e *outdoor*.

Sono presenti numerosissime tracce di importanza storica come, ad esempio, la chiesa di Sant'Antonino e le fortificazioni di Castel Gavone e Castel San Giovanni, sovrastanti Finalborgo. nettamente separato dagli altipiani precedentemente citati, per via della presenza della profonda valle del torrente Porra, è l'altopiano che si eleva tra Finale Ligure e Borgio Verezzi, dove è localizzato il Promontorio della Caprazoppa. In questa zona sono presenti altri

siti storici, tra i quali alcune chiesette, numerose grotte e la Torre medievale di Bastia².

Attualmente, la struttura urbanistica si articola in tre distinti nuclei: Finalmarina, Finalpia e Finalborgo, che fino al 1927 costituivano tre Comuni distinti ed autonomi. Finalmarina è il borgo situato lungo il litorale costiero, ospitante la sede comunale. Essa è di recente urbanizzazione, benché siano stati conservati il patrimonio artistico e il fascino degli edifici che ne testimoniano la storia. Grazie alle sue spiagge sabbiose, è la meta prediletta da italiani e stranieri nei mesi estivi per un turismo di tipo balneare. Collegato a Finalmarina si trova il borgo di Finalpia, anch'esso caratterizzato dalle sue spiagge e dalle strutture ricettive, che attirano gran parte dei visitatori. L'ultimo nucleo finalese è quello di Finalborgo, uno dei 'Borghi più belli d'Italia' presenti in Liguria, localizzato nell'entroterra Finalese. Il suo tratto peculiare è la conformazione: essa è intatta come in origine, con le mura che cingono il borgo.

Fanno parte del territorio comunale le frazioni dell'entroterra retrostante (Olle, Gorra, Perti, Monticello, San Bernardino, Calvisio, Verzi)³ e la famosa frazione di Varigotti, caratteristico borgo saraceno unito a Finalpia a partire dal 1869, ambita località turistica balneare conosciuta anche a livello internazionale⁴.

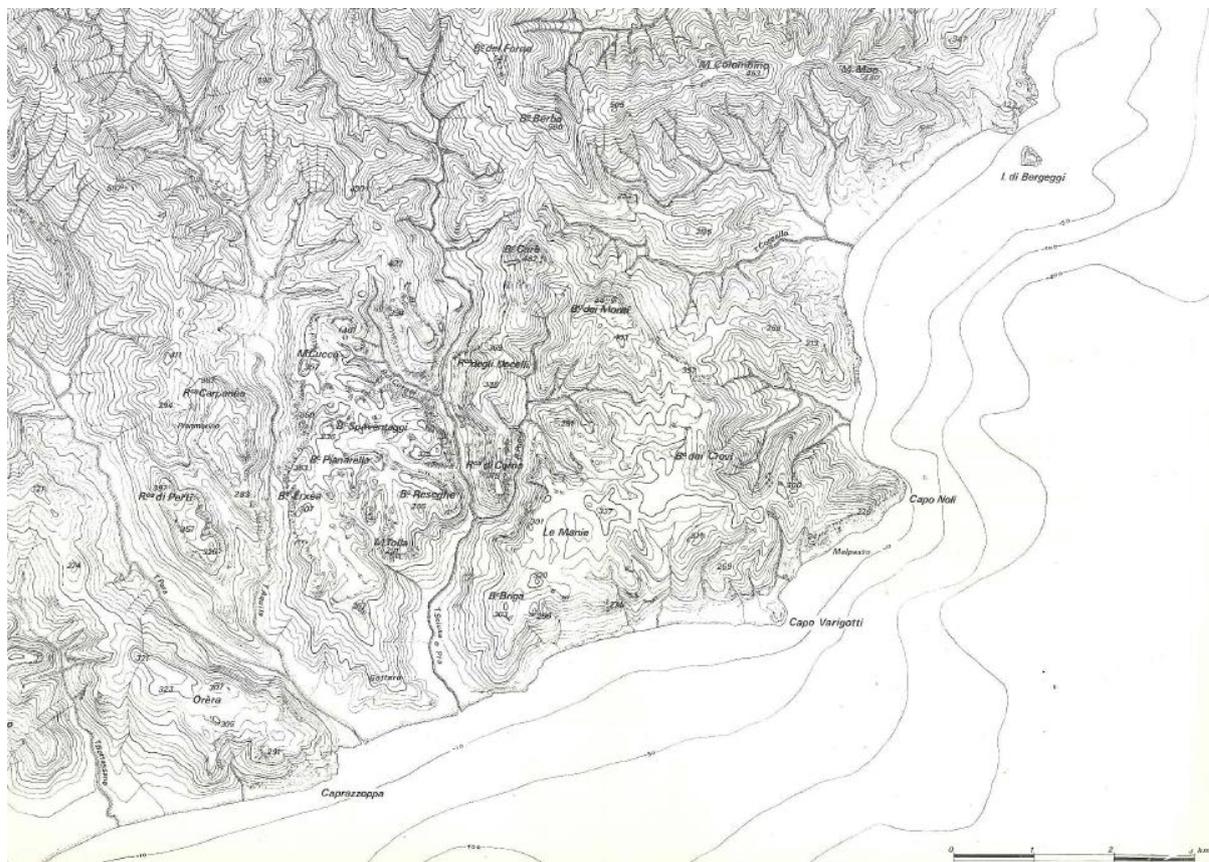
Nella distribuzione della popolazione influiscono caratteri geografici, come la presenza di coste alte e montagne, la scarsità di bacini idrografici e il clima molto mite. Fatta esclusione per l'epoca preistorica, le comunità hanno sempre preferito insediarsi nelle pianure alluvionali e nelle pendici montuose meno elevate. Oggi la popolazione è distribuita prevalentemente lungo il litorale e nelle piane costiere; infatti, il centro più abitato è quello di Finalmarina. La

² Besio Dominici M., *Il paesaggio del Finalese. Alla ricerca dell'identità di un territorio*, Finale Ligure, 2021.

³ <http://www.comunefinaleligure.it/cultura-tradizione/territorio>

⁴ <http://www.comunefinaleligure.it/varigotti>

densità di abitanti presente nella zona collinare è scarsa ed è in continua diminuzione⁵.



Carta fisica del Finalese scala 1:50,000

Il clima del territorio Finalese è classificato come mediterraneo. Il crinale montuoso, che si sviluppa tra il monte Settepani e il Pian dei Corsi, crea una barriera che influenza direttamente le condizioni atmosferiche costiere: la zona gode così di inverni miti, con nevicate assai rare, ed estati calde, ma ventilate e meno umide rispetto ad altre zone della Riviera Ligure. La parte collinare e di fondovalle risulta leggermente più fredda di quella litoranea. Le precipitazioni non sono scarse e si verificano, soprattutto, nei mesi autunnali (ottobre-novembre) e primaverili (marzo-aprile)⁶. Il vento di tramontana, che in altre zone del Savonese risulta spesso fastidioso, nel Finalese non trova facilmente

⁵ Lavagna E., *Introduzione geografico economica al finalese*, contenuto nel volume *Il Finalese*, tip. Priamar di Savona, 1970, pp. 7-25.

⁶ Vagge I., *La diffusione del bioclima mediterraneo in Liguria (Italia Nord Occidentale)*, University of Milan, gennaio 1999.

varco data la presenza e l'altitudine del colle del Melogno (1028 m). I venti da ovest, invece, sono bloccati dal promontorio della Caprazoppa, che protegge la piana locale⁷.

L'economia è fondata tradizionalmente sul settore primario, al giorno d'oggi prevalentemente sull'agricoltura. Le principali aziende agricole sono a conduzione familiare e si localizzano nelle zone costiere. I prodotti locali di maggiore rilievo sono gli ortaggi, la frutta, il vino e l'olio. Attualmente ha ancora una discreta importanza l'attività della pesca, in passato una delle principali risorse per il luogo. Un'altra attività economica da citare è quella delle estrazioni in cava.

Nel 1900, il comune di Finalmarina pubblicò un bando per attirare nuove imprese, con lo scopo di garantire ai suoi abitanti un'occupazione lavorativa stabile, vista la depressione economica del periodo. Qualche anno più tardi, nel 1917, l'imprenditore genovese Rinaldo Piaggio rileverà l'impianto delle 'Officine di Finalmarina' fondando il cantiere aeronautico 'Piaggio and Comp.' che per molti anni ha rappresentato una fondamentale sede di occupazione per gli abitanti delle zone limitrofe. Dopo vari tentativi di rilancio, lo stabilimento venne chiuso nel 2014 e l'azienda, denominata 'Piaggio Aerospace', fu spostata negli impianti di Villanova d'Albenga⁸. Per Finale, la cessata attività dell'industria Piaggio ha determinato una ingente perdita per quanto riguarda la propria economia e posti di lavoro sul territorio.

A partire dal secondo dopoguerra, è stato il movimento turistico ad essere oggetto di un grandioso sviluppo: nel 1930 circa, le spiagge del Finalese erano frequentate da poche centinaia di villeggianti (prevalentemente provenienti dalle vicine regioni italiane), mentre nel 1969, ad esempio, sono state registrate almeno 1.500.000 presenze nel Comune. Questo aumento è sicuramente stato

⁷ Lavagna E., *Introduzione geografico economica al finalese*, contenuto nel volume *Il Finalese*, tip. Priamar di Savona, 1970, pp. 7-25.

⁸ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/archeologia-industriale/aree-piaggio/>

facilitato dai collegamenti stradali e ferroviari che permettono al territorio del Finalese di essere raggiunto non solo dalle vicine regioni italiane, ma anche da quelle europee, soprattutto dalla Germania, Scandinavia e Francia, nonché dalla Svizzera vista la presenza favorevole del traforo del Monte Bianco e del Gran San Bernardo⁹.

1.2 Storia di Finale Ligure

Il Finalese è una piccola regione storica della Liguria occidentale. Per molti secoli è rimasta sotto il potere dei Marchesi del Carretto, trovandosi di fatto divisa dagli altri territori della Riviera dominati dalla Repubblica di Genova¹⁰. Il territorio ricopre un'importanza storica, in quanto le sue grotte, caverne e alture sono state lo scenario della vita umana già dalla Preistoria, come testimoniano i tantissimi reperti rinvenuti nel corso del tempo. Nel presente paragrafo verranno riassunte le principali epoche storiche in relazione alla città di Finale ed ai territori limitrofi.

1.2.1 Preistoria

Sin da tempi remoti, la posizione privilegiata della Liguria, il cui territorio è compreso tra i monti (le Alpi e gli Appennini) ed il mare, ha favorito l'insediamento dell'uomo: infatti, la sua conformazione comporta un clima più favorevole rispetto ad altri territori, persino durante i periodi di glaciazione. Un'altra caratteristica che ha favorito la presenza dell'uomo è la grande quantità di grotte e caverne presenti, che hanno dato riparo e protezione agli umani. Grazie al ritrovamento di complessi utensili, si è determinato che le prime presenze dell'uomo, in particolare dell'*Homo Erectus*, risalgono a 950.000 anni

⁹ Zanini A., *Un secolo di turismo in Liguria, Dinamiche, percorsi, attori*, Franco Angeli Editore, Milano, 2012.

¹⁰ Lavagna E., *Introduzione geografico economica al finalese*, contenuto nel volume *Il Finalese*, tip. Priamar di Savona, 1970, pp. 7-25.

fa circa. Le varie testimonianze ritrovate dagli studiosi nelle grotte del territorio hanno evidenziato come il Finalese sia stato dimora anche delle successive evoluzioni della specie: *Homo Neanderthalensis* e *Homo Sapiens Sapiens*. Le più importanti testimonianze sono state ritrovate nella Grotta delle Fate, dove furono reperiti gli unici resti ossei riferibili all'Uomo di Neanderthal in Liguria, e nell'Arma delle Manie, abitata fin dal Paleolitico Medio (120.000-38.000 a.C.) come attestato dai materiali di lavoro ed utensili rinvenuti¹¹.

Quello dell'*Homo Sapiens Sapiens* è il periodo più prolifico per la presenza di reperti storici. In particolare, all'interno della Caverna delle Arene Candide è stata scoperta un'importante testimonianza sui riti funebri: la 'tomba del Giovane Principe', datata a circa 23.000 anni fa. Si pensa che il defunto occupasse un ruolo di rilevanza nella società, visto lo sfarzo e la quantità di oggetti del corredo funebre¹².

I ritrovamenti riferiti alle epoche successive evidenziano le tecniche sempre più affinate per la costruzione degli utensili, nonché una notevole predilezione per l'attività di pastorizia rispetto all'agricola.

Nell'Età dei Metalli, la vita si svolge per lo più all'aperto e gli uomini abbandonano le caverne per insediarsi in "abitazioni" sempre più evolute. L'uso dei metalli era destinato soprattutto alla fabbricazione di armi e corredi funebri. Il passaggio all'Età del Ferro non possiede una datazione precisa ed in Liguria è stato difficile trovare testimonianze a riguardo. A questo periodo (900-180 a.C.) risalgono i primi tentativi da parte dell'uomo di creare terrazzamenti, al fine di razionalizzare il territorio e favorire l'attività agricola, che comunque possedeva un ruolo secondario nell'economia del tempo¹³.

¹¹ Bernabò B. L., *Le caverne del Finale*, Bordighera: Istituto di Studi Liguri, Siracusa, 1947.

¹² Ist. Studi Liguri, *Le guide Museo archeologico del Finale. Il Paleolitico*, 2004.

¹³ Murialdo G., *Un territorio rurale del Finale tra la Preistoria e l'Età Moderna*, Finale Ligure: Istituto Internazionale di Studi Liguri, Savona, 1996.

1.2.2 Dominazione romana

Nell'epoca preromana, VI secolo a.C., la Liguria possedeva un ruolo importante per la vicinanza alle regioni galliche nonché a quella della *Massalia* (Marsiglia), alleata del Levante. Per contrapporvisi, i Liguri del Ponente si avvicinarono allo sviluppo di attività marittime, stringendo inoltre una forte alleanza con Cartagine. La Liguria, quindi, si afferma come potenza marinara e, a questo punto, nascono le prime capitali che diventeranno sede delle *civitates* romane più note¹⁴. Durante il conflitto con Cartagine, Roma mosse guerra contro i Liguri del Ponente, che vennero sconfitti. Nel 181 a.C. avviene la nascita della Sabazia, con a capo Vado Ligure, e dell'Ingauna, con a capo Albenga. Da questo periodo partì la romanizzazione della Liguria, processo avvenuto in tempi piuttosto dilatati.

Le invasioni barbariche causarono la distruzione di molte *civitates*. Tra il III ed il IV secolo d.C., la Liguria diventò provincia romana, con capitale Milano, mentre Genova, essendo l'unico porto di arrivo dei rari prodotti orientali, acquisì forza nel settore dei traffici marittimi.

Dopo la caduta dell'Impero di Occidente, alla dominazione romana subentrò quella dell'Impero Bizantino. Una testimonianza di questo periodo è la serie di ponti che attraversano il Rio Ponci ed i suoi affluenti: questi sono caratterizzati da eccezionali peculiarità ingegneristiche e tecniche costruttive, all'avanguardia per l'epoca, che fanno presumere la volontà di creare una grande strada carreggiabile, con lo scopo di collegare la regione alle vie delle Gallie e della Spagna. Uno dei ponti, denominato 'delle Fate', è stato recentemente ristrutturato ed è tutt'ora in uso. Due ponti sono discretamente conservati, mentre altri due risultano quasi completamente distrutti.

¹⁴ Murialdo G., *Un territorio rurale del Finale tra la Preistoria e l'Età Moderna*, Finale Ligure: Istituto Internazionale di Studi Liguri, Savona, 1996.

1.2.3 Medioevo

Convenzionalmente, la data di inizio del Medioevo si fa coincidere con la deposizione dell'Imperatore Romolo Augustolo, nel 476 d.C., mentre quella di fine con la scoperta dell'America da parte di Cristoforo Colombo, nel 1492¹⁵.

Questo millennio è conosciuto come un momento di “oscurità” ed arretratezza, dati da numerosi fattori quali: il declino del potere centralizzato, il crollo demografico ed i forti cambiamenti nelle società dovuti soprattutto alle invasioni barbariche.

Dopo la caduta dell'Impero Romano d'Occidente, la Liguria venne saccheggiata dai Visigoti di Teodorico, senza subire però devastazioni, al contrario di altre regioni.

Il controllo bizantino sul Finalese è testimoniato dalla loro base navale di Varigotti e dal *Castrum Perticae*, un'imponente fortezza che aveva lo scopo di difesa dell'area costiera¹⁶. Queste, insieme alla Chiesa di San Lorenzo, formano il complesso raffigurato su alcune antiche monete ritrovate nel castello e nella necropoli¹⁷.

Del periodo tra il 774 e l'888, dominio dei Franchi, non si hanno testimonianze di attacchi da parte di popolazioni barbariche. Solamente durante il regno di Carlo Magno (nel 801 circa) si verificarono alcune incursioni da parte di pirati normanni ed arabi. Le popolazioni del Finalese si videro così costrette a insediarsi nelle zone dell'entroterra, come dimostrano i ritrovamenti nella grotta delle Arene Candide. Non potendo però vivere in zone così inospitali, le comunità decisero di tornare sul litorale e creare le ‘Compagnie’, una prima forma di organizzazione sociale e politica¹⁸. Vennero condotte varie spedizioni con flotte armate per arginare gli attacchi da parte dei Saraceni, stanziati in

¹⁵ Piccinni G., *I mille anni del Medioevo*, Bruno Mondadori S.p.a., Milano, Nuova edizione 2007.

¹⁶ Fossati A., Bonora E., Murialdo G., *La seconda campagna di scavo nel “Castrum Pertice”, Finale Ligure (Savona). ‘Rivista Ingauna Intemelica’, 1983, pp. 4*

¹⁷ Murialdo G., Bonora E., *La circolazione monetaria bizantina. Oro, argento e bronzo*. Ibidem, pp. 143-145.

¹⁸ Silla G.A., *Storia del Finale*, Tipografia Priamar, Savona, 1964.

particolar modo in Francia, Corsica e Sardegna. Inoltre, vennero edificate delle torri di avvistamento a Varigotti, Capo San Donato e Caprazoppa.

