

## STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE IN CHIAVE TURISTICA DEL PATRIMONIO CULTURALE NELLE AREE INTERNE. UN CASO IN SARDEGNA

Silvia Battino\*

Salvatore Lampreu\*\*

### *Abstract*<sup>19</sup>

The internal and rural areas, for a long time considered marginal under the socio-economic profile and characterized by a prevalent agricultural vocation, present a considerable load of tangible and intangible resources, variously distributed. Recently they have been ended up in the center of important retraining strategies which see valid allies for the enhancement of its cultural heritage in the sustainable rural tourism and in the new ICT. After examining the phenomenon, this paper analyzes the case of “Autunno in Barbagia”, an established strategic promotion experience of environmental, cultural and enogastronomic resources of a structurally weak territory.

### **1. Aree interne spazi di complessità e territori di sperimentazione**

La Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), avviata a partire dal 2013 su spinta dell'allora Ministro della Coesione Territoriale Francesco Barca, ha rimesso al centro del dibattito politico e istituzionale l'urgenza di intervenire con nuovi strumenti e metodi per invertire il combinato di *trend* socioeconomici e demografici negativi caratterizzanti alcuni territori strutturalmente deboli<sup>20</sup> (Meloni, 2015; [www.agenziacoesione.gov.it](http://www.agenziacoesione.gov.it)). Una debolezza corroborata da numeri e statistiche che, in maniera talvolta allarmante, tracciano i confini di estese aree gravate da povertà, perdita di capitale identitario e abbandono. Elemento discriminante per la loro individuazione è la condizione di svantaggio, di limitazione parziale di diritti e di opportunità che le popolazioni di queste aree vivono rispetto a quelle che abitano e lavorano nei contesti urbani (Dematteis, 2013), o comunque in località caratterizzate da significative attività produttive.

Il documento *Metodi ed obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020* (2012, pp. 32-33)<sup>21</sup> considera le aree interne come quella porzione di territorio posta a

---

\* Ricercatore presso il Dipartimento di Scienze economiche e aziendali (DiSea) – Università degli Studi di Sassari, via Muroni 25, Sassari, [sbattino@uniss.it](mailto:sbattino@uniss.it).

\*\* Borsista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze economiche e aziendali (DiSea) – Università degli Studi di Sassari, via Muroni 25, Sassari, [slampreu@uniss.it](mailto:slampreu@uniss.it).

<sup>19</sup>) L'articolo si inserisce nell'ambito della ricerca “Le aree interne della Sardegna: loro valorizzazione turistica sostenibile sul mercato internazionale”, coordinata dalla dott.ssa Silvia Battino (Legge Regionale 7 agosto 2001, n. 7 Bando Capitale Umano ad Alta Qualificazione - Annualità 2015 – Regione Sardegna).

Pur nell'unità del testo sono da attribuire a Silvia Battino i parr. 2, 3 e 4, a Salvatore Lampreu i parr. 1, 5, 6 e 7.

<sup>20</sup> Con la SNAI si intende “costruire un quadro di riferimento nazionale capace di individuare problemi comuni e sperimentare soluzioni condivise” (Giorgio, 2015, p. 13), tenendo conto delle differenze esistenti tra le varie aree individuate attraverso l'iter: sono 68 quelle oggetto di sperimentazione (dato riferito a dicembre 2016), abbracciano 1.043 comuni, una popolazione di oltre 2 milioni di abitanti e si estendono su una superficie di quasi 50 mila kmq (Borghi, 2017).

<sup>21</sup> [http://www.dps.tesoro.it/documentazione/comunicati/2012/Doc%2014-20%20Master\\_27%20dic%202012.pdf](http://www.dps.tesoro.it/documentazione/comunicati/2012/Doc%2014-20%20Master_27%20dic%202012.pdf)

una determinata distanza dai centri di agglomerazione e di servizi, presentante “traiettorie di sviluppo instabili ma al tempo stesso dotata di risorse che mancano alle aree centrali, “rugosa”<sup>22</sup>, con problemi demografici”<sup>23</sup>.

Le aree interne così identificate, che abbracciano lo scheletro montuoso e collinare del Paese estendendosi, in alcuni casi, fino alle coste (Marchetti et al., 2017, p. 12), costituiscono circa i due terzi del territorio nazionale e accolgono quasi un quarto della popolazione (Dematteis, 2013, 2015; Barbera, 2015) distribuita in oltre 4.000 comuni per la maggior parte di piccole dimensioni<sup>24</sup> (Lucatelli, 2015).

