



HAL
open science

L'iniziativa “case a un euro” contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione?

Margot Delon, Teresa Graziano

► To cite this version:

Margot Delon, Teresa Graziano. L'iniziativa “case a un euro” contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione?. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2023, 4 (6 (1)), 10.36253/bsgi-7464 . halshs-04448623

HAL Id: halshs-04448623

<https://shs.hal.science/halshs-04448623>

Submitted on 9 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



L’iniziativa “case a un euro” contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione?

“One-euro Houses” Initiative against Territorial Marginality in Italy: Commodification or Revitalization?

Margot Delon¹, Teresa Graziano²

¹ CNRS-Université de Nantes, France

² Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente, Università di Catania, Italia

E-mail: margot.delon@univ-nantes.fr; teresa.graziano@unict.it

This article has been accepted for publication and undergone full peer review but has not been through the copyediting, typesetting, pagination and proofreading process, which may lead to differences between this version and the Version of Record.

Questo articolo è stato accettato per la pubblicazione e ha completato l’intero processo di revisione da parte di esperti, ma non ha ancora attraversato le fasi di preparazione per la stampa, impaginazione, numerazione delle pagine e correzione di bozze, il che potrebbe comportare differenze tra questa versione e la versione definitiva.

Accepted: 2023-11-23 | DOI: 10.36253/bsgi-7464

Please cite this article as:

Delon, M., Graziano, T. (2023). L’iniziativa “case a un euro” contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione? *Bollettino della Società Geografica Italiana*, Just Accepted.

L’iniziativa “case a un euro” contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione?

“One-euro Houses” Initiative against Territorial Marginality in Italy: Commodification or Revitalization?

MARGOT DELON¹, TERESA GRAZIANO²

¹*CNRS-Université de Nantes, France*

²*Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente, Università di Catania, Italia*

E-mail: margot.delon@univ-nantes.fr; teresa.graziano@unict.it

Abstract. The work critically explores a recently-emerged strategy of territorial regeneration for small towns at risk of depopulation in Italy, “One-euro houses”. Situated at the intersection between rural gentrification and the researches on real estate capitalism, the analysis is based on a place-based case-study in Troina, Sicily, to understand if the initiative supports socio-economic regeneration in small villages and/or marginal areas or, on the contrary, it fosters commodification/financialization of the real estate market as well as extractive dynamics. So, the paper scrutinizes how the local coalition of public and private actors mobilizes the initiative to deal with the challenges of the local development, thus highlighting the mismatch between their perception and the critical views of the academic and cultural debate.

Keywords: commodification, real estate, marginal areas, gentrification, Sicily, Troina

Riassunto. Il contributo esplora criticamente una strategia di rivalorizzazione territoriale di paesi in via di spopolamento molto in voga negli ultimi anni in Italia, “Case a un euro”. Ponendosi all’intersezione teorica tra la gentrificazione rurale e le ricerche sul capitalismo immobiliare, l’indagine si basa su uno studio di caso localizzato a Troina, in Sicilia, per comprendere se l’iniziativa agisce da volano per la rigenerazione socioeconomica di piccoli comuni e/o aree marginali o, se al contrario, alimenta forme di mercificazione/finanziarizzazione del mercato immobiliare e l’attivazione di logiche estrattive. Il lavoro esplora in profondità come, nel caso analizzato, la coalizione di attori pubblici e privati locali si sia appropriata del dispositivo per affrontare la sfida dello sviluppo locale, evidenziando lo scollamento tra la loro percezione e le numerose posture critiche che invece emergono nel dibattito culturale e accademico.

Parole chiave: mercificazione, patrimonio immobiliare, aree marginali, gentrification, Sicilia, Troina

1. Introduzione.

Nel centro storico di Troina è presente un enorme patrimonio immobiliare che aspetta di essere ristrutturato e abitato. Attraverso il progetto “Case a 1 euro” si vogliono cedere ad un prezzo simbolico le case disabitate allo scopo di rivitalizzare e ripopolare gli antichi quartieri del borgo medievale (www.housetroina.it).

Patrimonio immobiliare, rivitalizzazione e ripopolamento, borgo: sono queste le parole chiave che condensano gli obiettivi di un’iniziativa, “Case a un euro” (C1E), veicolata come strategia di rivitalizzazione di paesi in via di spopolamento in Italia che attualmente riguarderebbe una settantina di piccoli comuni, secondo il portale “case a un euro” (www.case1euro.it) attivo dal 2014. L’iniziativa non è nuova né squisitamente italiana: il *The Dollar House Program*, lanciato nel 1973 a Wilmington, Baltimora e Philadelphia e ripreso nel 1974 dal governo federale nell’ambito dell’*Urban Homesteading Demonstration Program* (Blackburn, Millman, Schnare 1981), è un programma contro il declino postindustriale delle *inner cities* nordamericane, a cui si imputa l’avvio di dinamiche di gentrification residenziale.

Concepita per la prima volta in Italia nel 2008 a Salemi, in provincia di Trapani, l’idea di vendere le case “al prezzo di un caffè”¹ ottiene un grande clamore mediatico. Al netto dell’effettiva efficacia, C1E ricorre negli ultimi anni come dispositivo-mantra dal Nord al Sud Italia, alimentando una galassia discorsiva ubiquitaria. Nella visione dei promotori locali, l’investimento eterodiretto nel patrimonio immobiliare agisce da catalizzatore di nuovi flussi di persone e capitali che possono invertire la rotta dello spopolamento; per i potenziali acquirenti, la costellazione di narrazioni si nutre di un immaginario esotizzato dell’Italia “autentica”, dipinta come culla della dolce vita, del buon cibo e di comunità coese².

Se a Salemi si incaglia in meccanismi burocratici, è a Sambuca di Sicilia che nel 2019 l’idea di vendere a un euro gli immobili di proprietà comunale³ raggiunge la ribalta mediatica internazionale grazie alla CNN⁴. Sono infatti i media a innescare il cosiddetto effetto *booster* (Brown-Saracino, Rumpf 2011; Hyde 2014): dal *New York Times* and *The Guardian*, fino al reality show *Vado a vivere in Sicilia (My Big Italian Adventure)* trasmesso nel 2020 su HGTV, questa stampa internazionale *lifestyle* svolge un ruolo decisivo nella (ri)costruzione degli immaginari e nell’orientamento degli investimenti (Hayes 2018).

Negli ultimi anni, a fronte del progressivo impoverimento socio-demografico che colpisce numerosi territori italiani e delle connesse politiche di coesione territoriale (su tutte, la SNAI⁵), C1E è più volte

¹ L’acquisto di case a 1 euro è spesso paragonato, nella stampa internazionale, a quello di un caffè o un gelato. Si veda, per esempio, il sommario dell’articolo *For sale at one euro: a house in an idyllic Sicilian village, Council in Gangi selling off around 20 homes for the price of a cup of coffee in the hope of attracting new life to hilltop community*, <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/italy/11016777/For-sale-at-one-euro-a-house-in-an-idyllic-Sicilian-village.html>

² Un acquirente di C1E a Sambuca dichiara: “I also learned what Italian lifestyle is. It’s about living life, not going at a hundred miles an hour like we do in the States. It’s enjoying tranquility, taking time to relax and not always be worried about work. It’s simply the best of all worlds.”, <https://edition.cnn.com/travel/article/little-america-italy-sambuca-sicily/index.html>

³ Sia nel caso salemino che a Sambuca gli immobili sono di proprietà comunale, in quest’ultima cittadina perché all’indomani del terremoto del Belice una norma concede ai proprietari di immobili distrutti o sinistrati un finanziamento per ricollocarsi fuori dal centro storico a patto di cedere il rudere al comune. In entrambi i casi gli immobili comunali possono essere venduti all’asta al minimo catastale, non effettivamente a 1 euro, perché altrimenti si configura danno erariale (Ferreri, 2022).