Nel 950 Re Berengario II ideò una nuova suddivisione della Liguria, articolata in tre marche, al fine di creare una coesione più forte e compatta. Il Finalese venne incluso nella Marca Aleramica, e così collegato alle zone di Acqui e del Monferrato. I sovrani Aleramici avevano l'abitudine di spartire i loro territori tra tutti i figli. Intorno al 1448, Savona e il Finalese passarono sotto il controllo di Enrico detto 'il Guercio', capostipite della dinastia dei Marchesi di Savona o Del Carretto¹⁹.

1.2.4 Marchesato del Carretto

Come descritto nei precedenti paragrafi, la Liguria è stata dapprima dominio dei romani e assoggettata all'Impero Romano d'Oriente, per poi essere conquistata dai Longobardi di Rotari e, infine, passare sotto il controllo dei Franchi di Carlo Magno²⁰.

In questo momento di difficoltà causato dalle continue incursioni di pirati Saraceni, al fine di aumentare la sicurezza dei territori, vennero creati i 'Comitati'. Il Re d'Italia Berengario II, decise di riunire più Comitati dividendo il territorio Ligure in tre marche: quella Arduinica (da Torino a Ventimiglia ed Albenga), quella Obertenga (da Tortona a Genova) e quella Aleramica (dal Monferrato a Savona, Vado e Finale)²¹.

Nel 1125 Bonifacio Del Vasto, Marchese della Liguria Occidentale, lasciò in eredità ai suoi sette figli (l'ottavo venne diseredato) tutti i suoi territori. Questa pratica era propria delle dinastie degli Aleramici: anziché lasciare i possedimenti

¹⁹ Scarrone M., *Gli Aleramici e gli insediamenti monastici nel Finale*, in *La chiesa e il convento di Santa Caterina in Finalborgo*, Genova, 1982.

²⁰ Airdi G., *Genova e Liguria nel Medioevo*, Frilli Editore, 2007.

²¹ Scarrone M., *Gli Aleramici e gli insediamenti monastici nel Finale*, in *La chiesa e il convento di Santa Caterina in Finalborgo*, Genova, 1982.

al solo figlio primogenito, dividevano in modo omogeneo i territori tra tutti gli eredi²².

Dopo circa dodici anni, la Marca di Savona venne divisa in sette marchesati: il Comitato di Savona, Noli, Roccaverano, Quiliano, Finale, Albenga, castelli e ville della Valbormida e territori a ridosso delle Langhe, che passarono sotto il controllo di Enrico I detto il 'Wert' (il 'Valoroso') o il 'Guercio', capostipite della famiglia Del Carretto. Benché, nel 1162, egli venne investito della carica per volontà imperiale da parte di Federico I Barbarossa, non riuscì mai ad imporsi del tutto su Savona e Noli, che godevano di una certa autonomia. La denominazione 'Del Carretto' venne assunta appieno dal figlio Enrico II, che decise di dominare una zona che possedeva gran parte del patrimonio ligure e dove non era presente una grande forza locale autonoma: il Finalese²³.

Nel XII secolo nasce così il Marchesato del Carretto, di stampo ghibellino, che per i secoli successivi opererà in contrapposizione con Genova, di fazione guelfa, la quale cercherà di imporre la sua egemonia.

Enrico II si stabilì quindi nella cittadina: egli curò la creazione e l'ampliamento della cinta di Finalborgo; diede ordine di costruire Castel Gavone, che diventerà sua dimora e punto di difesa della città, ed aumentò la rilevanza del porto di Finale in contrapposizione all'intoccabile porto di Genova.

Morì e nel 1231 gli successe Giacomo Del Carretto, in concomitanza con la disputa tra l'Impero e la Chiesa Cattolica sul predominio del mondo feudale²⁴. Giacomo si schierò dalla parte dell'Imperatore Federico II, rompendo così definitivamente i rapporti con Genova, la quale dichiarò guerra. Ebbe la meglio in un primo momento sulla Superba, ma in seguito Savona venne assediata. Alla morte di Federico II, lo schieramento ghibellino si dissolse, costringendo

²² Silla G.A., *Storia del Finale*, Tipografia Priamar, Savona, 1964.

²³ Nuti G., *Enrico II Del Carretto*, in *Dizionario Biografico degli italiani*, vol. 36, Roma, Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 1988.

²⁴ Provero L., *I marchesi del Carretto: tradizione pubblica, radicamento patrimoniale e ambiti di affermazione politica*, in *Atti e Memorie della Società Savonese di Storia Patria*, n.s. 30, 1994.

Giacomo Del Carretto a giurare fedeltà a Genova, che gli impose obbedienza, ma riconobbe la sua signoria.

Alla sua morte nel 1268, i suoi territori ('terzieri') vengono spartiti tra i tre figli: Giorgio (terziere di Millesimo), Enrico III (terziere di Novello) e Antonio, al quale venne affidato il Finalese²⁵. I Del Carretto decisero di aiutare Corradino di Svevia permettendogli di imbarcarsi dal porto di Vado Ligure nel tentativo di conquistare i territori di Napoli e Sicilia in mano a Carlo D'Angiò, scatenando così le sue ire e la conseguente dichiarazione di guerra tramite il Siniscalco di Lombardia. Per evitare un'assicurata sconfitta, i Del Carretto decisero di arrendersi e sottomettersi a Carlo D'Angiò.

Genova era molto preoccupata per l'incessante sviluppo del porto di Finale, così che, nel 1292, Antonio fu costretto a siglare un accordo che imponeva lo scalo obbligatorio nel porto di Genova a tutte le navi dirette a Finale²⁶.

La stessa era in mano al Doge Simone Boccanegra, avversario giurato dei Del Carretto. Con un accordo con la Superba, i marchesi Del Carretto accettarono di impegnarsi a non vendere imbarcazioni ai nemici della Repubblica, così in cambio ottennero la libertà di navigazione e furono esentati dallo scalo obbligato nel porto di Genova²⁷.

Questo momento di breve distensione si ruppe quando il marchesato decise di invadere Albenga; allora Genova distrusse il porto del Finalese ed imprigionò il marchese Giorgio Del Carretto. Il feudo venne diviso, mantenendo in comune la sovranità sul litorale²⁸.

²⁵ Nuti G., *Del Carretto, Giorgio, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

²⁶ Silla G.A., *Storia del Finale*, Tipografia Priamar, Savona, 1964.

²⁷ Nuti G., *Del Carretto, Giorgio, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

²⁸ Nuti G., *Del Carretto, Giorgio, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

A Giorgio successe Lazzarino I Del Carretto, che da subito ebbe forti ostilità con Genova: la Superba, infatti, fece erigere la fortezza genovese di Castelfranco a Finale²⁹.

In seguito, Antoniotto Adorno, Doge di Genova, decise di togliere il feudo ai fratelli Lazzarino e Carlo³⁰.

A Lazzarino I successe il figlio Lazzarino II, che governò insieme al cugino Giorgino. Lazzarino scelse di combattere per la Superba contro l'Isola d'Elba, ma, rimanendo gravemente ferito durante gli scontri, morì (1401). Il feudo passò al figlio Galeotto I Del Carretto, ma, essendo ancora minorenne, assunse la reggenza suo zio Nicolò. A causa di numerose nuove tassazioni imposte ai Finalesi da parte di Nicolò, per la prima volta, si verificò una rivolta. Assunto il potere, Galeotto si interessò a rafforzare i rapporti con i Visconti di Milano, aiutando Filippo Maria Visconti a diventare Signore di Genova. Egli gli conferì così l'amministrazione di Pietra Ligure, Giustenice, Toirano e tolse il feudo a Giorgino³¹.

Alla fine del 1435, terminò la signoria dei Visconti a Genova: il Capitano Nicolò Piccinino, segretamente appoggiato da Milano e da Finale, iniziò a devastare la Riviera Ligure, mentre alla morte di Filippo Maria Visconti, la Superba riprese le ostilità contro il Finalese³².

Il successore di Galeotto fu Giovanni I Del Carretto, Marchese di Finale, che aveva segretamente appoggiato il Capitano visconteo Nicolò Piccinino. Appena appropriatosi del Marchesato, fece riedificare le mura di Finalborgo e Castel Gavone, che riportò all'antico prestigio. Il feudo fu caratterizzato da una

²⁹ Colmuto Zanella G., *La provincia di Savona*, in Bona, E., ed., *I castelli della Liguria. Architettura fortificata ligure*, Stringa Editore, Genova, 1972, vol.1.

³⁰ Buonadonna S., Mercenaro M., *Rosso doge. I dogi della Repubblica di Genova dal 1339 al 1797*, Genova, De Ferrari Editori, 2007.

³¹ G. Nuti, *Del Carretto, Galeotto, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

³² Botta L., *Storia di Finale*, Savona, Daner, 1997.

notevole rinascita commerciale ed urbana e, politicamente, riallacciò i rapporti con Milano.

Dopo Giovanni, assunse il comando Biagio Del Carretto, che morì in breve tempo. Gli successe, quindi, suo fratello Alfonso I Del Carretto. L'Imperatore lo rese vicario di tutti i fondi carretteschi e venne nominato Capitano dell'esercito genovese. Egli regalò un momento di estremo splendore al Finalese³³.

Il periodo di massima espansione del marchesato si ebbe sotto il dominio di Giovanni II Del Carretto che, grazie ai suoi rapporti d'amicizia con Carlo V, ottenne il feudo di Andora, i Marchesati di Ceva ed Asti, i Contadi di Casteggio e Pavia.

Nel 1596 Sforza Andrea Del Carretto assunse le redini del marchesato. Quest'ultimo iniziò segretamente una trattativa di vendita con la Spagna, che da sempre cercava uno sbocco sul Mediterraneo per i suoi territori lombardi. Le trattative di cessione in favore degli spagnoli terminarono il 16 maggio 1598 e Giò Andrea Doria venne nominato erede del marchese. L'episodio segna la fine del dominio della famiglia Del Carretto sui territori del Finalese³⁴.

1.2.5 Rinascimento

L'ultimo esponente della famiglia Del Carretto, Sforza Andrea, decise di vendere al Re di Spagna Filippo II il suo feudo per 24.000 ducati l'anno, cifra che superava il rendimento che il marchesato gli fruttava annualmente. Inoltre, l'interesse degli spagnoli per quelle zone della Riviera Ligure era noto da molto tempo, essendo in posizione strategica per far giungere a Milano, anch'essa

³³ Botta L., *Storia di Finale*, Savona, Daner, 1997.

³⁴ Mamberto G., *La vendita del Marchesato del Finale alla corona di Spagna nel 1602*, Finale Ligure, Associazione Emanuele Celesia, 2014.

sotto dominio spagnolo, le merci ed i soldati che partivano dal porto di Barcellona³⁵.

Lo Stato di Milano inviò nel Finalese il comandante Don Pedro de Toledo y Anaya, che venne investito della carica di ‘*Governador Alcaide al uso de España*’. Questo titolo indicava l'intenzione della monarchia spagnola di riconoscere l'esistenza del marchesato subordinato a Milano solamente sotto il punto di vista militare e finanziario. Per quanto concerneva l'amministrazione e la giustizia esso era, infatti, del tutto autonomo. In realtà, già dopo il primo decennio di governo spagnolo, questa autonomia iniziò ad essere cancellata gradualmente³⁶.

Durante il dominio iberico ci fu un tentativo di potenziamento delle già esistenti fortificazioni. Oltre a mettere in sicurezza Castel Gavone, vennero incrementate le possibilità difensive di Castelfranco: furono aggiunti due forti - quello di S. Antonio e dell'Annunziata - e dei bastioni al corpo centrale. A difesa del centro abitato sottostante, nella zona tra Finalborgo e l'altura del Becchignolo, venne costruito Castel S. Giovanni³⁷. Inoltre, venne aumentato sensibilmente il numero di uomini schierati a difesa dei territori del Finalese.

Carlo II Re di Spagna morì il 1° novembre del 1700. L'anno seguente, iniziò la Guerra di successione spagnola tra Filippo d'Angiò, l'erede designato nonché nipote di Re Luigi XIV di Francia, e l'Imperatore Leopoldo I d'Asburgo. Questa terminerà nel 1714 con la pace di Rastatt. Filippo d'Angiò venne confermato Re di Spagna a patto che non si riunificasse con la Francia e ceda all'Austria i Paesi Bassi e l'Italia³⁸.

³⁵ Gasparini M., *La Spagna e il Finale dal 1567 al 1619*, Istituto internazionale di Studi Liguri, Bordighera, 1958.

³⁶ AA. VV., *La Spagna, Milano ed il Finale: il ruolo del Marchesato finalese tra Medioevo ed Età Moderna*, in *Atti del Convegno*, (Finale Ligure 1991), Centro Storico del Finale, Finale Ligure, 1994.

³⁷ Marotta, A., Spallone, R., *Defensive architecture of the mediterraneaneds*, Fortmed, 2018, vol. IX.

³⁸ Verdognia F., *La Guerra di Successione Spagnola*, Chillemi editore, Roma, 2009.

Le truppe franco-spagnole lasciarono così l'Italia, segnando la fine del dominio spagnolo in Liguria. Il Finale attraversò un momento di grande crisi e povertà a seguito della chiusura delle frontiere ed alla cessazione degli scambi con la Spagna³⁹.

Nonostante la contrarietà della popolazione del marchesato, Genova acquistò il feudo il 29 agosto 1713. Diede quindi ordine di smantellare tutte le fortificazioni, tra cui anche Castel Gavone, e limitò fortemente l'autonomia del feudo⁴⁰. Inoltre, inasprì gli adempimenti fiscali a carico del popolo, per cui alcuni rappresentanti si recarono a Vienna per protestare senza successo. Iniziò così un periodo di instabilità e ribellioni tra la popolazione del marchesato ed il governo genovese⁴¹. Pertanto, il Finale si trovava in un momento di decadenza e forte degrado⁴².

1.2.6 Età moderna

La definitiva scomparsa genovese dai territori del Finalese si ebbe a partire dal 1795, quando le truppe francesi entrarono nella città. Questo momento segnò anche il termine del Marchesato. Con l'annessione alla Francia, i tre borghi (Finalborgo, Finalpia e Finalmarina) vennero unificati formando un unico Comune facente parte del Dipartimento Montenotte che aveva Savona come capoluogo. Venne introdotta come prima lingua il francese, le leggi erano dettate dal Codice Civile francese e i *maire* riuscirono a riportare prosperità al Comune, soprattutto attraverso riforme finanziarie e investimenti sulle infrastrutture rivolte a far ripartire il settore dell'industria e del commercio.

³⁹ Ballarò D., Grossi R., *Finalborgo spazio urbano e proprietà tra Sette e Ottocento*, Istituto Internazionale di Studi Liguri, Finale Ligure, 2001.

⁴⁰ Assereto G., Bongiovanni G., *Sotto il felice e dolce dominio della Serenissima Repubblica, L'acquisto del Finale da parte di Genova e la Distinta relazione di Filippo Cattaneo De Marini*, Comune di Finale Ligure, Daner Elio Ferraris Editore, Savona, 2003.

⁴¹ Azais P.A., *Un po' di cronistoria finalese: quello che ho udito, visto, scritto*, Grafiche Riviera, Ceriale, 1970.

⁴² Alatri P., *L'Europa delle successioni, 1731-1748*, Palermo: Sellerio, 1989.

Delle vicissitudini successe nel Finalese durante le Guerre Napoleoniche (1803-1815) si hanno poche testimonianze.

Il 1° gennaio 1815⁴³ scomparve la Repubblica di Genova che venne compresa nel Regno di Sardegna, governato dai Savoia. Il Finale fu nuovamente suddiviso in tre Comuni distinti: Finalborgo, Finalpia e Finalmarina, che vennero inclusi nella provincia di Albenga. Questo momento storico risulta essere stabile e florido: i finalesi accolsero con piacere il governo sabauda, tanto che non si verificarono mai rivolte al contrario di altre parti del regno. I due punti salienti sul quale si concentrò il governo erano la religione e l'istruzione. Nel 1822 vennero istituite le scuole elementari comunali, dove si insegnava a leggere e a scrivere e si impartiva la dottrina del cristianesimo. Proprio perché si riteneva importante il grado di istruzione e la cultura, nel corso dell'Ottocento nel territorio finalese si istituirono ben due teatri, uno a Finalborgo e l'altro a Finalmarina. Al tempo i teatri non avevano la connotazione odierna, bensì erano strutture polivalenti che avevano una funzione pedagogica e che offrivano intrattenimenti di diverse tipologie: oltre a spettacoli culturali, essi venivano utilizzati per conferenze, celebrazioni di varia natura, spettacoli per bambini, pranzi e cene ufficiali (ecc.). Inoltre, il teatro era l'unico luogo laico in cui si incontravano i diversi ceti della società. Quindi, seguendo l'esempio di altri comuni Liguri, anche le famiglie nobiliari di Finale decisero di costruire il primo teatro, nel 1803, presso l'oratorio del collegio Aycardi, la struttura scolastica più prestigiosa della città⁴⁴. Il secondo teatro, quello di Finalmarina, tardò di qualche anno per la costruzione, data la presenza di opere comunali più urgenti. Nel 1865 venne inaugurato il teatro municipale dedicato a Camillo Sivori, unico allievo di Nicolò Paganini, che poteva contenere 400 persone e che, nel corso

⁴³ Si tenne il Congresso di Vienna, allora capitale dell'Impero austriaco, al quale parteciparono le più grandi potenze europee al fine di ridisegnare l'assetto geografico dell'Europa, dopo la Rivoluzione Francese e le Guerre Napoleoniche.

⁴⁴ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/teatri/teatro-aycardi/>

degli anni, riuscì a portare prestigio alla città scritturando note compagnie teatrali⁴⁵.

Dal punto di vista economico, per tutto l'Ottocento, Finale vide l'accrescimento della già fiorente cantieristica navale, che poté ulteriormente svilupparsi grazie alle nuove vie di comunicazione che collegavano la costa all'entroterra, la quale offriva più materie prime. All'inizio del XX secolo, più precisamente nel 1906, ci fu l'insediamento delle 'Officine meccaniche'⁴⁶ a Finalmarina, inizialmente inserite nel settore delle riparazioni ferroviarie. Negli anni riuscì a crearsi un ampio ed importante spazio nel settore della cantieristica aerea, diventando un'azienda conosciuta a livello internazionale e portando grande fonte di reddito al Finalese⁴⁷. Il settore delle costruzioni navali perse sempre più campo, soprattutto dopo le due guerre mondiali, mentre quello aereo riuscì a sopravvivere, nonostante il trasferimento ad Albenga dell'industria Piaggio.