Si tratta dunque, in prevalenza, di piccoli comuni in cui però si concentra un’eccezionale presenza di risorse ambientali e storico-culturali, la cui tutela e salvaguardia è perseguita attraverso provvedimenti diversi<sup>25</sup>.

Il concetto di area interna, al di là di quanto proposto dalla SNAI, è da tempo ampiamente dibattuto in letteratura a causa dei numerosi significati che il termine “interno” può rivestire nei diversi ambiti di indagine e per la sua possibile sovrapposizione con altre suddivisioni territoriali. Si è osservato, ad esempio, che in alcune regioni, tra cui la Sardegna, le aree interne abbracciano territori che, secondo altre classificazioni, sono considerati rurali e più di altri colpiti dai problemi dello spopolamento e della marginalità socio-economica.

La stessa dimensione “rurale”, intesa per lungo tempo con un’accezione negativa, è stata in passato accostata a situazioni di debolezza, arretratezza, monotonia e scarsa attrattività, in antitesi alla dimensione urbana detentrica di importanti funzioni economiche, sociali, culturali ecc.

Questa dicotomia ha acuito nel tempo i divari territoriali già esistenti tra aree rurali e aree urbane e ha indubbiamente favorito, in particolare durante il Secondo Dopoguerra, un corposo trasferimento di persone dalle campagne alle città. A tal proposito, suggestiva appare la metafora del “Paese scivolato a valle” suggerita da Pazzagli (2017, pp. 17-18)

---

<sup>22</sup> La mappa della rugosità, “prodotta dall’Istat si basa sull’indice ottenuto elaborando le altimetrie di un database (“data frame”) di copertura/uso del suolo su scala nazionale e di estremo dettaglio spaziale denominato Popolus”, tiene conto della morfologia dei terreni dei comuni. In base a tale indice più un terreno è pianeggiante e meno è rugoso ([http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree\\_interne/Analisi\\_statistiche/Nota\\_Territorializzazione\\_AI\\_03\\_marzo\\_2013.pdf](http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/Analisi_statistiche/Nota_Territorializzazione_AI_03_marzo_2013.pdf)).

<sup>23</sup> L’individuazione delle aree interne è susseguente a quella dei centri di agglomerazione e di servizio a partire dai quali, in base a un indicatore di accessibilità (il tempo di percorrenza) sono identificate e distinte le aree interne localizzate a una distanza superiore ai 20 minuti dal polo urbano più vicino (RAS, 2014; Monaco, Tortorella, 2015). Esse possono essere ulteriormente suddivise in aree intermedie (distanti dal polo dai 20 ai 40 minuti), periferiche (distanti dai 40 ai 75 minuti) e ultraperiferiche (distanti oltre 75 minuti).

<sup>24</sup> “Il 70,2% dei comuni del paese con popolazione inferiore a 2.000 unità e oltre la metà (51,4%) di quelli con un numero di abitanti compreso tra 2.000 e 4.999 residenti è di aree interne” (Lucatelli, 2015, p. 26).

<sup>25</sup> Un esempio recente è dato dal Disegno di Legge n. 2541 recante “Misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni, nonché disposizioni per la riqualificazione e il recupero dei centri storici dei medesimi comuni” che promuove, nel periodo compreso tra il 2017 e il 2023, la diffusione della banda larga, l’efficientamento dei servizi, la realizzazione di itinerari di mobilità e turismo dolce, la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche di qualità e l’attivazione di filiere corte. A questa legge si uniscono altri interventi succedutisi nel tempo a sostegno delle zone montane, delle aree depresse e del mezzogiorno in aggiunta alla Strategia macroregionale alpina, a quella nazionale per le *green communities* e a quella nazionale per le aree interne (Borghi, 2017; Ferlaino, 2015).

secondo cui in Italia si è verificata, soprattutto nel corso del Novecento, una lenta e silenziosa transizione della popolazione dalle aree rurali, montane e no, alle aree urbanizzate e industrializzate, in quanto “in una tale direzione agivano, in modo convergente, fattori di attrazione urbana e di espulsione rurale, fattori economici e fattori socio-culturali” secondo meccanismi che hanno determinato la marginalizzazione delle montagne e delle aree rurali, schiacciate appunto tra urbanizzazione talvolta incontrollata e fenomeni di nuova industrializzazione<sup>26</sup>.