⁴ <https://edition.cnn.com/travel/article/one-dollar-home-sambuca-sicily-italy/index.html>

⁵ La SNAI – Strategia Nazionale per le aree interne è una politica di coesione territoriale finalizzata a invertire i trend di spopolamento nelle aree interne italiane, la cui marginalità è stata calcolata sulla base dell’accessibilità ai servizi di base nella sanità, educazione e trasporti (<https://www.agenziacoesione.gov.it/strategia-nazionale-aree-interne/>).

mobilitata come strategia anti-spopolamento contro il “circolo del declino” che attanaglia diversi piccoli comuni, più accentuato nel Mezzogiorno⁶.

Dinnanzi all’intreccio di dinamiche transcalari, in cui si coniugano flussi di capitali e persone alla scala globale e la loro territorializzazione in contesti iper-locali, C1E è emblematica di processi geo-economici che convergono verso un nodo teorico-operazionale che il contributo tenta di dirimere, in bilico tra la rivalorizzazione socio-economica e il ripopolamento da un lato e, dall’altro, la mercificazione/finanziarizzazione del mercato immobiliare e l’attivazione di logiche estrattive. Ponendosi all’intersezione teorica tra la gentrification rurale e gli studi sul capitalismo immobiliare, il lavoro si basa sull’analisi dell’iniziativa in un contesto specifico: Troina, piccolo comune della provincia di Enna che nel 2014 lancia una piattaforma online per promuovere C1E, gestita dal 2021 da una startup finanziata per il primo anno da fondi comunali.

La ricerca evidenzia come una coalizione di attori pubblici e privati locali si sia appropriata del dispositivo per affrontare la sfida dello sviluppo economico locale, territorializzandolo localmente, e sottolineando lo scollamento tra la percezione degli *insider* e le numerose posture critiche che invece emergono nel dibattito culturale e accademico⁷. Dopo una sezione di inquadramento teorico, che valuta il caso di studio alla luce di processi e dinamiche globali, e una metodologica, la seconda parte si focalizza sull’analisi delle interviste per approdare alle considerazioni finali.

2. Nuove frontiere della gentrification e del capitalismo immobiliare?

La mercificazione delle proprietà immobiliari in ambito urbano, nelle sue diverse declinazioni scalari e sub-settoriali, ha ottenuto grande enfasi negli ultimi anni come oggetto di indagine (Gaudreau 2020): dalla finanziarizzazione del mercato immobiliare al ruolo pervasivo delle piattaforme nel turismo urbano, dalle tendenze speculative ed estrattive della rendita alla trasformazione materiale e simbolica degli spazi per effetto di capitali eterodiretti e flussi di mobilità, in generale tutti processi ascrivibili alla gentrification (Hoffman, Heisler 2020; Cocola-Gant et al. 2021). La migrazione della gentrification – sia come processo che come paradigma interpretativo – ha indotto gli studiosi a soffermarsi sulla sua dimensione globale, intesa come diffusione ubiquitaria del fenomeno, ma anche transnazionale, studiando per esempio la circolazione dei *gentrifiers* da un contesto nazionale a un altro (Hayes, Zaban 2020; Jover, Díaz-Parra 2020); fino a interrogarsi sulla sua effettiva efficacia in contesti storico-geografici e sociali differenziati (Aalbers, Haila 2018; Tulumello, Allegretti 2021; Graziano 2022). A fronte di una *gentrification going global* (Lees et al. 2015), infatti, è stata ribadita la necessità di valutare se e come questi processi sono rinvenibili in contesti differenti, nel Sud Europa, nel Sud Globale o nelle aree rurali (Maloutas 2018; Pfirsch, Semi 2016; Phillips 2018), mettendone addirittura in dubbio la valenza come framework concettuale nell’attimo in cui il concetto migra dal suo *core* etimologico di matrice anglosassone a quelle che Baptista (2013) definisce le *borderlands* della teoria urbana.

Negli ultimi anni, l’estrazione della rendita per i singoli individui nei contesti urbani si è assottigliata a fronte della crescente saturazione dei mercati immobiliari, fagocitati da grossi gruppi di investimento e/o speculativi, dalla professionalizzazione del settore e dalla connessa concentrazione delle proprietà o del diritto di gestione per effetto della *platformization* del mercato turistico (Cocola-Gant et al. 2021a). Sebbene ancor oggi le città risultino altamente attrattive per i flussi ingenti di investimenti immobiliari, il fronte della gentrification, spesso trainato dal capitalismo delle piattaforme, avanza verso altre direzioni e nuovi mercati come le aree rurali e la montagna (Capineri, Romano 2021; Nelson, Hines 2018; Celata 2019). In questi contesti non-urbani i *new-comers* attivano forme di mobilità transitoria da e per la città – *come and go*, secondo Phillips (2008) – e spesso

⁶ Secondo il rapporto Istat “Migrazioni interne e internazionali della popolazione residente - anno 2021”, dal 2012 al 2021 il Sud ha perso 525mila residenti.

⁷ Si fa riferimento al dibattito, illustrato nel par. 2 del presente articolo, coagulatosi intorno a studiosi come, tra gli altri, Vito Teti, Domenico Cersosimo, Filippo Barbera, Lucia Bindi e all’associazione Riabitare l’Italia (www.riabitarelitalia.it).

alimentano profondi cambiamenti nelle dinamiche relazionali locali derivanti dall'estetizzazione dei paesaggi rurali, come ampiamente dimostrato nella campagna inglese o nordamericana (Phillips 2018) e, più recentemente, anche in Italia (Pettenati 2020).

Considerato per decenni l'“Altro negletto” degli studi sulla gentrificazione, recentemente si è registrato un maggiore interesse per il rurale (Phillips, Smith 2018), sebbene alcuni studi mettano in dubbio l'efficacia del paradigma nel contesto rurale, tanto che Smith and Phillips (2001, 457) coniano il termine *rural greentrification* per enfatizzare questa narrazione “green, anti-urbana” al fine di attirare forme di migrazione verso le aree rurali. La rilevanza delle differenze contestuali d'altra parte non riguarda la sola dialettica urbano/rurale, ma la stessa dimensione rurale in sé, le cui differenziazioni interne e le diverse scale paesistiche rendono il processo molto più complesso. Quello che secondo Nelson et al. (2015) accomuna le diverse sfumature di gentrificazione rurale è la connessione dei *rural gentrifier* a processi e dinamiche locali: avendo beneficiato di un'accumulazione di capitale globalizzato da cui discende un preciso posizionamento sociale, i *rural gentrifier* si inseriscono in un sistema prodotto dalle relazioni con e all'interno dell'economia globalizzata. La gentrificazione rurale nelle “amenity areas” si innesca grazie al surplus di capitale sedimentato nel corso di carriere nel terziario globale e con una forte caratterizzazione urbana, da cui proverrebbero flussi di capitale esogeno (Nelson et al. 2015).

Queste dinamiche di espansione del capitalismo immobiliare (Gainsforth 2019) potrebbero dunque trovare un nuovo terreno fertile in contesti finora esclusi dai grandi investimenti immobiliari/turistici anche in Italia, come appunto le aree considerate “marginali”, molto distanti, in termini di immaginari territoriali, da casi ormai consolidati come il *Chiantishire* (Marengo 2020), in cui sono approdati ricchi *expats* britannici.

È su questi piccoli comuni, i cui centri storici sono stati progressivamente abbandonati sia per scelte residenziali più coerenti con esigenze moderne di vivibilità, a margine della città antica, sia per effetto dei trend generali di emigrazione, che si è concentrata molta retorica in epoca post-pandemica: la narrazione di un “ritorno ai borghi” (Graziano 2021) confluisce in iniziative di marketing territoriale che funzionano come strumento di valorizzazione della destinazione, accreditamento economico, orientamento degli *arbitrages* degli investimenti (Hayes 2018): si pensi, per esempio, al riconoscimento “Il borgo più bello d'Italia”.