Proprio l'industria Piaggio permise, dopo la Prima Guerra mondiale, a tutta la zona del Finalese di superare la crisi economica post-bellica. Questa nuova realtà permise alla città di offrire molti posti di lavoro, andando a contrastare il fenomeno di emigrazione (soprattutto verso il continente americano) ben conosciuto in quel periodo storico, e di aumentare gli introiti finanziari a favore dell'economia del Finale.

Dal 1927, Savona divenne provincia e i tre Comuni vennero riuniti sotto un'unica municipalità, assetto adottato ancora oggi⁴⁸. Sempre in quel momento storico, Finale scoprì una nuova vocazione di carattere economico: il Turismo. A partire dal ventennio fascista, vennero costruite numerose abitazioni di pregio

⁴⁵ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/teatri/teatro-sivori/>

⁴⁶ La famosa 'Piaggio', denominazione sociale assunta solo nel 1917

⁴⁷ Caffarena F., *Spazio aereo Piaggio. Un secolo di cultura industriale nella città del volo*, Edizioni Il Mulino, Bologna, 2020.

⁴⁸ Caffarena F., Stiaccini C., *Finale Ligure 1927. Biografia di una città dall'Unità d'Italia al Fascismo*, Unicopli, Milano, 2007

fronte mare, nonché vari lussuosi alberghi e altre strutture volte al comparto del turismo di lusso⁴⁹.

La figura di spicco del secondo dopo guerra da citare è senz'altro Augusto Migliorini, nominato sindaco della città nel 1946 e rimasto in carica fino al 1974. Durante il suo mandato, decise di potenziare l'offerta turistica di Finale, essendo la principale fonte di reddito, fatta eccezione per lo stabilimento cantieristico della Piaggio. Oltre a creare nuove strutture di interesse sia per la comunità che per i turisti, si occupò di incrementare la viabilità e cercò di sviluppare il turismo su più livelli, non limitandosi a quello d'*élite*. Alla fine degli anni '60, Finale Ligure risultava una meta turistica ambita: offriva strutture alberghiere sia lussuose che economiche, aveva stabilimenti balneari organizzati e moderni, possedeva luoghi d'interesse e di svago per ogni gusto⁵⁰.

1.3 Monumenti ed edifici storici

Finale Ligure conserva, ancora oggi, testimonianze degli avvenimenti storici dei quali è stata sfondo nel corso del tempo. La città offre la possibilità ai visitatori di apprezzare numerosi monumenti ed edifici, sia religiosi che militari, per sperimentare in prima persona i segni lasciati dalla sua storia. Va sottolineato inoltre che, nel territorio del Finalese, non solo è presente un ricco patrimonio di stampo storico, bensì anche numerosi siti naturali di grande bellezza e alquanto caratteristici. Ai fini della valorizzazione di queste preziose testimonianze e del territorio nella sua totalità, in questo paragrafo verranno presentati alcuni edifici e monumenti, che permettono di ripercorrere e ricostruire le vicende della cittadina.

⁴⁹ Zanini A, *Un secolo di turismo in Liguria, Dinamiche, percorsi, attori*, Franco Angeli Editore, Milano, 2012.

⁵⁰ Cervone P.P., *Augusto Migliorini: l'uomo, il comandante, il politico nella prima biografia del sindaco di Finale più amato*, Edizioni Libreria Cento Fiori, Finale Ligure, 2013.

Si propone, di seguito, un itinerario ideale nel quale vengono descritti brevemente i principali edifici storici di Finale. Partendo da Finalborgo, sito sul

Castel Gavone - Trip Advisor



colle del Becchignolo, si trova Castel Gavone. Venne eretto per ordine di Enrico I del Carretto alla fine del XII secolo. Nel corso del tempo, l'edificio fortificato, residenza della stirpe dei marchesi Del Carretto e luogo in cui si svolgevano importanti atti politici, subì numerose modifiche ed ampliamenti, nonché una parziale distruzione per mano

della Repubblica di Genova nel 1448 nel corso della Guerra Del Finale⁵¹. Durante il periodo rinascimentale, ci fu un'ulteriore estensione e venne edificata la così detta "Torre dei Diamanti", caratterizzata dal particolare bugnato piramidale "a punta di diamante" in pietra di Finale⁵². Nel Cinquecento, a causa dei sempre più pericolosi armamenti in dotazione agli eserciti, si optò per la

⁵¹ Brusa E, Stanga C., *Defensive Architecture of the Mediterranean*. Vol. VII, Marotta, Spallone (eds.), Politecnico di Torino, 2018.

⁵² Guglielmotti P., *La Torre dei Diamanti in Castel Gavone. Un esempio di Architettura del Potere nel Finale alla Fine del Quattrocento*, Comune Di Finale Ligure, 2002.

costruzione di una cinta muraria e di quattro torri laterali, con lo scopo di proteggere il nucleo centrale del palazzo⁵³. Dopo la vendita del marchesato alla Spagna, il Castello iniziò a perdere il suo prestigio, nonostante fosse ancora utilizzato per alcuni anni come residenza ufficiale dei governatori spagnoli. Con l'acquisto del Finale da parte della Repubblica di Genova, nel 1713, Castel Gavone venne distrutto e ridotto ad un rudere. I materiali che lo costituivano vennero utilizzati per la costruzione della Chiesa di Sant'Eusebio, in Perti⁵⁴. Oggi, i resti del prestigioso palazzo dominano il colle e, nel 2007, grazie a fondi europei, sono stati avviati i lavori di restauro con il fine di mantenere intatti i resti, senza cancellare gli sfregi subiti durante la distruzione da parte di Genova. Attualmente sono visibili alcuni affreschi originali all'interno della Torre dei Diamanti ed è possibile visitare l'edificio: la piazza d'armi dove un tempo stazionavano le guardie, la cappella dedicata a San Giorgio, le stanze dei marchesi, le sale di rappresentanza dove venivano ricevuti gli ospiti, e, infine, i sotterranei del castello, dove è possibile visionare le cisterne d'acqua, con sistema di filtraggio attraverso ghiaie, ancora funzionante⁵⁵. Un'altra fortezza presente nelle vicinanze è quella di Castel San Giovanni, il quale venne costruito da un torrione preesistente, intorno al 1642, sotto progetto dell'ingegnere spagnolo Ferdinando Glazar durante la dominazione iberica.

Castel San Giovanni - Trip Advisor



⁵³ Peano Cavasola A., *Il Castello di Lancillotto. La storia Europea di Castel Gavone*, Centro storico del Finale, Finale Ligure, 2004.

⁵⁴ Bianchi V., *Un edificio feudale del Ponente Ligure: il Palazzo del Carretto a Finalborgo*, Università di Genova - Facoltà di Lettere e Filosofia, A.A 2003/2004.

⁵⁵ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/castel-gavone/>

Il suo scopo era quello di creare un'ulteriore e più avanzata difesa per il borgo contro le incursioni genovesi, tra la Valle del Pora e quella dell'Aquila⁵⁶.

Ad opera dei progetti di Gaspare Berretta, illustre ingegnere militare della Lombardia Spagnola, il castello subì varie modifiche, tra cui la creazione di ulteriori fortificazioni ed i collegamenti diretti con Finalborgo rappresentati dalla Strada Berretta che collegava il Marchesato al Ducato di Milano⁵⁷. Nel 1713 venne quasi del tutto distrutto dai Genovesi e conseguentemente abbandonato. Tornò in uso durante la dominazione sabauda, nel 1822, come penitenziario. Dopo la Seconda Guerra mondiale, venne incluso nel demanio e fu oggetto di ristrutturazione totale, la quale ha permesso di rendere tutti gli interni visitabili. Dal 2014, invece, è gestito dal Ministero della Cultura⁵⁸.

Sempre tra le mura di Finalborgo è possibile ammirare la Collegiata di San Biagio. Nella seconda metà del 1300 venne deliberata la costruzione di una nuova chiesa all'interno delle cinte murarie di Finalborgo, precisamente nelle vicinanze di porta Carretta, nella parte orientale. Originariamente la chiesa possedeva tre navate, con colonne rotonde e il tetto con copertura in legno; in seguito, vennero aggiunte delle cappelle absidali. Il campanile rinascimentale possiede un fusto ottagonale, terminante con una guglia poligonale circondata da una balaustra ed è impostato come una delle torri della cinta muraria. Da antichi documenti si può intendere che questa chiesa andasse a sostituirla un'altra, già dedicata a San Biagio, che si trovava al di fuori delle mura. Nel 1634 iniziò una radicale ricostruzione dell'edificio sacro che da un gusto medievale passò ad uno stile barocco: vi fu l'aggiunta della cappella di San Francesco e di vari altari marmorei, alcuni trasferiti dalla chiesa di Santa Caterina dopo la sua soppressione. Una caratteristica particolare della chiesa è che la facciata è

⁵⁶ Pozzati A., *Finalborgo e Forte San Giovanni: un paesaggio fortificato nell'enclave spagnola nel XVII secolo*, contenuto nella rivista *Sustainable mediterranean construction*, Politecnico di Torino, 2019.

⁵⁷ Viglino Davico M., *Fortezze alla 'moderna' e ingegneri militari del ducato sabauda*, Celid, Torino 2005.

⁵⁸ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/castel-san-giovanni/>

sempre rimasta incompiuta. Nel 1965 sono state aggiunte inoltre delle formelle bronzee raffiguranti scene del vissuto di San Biagio. Internamente, invece, nel corso del tempo numerosi artisti hanno creato decorazioni pittoriche, che sostituiscono l'originale pittura bianca a calce⁵⁹.

Nel piccolo borgo finalese è possibile ammirare anche un altro complesso religioso, quello di Santa Caterina. Nel 1359 i Marchesi Del Carretto decisero di fondare un complesso conventuale destinato ad accogliere le sepolture della famiglia che venne costruito nei pressi di una delle porte d'accesso contigua alle mura occidentali del *Burgus Finarii*⁶⁰. All'origine erano presenti tre navate scandite da colonne in Pietra di Finale. In una delle cappelle, quella di Santa Maria degli Oliveri, venne creato un ciclo di affreschi da artisti toscani, rappresentanti la Passione di Cristo e la vita della Vergine⁶¹. Alla struttura medievale venne aggiunto un campanile tardo-gotico sormontato da una guglia ottagonale che subì un crollo durante il terremoto del 1887. Alla fine del XV secolo, inoltre, furono affiancati alla chiesa due chiostri rinascimentali con capitelli caratterizzati da un ricco repertorio decorativo, intorno ai quali si trovavano gli ambienti conventuali che includevano: un grande dormitorio, l'infermeria, la sala capitolare, la biblioteca e stanze di servizio per la vita dei frati domenicani⁶². La decadenza del luogo iniziò con l'arrivo nel Finalese degli spagnoli, mentre nel periodo napoleonico assunse la funzione di caserma e di ospedale militare. Nel 1864 si verificò la soppressione degli ordini ecclesiastici, come voluto dalla politica sabauda con la promulgazione delle Leggi Siccardi⁶³. Perciò, dopo essere tornato per un certo periodo possesso dei frati

⁵⁹ Berta G., *La basilica e collegiata di San Biagio*, Finale Ligure, 2003.

⁶⁰ Botto I., *Chiesa e Convento di Santa Caterina in Finalborgo*, in AAVV *Museo di Sant'Agostino Genova*, Firenze, 1984, pp. 133-137.

⁶¹ Brusasco S., Cannistrà E., Murialdo G., *Santa Caterina in Finalborgo e gli affreschi della cappella Oliveri*, Sabatelli editore, 1992.

⁶² Botto I., *Chiesa e Convento di Santa Caterina in Finalborgo*, in AAVV *Museo di Sant'Agostino Genova*, Firenze, 1984, pp. 133-137.

⁶³ Silla G.A., *Storia del Finale*, Tipografia Priamar, Savona, 1964.

domenicani, la struttura venne convertita in un penitenziario, come testimoniano le celle ancora visibili nel campanile. Dopo vari tentativi di recupero, l'intero complesso è stato completamente ristrutturato tra il 1992 e il 2001. Oggi ospita mostre temporanee, un auditorium, una sala congressi, la Biblioteca-Mediatheca civica ed un ampliamento del Museo Archeologico di Finale Ligure⁶⁴.

Infine, per completare l'itinerario nella zona di Finalborgo, occorre citare il Palazzo del Tribunale. L'edificio di origine medievale, inserito nel contesto della parte settentrionale di Finalborgo, è stato per lungo tempo il fulcro della vita amministrativa e giudiziaria del borgo. Viene citato per la prima volta, nel 1311, in una sentenza emessa a nome di Antonio del Carretto. In realtà, come dimostrano studi archeologici condotti nel 2000, l'edificio esisteva già alla fine del X secolo⁶⁵. Giovanni I Del Carretto, nel 1462, commissionò la totale ristrutturazione del palazzo: il progetto comprendeva la creazione di due vani al piano terra, destinati alla tesoreria e alla sala del capitolo, al primo piano si sarebbero ubicate invece alcune camere e sale con camino. Sempre nello stesso anno, venne installata la lunetta raffigurante le "quattro virtù cardinali" (prudenza, giustizia, forza e temperanza) ed il pilastro con il giudice togato, entrambi realizzati in Pietra di Finale⁶⁶. Durante la dominazione spagnola, il palazzo divenne anche dimora dei governatori e fu scelto come struttura ospitante per la figlia del re di Spagna. In seguito, il governatore genovese Benedetto Andrea Centurione decise di ampliare la metratura dell'edificio, ordinando la demolizione delle abitazioni vicine, nonché di restaurare la facciata. Venne aperto il nuovo ingresso centrale, dove furono collocati un

⁶⁴ <http://www.museoarcheologicodelfinale.it/visita/il-complesso-conventuale-santa-caterina>

⁶⁵ AA.VV., *Archeologia urbana a Finalborgo: 1997-2001*, Finalborgo, 2001.

⁶⁶ Nuti G., *Giovanni Del Carretto*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, Roma, 1988.

architrave e due stipiti in pietra nera, probabilmente provenienti dalla demolizione di Castel Gavone⁶⁷.

Avvicinandosi al litorale, precisamente sul promontorio che separa la valle del Pora da quella dello Sciusa, si trova la Fortezza di Castelfranco risalente al 1365. La sua costruzione venne ordinata dalla Repubblica di Genova, che risultò vincitrice del primo scontro con i Marchesi Del Carretto e si impadronì del Finalese⁶⁸. Come Castel Gavone, anche questo edificio subì varie demolizioni, ampliamenti e ricostruzioni nel corso del tempo. Diventò il perno del sistema difensivo quando Finale passò sotto il dominio degli Spagnoli, i quali fecero erigere imponenti fortificazioni e quattro bastioni (denominati ‘dell'Annunziata’, ‘di S. Antonio’, ‘della Concezione’ e ‘della Mezzaluna’), andati tutti distrutti⁶⁹. La funzione di fortezza venne mantenuta sino al 1745, mentre sotto il dominio del Regno di Sardegna venne riconvertito in un carcere prima e in un’infermeria in seguito⁷⁰. A partire dal marzo 1938 è stato acquisito dal Comune di Finale Ligure e, oggi, si presenta con pianta di forma stellata e quasi inglobato nelle civili abitazioni. È raggiungibile a piedi tramite una scala da Finalmarina⁷¹.

⁶⁷ Murialdo G., *Finalborgo: una capitale per il Finale, Le guide del Museo archeologico del Finale*, Finale Ligure, 2007.

⁶⁸ Silla G.A., *Storia del Finale*, Savona, 1946-1965.

⁶⁹ Minola M., Ronco B., *Castelli e Fortezze della Liguria*, Genova, Edizioni Servizi Editoriali, 2006.

⁷⁰ Lamboglia N., Silla G.A., *I monumenti del Finale*, Bordighera, 1951.

⁷¹ <https://visitfinaleligure.it/cultura/castelli-e-fortezze/>

Nel pieno centro del Comune di Finale, percorrendo il lungomare della frazione di Finalmarina, è impossibile non notare il maestoso arco trionfale, eretto nel 1666 in occasione del passaggio nel Finalese della figlia del re di Spagna. Finale era uno dei punti di sosta del suo viaggio per raggiungere Vienna, dove avrebbe sposato Leopoldo I d'Austria e dove sarebbe stata investita della



Arco della Regina Margherita –
Comune di Finale Ligure

carica di Imperatrice⁷². La progettazione e la costruzione dell'arco, sito in Piazza Vittorio Emanuele II, venne affidata al finalese Sebastiano Bocciardo. La struttura, di gusto classicheggiante, è composta da un unico arco tra quattro colonne, caratterizzato da affreschi che esaltano le virtù della sovrana. Attualmente, l'arco è uno dei simboli più conosciuti della città di Finale Ligure⁷³.

La testimonianza storica sita più nell'entroterra, sul fianco destro della valle di Montesordo, a circa 283 m s.l.m., sono i resti dell'antichissimo Castrum Perticae, o Castello di Sant'Antonino. Viene citato per la prima volta in scritture risalenti al 1162, in particolare in un testo in cui si narra dell'investitura della marca di Savona di Enrico il Guercio da parte di Federico Barbarossa⁷⁴. Il castello fu eretto antecedentemente alle invasioni longobarde, tra il VI e VII secolo, durante la dominazione bizantina in Liguria. La sua funzionalità primaria era la difesa: fu costruita una prima cinta con la porta d'ingresso al castello, un

⁷² Botta L., *Storia di Finale*, Savona, Daner, 1997.

⁷³ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/ponti-e-archi/arco-di-margherita-a-finalmarina/>

⁷⁴ Murialdo G., *Perti un territorio rurale nel Finale tra la preistoria e l'età moderna*, IISL, Finale Ligure 1996.

camminamento di ronda sorretto da archi in muratura, una grande torre quadrata a più piani ed ulteriori cinte murarie intervallate da torri. Solamente dal lato orientale non fu necessaria la costruzione di mura di protezione, essendo già naturalmente difeso dalle falesie della nota Pietra di Finale. Come testimoniano reperti storici ritrovati, questo insediamento riceveva merci provenienti da diversi stati del Mediterraneo (come Spagna e Tunisia) e Medioriente, nonché da altre zone italiane (soprattutto Val D'Aosta e Alpi)⁷⁵. Nel corso del Medioevo aveva la funzione di corte feudale, finché non venne man mano abbandonato con lo sviluppo del borgo di Perti ed attualmente è possibile solo localizzarne le rovine tra la folta vegetazione⁷⁶. Nel XI secolo venne edificata vicino alle mura del castello una chiesa, anch'essa dedicata a Sant'Antonino, esempio di architettura romanica ligure. Questa piccola chiesa, immersa nella macchia mediterranea, venne costruita con Pietra di Finale proveniente da una cava limitrofa. La struttura subì seri danni durante il terremoto del 1887 che colpì il ponente ligure e da diversi anni si trova in stato di abbandono⁷⁷.