Molti dei problemi che oggi affliggono i territori rurali, basti pensare al fenomeno dello spopolamento o alla debolezza del sistema economico in generale, discendono anche dalle scelte di politica economica effettuate in passato e si riscontrano in numerose aree interne. Si tratta di territori in cui, nonostante la complessità espressa dalle condizioni geografiche dei luoghi e dalle relazioni che storicamente si sono instaurate tra l'uomo e il territorio nel lungo processo di antropizzazione, sono presenti risorse di pregio ed enormi potenzialità talvolta inevase. Per queste caratteristiche di peculiarità, le aree interne, quelle rurali e quelle montane possono essere, per alcuni versi, accomunate e si configurano come interessanti luoghi di sperimentazione per nuove pratiche di sviluppo locale endogeno basate sul proprio patrimonio culturale e naturale messo a valore in maniera innovativa e promosso anche ricorrendo agli strumenti che le nuove ICT mettono a disposizione.

## **2. Il patrimonio culturale come elemento strategico per la valorizzazione turistica delle aree interne**

Nell'ambito delle politiche di sviluppo territoriale europee e nazionali, tra le tematiche relative alla riqualificazione e al rilancio delle aree interne, riveste un ruolo di primaria importanza il patrimonio culturale e naturale sotto la veste di beni mobili e immobili. Questi, per assumere i caratteri di *asset* nell'ambito di uno specifico capitale territoriale, necessitano di manutenzione e gestione i cui costi ricadono in capo alla collettività che li detiene (Camagni, 2009; Brasili, 2014). La fruizione di tali risorse da parte di attori diversi diviene l'obiettivo, spesso il solo, che dovrebbero porsi i territori, specialmente quelli “dimenticati”, per procedere a una strutturata opera di valorizzazione che possa convergere verso un'offerta turistica nuova e diversificata, dai caratteri sostenibili. Tali azioni, per produrre risultati apprezzabili, dovrebbero essere condotte nell'ambito di precise strategie di *governance* che, a causa della complessità delle questioni trattate, suscitano talvolta importanti interrogativi.

Secondo Carta (2006) l'interazione tra patrimonio culturale e processi di pianificazione può seguire due vie alternative. La prima osserva la politica della conservazione del patrimonio dove lo stesso è inserito in una “bolla” di protezione dalla fruizione estetica, artistica e sociale e spesso si trova in conflitto con le altre pratiche di governo volte allo sviluppo locale del territorio. La seconda strada considera, invece, il sistema culturale come un “investimento”, generatore di valori e memorie, capace di dialogare con la specificità e l'identità dei luoghi. Questi elementi sono anche alla base

---

<sup>26</sup> L'abbandono dei territori rurali ha avuto e continua ad avere sull'intero sistema paese costi elevati sul piano sociale, economico e ambientale che si manifestano, ad esempio, nel dissesto idrogeologico o nel degrado e consumo del suolo (Barca, Lucatelli, 2014, p. 3).

di un approccio definito *resource based* secondo cui ogni realtà locale deve portare avanti politiche di sviluppo specifiche per il proprio contesto e tarate sulle proprie peculiarità che non si fermano soltanto al mero sfruttamento delle risorse. Quest'ultima visione, di certo, è quella oggi maggiormente perseguita specialmente da quelle aree che intendono emergere nel panorama turistico nazionale/internazionale: fondamentale è che le stesse tentino di partecipare ad un sistema del *loisir* già strutturato e collaudato che faciliti, in poco tempo, la promozione della destinazione (Vecchione, De Lucia, Paziienza, Longo, 2012; Testa D., 2016).

Un modello da più tempo sperimentato è il progetto portato avanti dal Consiglio d'Europa, quello delle *cultural routes*, vere e proprie reti di interazione sociale ed economica che, seguendo i principi di sostenibilità, equità ed inclusione, fondano le proprie radici sulla cultura e sulla creatività coinvolgendo i diversi attori (pubblici e privati) che gravitano in una determinata regione<sup>27</sup> (Majdoub, 2010; Zabbini, 2012; Podda et al., 2016; [www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org)). Questi percorsi convogliano al proprio interno nella forma di "circuiti di escursione", sia le peculiarità del patrimonio culturale, nella sua accezione più ampia, sia gli aspetti legati all'origine e alla motivazione che permettono di classificare gli itinerari culturali in geografici, storici e tematici (Baldacci, 2006; Torres Bernier, 2006; Bustreo, 2014). Territori intesi, quindi, come giacimenti culturali dove tradizioni e *know-how* produttivo tipico devono conciliarsi e rispondere alle nuove esigenze dei turisti sempre più meno tradizionalisti e pertanto anche alla ricerca di una ospitalità poco convenzionale. Ed ecco che accanto alla mera costruzione di una *route* ambasciatrice del viaggio esperienziale si manifesta anche una diversa e "nuova" reinterpretazione dell'ospitalità territoriale (Bozzato, 2016).