In questi contesti, inoltre, emerge con maggiore evidenza il *laissez-faire* dell'attore pubblico che, a partire dalle politiche di austerità di fine anni Duemila, ha deregolamentato, delegato o diminuito enormemente la propria funzione, a fronte di un ruolo sempre più pervasivo del privato in tema di riqualificazione urbana. In particolare, nei piccoli comuni, prima ancora della loro valorizzazione, è la gestione e manutenzione ordinaria del patrimonio immobiliare del centro storico a far emergere numerose questioni irrisolte, a causa di alloggi di proprietari privati non sempre rintracciabili o esito di frammentazioni ereditarie. È in questo quadro che si inserisce l'iniziativa CIE, certamente non l'unico tentativo di valorizzazione immobiliare (si pensi, per esempio, agli alberghi diffusi) che, però, a fronte di attori locali entusiasti, solleva le critiche di numerosi studiosi. Per Cersosimo e Teti (2021),

Vendere la casa “a un euro” significa dimenticare tutta la storia del costruire e dell'abitare, umiliare il lavoro “morto” cristallizzato nelle mura e nei pavimenti, i sacrifici dei tanti che per la casa sono andati all'estero, subito privazioni materiali e sentimentali per decenni lontani dalle famiglie e dalle comunità di origine. Vendere una casa “a un euro” è sotto il profilo simbolico svendere memoria comunitaria, svalutare il costruito familiare e sociale incorporato in ogni singola casa, svalutare le case dei “restanti”, dei residenti che hanno continuato a vivere nel paese, a curare e mantenere le loro abitazioni e il vicolo, gli infissi e gli alberi, le facciate e gli affetti, il tetto e le relazioni di vicinato.

A questa postura critica se ne affiancano altre, come quella di Bindi (2021) o Rizzo (2020) che accusa tali operazioni di restyling di allinearsi a un “marketing dell'abbandono” che edulcora la marginalità, rendendola *cool*, come evidenziato anche dagli autori di *Contro i borghi* (Barbera et al. 2022). Eppure, Ferreri (2022, 16) ricorda che “se anche in molti casi l'iniziativa ‘case a 1€’ si è tradotta in una

svendita del paese o in un'operazione 'povera' di pura cosmesi esteriore, non è detto che, a certe condizioni, da accertare caso per caso, essa non possa riattivare 'energie di futuro' in connessione con i giacimenti di valore dei singoli territori".

In questa prospettiva, dunque, diventa cruciale valutare se e come le dinamiche di mercificazione ed estrazione della rendita si territorializzano localmente in un piccolo comune in via di spopolamento, localizzato in un'area formalmente identificata come "marginale" dalla SNAI e a sua volta appartenente a una macro-regione, come quella sudeuropea, che rappresenta un campo di indagine molto dibattuto negli studi sulla gentrification.

Nel tentativo di tracciare un affondo empirico partendo dalla specificità dei luoghi, per valutarne gli allineamenti e i disallineamenti rispetto alle retoriche (e alle anti-retoriche), nel presente articolo si esplora come CIE è stata mobilitata dalla coalizione di attori locali e percepita dagli acquirenti a Troina (EN).

3. L'area di studio e l'indagine empirica

Troina (figg. 1, 2, 3, 4) ha registrato, come numerosi altri paesi dell'entroterra della provincia di Enna, tassi di emigrazione consistenti⁸ e un tasso di disoccupazione del 23,50% in linea con quello dell'intera provincia ma ben al di sopra della media nazionale del 13,12%⁹.

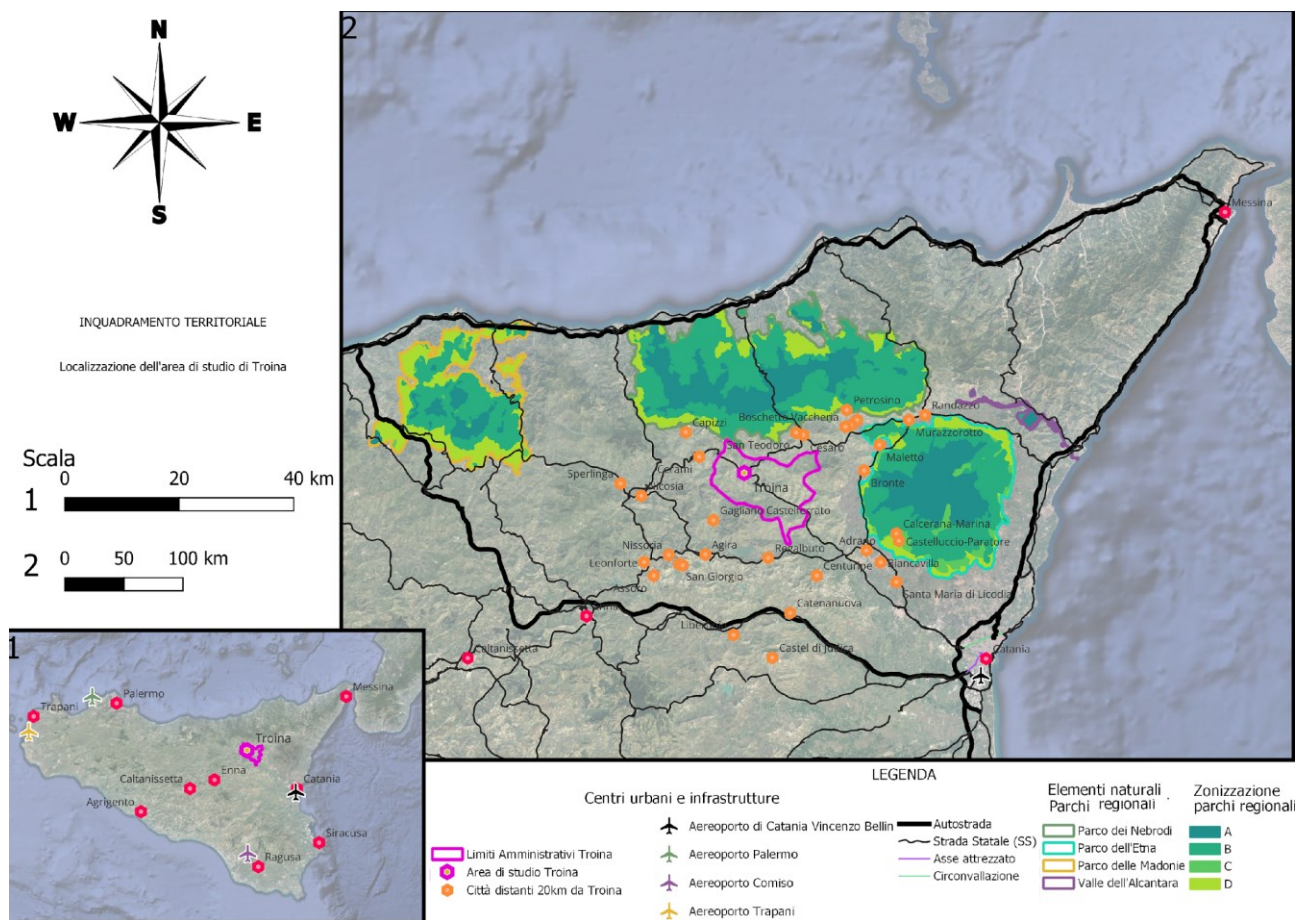


Figura 1. Localizzazione di Troina. Fonte: Giuffrida 2023.