Dopo un *excursus* di carattere geografico e storico della città di Finale Ligure, in cui sono state presentate le principali nozioni di carattere territoriale e fisico, nonché i più importanti eventi storici che hanno contribuito alla creazione dell'identità e del fascino di questo borgo ligure, verrà descritto, nel prossimo capitolo, come i vari enti competenti hanno impostato la campagna di valorizzazione di questo territorio e come essa si è evoluta nel corso del tempo. Inoltre, verranno citati alcuni progetti pubblici ideati con lo scopo di promuovere il patrimonio storico e artistico del Finale, oltre a proposte improntate sulla sostenibilità.

⁷⁵ <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/fortezza-bizantina-di-santantonino/>

⁷⁶ Murialdo G., *Perti un territorio rurale nel Finale tra la preistoria e l'età moderna*, IISL, Finale Ligure 1996.

⁷⁷ Bini A., Minuto E., *La Cappella di Sant'Antonino a Perti (Finale Ligure, SV): un'architettura dimenticata. Analisi conoscitive e progetto conservativo*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Genova, 2023.

Capitolo Secondo

2.1 Breve inquadramento: nozioni teoriche

Negli ultimi anni, il settore del turismo ha registrato una imponente e costante crescita, fino a diventare una delle principali attività economiche per il nostro paese.

Questo settore è in continua evoluzione tanto che, secondo i dati registrati dalla *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), si stima che il fenomeno turistico, nel 2030, raggiungerà la cifra di arrivi internazionali pari ad un miliardo e ottocento milioni.

La prima definizione di ‘fenomeno turistico’ viene fornita dalla UNWTO, all’inizio degli anni ’90, e recita:

«[...] l’insieme delle attività svolte da chiunque si allontani temporaneamente dal proprio luogo di residenza e di lavoro per una molteplicità di scopi diversi dallo svolgimento di un’attività retribuita nel luogo di destinazione; per un periodo superiore ad un giorno e inferiore ad un anno.»⁷⁸

Strettamente collegato al concetto di fenomeno turistico, c’è quello di ‘destinazione turistica’, intesa come uno spazio fisico in cui il turista alloggia per almeno una notte, che offre un insieme di attività e fattori di attrazione, volti ad articolare un’offerta che valorizzi la cultura e le risorse presenti in quel determinato luogo⁷⁹.

⁷⁸ UNWTO, *Survey of Destination Management Organisations*, 2004.

⁷⁹ Confalonieri M., *Economia, strategia e management delle aziende di produzione turistica*, Giappichelli, Torino, 2011, pp. 36.

Vista la grande evoluzione del mercato turistico globale, è stato necessario mettere in atto strategie per la costruzione di un prodotto turistico adattato alle necessità e ai bisogni dei viaggiatori. Ciò è il frutto della collaborazione tra i vari attori locali, messa a punto dalla *DMO*. Secondo la UNWTO, *la Destination Management Organization (DMO)* è un'organizzazione senza scopo di lucro, che può essere un'autorità nazionale, ma anche di livello regionale o provinciale per il turismo, responsabile di tutte le azioni di marketing e management di una destinazione turistica. Queste organizzazioni sono il punto fondamentale dello sviluppo di un *brand* turistico, poiché gestiscono in modo attento e sostenibile (non solo dal punto di vista ambientale, ma anche sociale ed economico) tutti gli aspetti di una destinazione, dal rapporto tra gli attori locali, alla pubblicità, agli investimenti, nonché l'innovazione e la formazione. Vista la varietà delle funzioni di una *DMO*, è stato necessario differenziarle. Per questo sono stati introdotti due concetti separati:

- *Destination Management*: è una disciplina che si occupa della gestione strategica di una destinazione grazie a pianificazione e controllo efficace, al fine di massimizzare il valore turistico di un luogo secondo la definizione data dalla UNWTO è «*La gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione turistica (attrazioni, servizi, accesso, marketing e prezzi)*»⁸⁰.
- *Destination Marketing*: è un concetto meno ampio rispetto al precedente, si pone di mettere in atto strategie che aiutino lo sviluppo e l'aumento dell'attrattività di una destinazione, promuovendo il marchio e la facilità di prenotazione per attirare i turisti⁸¹.

⁸⁰ Pechlaner H., Weiermaier K., *Destination management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, T.U.P Touring Editore, Milano, 2000.

⁸¹ Franch M., *Marketing delle destinazioni turistiche*, Milano, McGraw-Hill, 2010.

Per una destinazione turistica risulta fondamentale tenere traccia delle prestazioni. Ciò è possibile attraverso i *Key Performance Indicators* (KPI): indicatori che mostrano valori misurabili e sono volti a dimostrare la performance di un'azienda, allo scopo di sapere se sta raggiungendo gli obiettivi prefissati oppure se c'è qualche strategia da migliorare⁸².

Dopo questa breve digressione di nozioni teoriche legate alla disciplina di marketing e management, utili alla comprensione di concetti che verranno approfonditi in seguito, verrà ora presentato un quadro della situazione turistica, presente e passata, riguardante la regione Liguria e, in particolar modo, il Finalese.

2.2 Storia del turismo Ligure

La Liguria, nella storia del turismo, ha ricoperto un ruolo fondamentale. Basti pensare che, nel periodo antecedente alla Seconda Guerra mondiale, questa regione italiana da sola registrava il 15% delle presenze alberghiere complessive. Inoltre, la Riviera Ligure (soprattutto in alcune zone) ha saputo convertire la sua immagine di destinazione prettamente balneare. Un esempio, che verrà articolato nel presente capitolo, è proprio il caso di Finale Ligure.

In alcuni punti della Riviera i primi passi nel settore turistico si notano a partire dal 1840. La presenza sempre più consistente di villeggianti, attirati dalla bellezza dei paesaggi e dal clima favorevole, richiede interventi a livello infrastrutturale, con nuove strutture alberghiere, spazi dedicati allo svago e il potenziamento di strade, porti e ferrovie. Nonostante il buon esordio, la situazione degli arrivi inizia a cambiare a cavallo del 1900, quando il litorale ligure attira l'attenzione degli *hivernants*, che dalla Costa Azzurra cercano

⁸² Ejarque J., *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, 2003.

nuove mete dove villeggiare nel periodo tra ottobre ed aprile. La Riviera Ligure viene citata anche in numerosi trattati medici, che esaltano i benefici del suo clima mite per aiutare ad alleviare varie malattie di carattere polmonare. Questa tipologia turistica possiede una forte connotazione internazionale, infatti, la maggior parte delle presenze proviene dall'Inghilterra, dalla Germania e dalla Russia. Solamente negli anni successivi, iniziano ad aumentare i visitatori italiani, provenienti specialmente da Lombardia e Piemonte. Dal 1914 iniziano a calare le presenze estere, a causa delle tensioni determinate dalla Prima Guerra mondiale, e in seguito dalla decisione dell'Italia di voltare le spalle alla Triplice Alleanza, per entrare in guerra con la Triplice Intesa che portò al totale azzeramento dei flussi turistici provenienti da Germania e dall'Impero Austro-Ungarico. Dopo il primo conflitto mondiale, il comparto turistico si ritrovò in forte crisi ed il Governo iniziò ad interessarsi seriamente a questo settore economico. Nel 1920 viene istituito l'ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo), ente nazionale pubblico-privato, nel quale operano esponenti governativi e categorie direttamente coinvolte nell'attività turistica, con il compito di creare una propaganda turistica, occuparsi della formazione di figure professionali, raccogliere dati e statistiche, sostenere l'industria alberghiera⁸³. Oltre alla presenza del soggetto pubblico, il periodo tra le due guerre è segnato dal consolidamento della tendenza di una maggiore presenza italiana, piuttosto che estera, nelle diverse stazioni climatiche. Dopo il 1945 e per tutta la seconda metà del Novecento, nella maggior parte dei poli turistici liguri, si afferma un turismo dedicato principalmente a ceti medi della società, soprattutto dopo il boom economico e la maggior parte delle presenze registrate è italiana, fatta eccezione per alcune località.

Il polo turistico d'interesse della presente tesi è quello del savonese, il quale vede la sua affermazione nel campo turistico in leggero ritardo rispetto ad altre

⁸³ Battilani P, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, 2009.

destinazioni della Riviera, ovvero verso gli ultimi vent'anni dell'Ottocento. La provincia di Savona, ma non solo, ha sempre dovuto fare i conti con l'imponenza dell'attrattività turistica di Genova, che fin dai tempi dei *Grand Tours* dei ricchi giovani europei, accoglieva una tipologia di turisti interessata ad aspetti più culturali e storici, mentre tutte le altre zone liguri erano conosciute quasi solamente per le attività balneari, concentrate esclusivamente nei mesi estivi. Per questo motivo, l'economia delle altre città liguri verteva soprattutto sul settore secondario. Il più vasto sviluppo del turismo balneare si verifica a partire dagli anni del secondo dopoguerra e, da qui in poi, la visione del prodotto turistico ligure diventò piatta ed uniforme, andando a creare lo stereotipo che voleva la Riviera come un luogo di seconde case da sfruttare solamente nel periodo estivo. Il turismo di rendita è andato man mano ad offuscare il tentativo, di determinati centri, di differenziare l'offerta, tramite investimenti in infrastrutture e promozione del territorio, al fine di variare le esperienze proposte e attirare flussi turistici anche durante i mesi di 'bassa stagione'.

2.3 Storia del turismo del Finalese

Tra i centri della provincia di Savona possiamo identificare la località di Finale Ligure. Nata come destinazione balneare, nel corso della sua storia, ha saputo reinventare la propria offerta turistica, per fare in modo di ricevere l'attenzione dei viaggiatori non solamente nel periodo estivo, ma anche nella restante parte dell'anno. Tutto ciò è stato possibile grazie alla strategia di creare un'offerta incentrata sulle attività *outdoor*, passando da città che fonda il suo profitto economico prevalentemente grazie alla presenza delle industrie Piaggio e alle attività legate al mare, a diventare una destinazione conosciuta a livello internazionale per le sue attività sportive. Nel dettaglio, l'avvento del turismo, prettamente balneare, si sviluppa in ritardo come già menzionato rispetto ad altre località liguri. Infatti, lo dimostrano i dati raccolti dalla guida 'Baedeker' che,

nel 1913, segnala una sola struttura ricettiva a Finalmarina. In realtà, come nella provincia di Savona in generale, il tentativo di lanciare il turismo climatico invernale, ma anche quello balneare, è stato piuttosto vano. Nonostante vari tentativi di affermarsi come meta turistica degna di nota in Liguria, il Finalese non ha mai avuto fortuna, è sempre rimasto di livello inferiore rispetto a borghi come Alassio. Bisogna attendere la seconda metà del Novecento, per assistere ad una ripresa dell'attività turistica estiva: con l'apertura di nuovi stabilimenti balneari e nuovi hotel, Finalmarina attira ulteriori flussi turistici, prevalentemente costituiti da visitatori italiani. Nel 1926 venne presentata una domanda, proprio dal Comune di Finalmarina, per ottenere la classificazione di luogo di cura e di soggiorno per l'intero territorio; la delibera di approvazione arriverà l'anno successivo, a seguito dell'unificazione delle tre entità comunali. Il riconoscimento a stazione di cura e soggiorno, oltre ad aver apportato svariati benefici, implica anche degli obblighi: abbellire la città per renderla sempre più appetibile agli occhi dei turisti, nonché la costruzione di nuove opere di carattere igienico-sanitario. Per riuscire a mettere in pratica tali obblighi, venne introdotta una tassa di soggiorno, pari a trenta lire e quindici, da far saldare ai forestieri che soggiornavano a Finale. Nel periodo successivo al 1927, ci fu un potenziamento della rete ferroviaria (nuova stazione di Finalmarina) e stradale (una strada per Verzi e una per Borgo). Finale venne dotata di un nuovo lussuoso albergo, dotato dei più moderni servizi, eretto sui bastioni di Castelfranco⁸⁴.

⁸⁴ Caffarena F., Stiacchini C., *Finale Ligure 1927. Biografia di una città dall'Unità d'Italia al Fascismo*. Edizioni Unicopli, Milano, 2007.

Tutto il comparto turistico del savonese è caratterizzato dal fatto di non aver mai voluto puntare su una clientela elitaria, bensì sugli esponenti del ceto medio. Questo ha portato alla necessità di pensare ad un'offerta turistica variegata, in modo da proporre soluzioni ed attività in grado di seguire le esigenze di visitatori con diverse possibilità di spesa. Nella località ligure di cui trattasi, il progressivo aumento del movimento turistico avviene nel periodo tra le due guerre. Per esempio, nel 1928, Finale Ligure è il luogo del savonese con il maggior numero di arrivi (14.200 circa)⁸⁵, mentre nel 1932, è il Comune con maggiore capacità ricettiva (1407 posti letto registrati)⁸⁶. Questo consolidamento



è stato possibile anche grazie alla crescente collaborazione tra le istituzioni comunali e le aziende locali autonome, nonché alla consapevolezza che Finale possiede le condizioni climatiche, ambientali e infrastrutturali per poter sviluppare la doppia stagionalità, per tanto il

Stabilimento Piaggio, vista aerea - MUDIF

comparto turistico iniziò ad incidere in maniera sostanziale sull'economia della città nel periodo tra le due guerre. E proprio in quel periodo, precisamente nel 1917, arrivò a Finale l'imprenditore genovese Rinaldo Piaggio, che rilevando lo

⁸⁵ Bccs, *Relazione sull'attività svolta dal Consiglio Provinciale dell'Economia di Savona durante l'annata 1929*, pp 333-346.

⁸⁶ *Touring Club Italiano 1932*, pp 27-60.

stabilimento delle ex Officine di Finalmarina, diede inizio al cantiere aeronautico “Piaggio & Comp.”.

Senza aver mai interrotto l’attività produttiva durante la Seconda Guerra mondiale, le industrie Piaggio diventano un conosciuto e affermato polo di produzione motoristico a livello internazionale.

Nonostante diversi momenti di crisi che l’azienda ha dovuto affrontare, fino alla sua totale cessazione nel 2014, essa è sempre stata una fondamentale fonte di reddito per la zona del Finalese⁸⁷. La vocazione industriale e quella turistica di Finale sono sempre riuscite a convivere senza conflitti, hanno anzi potenziato in modo autonomo il settore finanziario e sociale del Comune. Per molto tempo, i due settori non hanno avuto particolari connessioni, e nessuno dei due ha prevalso sull’altro, al contrario di come è avvenuto in altre località della Riviera delle Palme (ad esempio Alassio e Sanremo), dove il settore turistico ha nettamente predominato su quello industriale, compromettendone lo sviluppo⁸⁸.

La chiusura dello stabilimento Piaggio, oltre ad aver causato un danno economico alla città, come detto in precedenza, ha determinato anche una perdita a livello sociale, dato che molte generazioni di finalesi hanno lavorato per la ditta, che ormai era entrata a far parte della storia e della collettività locale. Inoltre, preoccupa l’argomento riconversione della ex area. Tutta la zona sta man mano finendo in via di degrado, col passare del tempo, ed è diventata oggetto di incuria: i muri sono stati graffiati, i vetri degli edifici sono stati rotti, gli ambienti occupati, le aree scoperte sono state riempite di rifiuti. Come citato di seguito nell’elaborato, si spera che il Comune riesca a trovare i fondi per partecipare ad una delle prossime aste di acquisizione dell’area, e che lo spazio venga investito per la creazione di nuovi servizi per la comunità ed i turisti.

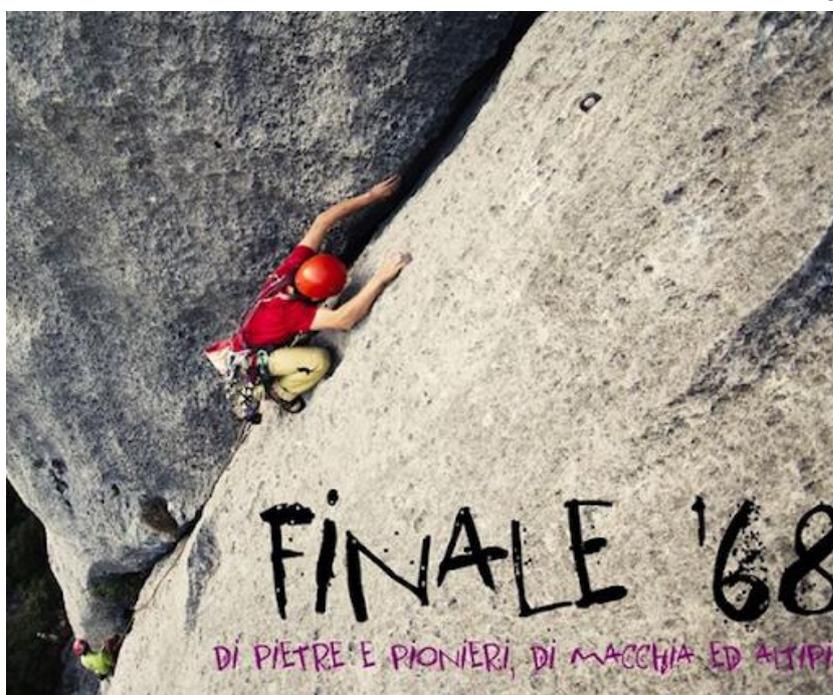
⁸⁷ Caffarena F., *Spazio aereo Piaggio, un secolo di cultura industriale nella città del volo*, il Mulino, Bologna, 2020.

⁸⁸ Zanini A., *Un secolo di turismo in Liguria, Dinamiche, percorsi, attori*, Franco Angelo Editore, Milano, 2012.

A partire dagli anni '60-'70, l'offerta turistica di Finale Ligure è protagonista di una novità. Vista l'imponenza del patrimonio naturalistico che la zona ha da offrire e la presenza di numerosissime falesie e pareti di roccia, il Comune inizia ad attirare un gran numero di appassionati di arrampicata. Come testimoniano le interviste raccolte nel docu-film 'Finale '68'⁸⁹, sportivi provenienti non solo dalla Liguria, ma anche da regioni limitrofe, iniziarono ad organizzare gruppi di arrampicata nel Finalese, affascinati dalle meraviglie paesaggistiche e dal clima favorevole della zona.