Di vitale importanza è il coinvolgimento attivo della popolazione autoctona che deve necessariamente riappropriarsi del proprio territorio dove il senso di appartenenza e di identità sono stati indeboliti dal tempo e dai processi economico-sociali ormai standardizzati. Un coinvolgimento inevitabile anche quando si parla di un'altra iniziativa promossa sempre a livello europeo come la creazione degli ecomusei: un originale forma museale priva di "pareti divisorie" o "sotto vetro" che nasce principalmente dalla motivazione della comunità locale spinta da un senso di protezione, conservazione e valorizzazione del proprio territorio. Una forma innovativa questa che tenta di conciliare conservazione e sviluppo e che nasce tra la metà degli anni Sessanta e gli inizi degli anni Settanta in Francia<sup>28</sup> per poi estendersi in altre realtà europee. In Italia approda soltanto nel 1995 quando la Regione Piemonte si appresta a dare vita a ben tre ecomusei<sup>29</sup>, seguita poi dal Trentino e dalla Toscana (Muscò, 2007; Cassalia, Ventura, 2014). Di fatto il principio ispiratore dell'ecomuseo è un approccio territorialista che mira più che alla promozione della cultura locale come semplice prodotto commerciale, al riconoscimento e alla valorizzazione del paesaggio attraverso strumenti dinamici e partecipativi.

Tra le tante metodologie partecipative e di lettura del territorio si distinguono quelle di origine anglosassone come "Planning for Real", "Village Design Statement" e "Parish map" accomunate dalla presenza di una comunità che studia e osserva il suo contesto

---

<sup>27</sup> Gli itinerari culturali del Programma europeo, istituito nel 1987, conta ad oggi (2016) 26 Stati membri e 32 itinerari tematici certificati relativi alla storia, al patrimonio e alla memoria europei (Terzić, Bjeljac, 2016).

<sup>28</sup> L'origine del termine è dovuta a Georges Henri Riviére, museologo ed etnologo nell'ambito del movimento della Nouvelle Muséologie francese (Cancellotti, 2011).

<sup>29</sup> Attualmente il Piemonte conta 23 realtà ecomuseali ([www.ecomuseipiemonte.wordpress.com](http://www.ecomuseipiemonte.wordpress.com)).

territoriale come se fosse uno specchio dove la popolazione si guarda e si riflette per capire e migliorare la qualità del proprio ambiente e stile di vita (Riviere, 1985; Testa R., 2007).

Il crescente interesse verso il patrimonio culturale incentiva, così, la formazione di un modello (sostenibile) di sviluppo territoriale che ruota sì intorno alle risorse, ma include anche processi creativi ed innovativi in grado di alimentare la competitività delle destinazioni a livello globale (Testa D., 2016) con evidenti e positive ricadute anche sul piano dell'attrattività turistica.

### **3. Nuovi strumenti di promozione e comunicazione a supporto delle aree interne**

Nel momento in cui la domanda turistica si forma, fondamentali risultano le fonti di informazione che il potenziale turista raccoglie per realizzare un primo viaggio "virtuale" nelle realtà che si accinge ad esplorare. Se per diversi secoli i racconti dei viaggiatori, le poesie, i romanzi, i film, le cartoline e le guide turistiche cartacee sono stati fondamentali per la costruzione dell'immagine di una destinazione, negli ultimi tempi l'industria turistica si avvale anche del prezioso aiuto proveniente dal *web* e dalle nuove tecnologie (Bagnoli, 2014; Bethapudi, 2015). L'immagine, mostrata dalle diverse fonti di informazione, molto spesso è il primo contatto tra turista e destinazione e per tale motivo la stessa deve essere trasmessa in modo diretto e chiaro, deve soddisfare le aspettative, anche economiche, degli individui rispetto alla vacanza voluta ed invogliare il desiderio a viaggiare.