⁸ I residenti sono passati da 14.075 del 1951 a 9.310 nel 2016 e a 8.917 nel 2020, con un ulteriore decremento a 8.518 nel 2023 (fonte: ISTAT, www.istat.it).

⁹ Dati ISTAT estrapolati da www.infodata.ilsole24ore.com

Nel corso degli ultimi anni la governance locale¹⁰ ha avviato una serie di interventi mobilitando un repertorio variegato di finanziamenti nazionali ed europei, stanziando fondi per nuove attività imprenditoriali e per l’acquisto di un immobile per 60 giovani coppie in centro storico, oltre all’allestimento di un museo dedicato al fotoreporter Robert Capa e diversi percorsi ecoturistici, che hanno valso il riconoscimento nel 2019 di “Borgo più bello d’Italia”¹¹.



Figura 2. Uno scorcio di Troina, l’Etna sullo sfondo. Fonte: Margot Delon 2022.

¹⁰ Nella fase finale di stesura del presente articolo, la composizione del governo locale è cambiata per scadenza naturale di mandato, ma il nuovo sindaco eletto a maggio 2023 è stato fortemente sostenuto dall’amministrazione precedente, in cui era vice-sindaco, a testimonianza dell’ampio consenso locale. Nel presente articolo con “sindaco” ci si riferisce al primo cittadino in carica fino a maggio 2023.

¹¹ <https://focusicilia.it/troina-dalla-mafia-rurale-ai-milioni-dellue-e-con-un-sindaco-virtuoso/>



Figura 3. I quartieri di nuova costruzione. Fonte: Teresa Graziano 2022.

In questo contesto si inserisce l’iniziativa C1E, lanciata ufficialmente nel 2014 ma effettivamente operativa a partire dal 2021 con la costituzione di una startup (www.housetroina.it) che, nel portale ufficiale, dichiara di “promuovere investimenti stranieri, e non, nel nostro territorio”. Anche a Troina il ruolo della stampa internazionale è decisivo: dopo un servizio della CNN nel 2021 il portale riceve più di 16.000 richieste di informazioni. A fronte di questa attrattiva mediatica, a fine 2022 solo 4 transazioni immobiliari si sono concluse, di cui due a un euro e altre due del mercato immobiliare “tradizionale”, a cui però gli acquirenti sono approdati passando attraverso la piattaforma.



Figura 4. Un vicolo del centro storico. Fonte: Teresa Graziano 2022.

3.1. Note metodologiche

Dopo una prima ricognizione di fonti secondarie online sul fenomeno C1E e l'individuazione dello studio di caso, a partire da gennaio 2022 è stata condotta un'analisi su fonti multi-mediali specifiche sull'iniziativa lanciata a Troina. A marzo 2022 è stata avviata una serie di indagini esplorative partendo da una prima interlocuzione con il sindaco del comune, contattato per email e, attraverso la sua intermediazione, con i referenti della startup, con i quali è stato svolto un primo incontro conoscitivo online. Ad aprile 2022 è stata svolta un'indagine sul campo per esplorare le caratteristiche del progetto, inclusa la visita ad alcune delle C1E in vendita, e per intervistare 5 informatori-chiave nel corso di incontri nei loro luoghi di lavoro o di *walking interview* (Evans, Jones 2011) attraverso l'intermediazione dei due startupper. Da maggio a dicembre 2022 sono state realizzate interviste semi-strutturate, della durata di 60/90 minuti, con tutti gli acquirenti (con transizione immobiliare già conclusa o alle fasi finali), svoltesi online poiché essi, per la quasi totalità stranieri, si trovavano nei rispettivi paesi di residenza. Il corpus degli intervistati (tot. 16, tab. n. 1) è rappresentativo della galassia di attori variamente interessati dal/per il progetto: o perché direttamente promotori e/o beneficiari (informatori-chiave locali, IL), per l'acquisto concluso o in fase di definizione (informatori-chiave acquirenti, IA), o infine perché altamente competenti (informatore-chiave esperto, IE)¹².

¹² Oltre alle indagini sul campo e alle interviste, nel caso degli acquirenti stranieri condotte in inglese e tradotte in italiano in fase di trascrizione successiva, il 18 gennaio 2023 è stato organizzato un workshop in presenza con IE e i promotori della startup all'Università di Catania e si è preso parte a una conferenza online sul programma C1E, tenutasi a Penne (2 dicembre 2022), ai quali gli startupper erano stati invitati a relazionare.

Tabella 1. I dettagli delle interviste agli informatori-chiave. Fonte: elaborazione delle autrici.

Informatori-chiave locali (IL)	Date e luogo intervista	
IL-1: promotore startup IL-2: promotore startup	Prima intervista online: 29 marzo 2022; diversi colloqui online tra marzo e gennaio 2023; di persona: 20/04/2022, Troina; 18/01/2023, Catania.	
IL-3: sindaco IL-4: agente immobiliare IL-5: agente di viaggio IL-6: ristoratore IL-7: proprietario B&B IL-8: giardiniere	20/04/2022, Troina 20/04/2022, Troina 20/04/2022, Troina 20/04/2022, Troina 20/04/2022, Troina 20/04/2022, Troina	
Informatori-chiave acquirenti (IA)	Data e luogo (online)	Provenienza
IA-1: imprenditore IA-2: militare in pensione IA-3: consulente turistica IA-4: avvocato IA-5: consulente	26/05/2022 04/11/2022 10/11/2022 29/11/2022 29/11/2022	Malta USA Italia Australia USA
Informatore-chiave esperto (IE)	Data e luogo (online)	Provenienza
IE-1: sociologo e consulente	08/11/2022	Italia

4. *A town with a view*: la decostruzione degli immaginari

I risultati delle interviste hanno consentito di estrapolare tre principali galassie narrative, corrispondenti ciascuna a una categoria di intervistati: gli attori istituzionali e/o i promotori, per i quali CIE può rivitalizzare il centro storico con la riqualificazione immobiliare e l'attrazione di nuovi investimenti; gli attori economici locali che confidano nell'effetto domino e nell'innalzamento del profilo socio-economico dell'utenza; gli acquirenti che stanno concludendo o hanno concluso l'iter di acquisto attratti da *push & pull factors* quali la convenienza dell'investimento o la qualità della vita (fig. 5).

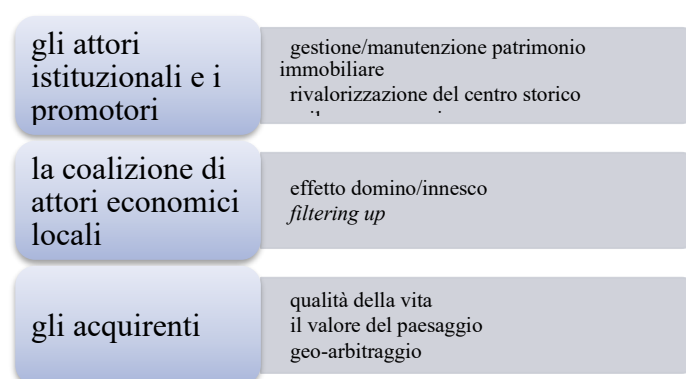


Figura 5. Le galassie discorsive. Fonte: elaborazione delle autrici.

4.1. Gli attori istituzionali e i promotori

Rispetto ad altri contesti, nei quali l'iniziativa si è subito rivelata come vuota etichetta di marketing, a Troina C1E si inserisce in un mosaico più ampio di interventi. L'obiettivo principale per il sindaco (IL-3), esplicitato nel corso dell'intervista (cfr. tab. 1, par. 3), è affrontare l'abbandono del centro storico e i connessi costi sociali ed economici: "non si può più cementificare, si deve recuperare. C1E non cambia le sorti del paese ma contribuisce a mantenere la vivibilità del centro storico. E soprattutto ha un ruolo nella dimensione immateriale di contaminazione con altre comunità che ci serve a risvegliarci dal torpore". Il disallineamento del sindaco rispetto a certe narrazioni a-critiche emerge anche in relazione alla potenzialità turistica: "il turismo è un settore importante, ma non il principale. La visione romantica della rivalorizzazione di borghi è un concetto superato, anzi spesso sortisce l'effetto opposto perché i flussi turistici possono allontanare i residenti".