Locandina film Finale '68 - Mountain Blog

Considerando che le amministrazioni locali si sono sempre interessate alla creazione di un'offerta che attirasse flussi turistici tutto l'anno, si decise di sviluppare un piano strategico basato sulla possibilità di svolgere determinate



attività sportive. Dopo l'affermazione dell'immagine di Finale come meta per gli appassionati di climbing, intorno al 1996, alcuni imprenditori locali decisero che non bastava più puntare solamente sul mare e sulla balneazione. Il focus viene spostato dal litorale, all'entroterra. Si decise di puntare su ulteriori sport *outdoor*, soprattutto nel settore del *bike*, vista l'ormai stabile attività di

⁸⁹ <https://www.planetmountain.com/it/notizie/alpinismo/finale-68-online-film-sui-pionieri-arrampicata-finale-ligure.html>

arrampicata. Attraverso piani di promozioni di Finale Ligure in varie fiere internazionali, la meta inizia a conquistare l'attenzione degli appassionati ed inoltre, sempre col fine di promuovere il territorio, vengono organizzati i primi eventi sportivi all'interno dei confini comunali. Per esempio, nel 1997, nella suggestiva cornice di Finalborgo venne programmata la finale di *mountain bike* della Valtellina Cup, che ospitava atleti di fama internazionale, tra i quali l'olimpionica Paola Pezzo. Con lo scopo di garantire servizi appropriati, vengono aperte anche le prime strutture ricettive destinate ai visitatori appassionati di bicicletta, i cosiddetti '*Bike Hotel*'. Proprio i proprietari privati di queste strutture si sono dedicati personalmente alla promozione delle loro attività e del territorio di Finale, con l'aiuto di altre associazioni locali

(Comunità Montana in particolar modo) e dell'Assessorato al turismo del Comune, benché i finanziamenti pubblici fossero modesti. La rete di albergatori ha creato un Club di prodotto⁹⁰ *ad hoc*, sulla scia dei progetti messi in atto da Riccione⁹¹.



Grafica rappresentativa del Final Outdoor Region – Sito del FOR

Nel 2019 viene creato il primo consorzio privato, condiviso altresì dalle amministrazioni locali, denominato *Finale Outdoor Region* (FOR). Il progetto è

⁹⁰Il Club di Prodotto è una forma di aggregazione tra imprese finalizzata alla creazione di un prodotto turistico specifico destinato ad un mercato specifico. Gli attori locali sottoscrivono un medesimo sistema di valori, uno standard di servizi offerti per garantire la stessa qualità e requisiti omogenei. - Bauleo L., *Club di prodotto e altre forme aggregative nel comparto turistico*, 2006.

⁹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Y8wwpRmXnfo&t=25s>

stato avviato per dare vita ad un comprensorio dedicato all'*outdoor*, non incentrato solamente su Finale Ligure, ma anche sulle zone limitrofe. Gli obiettivi principali sono quelli di valorizzare il territorio, anche attraverso la creazione di strutture dedicate, servizi e sentieri, e quello di promuovere la commercializzazione del prodotto. Fanno parte del consorzio circa 170 aziende tra associazioni e attività locali, non per forza collegati al comparto sportivo o turistico. I *locals* hanno sviluppato un'ottica per cui assicurare determinati servizi per i visitatori contribuisce a diffondere un'immagine positiva della destinazione, ampliando il numero degli arrivi e, di conseguenza, dei guadagni economici.

Un aspetto fondamentale per il FOR è la sostenibilità. Per esempio, si può citare il programma *For You Card* (da notare anche l'interessante espediente comunicativo dato dal gioco di parole tra 'FOR' che si riferisce al consorzio e 'For' la traduzione inglese di 'per'), acquistabile anche online, uno strumento ideato per ottenere ricavi da destinare alla manutenzione dei sentieri e del territorio. I fondi vengono raccolti tramite *cashback*: utilizzando la carta nelle varie attività convenzionate, una piccola parte della spesa effettuata viene devoluta al consorzio ed al contempo il proprietario della carta guadagna punti e coupons per ottenere sconti sui servizi convenzionati. Tramite questa iniziativa sono stati raccolti, secondo i dati del 2023, ben 100.000 euro⁹². Nei prossimi anni, il FOR si concentrerà a creare una rete sempre più ampia di zone incluse nel comprensorio, nonché a finanziare "nuovi" settori dell'*outdoor*, in particolare arrampicata e *trekking*, i quali attirano molti appassionati provenienti da tutto il mondo. Continueranno i progetti di promozione della destinazione e del patrimonio naturalistico, grazie all'organizzazione di importanti eventi sportivi, come due gare della *UCI Mountain Bike Series*, realizzabili vista la presenza di strutture ricettive e servizi di qualità. Ancora, gli esponenti del

⁹² <https://www.finaleoutdoor.com/it/experience/sentieri-e-falesie-al-top-acquista-la-for-you-card#/esperienze>

consorzio sperano di ampliare ancora di più l'offerta riguardante l'*outdoor*, con l'acquisizione di nuovi spazi adattabili, come ad esempio quelli della ex Piaggio. Tra i *goals* di *Finale Outdoor Region*, si individua la volontà di mettere a disposizione dei visitatori tutte le eccellenze del territorio finalese, non soltanto quelle paesaggistiche e naturalistiche, ma anche quelle artistiche e culturali. La valorizzazione del patrimonio culturale è alla base dell'idea che ha portato allo sviluppo del MAF e del MUDIF.

Il Museo Archeologico del Finale (MAF) è stato costituito nel 1931, con la denominazione di 'Museo Civico di Finalmarina' e sede presso Palazzo Ghiglieri. Nel corso degli anni '70, venne riservata al Museo una nuova dimora più ampia e di maggior prestigio situata presso il Complesso Monumentale di Santa Caterina in Finalborgo, dove ancora oggi è localizzato. La gestione è affidata al Comune di Finale Ligure ed alla Sezione Finalese dell'Istituto Internazionale di Studi Liguri. Come è possibile leggere nella carta dei servizi, lo scopo dell'istituzione museale è quello di: *«offrire un punto di riferimento culturale permanente per la comunità locale e facilitare la formazione di una conoscenza del passato per meglio comprendere la società attuale.»*⁹³ Inoltre, il museo è custode di moltissimi beni patrimoniali storici e culturali, in particolar modo di carattere archeologico. Nel corso del suo operato, il MAF ha svolto vari studi e ricerche al fine di implementare la conoscenza sulla storia del Finalese, nonché attività di recupero, restauro e classificazione dei reperti.

In continuo sviluppo, troviamo il progetto del Museo Diffuso del Finale (MUDIF), nato dalla sinergia di una rete di diversi enti pubblici e privati, tra i quali il Comune di Finale, l'Istituto Internazionale di Studi Liguri e le Parrocchie di San Biagio in Finalborgo e Sant'Eusebio a Perti (Diocesi di Savona e Noli). Lo scopo del Museo Diffuso è quello di rendere accessibile, sia di persona che virtualmente, il patrimonio culturale materiale ed immateriale di

⁹³ http://www.museoarcheologicodelfinale.it/pdf/carta_servizi_maf_2022.pdf

Finale Ligure, andando a creare una tipologia di offerta turistica sostenibile, volta a sensibilizzare i fruitori sull'importanza del mantenere intatto ciò che il paesaggio ha da offrire nel suo insieme⁹⁴.

2.4 Aspetti positivi e aspetti negativi

Le iniziative sopra descritte, sia di carattere sportivo che culturale, hanno lo scopo di valorizzare e promuovere il territorio del Finalese. Ciò è possibile grazie alla grande rete di collaborazione che si è creata nel corso del tempo tra i vari attori locali, che siano essi enti pubblici o privati, spinti dalla decisione di voler destagionalizzare il turismo da sempre di carattere prevalentemente balneare, non solo per portare maggior beneficio economico alla comunità, bensì per far conoscere al di fuori del confine regionale il grande patrimonio naturale e storico che il Finalese ha da offrire. Questa sinergia ha portato, con ampio sforzo ed investimenti, a far conoscere Finale Ligure non solo a livello nazionale, ma anche a livello internazionale, con un *trend* in continua crescita.

Sicuramente questa tipologia di turismo, sulla quale si è puntato a partire dagli anni '60, ha portato molti benefici non solo alla città di Finale, ma anche alle realtà confinanti. Incentrare l'offerta sull'*outdoor* ha permesso di creare un turismo di qualità, visto che gli appassionati di questi sport sono persone con capacità di spesa di livello medio-alto. In più è stato possibile iniziare a mettere in atto, come detto, il processo di destagionalizzazione dei flussi di visitatori, in modo da avere lavoro tutto l'anno, organizzando attentamente il calendario delle manifestazioni preoccupandosi di tenere conto delle festività straniere, oltre a quelle nazionali.

Questo processo potrebbe, però, avere anche degli aspetti negativi. Con la necessità di accogliere sempre più visitatori, di offrire più servizi innovativi e di

⁹⁴ <https://www.mudifinale.com/chi-siamo/>

avere maggiori vie di comunicazione, si potrebbe rischiare di cadere nella deturpazione del paesaggio naturale e di aumentare il livello di inquinamento, dovuto per esempio: all'aumento del traffico che comporterebbe congestionamento, alla maggiore richiesta di smaltimento dei rifiuti, ai fumi di scarico delle automobili.

Dal punto di vista economico e lavorativo, si corre il rischio che l'attività turistica, essendo molto redditizia, porti all'abbandono di altre attività meno remunerative. Inoltre, una forte presenza di turisti implica l'innalzamento della richiesta di strutture ricettive e appartamenti da destinare ai visitatori; ciò potrebbe comportare l'aumento spropositato del costo per l'acquisto di terreni e immobili che diventerebbero così inaccessibili. Stesso discorso vale anche per i beni di consumo.

Per evitare queste problematiche è necessario creare un piano strategico *ad hoc*, tenendo in considerazione i bisogni della comunità autoctona, la quale rischia di perdere importanza a favore dei bisogni dei visitatori. Dato che il successo del *brand* di Finale Ligure è stato possibile soprattutto grazie alle meraviglie paesaggistiche che il territorio offre, è fondamentale rispettare la natura ed il paesaggio, educando la popolazione ed i visitatori al rispetto per ciò che li circonda.

Per il futuro, sono previsti ulteriori progetti di promozione studiati al fine di attirare sempre più consistenti flussi turistici durante l'intera annualità. Come anteriormente citato, il lavoro del MUDIF è ancora in costruzione, sono stati fissati eventi sportivi nell'ambito delle attività *outdoor*, con la speranza di poter ampliare i servizi offerti anche nello spazio della ex Piaggio.

Nel prossimo capitolo verrà presentato il percorso più moderno e recente voluto e sviluppato dalla rete di imprese DE.DE Destination Design, che lavora

costantemente gomito a gomito con le realtà sopra citate per raggiungere un risultato molto positivo di valorizzazione del territorio Finalese.

Capitolo Terzo

In questo ultimo capitolo dell'elaborato verrà presentata in dettaglio DE.DE Destination Design, la rete di imprese che ha ottenuto l'appalto per i servizi di sviluppo turistico della destinazione Finale Ligure e che ha ereditato il concept ed il progetto di comunicazione 'Visit Finale' dalla società Studio Bodoni che l'ha preceduta. In particolare, nel primo paragrafo verrà esposto da quali imprese è composta e verranno illustrati alcuni highlights dei lavori svolti; nel secondo si approfondiranno le modalità di come si è occupata di Finale Ligure ed i molteplici progetti che sono stati messi in atto nel primo anno d'appalto; infine, nel terzo, si darà spazio alle proposte per le successive annualità ed alle pianificazioni future.

3.1 Cos'è DE.DE Destination Design?

DE.DE Destination Design⁹⁵ nasce nel 2021 come rete tra tre imprese completamente differenti, ma con lo stesso obiettivo: offrire soluzioni competitive che coprono l'intera filiera del management turistico della destinazione. Ogni impresa gestisce la propria area di competenza e le tre lavorano concordemente.

1. IDEAZIONE⁹⁶ è la prima società della rete non solo per origine, in quanto nasce nel 1996, ma soprattutto poiché si occupa di pianificazione strategica specializzata nell'ambito marketing ed è, dunque, al principio della progettazione turistica di ogni destinazione. All'interno del gruppo si occupa dello sviluppo territoriale, dei piani di marketing, del rapporto con le governance e stakeholders e, infine, dello sviluppo del prodotto.

⁹⁵ <https://destinationdesign.it>

⁹⁶ <https://www.ideazioni srl.it>

2. STUDIOWIKI⁹⁷, nata nel 2012, è un'agenzia di brand strategy che si specializza principalmente nella comunicazione e promozione del territorio. Nel gruppo si occupa del piano di comunicazione, della direzione creativa e *art direction*⁹⁸, dello sviluppo del brand e *brand strategy* del marketing territoriale, della parte *digital strategy* legata al portale, al *content creation* (testi, foto, audio e video - come il *branded content*⁹⁹ che vedremo per Finale nel paragrafo 3.2.6) ed al social media management, nonché delle *media e public relation* con ufficio stampa.

3. ITUR¹⁰⁰, nata nel 2011, è la terza società che si occupa non solo dello sviluppo e gestione diretta di sistemi di informazione e accoglienza turistica, ma anche di piani di promozione e commercializzazione del territorio, gestione di musei, eventi e mostre. Per DE.DE si occupa degli uffici di informazione ed accoglienza turistica (IAT) della località, della gestione museale e didattica ambientale ed infine, in quanto Tour Operator, di booking (*DMS*¹⁰¹) e vendita del prodotto finale.

DE.DE è dunque una *Destination Management Company*¹⁰² completa, nata da un'esigenza del mercato delle destinazioni turistiche molto attuale, che raccoglie tutti i servizi e gli step della filiera della promozione turistica in un solo ente: le tre imprese, infatti, gestiscono sinergicamente le funzioni indispensabili allo

⁹⁷ <https://studiowiki.it/#gref>

⁹⁸ «Il Creative Director sviluppa l'idea per un progetto, gestendone sia gli aspetti creativi che quelli commerciali, mentre l'Art Director si occupa di mettere in pratica l'idea, eseguendone i dettagli e curandone l'estetica sulla base della propria professionalità.» - 'Creative Director: chi è e come diventarlo' <https://www.unicusano.it/blog/>

⁹⁹ Si definisce *branded content* quel contenuto fruibile al pubblico interessante e rilevante per la sua qualità editoriale, di comunicazione di valori e messaggi, con scopo pubblicitario del brand.

¹⁰⁰ <https://itur.it>

¹⁰¹ Si definisce *DMS (Destination Management System)* quel sistema di gestione e promozione dei molteplici servizi turistici offerti

¹⁰² La *DMC* è un'azienda che si occupa dell'organizzazione di servizi logistici per il turismo.

sviluppo dei territori, ossia il marketing, la comunicazione, l'informazione e l'accoglienza turistica, fino alla commercializzazione del prodotto.

Gli obiettivi di DE.DE si basano su un concetto chiave principale della comunicazione: è il territorio che fa la destinazione. La *DMC*, prima di aprire la destinazione al mercato della domanda, deve collaborare e comunicare coi *locals*. La *DMC* non può lavorare da sola, deve ragionare e condividere ogni progetto e proposta con gli operatori e gli *stakeholders* locali (e viceversa) in modo che i risultati e le soluzioni raggiunti siano frutto di una collaborazione che, a questo punto, può avere quella massa sufficiente ad avere un impatto sui canali di comunicazione in maniera organica e quindi sul mercato.

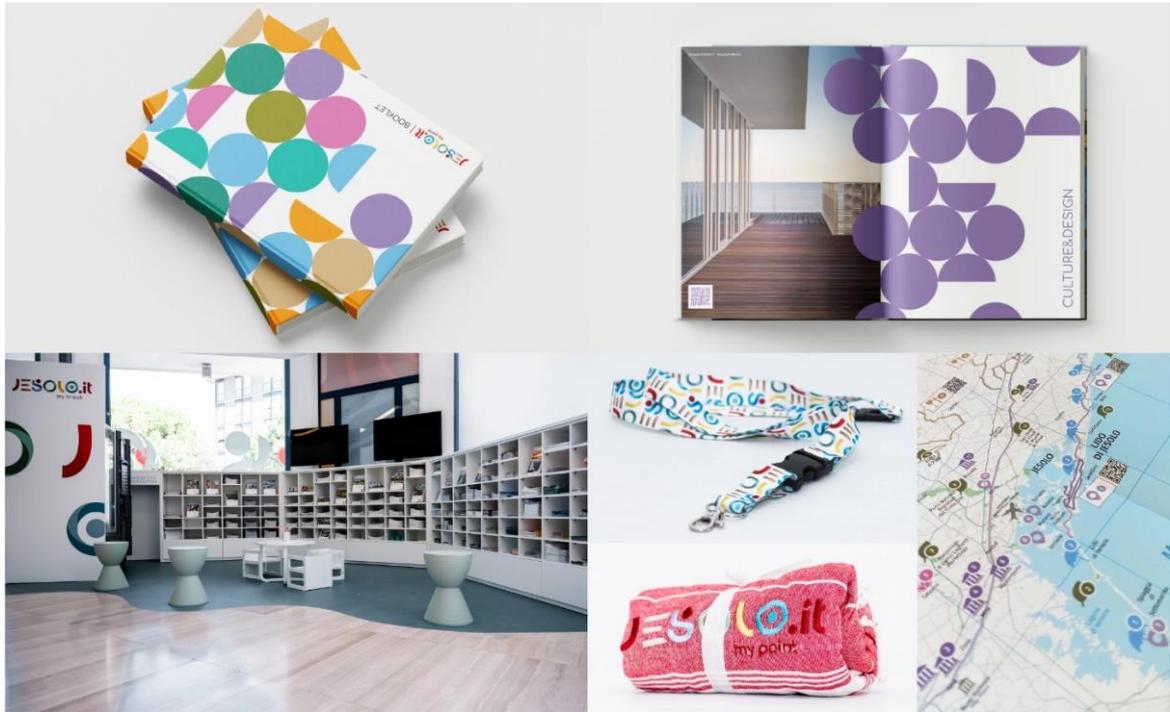
Il *modus operandi* del gruppo segue uno schema ben preciso diviso nelle aree di competenza delle tre imprese che viene via via adeguato con azioni *taylor-made* per ogni destinazione (compresa Finale Ligure).