Il compito dell'immagine di un determinato luogo è quindi arduo perché da solo deve soddisfare una domanda che si diversifica per gusti e aspettative (Martin de La Rosa, 2003). Ogni persona ha una percezione individuale nella quale interagiscono molti e diversi fattori culturali, psicologici e fisiologici che portano alla costruzione di un'immagine "prototipica" dei diversi ambienti: il confronto di quest'ultima con i dati percettivi porta a valutare la bellezza di un luogo (Whitfield, 1983; Purcell, 1994; Fregonese, Muscarà, 1995; Nuvoli, 1999; Battino, 2013). La *destination image* non è statica, ma tende ad evolversi nel tempo e nello spazio e alcuni autori, come Cooper (2002), hanno provato ad individuare in che modo la stessa si sviluppa: prima ancora che si pensi ad una vacanza si crea un'immagine vaga che si delinea, si trasforma e si espande nel momento in cui si prende la decisione di partire. Questa immagine "preesistente" si modifica ulteriormente durante l'esperienza della vacanza, rafforzando le idee corrette ed eliminando quelle sbagliate, finché non arriva il momento del ricordo del viaggio quando si dà vita a nuove immagini modellate da opinioni e atteggiamenti verificatisi con esso, le quali andranno ad influenzare le scelte future. Proprio in funzione di questi continui cambiamenti nell'ambito delle scelte dei consumatori l'immagine di una località deve essere monitorata costantemente, in particolar modo dagli operatori pubblici e privati del settore turistico, per cercare di consolidare gli aspetti positivi della regione interessata e minimizzare o eliminare quelli negativi.

Per tali territori avvalersi della tecnologia multimediale per la promozione del *cultural heritage* significa rispondere ad una sfida complessa: molte sono le potenzialità del web 2.0<sup>30</sup> e risulta fondamentale che si creino delle piattaforme formative di sviluppo integrato

---

<sup>30</sup> Per approfondimenti sull'argomento si veda Ejarque (2015).

in grado di condividere un parco di beni culturali privo di confini geografici o meglio definito *open access* per estendere così la fruibilità degli stessi oltre i canali tradizionali.

Valorizzare un bene culturale attraverso le nuove tecnologie significa seguire tre percorsi di divulgazione dell'offerta: quello della comunicazione (presentazione dei contenuti ad un'utenza ampia e diversificata attraverso, ad esempio, testi, audio, video), dell'intento didattico (rivolto ad un pubblico ben definito come le scolaresche e con un linguaggio già organizzato, prediligendo ambiti applicativi come la realtà aumentata, gli spazi virtuali emozionali e partecipativi), del turismo culturale (l'utilizzo sempre più frequente "in loco" di dispositivi mobili dove le informazioni storico-culturali si fondono con quelle prettamente geografiche/georeferenziate) (Bonacini, 2011; Orlandi, 2013).

In questo ultimo caso, per la visibilità di una località e del suo parco di risorse culturali, ha preso rapidamente piede il *viral marketing* o passaparola online che vive nel mondo dei *social network* e dei *blog* dove si formano, circolano e si consolidano le tante e diverse informazioni e opinioni su una determinata regione (Fatanti, Suyadnya, 2015). Nel settore dei *social network*, Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Panoramio, Instagram hanno conquistato le "tastiere" di migliaia di utenti ed alcune di queste applicazioni rappresentano anche dei bacini di informazioni "geolocalizzate" prodotte nel formato immagine che vengono condivise quotidianamente e che attualmente rappresentano le "nuove cartoline". Una componente tecnologica che fa la differenza permettendo di fruire di un bene in modo innovativo, dove lo stesso diventa il protagonista assoluto e il turista gioca un ruolo attivo nell'esperienza culturale. Dunque fondamentale è il potenziamento della componente esperienziale che unita al grado di personalizzazione della visita stimola la curiosità dell'utente nei confronti della risorsa e sprona (indirettamente) ad azioni di salvaguardia, valorizzazione e conoscenza. Regioni, enti pubblici/privati e popolazione autoctona, che si prodigano nel proporre un'offerta culturale "ambita" in grado di attirare nuovi flussi turistici, dovranno distinguersi segmentando le informazioni presentate: coerenti e distinte nelle forme, nei modi e nel linguaggio comunicativo. Infine, ma non ultimo, è apprezzabile che l'utilizzo degli strumenti tecnologici permettano una connessione e condivisione con gli altri servizi (turistici e non) del territorio affinché il turista possa gestire, in autonomia e secondo le proprie esigenze, il viaggio (Orlandi, 2013). Alla base di tutto non dovrebbe comunque mai mancare una strategia, un assetto organizzativo ben strutturato e una *governance* condivisa dei processi di sviluppo e promozione turistica. Esistono a tal proposito stimolanti esperienze che su questo fronte si stanno compiendo in alcune aree interne e rurali d'Italia. Tra queste, particolarmente interessante risulta quella di "Autunno in Barbagia", una coordinata attività di promozione territoriale realizzata col coinvolgimento di diverse comunità del centro Sardegna che da alcuni anni si stanno misurando col turismo che in tali zone marginali si è fatto strada con maggior lentezza.