Più volte nel corso dell'intervista il sindaco ribadisce che "il progetto non è un'iniziativa isolata, né una semplice replica di una sperimentazione avviata in centinaia di piccoli paesi in Italia, spesso di natura improvvisata. Qui abbiamo voluto creare un sistema che coinvolga giovani competenti per la gestione".

In effetti, la cooptazione dei due titolari della startup si fonda su un investimento simbolico ma anche tangibile, tramite un finanziamento comunale per il primo anno di attività. La startup offre una serie di servizi, inclusa una prima visita gratuita in paese coronata da un incontro al comune con lo stesso sindaco. Il servizio di "accompagnamento" a pagamento non è obbligatorio, ma in genere apprezzato dagli acquirenti perché fluidifica le relazioni con le maestranze e le professionalità locali.

Gli startupper sono allineati alla visione del governo locale e operano come filtro per discernere gli acquirenti realmente interessati:

Raccontare la visione di una comunità è un impegno morale. Non miriamo a creare ricchezza ma sviluppo e creare connessioni culturali con professionisti che possono rimanere qui o venire dall'estero. Non è un progetto solo capitalistico: non vogliamo solo riqualificare gli immobili, ma rigenerare la comunità (IL-1, intervista del 29/03/2022).

Questo forte investimento – anche di tipo "valoriale" – trasforma il dispositivo C1E in qualcosa di più di una semplice transazione immobiliare agli occhi dei promotori per attivare processi di sviluppo economico grazie a quello che definiscono "turismo immobiliare". Nonostante si smarchino dagli approcci capitalistici, i due startupper mobilitano metodi e pratiche comuni all'impresa globale, non solo augurandosi che tra gli acquirenti ci sia un "business angel" che investa nel paese, ma anche dettagliando il *workflow* dell'impresa destinata a quelli che definiscono esplicitamente "investitori": dalla "cura e ricerca dell'investitore" al "viaggio nel comune", dalla "riqualificazione degli immobili" alla "gestione patrimoniale" (IL-2, workshop del 18/01/2023, Catania).

4.2. La galassia: la coalizione di attori economici locali

Più volte ricorre nelle interviste con gli startupper la visione di un effetto moltiplicatore del dispositivo che, a cerchi concentrici, si allargherebbe al resto della popolazione: dagli agenti immobiliari, anch'essi cooptati a integrazione dell'offerta, ai ristoratori e gestori di strutture ricettive. Il coinvolgimento di maestranze e professionisti locali mira a un'adesione dell'intera collettività con l'obiettivo di creare non tanto un consenso di facciata, ma una partecipazione attiva. Oltre che per il "controllo collettivo del territorio", che scongiura degrado e incendi secondo il giardiniere (IL-8), anche altri interlocutori si dichiarano favorevoli per il ritorno economico innescato dal *filtering up* dell'utenza locale, come l'agente immobiliare:

a me non interessa C1E in sé, ma perché molti arrivano con questa iniziativa ma poi si rivolgono al mercato immobiliare privato. Le case a un euro infatti hanno bisogno di troppi lavori. Noi crediamo al progetto perché i paesani hanno abbandonato il centro storico, difficilmente accessibile in macchina, mentre gli stranieri camminano a piedi. Le aspettative in termini di case tra residenti e stranieri sono diverse, io in centro non ne vendevo più da anni (IL-4).

Anche il ristoratore evidenzia come C1E rappresenti “una buona opportunità per il paese e gli operatori economici, perché arrivano persone disposte a pagare di più, produce turismo immobiliare, che a sua volta ha un impatto sulla ristorazione”.

L’impatto nel proprio settore di appartenenza è evidenziato anche dall’agente di viaggio: “C1E è un modo per valorizzare il patrimonio edilizio, ma anche la nostra identità culturale perché si inserisce in una visione più ampia. Il progetto può promuovere un turismo non di massa, ma lento, che attira più turisti stranieri” (IL-5). L’effetto “innesco” di C1E si riverbera anche nello stimolo a investire. Per il gestore del b&b “il progetto agisce da sprone, perché spesso non abbiamo il coraggio di lanciarcì in nuove imprese. Invece abbiamo bisogno di contaminazione. Io ho visto il paese per la prima volta attraverso gli occhi degli altri e ho pensato di avviare un’altra attività” (IL-7).

4.3. *Gli acquirenti: élite cosmopolita, migranti di ritorno o investitori?*

Accomunati da un alto profilo socio-economico e/o culturale, tutti gli acquirenti dichiarano di essere venuti a conoscenza dell’iniziativa attraverso il reportage della CNN, oltre che tramite YouTube (IA-1) e Instagram (IA-4), a testimonianza del ruolo sempre più rilevante dei nuovi media nella riproduzione degli immaginari territoriali (Walters, Smith, 2022) che, nel caso di Troina, sono ancorati a certe narrazioni romanticizzate spesso intrise di retorica anti-urbana in linea con l’idillio rurale di cui parla Phillips (2004): autenticità, senso di comunità, identità, bellezza del paesaggio distante dalla congestione delle grandi città, silenzi. Due acquirenti (IA-1/2) evidenziano quanto le specificità paesaggistiche del piccolo comune, lontano dagli immaginari cristallizzati della Sicilia “del mare e del sole”, abbiano rappresentato uno dei principali fattori di scelta. L’imprenditore maltese (IA-1) sottolinea che “Troina è il primo paese che abbiamo visitato. La mia compagna ha detto “le persone mi hanno colpito così tanto, perché cercare altrove”. Ci siamo sentiti subito a casa. Sono convinto di aver acquistato in uno dei luoghi più belli d’Italia, non solo della Sicilia”. La medesima visione è condivisa dal militare statunitense (IA-2): “Troina è diversa dagli altri paesi che abbiamo visitato o dalle grandi città. Qui sono le persone che fanno la differenza, abbiamo trovato un’idea di borgo dove si può lavorare insieme per impedire ai giovani di andare via o per farne arrivare di nuovi”.

Anche per la coppia che vive in Australia (IA-4/5) la dimensione socioculturale dell’iniziativa è cruciale: “Non è soltanto un paese in cui si vendono delle case, ma dove ci sono dei progetti, un paese che vogliamo trasformare nel punto di approdo della nostra famiglia, per riconnettere le sue origini con la storia della Sicilia a cui apparteniamo”.

L’estetica del paesaggio, veicolata dagli immaginari online, è un fattore dirimente, ma è poi il tessuto socioculturale locale che sollecita l’acquisto, come testimoniato da IA-2 che ammette di aver scelto Troina rispetto ad altre iniziative di C1E proprio per il “servizio di accoglienza”.

Quasi tutti gli acquirenti dichiarano di non avere obiettivi di tipo speculativo o di estrazione della rendita, ma di voler acquistare la casa come residenza secondaria da utilizzare per periodi dell’anno più o meno lunghi o al massimo da prestare ad amici e familiari. A ciò si aggiunge l’opportunità di lavorare da remoto e la connessa diffusione di pratiche di nomadismo digitale, come evidenziato dalla coppia australiano-americana. L’accessibilità digitale, non a caso, è giudicata cruciale per il superamento dei divari, più di quella infrastrutturale: “preferisco che potenzino il wi-fi, piuttosto che sistemare le strade”, dichiara uno dei due startupper (29/04/2023).