Tra i progetti migliori di DE.DE, bisogna sicuramente prendere in considerazione i seguenti tre esempi:

- La pianificazione strategica di marketing, comunicazione, promozione e commercializzazione di Jesolo¹⁰³, che ha visto una vera e propria rinascita: principalmente la gestione dello IAT, una nuova identità di marca, un nuovo *pay off*¹⁰⁴, con immagine e logo coordinati e un nuovo portale con creazione di pacchetti ed esperienze inediti in linea col nuovo *brand*, volti a destagionalizzare la località dal classico turismo balneare;

¹⁰³ <https://jesolo.it>

¹⁰⁴ Il *pay off* è lo slogan che viene legato alla marca.



Nuovo branding 'Jesolo.it - my point' – Studiowiki

- L'attività di consulenza e di marketing turistico svolta per il Parco Nazionale del Gran Paradiso¹⁰⁵, che ha previsto la formulazione di un piano strategico di sviluppo turistico ed il supporto e coordinamento di promozione, di eventi e di partecipazione a fiere appartenenti al settore;
- L'ideazione ed elaborazione creativa della campagna di comunicazione ed il concept per 'Matera 2019, Capitale Europea della Cultura'¹⁰⁶, gli spot tv e radio di campagna e lo sviluppo del 'Passaporto di cittadinanza temporanea': un titolo di accesso per l'ingresso a tutte le attività culturali ospitate¹⁰⁷.

¹⁰⁵ <https://www.pngp.it>

¹⁰⁶ <https://www.matera-basilicata2019.it/it/>

¹⁰⁷ «Il billing della campagna principale per Matera 2019 su Italia ed estero è stato pari a circa 2,2 milioni di euro.» <https://destinationdesign.it/chi-siamo/selected-projects/>



Decalogo del cittadino temporaneo

1. Mi impegno ad essere un cittadino temporaneo responsabile
2. Ho cura dei luoghi abitati dalla natura e dall'uomo
3. Leggo le storie e le memorie, attraverso gli occhi di chi le ha vissute
4. Ascolto il suono di quello che vedo, le parole di chi vi abita
5. Guardo e cerco l'anima di questo luogo, la sua comunità
6. Mi nutro dei dialoghi che insieme generiamo
7. Condivido il sapere che questa terra mi insegna
8. Partecipo al suo futuro, consapevole del passato
9. Affido a questo luogo la ricchezza che sono
10. Porto con me il cittadino che sono diventato

Il cittadino temporaneo di Matera 2019

Il Passaporto è lo strumento di cittadinanza, la modalità per far sentire tutte e tutti parte di questo grande laboratorio che è Matera 2019.

A questo è associato intimamente il concetto di **cittadinanza temporanea**, perché l'esperienza vissuta in questo anno a Matera e in Basilicata, divenga una modalità per sentirsi co-costruttori di una nuova idea di comunità: perché il focus non sia più il luogo, ma la comunità che fa rivivere il luogo stesso (questo è l'obiettivo anche di progetti mirati come People Places and Purposes che vuole sovvertire l'idea di centro e periferia).

Per questo abbiamo scritto un **decalogo** che gioca, sempre in positivo, sui sensi e su una nuova percezione dell'abitare i luoghi attraverso la sua comunità, perché tutti siano parte attiva di un processo di rigenerazione delle città e dei territori.

Un modo nuovo per guardare al fenomeno del turismo (spesso percepito come elemento sempre più invasivo e gentrificante) come parametro di una nuova socialità, vissuta sulla capacità di vivere più dinamicamente le continue migrazioni alle quali la vita ci spinge.

Passaporto di cittadinanza temporanea - Matera 2019, Capitale Europea della Cultura

3.2 Finale Ligure: The Perfect Place

Come già menzionato, DE.DE ha ereditato il progetto 'Visit Finale' della destinazione Finale Ligure dai predecessori che hanno inserito come *pay off* 'The Perfect Place'.

Prendendo in considerazione, appunto, il progetto già avviato, il mercato di domanda attuale in cui bisogna posizionarsi ed i macro-obiettivi già valutati dalla destinazione, presenti anche nel bando¹⁰⁸ di concorso per l'appalto dei servizi turistici della cittadina, DE.DE ha elaborato un primo piano strategico

¹⁰⁸ www.comune.finaleligure.sv.it

per Finale Ligure. Questo prevede molteplici argomenti che verranno sintetizzati nei prossimi paragrafi.

3.2.1 Piano strategico

Il piano strategico sviluppato da DE.DE è molto ricco ed ambizioso e racchiude dapprima un'approfondita analisi della dualità turistica di Finale Ligure: mare ed *outdoor*. Entrambe le facce della realtà del Finalese presentano delle criticità, ossia la mancanza di strumenti e di capacità gestionale per rendere più innovative e fresche le due proposte a fronte dei nuovi tipi di turismo (sostenibile, green, eco, ecc.).

In risposta a queste criticità, DE.DE stilla tre macro-obiettivi principali:

1. *«favorire la creazione di un 'ecosistema' sostenibile fatto di territorio, esperienze, ospitalità, prodotti e servizi, che garantisca qualità della vita agli ospiti e ai residenti;*
2. *innovare, diversificare, integrare e rendere accessibile e sostenibile l'offerta turistica puntando alla destagionalizzazione e alla valorizzazione delle risorse locali;*
3. *creare un modello di governance pubblico-privato cui compete l'organizzazione e l'attivazione di progettualità condivise e il perseguimento della vision di destinazione.»¹⁰⁹.*

Questi obiettivi sono poi declinati in strategie:

- di *targeting*, fidelizzando i vecchi mercati esteri – come il DACH¹¹⁰ – e raggiungendone di nuovi;

¹⁰⁹ DE.DE Destination Design – Piano strategico e di comunicazione per il turismo del Finale

¹¹⁰ Con DACH si identifica la zona della Germania, Austria e Svizzera

- di *brand* e posizionamento, servendosi delle particolarità Finalesi e del fattore distintivo del paesaggio culturale, quello competitivo della sostenibilità ed il valore aggiunto del benessere e della qualità della vita;
- di prodotto, consolidando le due aree ‘mare’ ed ‘*outdoor*’ attorno alle quali è costruito il posizionamento sul mercato di Finale Ligure, con al contempo un’ottica di integrazione e diversificazione che dà vita ai primi due club di prodotto (‘Finale Family’ e ‘Finale Slow’);



Il Club di prodotto mira a raccogliere in un unico contenitore prodotti ed esperienze specificamente pensati per il segmento "Family", in cui l'attenzione alle esigenze dei bambini si coniuga con la volontà di vivere una vacanza che preveda esperienze di edutainment che possano coinvolgere l'intero nucleo familiare.

ADERISCI AL CLUB DI PRODOTTO "FINALE FAMILY"

[SCARICA IL MANIFESTO FAMILY >](#)

[COMPILA IL FORM ONLINE >](#)



Il Club di prodotto mira a raccogliere in un unico contenitore prodotti ed esperienze specificamente pensati per il segmento "Slow", facendo leva sulla ricchezza del paesaggio culturale del Finale e sulle progettualità in corso d'opera in materia di natura, cultura ed enogastronomia.

ADERISCI AL CLUB DI PRODOTTO "FINALE SLOW"

[SCARICA IL MANIFESTO SLOW >](#)

[COMPILA IL FORM ONLINE >](#)

Club di Prodotto del Finalese (2022) – Visit Finale Ligure, Area Operatori

- di comunicazione, sviluppando il *concept* per cui Finale Ligure è una località fatta di persone, ponendo il focus sugli operatori ed i *locals*, ma anche sui visitatori ed i turisti.

Al fine di attuarle nel minor tempo possibile, è stato previsto un cronoprogramma dettagliato delle attività di promozione e comunicazione della città. Inoltre, sono state ipotizzate una serie di soluzioni ai problemi sollevati nell’analisi iniziale della destinazione, ad esempio tramite la gestione, manutenzione e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale, la riqualificazione urbana e della viabilità/mobilità interna, il reperimento di nuove risorse e la loro distribuzione, lo sviluppo di nuove progettualità ed al contempo il sostegno a quelle in corso ed, altresì, il recupero creativo dell’Area Piaggio.

3.2.2 Piano di comunicazione

Analogamente al piano strategico, il piano di comunicazione presenta quattro principali macro-obiettivi:

1. Affermare il nuovo *brand* di destinazione nel mercato interno ed esterno;
2. Porre l'attenzione alla collettività ed al suo rapporto col paesaggio, che saranno i due elementi caratterizzanti della comunicazione della destinazione;
3. Comunicare in modalità più completa i prodotti *core* 'mare' ed '*outdoor*';
4. Comunicare l'esperienza 'Finale Ligure' al di là dei singoli prodotti.

Questi obiettivi, uniti ai precedenti, vogliono essere realizzati tramite progetti di comunicazione inediti e moderni, che racchiudono anche i valori del turismo sostenibile. Infatti, l'attività nucleo del primo anno di appalto sarà proprio il progetto creativo di *branded content* che verrà presentato in seguito nel paragrafo 3.2.6.

3.2.3 Storytelling

Attraverso uno storytelling ben studiato, DE.DE vuole comunicare il paesaggio del Finalese e le sue relazioni umane. Con questo scopo e ragionando sul progetto iniziale 'The Perfect Place', la narrativa della destinazione viene segmentata in cinque tematiche principali – NATURA, CULTURA, MARE, GUSTO ed OUTDOOR – in modo anche da facilitare la fruizione del territorio sia online che sul posto.

Collaborando costantemente con gli operatori locali, DE.DE darà rilievo alle relazioni e alla storia delle persone e del paesaggio. Esse si inseriranno nelle cinque tematiche precedentemente citate e queste rappresenteranno singolarmente il concetto dei 'My Perfect Place' (singolo) che, in relazione tra loro, formano il 'The Perfect Place' (l'insieme) originale.

Come già menzionato, questi concetti saranno espressi tramite la messa in atto del progetto di *branded content* (che ha un preciso piano editoriale da seguire).

3.2.4 Media e Public Relation

Per quanto riguarda l'ufficio stampa, DE.DE ha disposto delle linee narrative specifiche per ogni tema presentato precedentemente (ad esempio per il MARE il folklore marinaro dei pescatori ed il Santuario dei Cetacei, per l'OUTDOOR i sentieri in chiave slow, per la CULTURA i borghi in chiave medievale, per la NATURA le falesie e la Pietra di Finale e per il GUSTO le erbe aromatiche).

Nel piano sono menzionate proposte a testate giornalistiche cartacee ed online e dei reportage per la Televisione che sono poi stati in seguito accettati. Infatti, per esempio, Finale Ligure appare online e in onda su TGCOM 24 con le attività *outdoor* ed i suoi sentieri¹¹¹ e con la sua attività di sostenibilità ambientale¹¹².

Infine, viene fortemente voluta l'apertura di canali social (Facebook¹¹³, Instagram¹¹⁴ e YouTube¹¹⁵), annessi al sito principale¹¹⁶, aumentando così la possibilità di raggiungimento di target (storici e nuovi) e di far conoscere la destinazione tramite un contenuto di qualità; perciò, in questo frangente, devono essere sfruttati i nuovi formati di tendenza presenti (reels, *challenge*, quiz e sondaggi, storie in evidenza ecc.). Inoltre, si inserisce un nuovo *hashtag* (#theperfectplace) inventato *ad hoc* per la destinazione e, all'interno delle descrizioni di alcuni post, si utilizzerà al principio della frase 'the perfect place for...' per concepire Finale Ligure come un posto perfetto per tutto e tutti.

¹¹¹ https://www.tgcom24.mediaset.it/viaggi/italia/finale-ligure-passeggiate-e-attivita-outdoor-anche-fuori-stagione_61506691-202302k.shtml

¹¹² https://www.tgcom24.mediaset.it/2022/video/finale-ligure-non-solo-mare_54894230-02k.shtml

¹¹³ https://www.facebook.com/VisitFinaleLigure/?locale=it_IT

¹¹⁴ <https://www.instagram.com/visitfinale/>

¹¹⁵ <https://www.youtube.com/@visitfinaleligure574/featured>

¹¹⁶ <https://visitfinaleligure.it/#>

3.2.5 Digital Strategy

Molto importante all'interno del piano strategico è anche il rinnovo completo tramite interventi di ottimizzazione del portale 'visitfinaleligure.it', che viene adottato come sito ufficiale della destinazione. Saranno inserite nuove sezioni sul portale (area operatori, area stampa e area booking) e verrà implementato il DMS (DMS Feratel deskline 3.0). Successivamente il personale dell'Ufficio Turistico verrà formato all'utilizzo ed al caricamento dei contenuti sul portale.



Prima visione del *brand* - Visit Finale Ligure

3.2.6 Branded Content

Viste le premesse dei precedenti paragrafi, verrà ora presentata l'attività *core* sopra citata, ossia il progetto creativo di *branded content*.

Lo sviluppo di tale lavoro vuole interessare ogni area della comunicazione a 360°, in modo da coprire quanto più pubblico possibile, ed inoltre, con l'alta qualità del prodotto, vuole incuriosire un pubblico storico, ma anche nuovo.

Perciò il progetto creativo prevede l'elaborazione di molteplici contenuti di quattro tipologie diverse: TESTO, FOTO, AUDIO e VIDEO. Questi ultimi saranno tutti rigorosamente collegati da un unico filone generale, ovvero

raccontare le persone e il territorio tramite le loro storie legate alle cinque tematiche anteriormente nominate.

La prima tipologia è, appunto, il testo ed è da ciò che parte tutto: DE.DE decide di fondare un *magazine* online¹¹⁷ inedito per la destinazione ('My Perfect Place') con lo slogan 'raccontaci la tua storia'.

Si tratta di un bimestrale (inizialmente) che racchiude le storie e l'impegno dei finalesi che operano sul territorio e per il suo bene: persone che con il loro lavoro ed il loro passato contribuiscono ogni giorno a renderlo davvero quello che si definisce 'The Perfect Place'. Questo è un modo strategico per l'agenzia ed il pubblico di conoscere il territorio ed il *local*, ma anche per il territorio stesso di raccontarsi, poiché spesso i cittadini non sono consapevoli delle loro origini o di quelle dei loro vicini, poiché conoscendosi si contribuisce a costruire



LA RIVISTA DI FINALE LIGURE

Logo della Rivista 'My Perfect Place'

– Visit Finale Ligure

sappia di cosa si sta parlando: Finale Ligure, una località a cui affezionarsi (dovuto al 'MY').

un'identità più chiara e definita e, quindi, a portare quel messaggio identitario al mondo. È interessante notare come anche nel logo del magazine ci sia una strizzata d'occhio alla comunicazione tramite immagini, infatti 'MY', la 'F' in 'Perfect' e la 'L' in 'Place' sono evidenziate in modo che al fruitore saltino subito all'occhio e

La seconda tipologia è la foto, uno strumento comunicativo molto efficace, soprattutto con l'avvento dei social. Perciò è stato presentato un progetto

¹¹⁷ <https://visitfinaleligure.it/my-perfect-place-la-rivista/>

fotografico professionale, declinato poi in una Mostra fisica temporaneamente ospitata nei chiostri di Santa Caterina, e, in seguito, digitalizzata in una Mostra permanente online¹¹⁸ fruibile attraverso il portale nella sezione dedicata. Il progetto è basato su trenta volti di soggetti finalesi fotografati (rigorosamente in studio) ed interpretati dal fotografo ritrattista Corrado Murlo¹¹⁹, il cui scopo è quello di far percepire il territorio attraverso la pelle, gli occhi ed i volti dei soggetti locali.



Allestimento della Mostra 'Persone' nei chiostri di Santa Caterina - Studiowiki

Ovviamente i trenta ritratti sono divisi nelle cinque tematiche originali (sottolineati dai diversi colori rosso, giallo, rosa, blu e verde acqua), quindi sei ritratti per tematica, ognuno con la propria storia. Le pannellature della Mostra temporanea sono in pvc e, non volendo sprecarle, saranno poi consegnate ad Italia Furlan, un'artigiana del borgo che appare in questa Mostra e crea moda sostenibile, cucendo vestiti utilizzando materiale di riciclo.

¹¹⁸ <https://visitfinaleligure.it/persone-mostra-fotografica/>

¹¹⁹ fotografo ritrattista romano, vincitore del premio Grande Prize al concorso internazionale Celebrations del PDN 2017 - <https://corradowurlo.com/bio>




Città di
Finale Ligure

FINALE LIGURE
the perfect place

LIGURIAN
RIVIERA
LE PUELS DEL CAYONÈS

PERSONE

storie finali

La natura, la cultura,
il mare, il gusto,
l'outdoor.

MOSTRA
FOTOGRAFICA
30 ritratti di
Corrado Murlo
dal 14 giugno
Chiostrì di Santa Caterina
Finale Ligure

 ON LINE SU
visitfinaleligure.it/persone

visitfinaleligure.it

**MY
PERFECT
PLACE**

Locandina Persone – Visit Finale Ligure

La terza tipologia di contenuto è l'audio; DE.DE ha scelto, dunque, di utilizzare uno strumento molto di moda negli ultimi anni: il podcast. Da qui nasce 'Voci', il podcast¹²⁰ in cinque puntate registrato con la partecipazione di Radio Babboleo, che può essere ascoltato direttamente sul portale della cittadina, dove vengono approfondite le storie di cinque dei protagonisti della Mostra 'Persone', un soggetto per tematica.

Infine, con l'ultima tipologia di contenuto, si arriva al fiore all'occhiello di questo progetto creativo di *branded content*. Infatti, DE.DE decide di sviluppare per l'ambito video una webserie di cinque episodi ad uscita settimanale: 'The Perfect Place'¹²¹.

Inizialmente, il materiale risultava infinito, ma si necessitava di un prodotto di breve durata, al fine di mantenere la freschezza, l'immediatezza e permettere al pubblico di conoscere la cittadina senza avere la sensazione di "sprecare il proprio tempo". Infatti, il turista odierno è sempre in movimento e di fretta. Quindi, le riprese sono state girate con squadra ed attrezzatura televisive, macinando ore ed ore di lavoro, poi ridotte a quattro minuti di video circa per episodio. Come per il podcast, gli episodi sono basati sulle cinque tematiche principali e, mostrando alcuni degli scorci più belli della località, approfondiscono la conoscenza del territorio e di alcuni soggetti della Mostra 'Persone'.