#### **4. Marginalità delle "aree interne" della Sardegna e turismo**

La propensione della popolazione ad abitare gli spazi non costieri della Sardegna si è protratta fino alla seconda metà del secolo XX e al Censimento del 1971 i residenti dei comuni dell'entroterra pesavano per il 52%. Solo dopo gli anni Ottanta si è assistito ad una inversione di tendenza che ha portato i Sardi ad abitare, preferibilmente, le unità territoriali comunali che insistono sul mare: secondo i dati censuari del 2011 ci si trova di

fronte, dopo quaranta anni, ad un simmetrico capovolgimento con il 52% degli isolani che risiedono lungo la fascia costiera (Figura 1). Quest'ultima, sempre nell'intervallo di tempo considerato, manifesta un incremento demografico pari al 16% contro un aumento di appena il 2% registrato nell'entroterra.

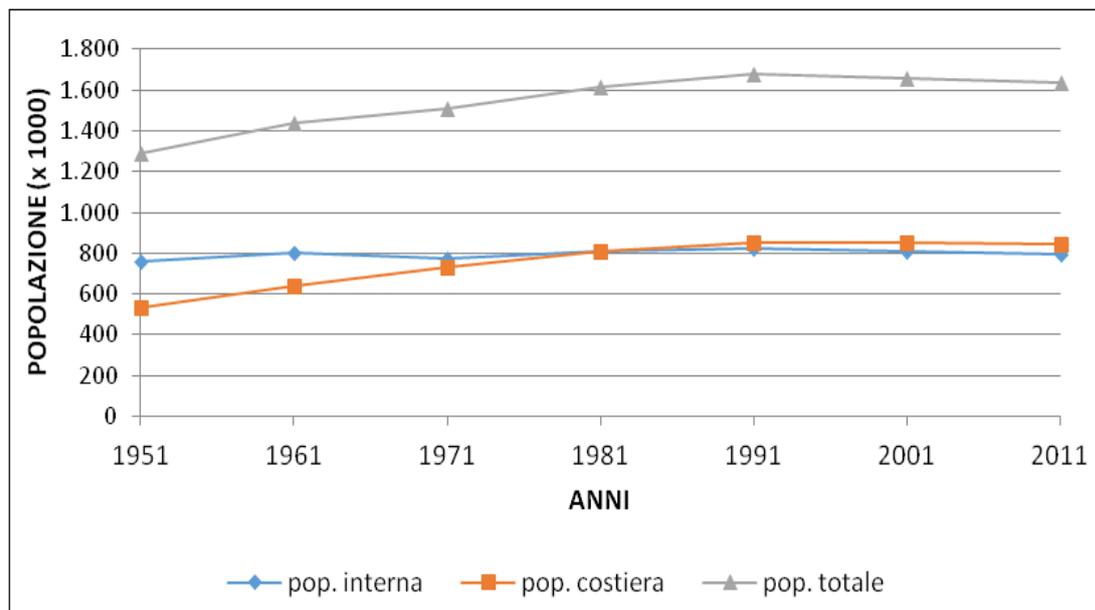


Figura 1: Evoluzione della popolazione residente nei comuni interni e costieri della Sardegna alla data dei Censimenti dal 1951 al 2011 (Fonte: elaborazione da [www.istat.it](http://www.istat.it)).

In prossimità del mare insistono importanti capoluoghi di provincia quali Cagliari, Sassari e Oristano, ma anche abitati che denunciano più di 25.000 abitanti come Quartu Sant'Elena, Olbia, Alghero e Iglesias. In sostanza, quasi tutti i comuni litoranei sono caratterizzati da un costante incremento di popolazione residente.

Si assiste, così, lungo alcune fasce costiere ad un importante processo di urbanizzazione (Istat, 2017) con un intenso consumo di suolo dovuto all'edificazione di abitazioni a carattere permanente e temporaneo.