A questi fattori pull se ne aggiunge un altro, che emerge in filigrana dalle interviste e si intreccia con fattori *push*: l’investimento immobiliare è meno dispendioso in Sicilia, se paragonato ai valori di mercato a Malta, negli USA o in Australia, in linea con gli effetti del geo-arbitraggio e della gentrificazione transnazionale. Alla domanda “perché non investire a Malta?”, IA-1 risponde:

I prezzi sono diventati troppo alti, l’isola è piccola e il boom economico ha portato lati negativi: la popolazione è esplosa a mezzo milione e i nuovi arrivati sono tutti stranieri, quindi i prezzi sono esplosi. Io ho già la mia casa, e pure i miei figli, ma volevo una casa in un posto più tranquillo. Se vuoi lavorare

e fare soldi Malta è il posto perfetto, poi quando vuoi andare in pensione cerchi qualcosa di più tranquillo.

Per la coppia che vive in Australia (IA-4/5) subentrano anche altre valutazioni connesse agli effetti del cambiamento climatico: “i prezzi sono cresciuti troppo nelle zone rurali limitrofe ai centri urbani principali, né vogliamo investire in aree rurali troppo remote, che in Australia sono arretrate dal punto di vista economico-culturale e soprattutto con alti rischi idrogeologici”.

L'unica acquirente che intende valorizzare l'investimento per estrarne una rendita è la consulente di origini siciliane che vive in Nord Italia, che ha comprato la casa insieme alla sorella (IA-3): le donne vorrebbero convertire l'appartamento in un b&b ispirandosi a un modello di “turismo lento”.

Emerge anche un altro obiettivo di “give-back”, ovvero di restituzione al territorio di quanto già ricevuto in termini intangibili. L'acquirente maltese, per esempio, non nasconde l'idea di valutare altri investimenti nel paese, probabilmente nel comparto della ristorazione, raccontandolo come un'opportunità per la comunità locale.

Anche l'acquirente americano (IA-2) dichiara:

La nostra casa è un posto speciale per la comunità, che noi vogliamo restituire. Anche se non ci saremo sempre, speriamo che possa essere un posto speciale per tutti, per questo vogliamo che il giardino sia aperto alla comunità: in centro storico non ci sono molti spazi verdi e vogliamo che la gente possa usarlo [...] Siamo consapevoli che stiamo non ristrutturando una casa americana, ma una casa che ha una storia, per questo vogliamo mixare le nostre culture nel rispetto della cultura locale.

5. Discussione e considerazioni finali

In un gioco di specchi incrociati in cui si rifrangono gli immaginari dei diversi attori, gli acquirenti sono percepiti dalla coalizione locale come portatori di “contaminazione culturale” grazie a un progetto che “si prefigge di attivare fenomeni di rigenerazione territoriale” (IL-1/2, 20/04/2022): visione, questa, condivisa dagli stessi acquirenti per i quali la dimensione materiale della transazione è funzionale all'accesso a un sistema di valori simbolici, inclusi la qualità della vita e l'autenticità delle relazioni. Come dichiarano gli startupper, “i nostri acquirenti non comprano soltanto una casa, comprano il paesaggio. Noi vogliamo attirare capitale umano, non economico” (IL-1, 29/03/2022). Se l'idea dell'“acquisto del paesaggio” sembra in linea con l'accusa principale mossa da Cersosimo e Teti (2021), nella percezione degli insider è inteso piuttosto come una “condivisione”, uno scambio che consente un reciproco arricchimento.

Rispetto alle due macro-retoriche individuate nelle narrazioni su CIE, ovvero di svendita del paese o al contrario di rilancio socioeconomico, al momento è prematuro ipotizzare gli effetti a lungo termine, ma alcuni elementi cruciali sono emersi.

Innanzitutto, si osserva una forma di resistenza inconsapevole all'espansione incontrollata del capitalismo immobiliare, non tanto in virtù di dinamiche di regolamentazione, quanto come esito di quella marginalità – economica, sociale, culturale – dai circuiti consolidati che preserva il piccolo comune da eccessi speculativi. A questo si aggiunge la specificità del governo locale, che ha inquadrato il dispositivo nel mosaico variegato di politiche di sviluppo locale a lungo termine.

Alla fase attuale l'estrazione della rendita non risulta centrale nelle intenzioni degli acquirenti, e in generale l'iniziativa si è diffusa in modo troppo sporadico per individuare un rischio imminente di alienazione del valore d'uso dell'alloggio (Madden, Marcuse 2016): questo spiega la presenza contenuta delle piattaforme¹³, al contrario di quanto accaduto a Sambuca di Sicilia dove Airbnb è stata “cooptata” dalla coalizione locale per insediarsi nel comune con un progetto specifico¹⁴. In linea

¹³ Secondo dati InsideAirbnb, a Troina Airbnb è presente con 6 stanze in alloggi e un intero appartamento, ciascuno gestito da un solo host (fonte: www.insideairbnb.com)

¹⁴ Secondo i dati forniti nel corso di un'intervista online dal sociologo Fabrizio Ferreri che ha collaborato come consulente all'iniziativa a Sambuca (IE-1), grazie alla sua rete di relazioni Airbnb è stata cooptata per un progetto: una casa a un euro

generale, sebbene siano rilevabili alcune dinamiche genericamente ascrivibili a processi di espropriazione se non materiale, almeno simbolica, e macro-dinamiche di finanziarizzazione dell'alloggio, la territorializzazione di C1E alla scala locale non sembra allinearsi alle evidenze empiriche rilevate nelle città e nemmeno ai paradigmi della gentrificazione rurale, se non in termini di immaginario da "idillio rurale" (Phillips 2008). La campagna del Mezzogiorno è tradizionalmente associata a deprivazione, arretratezza, bassa erogazione di servizi, quindi in linea teorica immune dall'effetto fascinazione che suscitano campagne ben più attrattive (Solana-Solana 2010). Nel caso di Troina, però, il paesaggio rurale è, agli occhi degli acquirenti, "ripulito" dalla tradizione agricola e, in nome della ben nota retorica dell'"autenticità" (Zukin 2008), consegnato agli sguardi stranieri nei suoi elementi estetico-paesistici su cui si innestano i valori di una comunità raccontata come coesa e salda.

Il progetto, d'altra parte, si trova ancora nella sua fase embrionale per valutare gli effetti auspicati di ripopolamento, insinuando il dubbio sulla sua efficacia reale se non in termini di branding territoriale: è poco probabile, dati gli elementi a disposizione finora, che l'iniziativa possa tradursi in un prodotto immobiliare talmente attrattivo da generare plus-valore. Se, infatti, il rischio di *displacement* materiale è inesistente, visto l'abbandono residenziale del centro storico già in atto da decenni, anche quello di espropriazione simbolica non sembra delinarsi per la ridotta massa critica dell'iniziativa che, al di là dell'interesse e del clamore mediatico, ha riguardato soltanto 4 immobili, di cui 2 acquistati nel mercato tradizionale. Oltre alle procedure amministrative complesse per gli stranieri (come evidenziato dall'intervistato americano), le case a un euro sono in condizioni molto disagiate, poco standardizzabili rispetto ai parametri della residenzialità turistica internazionale e dei relativi servizi (Cocola-Gant et al. 2021b), come emerso nel corso dell'indagine sul campo (figg. 6, 7, 8): l'immobile visitato (figg. 7, 8), pur godendo di una splendida vista, si distribuisce in 8 vani per 4 livelli, senza ascensore, collocato in un'arteria del centro storico inaccessibile con una vettura di dimensioni standard, che rende complicata e quindi più costosa tutta la ristrutturazione. Questo spiega perché nel sito web di C1E siano inserite anche inserzioni di immobili in vendita nel mercato tradizionale, molto più numerose rispetto a quelle a un euro¹⁵.