¹²⁰ <https://visitfinaleligure.it/i-podcast/>

¹²¹ La prima stagione della serie 'The Perfect Place'
<https://www.youtube.com/watch?v=tCaonQEIRMQ&list=PL62sI59g1KXn5rMN2N8ID7xXTBb654gzL>

**THE
PERFECT
PLACE**
LA SERIE
STAGIONE 1



Logo e *thumbnail* dei cinque episodi della prima stagione di 'The Perfect Place' – Visit Finale Ligure



Locandina Call - Studiowiki

Questo progetto creativo di *branded content* ha mobilitato l'intera cittadina: DE.DE ha lanciato una *call* in stile “*We Want You*” per invitare i cittadini a raccontare la propria storia tramite una locandina su cui appare il link o il codice QR per compilare un *form* che richiede al soggetto di raccontare la propria storia in dieci righe.

Incredibilmente, una volta visti i prodotti del progetto, molti cittadini hanno voluto mettersi in gioco per il bene del proprio territorio, rendendo a DE.DE il lavoro relativamente più facile per i prossimi anni di appalto.

3.3 Finale Ligure: My Perfect Place

Dopo una prima annualità volta a consolidare il sistema di offerta attorno al *brand* di destinazione, ponendo il focus della comunicazione sui concetti di territorio e persone, DE.DE vuole passare ad una attività promo-commerciale più esplicita che ponga al centro i prodotti e che sia rivolta a mercati target consolidati e nuovi, senza però abbandonare le narrative di marca stabili raggiunte.

Nelle successive annualità sono andati rafforzandosi gli obiettivi e le tattiche previsti dal piano strategico e di comunicazione, trasmettendo, altresì, un

messaggio più forte di tutela, sostenibilità e conservazione, nonostante il continuo movimento di innovazione e rinnovamento della destinazione.

Uno dei primi cambiamenti, dopo il primo anno di appalto, è la sostituzione definitiva del *pay off* in ‘My Perfect Place’ che oggi è presente sul portale. Come già detto, il cambio da ‘The’ a ‘My Perfect Place’ rappresenta la sempre più forte connessione tra le persone, che siano esse i *locals* o i visitatori, e il territorio, dando così un senso di intimità e di unione rinnovate grazie anche alle nuove sezioni e *features* del portale.

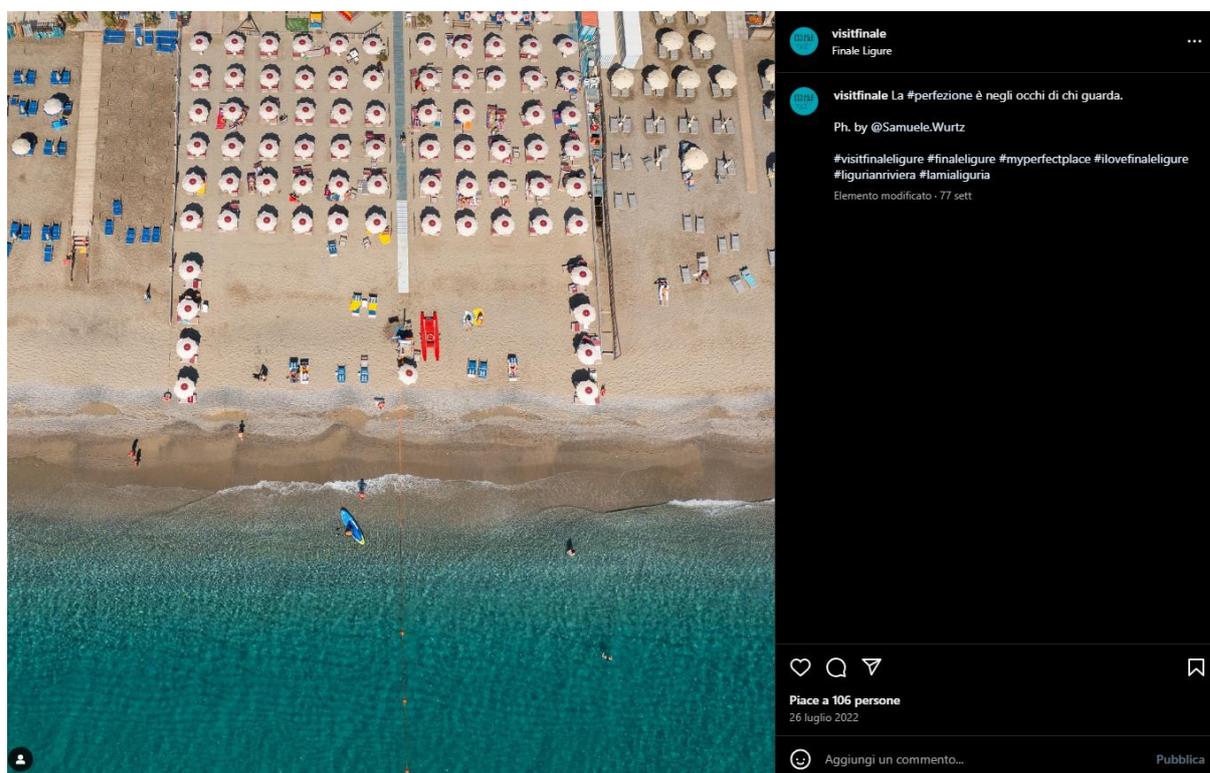
A proposito del portale, una successiva novità è il progetto di traduzione e localizzazione del sito in inglese e tedesco, che lo vedranno interamente monolingue con la possibilità di cambiare idioma in un solo click. Inoltre, per rendere meglio fruibile il sito, sono state inserite una serie di nuove sezioni (tra cui anche la webcam per vedere in diretta alcuni scorci del territorio, quella delle due stagioni della webserie e delle informazioni principali) ed in particolare quattro tematiche nella pagina principale – facenti parte dell’opzione a sé ‘scegli la tua vacanza’ - per categorizzare la scelta a seconda della necessità del visitatore. Queste ultime sono basate sempre sulle cinque tematiche originali e comprendono un mix delle stesse, racchiudendole in prodotti e pacchetti definiti come ACTIVE, SLOW, FAMILY e TRAINING.

Un'altra novità presente nel portale, in una sezione dedicata, è il progetto relativo a un nuovo Club di Prodotto¹²². Si vuole mappare e quindi coinvolgere direttamente quegli operatori legati alla filiera *wedding* (*wedding planner*, *location*, esercizi di ristorazione/catering/pasticceria, strutture ricettive, fotografi, musicisti/dj, animazione, trasporti e noleggi auto o altri mezzi, negozi di oggettistica, fioristi ecc) per avviare un tavolo di lavoro volto alla costituzione del Club di prodotto ‘Finale Wedding’.

¹²² <https://visitfinaleligure.it/wedding/>

Per meglio tracciare i risultati delle annualità, sono previsti anche l'ideazione e la configurazione di un sistema di raccolta dei dati tramite tablet, che saranno posizionati all'interno degli IAT, necessari all'accesso al servizio di valutazione (Progetto DigIAT).

Infine, è stata aumentata la cadenza di uscita della rivista del Finale, che ora viene pubblicata ogni mese, ed è stata implementata la presenza sui social con dirette inedite di alcuni eventi (come la Processione di San Pietro¹²³, elaborato anche in uno special della prima stagione della webserie¹²⁴), sono stati inseriti nuovi *hashtag* correlati come #semprebella e #fattoamano, utilizzati UCG¹²⁵ di spessore, che sono stati ricondivisi sulle piattaforme Facebook e Instagram, e pubblicati post mirati a consolidare il *brand*, a destagionalizzare la località, a riconfermare la connessione intima e personale con essa ed a comunicarne i valori.



Esempio di UCG presente sulla pagina Instagram @visitfinale

¹²³ https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=1702681286736597

¹²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=CC0073ALYQE&t=6s>

¹²⁵ UCG è l'acronimo di *user generated content*, ossia quei contenuti creati dagli utenti.

FINALE LIGURE
the perfect place
is Woman



Esempi di *content* - @visitfinale



Esempi di *content* - @visitfinale

3.3.1 Nuovo Branded Content

In questo paragrafo verranno elencati una serie di progetti che sono stati realizzati o sono in corso di realizzazione da DE.DE per Finale Ligure.

Il primo che viene presentato è un evento: si tratta della partecipazione al Salone internazionale Svizzero delle Vacanze (novembre 2023), dove Finale è presente con uno stand molto coinvolgente, infatti è possibile, durante gli eventi

presentati nel programma, degustare oli e vini tipici e partecipare a dimostrazioni culinarie.

Dopo aver visitato lo stand, è possibile portare via con sé una piantina di erbe aromatiche e l'invito che viene espresso è quello di utilizzarle per riprodurre le ricette locali proposte.



Stand di Finale al Salone – Visit Finale Ligure



FINALE LIGURE *my perfect place*

VISITFINALELIGURE.IT

TASTE AMORE

SALONE INTERNAZIONALE SVIZZERO
DELLE VACANZE - LUGANO

PROGRAMMA

**VENERDÌ 3
NOVEMBRE**
*Evento riservato
ai Buyer*

> **STAND 477**

ORE 16.00

**THE PERFECT PLACE –
SEASON 2 – EPISODE 3**
Presentazione in anteprima
del nuovo episodio "Slow"

ORE 16.30

**GUSTO, PERSONE,
TERRITORIO**
Speech by

Enrico Guala, Resp. Marketing
Finale Outdoor Region (FOR)

Workshop by

Domenico Ruffino
visionario e innovativo
olivicoltore, insignito
dell'*Heroic olive growing
award*, con degustazione
di uno dei migliori oli
extravergine di oliva del mondo

ORE 17.20

**NETWORKING
HAPPY HOUR**

Aperitivo con
specialità e vini locali

A cura di

Catia Lattanzi
Chef *Osteria del Castel
Gavone*
e *Vite in Riviera*

**SABATO 4
NOVEMBRE**
Ingresso libero

ORE 11.00

> **AREA EVENTI**

**GUSTO, PERSONE,
TERRITORIO**

Degustazione di
uno dei migliori oli
extravergine di oliva del mondo
con **Domenico Ruffino**

ORE 11.30

> **AREA EVENTI**

SHOW COOKING

Con degustazione vini tipici
del territorio ligure

A cura di

Catia Lattanzi
Chef *Osteria del Castel
Gavone*
e *Vite in Riviera*

ORE 12.00-12.30

> **AREA CONVEGNI**

Speech by

Enrico Guala, Resp. Marketing
Finale Outdoor Region

**Outdoors through
32.000 years of history.
Finale Ligure, a unique
mix of sport, history
and landscape**

ORE 16.30-17.00

> **AREA CONVEGNI**

Speech by

Chiara Parodi, *Travel Assistant*

Federico Alberto, Founder
e Direttore creativo *Studiowiki*

Finale aperto!

**Viaggi a sorpresa
e destinazioni
(stra)ordinarie**

ORE 17.00

> **STAND 477**

SHOW COOKING

Con degustazione vini tipici
del territorio ligure

A cura di

Catia Lattanzi
Chef *Osteria del Castel
Gavone*
e *Vite in Riviera*

**DOMENICA 5
NOVEMBRE**
Ingresso libero

ORE 11.00

> **AREA EVENTI**

SHOW COOKING

Con degustazione vini tipici
del territorio ligure

A cura di

Catia Lattanzi
Chef *Osteria del Castel
Gavone*
e *Vite in Riviera*

Programma di Finale Ligure al Salone – Visit Finale Ligure



Hashtag dedicato alla partecipazione al Salone – Visit Finale Ligure

Inoltre, questo evento ha una sezione dedicata nel sito¹²⁶ con le fotografie delle erbe aromatiche interattive riportanti le ricette.



Timo
biscotti



Santoreggia
panissa



Salvione
frisceu



Salvia
pesto



Rosmarino
grissini



Maggiorana
bigné salati

Le erbe aromatiche presenti sul sito – Visit Finale Ligure

¹²⁶ <https://visitfinaleligure.it/vacanze-svizzere-2023/>

Anche qui si rinnova l'invito a riprodurle e a condividerle sulle proprie storie su Instagram utilizzando gli *hashtag* #Finaletakeaway #VisitFinaleLigure e la menzione @visitfinale, rendendo così le persone che lo faranno *ambassador* ufficiali di Finale.

La figura di *ambassador*, ingegnoso strumento di comunicazione, è ripresa anche nel seguente progetto che DE.DE ha compiuto: è stata realizzata infatti una seconda stagione della webserie.

Gli episodi della seconda stagione sono tre (TRAINING, FAMILY e SLOW) con uscita bimestrale e hanno l'obiettivo principale di presentare e promuovere i prodotti ed i pacchetti esperienza individuati dall'area marketing. Rispetto alla precedente stagione, c'è stato un *upgrade* notevole: le annotazioni iniziali sono in inglese, in modo da raggiungere un pubblico più ampio, come già detto è molto più incentrato sulla promozione e commercializzazione del prodotto turistico, senza oscurare il territorio e pur essendo gli episodi di durata maggiore, non risultano impegnativi. Si nota inoltre il tentativo di consolidare i target storici e di acquisirne nuovi tramite la comunicazione del prodotto dedicato a tre tipologie principali di turista (gruppi di amici, famiglie e coppie).

**THE
PERFECT
PLACE**
LA SERIE
STAGIONE 2



Logo della Seconda Stagione della webserie 'The Perfect Place' – Visit Finale Ligure

Il primo episodio è riservato all'*outdoor* a 360°, l'esperienza comprende quattro giorni di sport quali trekking, arrampicata, bike enduro e vela.

Il secondo vede una famiglia tedesca (mamma papà e tre figli) cimentarsi in quattro giorni di attività basati sulla caccia al tesoro: la loro guida li accompagna durante le loro visite al Museo Archeologico del Finale, al Parco Natura Asinolla, alle Grotte di Toirano, al Sentiero Blu per fare snorkeling ed altro. Le attività sono strettamente legate al luogo visitato.

Per quanto riguarda il terzo episodio, completamente incentrato sul gusto, una coppia danese si immerge totalmente nella tradizione culinaria del Finalese. In questi quattro giorni cucineranno con vari chef locali e raccoglieranno le erbe aromatiche direttamente dalle zone circostanti. Inoltre, vivranno in prima persona alcune esperienze tradizionali come la raccolta del miele e delle olive.

Alla fine di ogni episodio, il Sindaco (o il Vicesindaco) proclama i protagonisti *ambassador* della tradizione finalese.

Nella sezione dedicata agli episodi¹²⁷, per di più, si possono trovare tutte le attività, con la possibilità di apporre i filtri per categoria, e pronte da acquistare singolarmente o in pacchetti.

Infine, la proposta più recente, con un termine disponibile più lungo per essere completata (tutto il periodo di appalto), è il secondo progetto fotografico ‘#semprebella’, che, come è già stato menzionato, è un *hashtag* in utilizzo da tempo.

Anche questo vedrà una mostra con quaranta foto storiche selezionate e quaranta foto contemporanee dello stesso posto, con le stesse luci e la stessa angolatura realizzate post-prodotte. Questa proposta è ancora in fase di elaborazione, ma è già noto che verrà pubblicizzata tramite quaranta post social.

¹²⁷ <https://visitfinaleligure.it/the-perfect-place-seconda-stagione/>

Conclusioni

Finale Ligure, già nel 2021, riesce a scalare le prime posizioni tra le destinazioni del ponente ligure con ben 271.000 presenze tra visitatori italiani e stranieri e con un periodo di soggiorno di quattro giorni in media¹²⁸. Se l'andamento delle presenze rilevate alla fine del 2022 continuava a mostrare frutti positivi grazie alla incessante campagna promo-commerciale della destinazione, soprattutto nel mercato estero,

Presenze	Provenienza	2019	2022	Variazione
Regione Liguria	Stranieri	2,040,580	1,442,799	-29%
	Italiani	3,269,232	2,372,368	-27%
	Totale	5,309,812	3,815,167	-28%
Provincia SV	Stranieri	310,075	287,183	-7%
	Italiani	1,015,297	811,472	-20%
	Totale	1,325,372	1,098,655	-17%
Finale Ligure	Stranieri	69598	88218	27%
	Italiani	129942	117986	-9%
	Totale	199,540	206,204	3%

Comune	2019	2022	Variazione %
Alassio	239211	152382	-36%
Finale Ligure	129942	117986	-9%
Loano	141462	93898	-34%
Pietra Ligure	83104	52071	-37%

Comune	2019	2022	Variazione
Alassio	48197	41781	-13%
Finale Ligure	69598	88218	27%
Loano	39020	19361	-50%
Pietra Ligure	38108	26575	-30%

Andamento Presenze gennaio – maggio 2019/2022 – Comune di Finale Ligure

i dati ricavati per la cittadina alla chiusura del 2023 parlano chiaro: sono state rilevate un totale di 756.000 presenze da gennaio a settembre, una crescita complessiva del 7% rispetto al 2019, grazie particolarmente all'attrattiva *outdoor* autunnale e ad un dicembre da «*quasi tutto esaurito*»¹²⁹. Il cambiamento nella composizione del mercato turistico del Finalese procede come nel 2022: si riscontra ancora una diminuzione dei turisti italiani (-6,2% rispetto al 2019) ed un ulteriore incremento di quelli stranieri (+36% rispetto al 2019)¹³⁰.

Indubbiamente, si può affermare che le strategie attuate da DE.DE hanno avuto globalmente un risvolto positivo, dai *KPI* relativi alla gestione dei canali social del primo anno (al 21/07/2022) viene rilevata una forte visibilità con 611.877

¹²⁸ <http://turismo.comunefinaleligure.it/it/news/2021/destinazione-finale-ligure-2022-2023>

¹²⁹ <https://visitfinaleligure.it/my-perfect-place-la-rivista/>

¹³⁰ <https://visitfinaleligure.it/my-perfect-place-la-rivista/>

persone raggiunte, anche se è sempre presente un margine di miglioramento, soprattutto relativo alla domanda nazionale.

Nel prossimo futuro il mercato premierà quelle destinazioni che sapranno coniugare un'offerta di qualità ad un contesto sicuro e attento ai concetti di sostenibilità, inclusione e responsabilità. Da ciò scaturirà un aumento dei *competitor* di Finale Ligure, anche e soprattutto in relazione all'offerta *outdoor*, che rischia di erodere il vantaggio competitivo e le quote di mercato acquisite negli ultimi anni dalla destinazione, declinando i concetti di sostenibilità, ecoturismo, turismo green, qualità della vita come pilastri concorrenziali di tutti i segmenti di prodotto della destinazione.