Crescono, infatti, spesso in modo smisurato, dimore essenzialmente destinate al tempo libero, come annotato dai dati censuari fino al 1991, che rilevavano le abitazioni destinate alle vacanze, e da successive stime. Si moltiplicano i nuclei abitativi "fantasma", vivaci solo nella stagione estiva, con il crescere del numero dei turisti che nella quasi totalità arriva nell'Isola per la balneazione (Donato, Battino, 2009; Battino, 2014). L'attività turistica si evidenzia attraente per nuove forze lavoro che arrivano numerose dalle aree più interne i cui comuni, 305 contro i 72 costieri, denunciano in buona parte forme più o meno gravi di spopolamento con conseguenze non favorevoli e spesso dannose alla tradizionale economia pastorale ed agricola locale.

Questi comuni dell'interno, poi, sembrano in buona parte aver conosciuto processi di marginalizzazione non solo causati da importanti fenomeni di de-antropizzazione (significativo calo e invecchiamento demografico accompagnato da un importante peggioramento sia dell'occupazione che del livello di utilizzo del capitale territoriale),

ma, altresì, dalla “qualità della cittadinanza”, intesa come una graduale perdita dei servizi, pubblici e privati. Essi acquisiscono, anche nell’ambito degli indicatori di coesione, la denominazione di “aree interne” per la loro perifericità spaziale e marginalità funzionale. Su questa base, quindi, nell’area non costiera della Sardegna si individuano (Figura 2) solo due “poli”, i capoluoghi di provincia Nuoro e Carbonia, e quaranta “centri di cintura”, che insieme pesano per il 14% sull’universo considerato. Le “aree interne” segnano i numerosi rimanenti comuni, per lo più con spiccati caratteri rurali, che si suddividono in “intermedio” (26%), “periferico” (45%) e “ultraperiferico” (15%) (DPS, 2013; Barca, Casavola, Lucatelli, 2014; Istat, 2017; Breschi, 2014; Esposito, 2015).

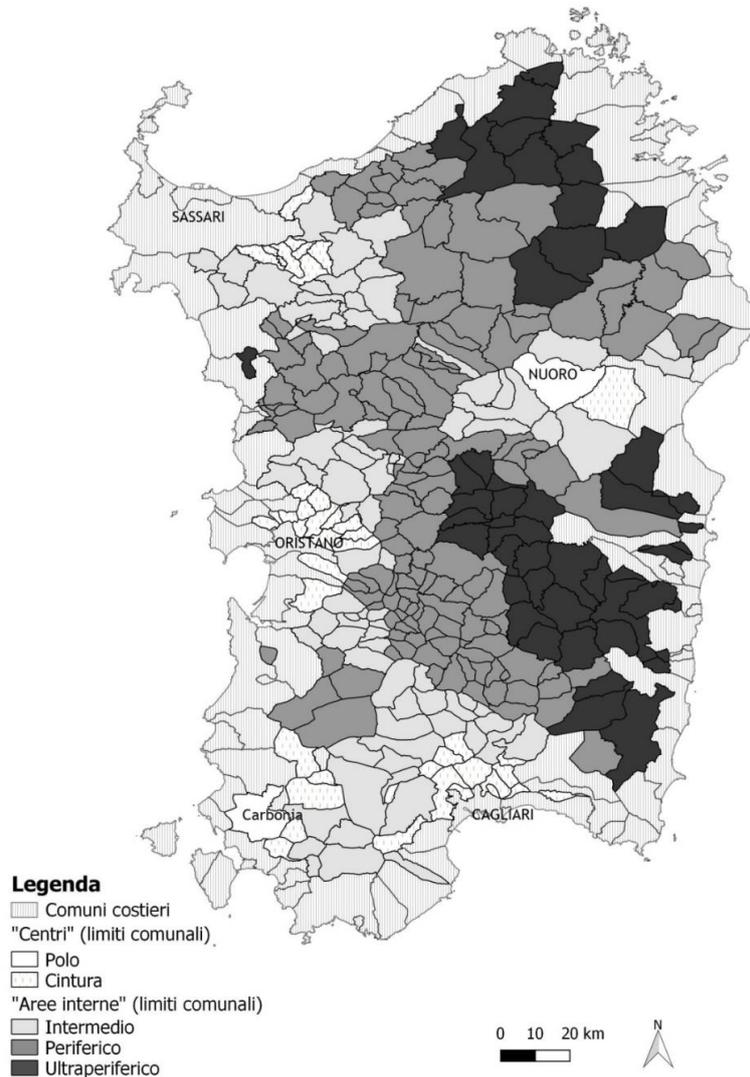


Figura 2: “Centri” e “aree interne” della Sardegna non costiera (Fonte: elaborazione dati [www.agenziacoesione.gov.it](http://www.agenziacoesione.gov.it)).