è stata acquistata e ristrutturata direttamente dall'azienda che, con una selezione, ha individuato una persona trasferitasi a partire da giugno 2022, affittando una delle stanze della casa ad altri ospiti (<https://www.airbnb.it/d/1eurohouse-initiative>). Secondo Ferreri, nel 2019 su 150.000 contatti iniziali almeno 50.000 arrivano a Sambuca e 20.000 visitano una casa, in prevalenza stranieri (l'85%), con una crescita enorme rispetto alle 5.000 presenze in media registrate prima dell'iniziativa. A Sambuca gli immobili di proprietà comunale venduti all'asta nell'ambito di C1E sono 17, a cui si aggiungono altri 86 immobili fuori dal circuito C1E ma a cui gli acquirenti sono approdati grazie all'iniziativa; sono sorte 2 agenzie immobiliari e il settore edile ha segnato una ripresa (IE-1).

¹⁵ A luglio 2023, nel sito www.housetroina.it gli immobili a un euro sono 9 su un totale di 38.



Figura 6. Villa Elena, una delle case a un euro. Fonte: Margot Delon 2022.



Figura 7. La vista dalla “Casa sul Vicolo Italia”. Fonte: Graziano 2022.



Figura 8. “Casa sul vicolo Italia”. Fonte: Delon 2022.

Quello che è evidente è il target di riferimento: acquirenti preferibilmente stranieri, un’élite cosmopolita giudicata desiderabile nelle gerarchie migratorie globali non molto distante dal target delle politiche fiscali vantaggiose che mirano ad attirare i “visti dorati”, come evidenziato nel caso di Lisbona da Montezuma e McGarrigle (2019), e in modo specifico i pensionati, nell’ambito di quella che è stata definita l’*international retirement migration* (Iorio, 2020)¹⁶.

A Troina, i migranti non appartenenti all’élite circolatoria globale non sono giudicati funzionali per invertire la traiettoria del declino: a onore del vero per il sindaco, che ribadisce l’apertura a forme di accoglienza “verso coloro che hanno attraversato il Mediterraneo”, nemmeno C1E è un argine contro lo spopolamento, ma solo uno dei tanti strumenti di gestione del patrimonio del centro storico. Il consenso degli attori privati non è inusuale, perché attirare nuovi flussi di mobilità è percepito come un volano in un contesto di deprivazione economica e disoccupazione: ciò pregiudica l’emergere di prospettive critiche come invece accade nel dibattito scientifico o nei contesti urbani saturati dalla turistificazione. Anzi, le speranze degli attori privati si concentrano in un effetto di *filtering up* dei turisti immobiliari, “disposti a spendere di più”, dimostrando come il rischio della “svendita del paese” paventato da Teti non sia adeguatamente problematizzato e quanto le posture critiche del dibattito siano estranee al vissuto delle comunità.

La questione del consenso è cruciale anche in virtù del finanziamento ricevuto. È interessante, in questo senso, l’enfasi posta sull’accademia nel “legittimare” l’iniziativa, tanto che spesso le due

¹⁶ Il caso del Portogallo è emblematico: il programma di esenzione fiscale per pensionati che, introdotto nel 2009, ha attirato circa 10.000 persone prevalentemente da Francia, Regno Unito e Italia, è stato totale fino al 2020, successivamente ridotto a un’aliquota del 10% e infine annullato a partire dal 2024, in seguito all’impatto esercitato sul mercato immobiliare portoghese, che ha registrato un incremento del valore del 78% tra il 2012 e il 202, rispetto al 35% nell’intera Unione Europea (fonte: https://www.milanofinanza.it/news/pensioni-portogallo-dal-2024-fine-alle-agevolazioni-fiscali-per-gli-stranieri-coinvolti-3-500-202310031601136111?refresh_cens)

autrici sono state percepite dai due startupper come “testimonial” del progetto¹⁷. Questo tentativo di “cooptazione” funzionale alla legittimazione riflette la specificità del campionamento degli intervistati che, in questa fase, è funzionale alla valutazione delle modalità attraverso cui il dispositivo è mobilitato dalla coalizione locale e dagli utenti finali¹⁸, spesso ricorrendo a tecniche di “branding” territoriale ammiccante alla platea globale cosmopolita (Vanolo 2017).

Rispetto ai processi di mercificazione del mercato immobiliare urbano, dunque, la ricerca fornisce una prospettiva diversa, schiudendo nuove piste di riflessione perché il *décalage* tra la percezione degli acquirenti e delle coalizioni locali e quella di certe posture critiche non deve oscurare una situazione intermedia più articolata. L’enfasi sull’investimento immobiliare come motore per l’impresa del sé (Abdelnour, Lambert 2014), infatti, non può escludere totalmente l’emergere di processi di accumulazione capitalistica *à la* Harvey nel lungo termine.

Di conseguenza, C1E a Troina sollecita la necessità di approfondire le declinazioni specifiche e territorialmente situate dei fenomeni globali(zzati) quali la circolazione transnazionale di investimenti e dei prodotti immobiliari. Le influenze delle implicazioni storico-spaziali, politiche e sociali sono determinanti per la territorializzazione di logiche globali che risultano amplificate o al contrario diluite nei contesti locali.

L’esplorazione sul campo ha consentito di comprendere quanto il fenomeno non sia automatico: attivato da dinamiche di transnazionalità del mercato immobiliare ma allo stesso tempo fortemente radicato in una coalizione locale coesa. Per questo motivo, sarebbe utile non solo mappare la percezione del dispositivo oltre il perimetro della coalizione e del consenso, ma anche come si è territorializzato in altri contesti in termini di élite locali, tipologia di patrimonio immobiliare, localizzazione geografica, profili degli acquirenti ecc. e se le eventuali differenze possono alimentare forme di mercificazione più evidenti.

Analizzare alla scala iper-locale certe dinamiche consente di decostruirne i meccanismi in relazione ai processi globali e ricostruire i rapporti di forza che materialmente alimentano la ricomposizione del capitalismo contemporaneo anche nelle aree “remote”, che non possono essere considerate come vuoti contenitori da riempire né intrinsecamente immuni da processi speculativi nel lungo termine. È pur vero però che in molti casi il rischio di C1E è proprio l’opposto, ovvero di plasmare narrazioni entusiaste, in cui ricorrono tutti i mantra del branding territoriale internazionale, a fronte di effetti territoriali contenuti se non del tutto inesistenti: di esistere come iniziativa più nei racconti mediatici che nel vissuto quotidiano degli abitanti.

Riconoscimenti

Le due autrici ringraziano per il tempo dedicato tutti gli informatori-chiave, in modo particolare i due titolari della startup, il comitato editoriale del BSGI e i due revisori anonimi per il lavoro svolto, ed Emanuela Rita Giuffrida, dottoranda del *PhD program in Agricultural, Food and Environmental Science* dell’Università di Catania, per la realizzazione dell’apparato cartografico.

Riferimenti bibliografici

Aalbers, M.B., Haila, A. (2018). A conversation about land rent, financialisation and Housing. *Urban Studies*, 55 (8), 1821-1835.

Abdelnour, S., Lambert, A. (2014). “L’entreprise de soi”, un nouveau mode de gestion politique des classes

¹⁷ A fronte dell’enorme disponibilità di tempo e risorse e della gentilezza dei due startupper nel corso della ricerca, è stato essenziale ribadire che il ruolo delle due autrici non è quello di portare la testimonianza del progetto, ma analizzarlo in chiave critica.

¹⁸ È interessante come, dinnanzi alla volontà di indagare la percezione nel resto della popolazione senza l’intermediazione dei promotori, uno dei due startupper abbia manifestato dei timori: “Come selezionerete le persone da intervistare?! Perché dipende da chi intervistate, non è detto che parlerà bene del progetto...” (IL-2, 18 gennaio 2023, Catania).

populaires?: Analyse croisée de l'accession à la propriété et de l'auto-emploi (1977-2012). *Genèses*, 95 (2), 27.