Inoltre, la direzione in cui sta andando Finale Ligure, nel suo piccolo, ma anche tutto il resto del mondo, è indubbia ed è una sola: la valorizzazione della destinazione, la comunicazione e la promo-commercializzazione del prodotto turistico stanno vedendo una fortissima transizione sempre più veloce dovuta alla sempre più forte presenza dell'internet. L'era digitale è ormai arrivata e, spinta anche un po' dall'anno di chiusura dovuto al Covid-19, la destinazione ha la assoluta necessità di reinventarsi in chiave *digital*: nella contenuta realtà di Finale Ligure, sono stati presentati i progetti di *branded content* che stanno seguendo esattamente la tendenza della digitalizzazione dei materiali, dei contenuti e delle esperienze: la webserie, la presenza incessante sui social, il podcast, i progetti fotografici e le proposte di esperienza online non fanno che provare quanto internet ed il mondo della rete siano ormai talmente fondamentali da non poterne essere esenti. Si può prenotare online anche per viaggiare dove poi non troverai né tecnologia né internet, paradosso incredibile. Relativamente alle destinazioni, però, per quanto sia fondamentale ormai la loro digitalizzazione e la loro presenza online, con i siti ed i canali social e l'esperienza delle stesse online, non devono mai dimenticare di guardare indietro

alla loro storia e alle loro tradizioni, perché sono proprio queste che compongono la vera essenza del territorio.

Bibliografia

AIRALDI G., *Genova e Liguria nel Medioevo*, Frilli Editore, 2007

ALATRI P., *L'Europa delle successioni, 1731-1748*, Palermo: Sellerio, 1989.

ASSERETO G., BONGIOVANNI G., *Sotto il felice e dolce dominio della Serenissima Repubblica, L'acquisto del Finale da parte di Genova e la Distinta relazione di Filippo Cattaneo De Marini*, Comune di Finale Ligure, Daner Elio Ferraris Editore, Savona, 2003.

AA.VV., *Archeologia urbana a Finalborgo: 1997-2001*, Finalborgo, 2001.

AA. VV., *La Spagna, Milano ed il Finale: il ruolo del Marchesato finalese tra Medioevo ed Età Moderna*, in *Atti del Convegno*, (Finale Ligure 1991), Centro Storico del Finale, Finale Ligure, 1994.

AZAIS P.A., *Un po' di cronistoria finalese: quello che ho udito, visto, scritto*, Grafiche Riviera, Ceriale, 1970.

BALLARÒ D., GROSSI R., *Finalborgo spazio urbano e proprietà tra Sette e Ottocento*, Istituto Internazionale di Studi Liguri, Finale Ligure, 2001.

BATTILANI P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, 2009.

BAULEO L., *Club di prodotto e altre forme aggregative nel comparto turistico*, 2006.

BCCS, *Relazione sull'attività svolta dal Consiglio Provinciale dell'Economia di Savona durante l'annata 1929*.

BERNABÒ B. L., *Le caverne del Finale*, Bordighera: Istituto di Studi Liguri, Siracusa, 1947.

BERTA G., *La basilica e collegiata di San Biagio*, Finale Ligure, 2003.

BESIO DOMINICI M., *Il paesaggio del Finalese. Alla ricerca dell'identità di un territorio*, Finale Ligure, 2021.

BIANCHI V., *Un edificio feudale del Ponente Ligure: il Palazzo del Carretto a Finalborgo*, Università di Genova - Facoltà di Lettere e Filosofia, A.A 2003/2004.

BINI A., MINUTO E., *La Cappella di Sant'Antonino a Perti (Finale Ligure, SV): un'architettura dimenticata. Analisi conoscitive e progetto conservativo*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Genova, 2023.

BOTTA L. (a cura di), *Storia di Finale*, Savona, Daner, 1997.

BOTTO I., *Chiesa e Convento di Santa Caterina in Finalborgo*, in AA.VV. *Museo di Sant'Agostino Genova*, Firenze, 1984.

BRUSA E, STANGA C., *Defensive Architecture of the Mediterranean*, vol. VII / Marotta, Spallone (eds.), Politecnico di Torino, 2018.

BRUSASCO S., CANNISTRÀ E., MURIALDO G., *Santa Caterina in Finalborgo e gli affreschi della cappella Oliveri*, Sabatelli editore, 1992.

BUONADONNA S., MERCENARO M., *Rosso doge. I dogi della Repubblica di Genova dal 1339 al 1797*, Genova, De Ferrari Editori, 2007.

CAFFARENA F., *Spazio aereo Piaggio. Un secolo di cultura industriale nella città del volo*, Edizioni Il Mulino, Bologna, 2020.

CAFFARENA F., STIACCINI C., *Finale Ligure 1927. Biografia di una città dall'Unità d'Italia al Fascismo*. Edizioni Unicopli, Milano, 2007.

CERVONE P.P., *Augusto Migliorini: l'uomo, il comandante, il politico nella prima biografia del sindaco di Finale più amato*, Edizioni Libreria Cento Fiori, Finale Ligure, 2013.

COLMUTO ZANELLA G., *La provincia di Savona*, in Bona, E., ed., *I castelli della Liguria. Architettura fortificata ligure*, Stringa Editore, Genova, 1972, vol.1.

CONFALONIERI M., *Economia, strategia e management delle aziende di produzione turistica*, Giappichelli, Torino, 2011.

DE.DE Destination Design, *Piano strategico e di comunicazione per il turismo del Finale*

EJARQUE J., *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, 2003.

FOSSATI A., BONORA E., MURIALDO G., *La seconda campagna di scavo nel "Castrum Pertice"*, Finale Ligure (Savona). "Rivista Ingauna Intemelia", 1983.

FRANCH M., *Marketing delle destinazioni turistiche*, Milano, McGraw-Hill, 2010.

GASPARINI M., *La Spagna e il Finale dal 1567 al 1619*, Istituto internazionale di Studi Liguri, Bordighera, 1958.

GAVINELLI D., ZANOLIN G., *Geografia del turismo contemporaneo, Pratiche, narrazioni e luoghi*, Carocci Editore, Pisa, settembre 2021.

GUGLIELMOTTI P., *La Torre dei Diamanti in Castel Gavone. Un esempio di Architettura del Potere nel Finale alla Fine del Quattrocento*, Comune di Finale Ligure, 2002.

IST. STUDI LIGURI, *Le guide Museo archeologico del Finale. Il Paleolitico*, 2004.

LAMBOGLIA N., SILLA G.A., *I monumenti del Finale*, Bordighera, 1951.

LAVAGNA E., *Introduzione geografico economica al finalese*, contenuto nel volume *Il Finalese*, tip. Priamar di Savona, 1970.

MAMBERTO G., *Alfonso II del Carretto principe del sacro romano Impero, Marchese di Finale, Conte di Casteggio*, Finale Ligure, Associazione Emanuele Celesia, 2017.

MAMBERTO G., *La vendita del Marchesato del Finale alla corona di Spagna nel 1602*, Finale Ligure, Associazione Emanuele Celesia, 2014.

MARTINI U. (a cura di), *Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali – metodi, approcci e strumenti*, Mc Graw-Hill Education (Italy) Srl, Milano, 2020

MAROTTA A., SPALLONE R., *Defensive architecture of the mediterraneaneds*, Fortmed, 2018, vol. IX.

MINOLA M., RONCO B., *Castelli e Fortezze della Liguria*, Genova, Edizioni Servizi Editoriali, 2006.

MURIALDO G., BONORA E., *La circolazione monetaria bizantina. Oro, argento e bronzo*. Ibidem.

MURIALDO G. (a cura di), *Finalborgo: una capitale per il Finale, Le guide del Museo archeologico del Finale*, Finale Ligure, 2007.

MURIALDO G., *Un territorio rurale del Finale tra la Preistoria e l'Età Moderna*, Finale Ligure: Istituto Internazionale di Studi Liguri, Savona, 1996.

MURIALDO G. (a cura di), *Perti un territorio rurale nel Finale tra la preistoria e l'età moderna*, IISL, Finale Ligure 1996.

NUTI G., *Del Carretto, Galeotto, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

NUTI G., *Del Carretto, Giorgio, marchese del Finale*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, 1988.

NUTI G., *Enrico II Del Carretto*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 36, Roma, Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 1988.

NUTI G., *Giovanni Del Carretto*, in *Dizionario Biografico degli Italiani*, Volume 36, Roma, 1988.

PEANO CAVASOLA A., *Il Castello di Lancillotto. La storia Europea di Castel Gavone*, Centro storico del Finale, Finale Ligure, 2004.

PECHLANER H., WEIERMAIR K., *Destination management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, T.U.P Touring Editore, Milano, 2000.

PICCINNI G., *I mille anni del Medioevo*, Bruno Mondadori S.p.a., Milano, Nuova edizione 2007.

POZZATI A., *Finalborgo e Forte San Giovanni: un paesaggio fortificato nell'enclave spagnola nel XVII secolo*, contenuto nella rivista *Sustainable mediterranean construction*, Politecnico di Torino, 2019.

PROVERO L., *I marchesi del Carretto: tradizione pubblica, radicamento patrimoniale e ambiti di affermazione politica*, in *Atti e Memorie della Società Savonese di Storia Patria*, n.s. 30, 1994.

SCARRONE M., *Gli Aleramici e gli insediamenti monastici nel Finale*, in *La chiesa e il convento di Santa Caterina in Finalborgo*, Genova, 1982.

SILLA G.A., *Storia del Finale*, Tipografia Priamar, Savona, 1964.

Touring Club Italiano, 1932

VAGGE I., *La diffusione del bioclima mediterraneo in Liguria (Italia Nord Occidentale)*, University of Milan, gennaio 1999.

VERDOGLIA F., *La Guerra di Successione Spagnola*, Chillemi editore, Roma, 2009.

VIGLINO DAVICO M., *Fortezze alla 'moderna' e ingegneri militari del ducato sabauda*, Celid, Torino 2005.

UNWTO, *Survey of Destination Management Organisations*, 2004.

ZANINI A., *Un secolo di turismo in Liguria, Dinamiche, percorsi, attori*, Franco Angeli Editore, Milano, 2012.

Sitografia

- Bilancio demografico mensile anno 2022, su demo.istat.it, ISTAT. (consultato il 16/09/2023);
- Sito ufficiale Comune di Finale Ligure <http://www.comune.finaleligure.sv.it> (consultato il 25/03/2022);
- Sezione Cultura, tradizione, territorio del sito ufficiale del Comune di Finale Ligure <http://www.comunefinaleligure.it/cultura-tradizione/territorio> (consultato il 16/09/2023);
- Sezione Varigotti del sito ufficiale del Comune di Finale Ligure www.comunefinaleligure.it/varigotti (consultato il 16/09/2023);
- Sito ufficiale del MUDIF <https://www.mudifinale.com/chi-siamo/> (consultato il 16/09/2023);
- Sezione aree ex Piaggio nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/archeologia-industriale/aree-piaggio/> (consultato il 16/09/2023);
- Sezione Teatro Aycardi nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/teatri/teatro-aycardi/> (consultato il 01/10/2023);
- Sezione Teatro Sivori nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/teatri/teatro-sivori/> (consultato il 01/10/2023);
- Sezione Castel Gavone nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/castel-gavone/> (consultato il 01/10/2023);

- Sezione Castel San Giovanni nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/castel-san-giovanni/> (consultato il 01/10/2023);
- Sezione Arco di Margherita nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/ponti-e-archi/arco-di-margherita-a-finalmarina/> (consultato il 01/10/2023);
- Sezione Fortezza di Sant'Antonino nel sito del MUDIF <https://www.mudifinale.com/sito-monumento/monumenti/castelli-e-fortificazioni/fortezza-bizantina-di-santantonino/> (consultato il 01/10/2023);
- Sito ufficiale dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/#> (consultato il 07/10/2023);
- Sezione Castelli e Fortezze del sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/cultura/castelli-e-fortezze/> (consultato il 07/10/2023);
- Sezione della rivista 'My Perfect Place' nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/my-perfect-place-la-rivista/> (consultato il 01/07/2023);
- Sezione della rivista 'My Perfect Place' nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/my-perfect-place-la-rivista/> (consultato il 12/01/2024);
- Sezione della Mostra 'Persone' nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/persone-mostra-fotografica/> (consultato il 16/06/2023);
- Sezione del podcast 'Voci' nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/i-podcast/> (consultato il 13/07/2023);

- Sezione ‘Wedding’ nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/wedding/> (consultato il 10/01/2024);
- Sezione del Salone internazionale Svizzero delle Vacanze nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/vacanze-svizzere-2023/> (consultato il 12/10/2023);
- Sezione della webserie ‘The Perfect Place’ nel sito dello IAT di Finale Ligure <https://visitfinaleligure.it/the-perfect-place-seconda-stagione/> (consultato il 23/12/2023);
- Sito ufficiale del fotografo Corrado Murlo <https://corradowurlo.com/bio> (consultato il 16/06/2023);
- Sezione Convento Santa Caterina nel sito del MAF <http://www.museoarcheologicodelfinale.it/visita/il-complesso-conventuale-santa-caterina> (consultato il 09/10/2023);
- La Carta dei Servizi del Museo Archeologico del Finale http://www.museoarcheologicodelfinale.it/pdf/carta_servizi_maf_2022.pdf (consultato il 09/10/2023);
- Sezione FOR YOU CARD del sito del Consorzio FOR <https://www.finaleoutdoor.com/it/experience/sentieri-e-falesie-al-top-acquista-la-for-you-card#/esperienze> (consultato il 16/01/2024);
- ‘Finale ‘68’ di Gabriele Canu <https://www.planetmountain.com/it/notizie/alpinismo/finale-68-online-film-sui-pionieri-arrampicata-finale-ligure.html> (consultato il 05/01/2024);
- La Telefonata – Podcast <https://www.youtube.com/watch?v=Y8wwpRmXnfo&t=25s> (consultato il 16/01/2024);

- Sito ufficiale di DE.DE <https://destinationdesign.it> (consultato il 22/08/2022);
- Sito ufficiale di Ideazione <https://www.ideazione.it> (consultato il 22/08/2022);
- Sito ufficiale di Studiowiki <https://studiowiki.it/#gref> (consultato il 22/08/2022);
- Sito ufficiale di Itur <https://itur.it> (consultato il 22/08/2022);
- Sito ufficiale dello IAT di Jesolo <https://jesolo.it> (consultato il 14/09/2023);
- Sito ufficiale del Parco Nazionale Gran Paradiso <https://www.pngp.it> (consultato il 25/09/2023);
- Sito ufficiale di Matera 2019 Capitale Europea della Cultura <https://www.matera-basilicata2019.it/it/> (consultato il 24/08/2022);
- Sezione Progetti nel sito di DE.DE <https://destinationdesign.it/chiamo/selected-projects/> (consultato il 07/10/2023);
- ‘Creative Director: chi è e come diventarlo’ <https://www.unicusano.it/blog/> (consultato il 22/08/2022);
- ‘Finale Ligure: passeggiate e attività outdoor anche fuori stagione’ https://www.tgcom24.mediaset.it/viaggi/italia/finale-ligure-passeggiate-e-attivita-outdoor-anche-fuori-stagione_61506691-202302k.shtml (consultato il 09/01/2024);
- ‘Finale Ligure: non solo mare’ https://www.tgcom24.mediaset.it/2022/video/finale-ligure-non-solo-mare_54894230-02k.shtml (consultato il 09/01/2024);
- Profilo/Pagina Facebook ufficiale di ‘Visit Finale’ https://www.facebook.com/VisitFinaleLigure/?locale=it_IT (consultato il 09/01/2024);

- Account Instagram ufficiale di ‘Visit Finale’
<https://www.instagram.com/visitfinale/> (consultato il 07/10/2023);
- Canale YouTube ufficiale di ‘Visit Finale’
<https://www.youtube.com/@visitfinaleligure574/featured> (consultato il 13/12/2023);
- Prima stagione webserie ‘The Perfect Place’
<https://www.youtube.com/watch?v=tCaonQEIRMQ&list=PL62sI59g1KXn5rMN2N8ID7xXTBb654gzL> (consultato il 15/08/2023);
- Live della Processione di San Pietro
https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=1702681286736597 (consultato il 18/10/2022);
- Speciale della webserie sulla Processione di San Pietro
<https://www.youtube.com/watch?v=CC0073ALYQE&t=6s> (consultato il 18/10/2022);
- ‘Destinazione Finale Ligure 2022-2023’
<http://turismo.comunefinaleligure.it/it/news/2021/destinazione-finale-ligure-2022-2023> (consultato il 09/01/2024).

Ringraziamenti

Oggi si conclude definitivamente la mia carriera universitaria, dopo una Triennale piena di gioie e rimpianti ed un inizio di un'altra Magistrale non portata a termine. Ho passato momenti davvero demotivanti, in cui avevo proprio perso la speranza e mi sentivo un fallimento, ma tutto ciò mi ha portato a questo giorno: la conclusione di un percorso che non pensavo nemmeno di iniziare, dopo la delusione del primo, e che ha portato con sé tante belle persone, emozioni ed avvenimenti.

Innanzitutto, è un piacere per me ringraziare il Professor Caffarena, che mi ha sostenuto nella realizzazione di questo elaborato in maniera sublime, estinguendo in parte le discutibili esperienze pregresse con i Relatori: la Sua fiducia riposta in me ha fatto sì che potessi essere ora qui davanti a voi, Le sono grata. È doveroso ringraziare anche il Professor Spinelli non solo per aver accettato di buon grado il ruolo di Correlatore per la mia dissertazione e la sua sempre presente gentilezza: probabilmente inconsciamente, egli mi ha spronato a dare tutta me stessa in questo percorso in quanto il suo esame è stato uno dei primi che ho passato e, per quanto mi riguarda, uno dei pilastri alla base di questo corso. Mi ero impegnata talmente tanto che riuscire ad essere promossa al primo tentativo è stato per me un trampolino di lancio per investire il 200% su questa Magistrale.

Inoltre, voglio ringraziare infinitamente Federico Alberto (Founding Partner e Direttore Creativo di Studiowiki) e Stefano Schiappapietra (Direttore del Consorzio per la Promozione Turistica e la Tutela del Territorio Finalese) per il prezioso tempo che mi hanno dedicato e per la collaborazione nel fornirmi

alcuni spunti e informazioni. È stato un vero piacere conoscere queste persone ambiziose con grandi obiettivi, capaci di rendere Finale Ligure una destinazione turistica degna di nota. La loro enorme positività, energia e voglia di fare le conservo come un tesoro che porterò sempre con me.

Infine, non per importanza, voglio ringraziare tutta la mia famiglia, il mio compagno, i parenti e gli amici: senza di voi, nulla sarebbe possibile.