Balampanidis, D., Maloutas, T., Papatzani, E., Pettas, D. (2019). Informal urban regeneration as a way out of the crisis? Airbnb in Athens and its effects on space and society. *Urban Research & Practice*, 1-20.

Baptista, I. (2013). The Travels of Critiques of Neoliberalism: Urban Experiences from the 'Borderlands'. *Urban Geography*, 34 (5), 590–611.

Barbera, F., Cersosimo D., De Rossi, A. (2022). *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*. Roma, Donzelli.

Bindi, L. 2021. Oltre il 'piccoloborghismo'. Comunità patrimoniali e rigenerazione delle aree fragili. *Dialoghi Mediterranei*, 48.

Blackburn, A.J., Beals Millman, M., Schnare, A.S. (1981). Evaluation of the Urban Homesteading Program, Cambridge, Urban Systems Research & Engineering. www.huduser.gov/portal/Publications/pdf/HUD%20-%202354.pdf

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Cànoves, G., 2018, Barcelona, Housing Rent Bubble in a Tourist City. Social Responses and Local Policies. *Sustainability*, 10 (6), 2043.

Brown-Saracino, J., Rumpf, C. (2011). Diverse Imageries of Gentrification: Evidence from Newspaper Coverage in Seven U.S. Cities, 1986–2006. *Journal of Urban Affairs*, 33(3), 289-315.

Capineri, C., Romano, A. (2021). The platformization of tourism: from accommodation to Experiences. *Digital Geography and Society*, 2, 1-7. <http://doi.org/10.1016/j.diggeo.2021.100012>

Celata, F. (2018). *Il capitalismo delle piattaforme e le nuove logiche di mercificazione dei luoghi*. Territorio, 86, 48-56.

Cersosimo, D., Teti, V. (2021). Paesi e slogan. La casa a 1 euro. <https://www.doppiozero.com/la-casa-1-euro>

Cocola-Gant, A., Gago, A. (2019). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1671-1688.

Cocola-Gant, A., Hof, A., Smigiel, C., Yrigoy, I. (2021a). Short-term rentals as a new urban frontier - evidence from European cities. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1601- 1608.

Cocola-Gant, A., Jover, J., Carvalho, L., Chamusca, P. (2021). Corporate hosts: The rise of professional management in the short-term rental industry. *Tourism Management Perspectives*, 40, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100879>

Evans J., Jones, P. (2015). The walking interview: Methodology, mobility and place. *Applied Geography*, 31(2), 849-858. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2010.09.005>

Ferreri, F. (2022). L'iniziativa "case a 1€": rigenerazione urbana o dismissione del territorio?. *Saperi territorializzati*, Giugno, 16-19.

Gainsforth, S. (2019). *Airbnb città merce: Storie di resistenza alla gentrificazione digitale*. Roma, DeriveApprodi.

Gaudreau, L. (2020) *Le promoteur, la banque et le rentier: fondements et évolution du logement capitaliste*. Québec (Canada), Lux Editeur.

Graziano, T. (2021). *Smart territory: attori, flussi e reti digitali nelle aree marginali*. Milano, FrancoAngeli.

Graziano, T. (2022). The "blemish of the past": (un)usual paths of gentrification in a Mediterranean City throughout history. *City*, 26 (2-3), 473-495. <https://doi.org/10.1080/13604813.2022.2054222>

Hayes, M. F. (2018). *Gringolandia: lifestyle migration under late capitalism*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Hayes, M., Zaban, H. (2020). Transnational gentrification: The crossroads of transnational mobility and urban research. *Urban Studies*, 57 (15), 3009-3024.

Hoffman, L.M., Heisler, B.S. (2020). *Airbnb, Short-Term Rentals and the Future of Housing*. London and

New York, Routledge.

Hyde, Z. (2014). Omnivorous Gentrification: Restaurant Reviews and Neighborhood Change in the Downtown Eastside of Vancouver. *City & Community*, 13 (4), 341-359.

Iorio, M. (2020). Italian retirement migration: Stories from Bulgaria. *Geoforum*, 111, 198-207.

Jover, J., Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57 (15), 3044–3059.

Lees, L., Shin, H.B., López-Morales, E. (2015). *Global gentrifications: Uneven Development and Displacement*. Bristol, Policy Press.

Madden, D.J., Marcuse P. (2016). *In Defense of Housing: The Politics of Crisis*, London-New York, Verso.

Maloutas, T., (2018). Travelling Concepts and Universal Particularism: A Reappraisal of Gentrification's Global Reach. *European Urban and Regional Studies*, 25 (3), 250–265.

Marengo, M. (2022). Diversamente migranti: il ruolo delle lifestyle migrations nelle dinamiche di gentrification rurale contemporanee. Il caso della Vallesanta (Casentino). *Geotema*, 61, 107-115.

Meloni, P. (2021). La gentrification della campagna nella Toscana meridionale: l'invenzione del Chiantishire. *L'Uomo. Società, Tradizione, Sviluppo*, 11 (2), 35-60.

Montezuma, J., McGarrigle, J. (2019). What motivates international homebuyers? Investor to lifestyle 'migrants' in a tourist city. *Tourism Geographies*, 21 (2), 214-234.

Nelson, P.B., Hines, J.D. (2018). Rural gentrification and networks of capital accumulation - A case study of Jackson, Wyoming. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50 (7), 1473-1495.

Pettenati, G. (2020). I nuovi montanari. Il Mulino. *Rivista di Cultura e di Politica*, 6, 977-983.

Pfirsich, T., Semi, G. (2016). Segregation in the Cities of the European Mediterranean. *Méditerranée*, 127, 15-23.

Phillips, M. (2004). Other geographies of gentrification. *Progress in Human Geography*, 28, 5-30.

Phillips, M. (2008). *Rural gentrification and new human and non-human occupants of the English countryside*. In Diry, J.P. (a cura di), *Les étrangers dans les campagnes*. Clermont-Ferrand, Press Universitaires Blaise Pascal, 581-599.

Phillips, M., Smith, D., Brooking, H., Duer M. (2021). Re-placing displacement in gentrification studies: Temporality and multi-dimensionality in rural gentrification displacement. *Geoforum*, 118, 66–82.

Phillips, M., (2018). Gentrification and landscape change. In Lees, L., Phillips, M. (a cura di), *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham, Edward Elgar, 81-102.

Phillips, M., Smith, D.P. (2018). Comparative approaches to gentrification: Lessons from the rural. *Dialogues in Human Geography*, 8 (1), 3-25.

Smith, D. and Phillips, D. (2001) Socio-cultural representations of greentrified Pennine rurality. *Journal of Rural Studies*, 17, 457-469.

Rizzo, A. (2022). *I paesi invisibili: Manifesto sentimentale e politico per salvare i borghi d'Italia*. Roma, Il Saggiatore.

Solana-Solana, M. (2010). Rural gentrification in Catalonia, Spain: a case study of migration, social change and conflicts in the Empordanet area. *Geoforum*, 41, 508–517.

Tulumello, S., Allegretti, G., (2021). Articulating Urban Change in Southern Europe: Gentrification, Touristification and Financialisation in Mouraria, Lisbon. *European Urban and Regional Studies*, 28 (2), 111–132.

Vanolo, A. (2017). *City Branding: The Ghostly Politics of Representation in Globalising Cities*, London, Routledge.

Walters, P., Smith, N. (2022). It's So Ridiculously Soulless: Geolocative Media, Place and Third Wave Gentrification. *Space and Culture*. <https://doi.org/10.1177/12063312221090>

Zukin, S. (2008). Consuming Authenticity. *Cultural Studies*, 22 (5), 724-748.