L’industria turistica, nel suo processo di modernizzazione dell’Isola, sembra aver incrementato il divario di sviluppo socio-economico tra la costa, dove essa si concentra, e l’interno che solo occasionalmente si propone come meta turistica dai caratteri, per lo più, prettamente escursionistici. Questa dicotomia si è protratta nel tempo, per quanto politiche regionali di riequilibrio territoriale e voci autorevoli di studiosi abbiano evidenziato il potere attrattivo di queste zone, ricche di significativi beni culturali e depositarie di identità ben delineate e ancora vissute (Scanu, Ugolini, Madau, 2006). Non

stupiscono allora le diverse iniziative, spesso supportate da finanziamenti pubblici, che negli ultimi tempi sembrano proporre queste aree marginali come luoghi accessibili da un turismo stanziale responsabile, dai caratteri lenti e con finalità legate allo sviluppo locale (Battino, 2011; Battino, Donato, Mele, 2016).

## **5. Autunno in Barbagia. La promozione turistica di un'area interna della Sardegna**

Quasi come reazione agli effetti distorti di una globalizzazione senza regole, che ormai da diversi anni ha investito tutte le aree del pianeta con esiti talvolta contraddittori, si assiste oggi a una riscoperta e rivalutazione degli elementi legati al locale insiti in quei prodotti territoriali fortemente ancorati ai luoghi, al patrimonio identitario, alla qualità e all'attenzione riposta nella formulazione dell'offerta turistica, culturale e ambientale<sup>31</sup>.

La cultura locale, in tutte le sue espressioni materiali e immateriali, i paesaggi, unitamente all'enogastronomia, settore tra i più trainanti sotto il profilo turistico<sup>32</sup>, rappresentano i fattori distintivi su cui diverse località tagliate fuori dai grandi circuiti stanno cercando di ripensare il proprio territorio in termini di destinazione privilegiata per turisti sostenibili e responsabili.

Le aree principalmente deputate a rispondere alle esigenze di questi nuovi turismi (Dallari, 2004) sono quelle rurali (Madau, 2004; Miani, 2015) e interne, ambiti privilegiati per un'agricoltura multifunzionale, dove è anche possibile sperimentare nuovi stili di vita (Lampreu, 2015) e in cui i segni della cultura si fanno portatori di particolari istanze identitarie che generano attrazione nei confronti di popolazioni esterne. Tuttavia si rileva come proprio le aree rurali, anche quelle dotate di un notevole carico di risorse, avvertano problemi organizzativi e ostacoli di varia natura nel momento in cui sono chiamate a tradurre i loro *asset* sotto forma di offerta turistica. Non mancano però, nel variegato panorama delle esperienze nazionali e internazionali, le buone pratiche e i tentativi più o meno riusciti di sistematizzazione strutturata delle ricchezze culturali e ambientali presenti nelle aree marginali per dare vita a veri e propri prodotti turistico-territoriali.

Un esempio interessante in tal senso, al netto di alcune criticità che saranno evidenziate, è quello di "Autunno in Barbagia", un progetto di rete che da oltre vent'anni coinvolge le comunità di numerosi piccoli centri ricadenti in quell'area del centro

---

<sup>31</sup> Una globalizzazione, quella in corso, pervasiva e penetrante che, se da un lato ha favorito processi di "Mcdonaldizzazione" (Ritzer, 1997; Spillare, 2015), dando vita a repentine trasformazioni dello spazio con l'insorgere di strutture deputate a rispondere alle richieste di consumatori sempre più esigenti, dall'altro ha innescato quello che può essere definito un vero e proprio "recupero della lentezza" (Miani, 2015).

<sup>32</sup> Garibaldi (2017, p. 43) sottolinea come in generale sia crescente "... l'interesse per forme di turismo differenti, che privilegia i luoghi minori, i piccoli borghi, le aree rurali, i piccoli centri. Sono queste le aree dove si può innestare in modo significativo l'offerta enogastronomica, come elemento arricchente o determinante, a seconda delle caratteristiche dei territori e del patrimonio enogastronomico." L'Italia che vanta la presenza di un amplissimo paniere di beni enogastronomici e il maggior numero di siti UNESCO al Mondo, potrebbe certamente trarre migliori esiti dal connubio tra turismo, enogastronomia e cultura.

Sardegna che storicamente e culturalmente è individuata col toponimo “Barbagia”<sup>33</sup>, estesa dal punto di vista geografico e amministrativo lungo il territorio della Provincia di Nuoro, interamente classificata dal Programma di Sviluppo Rurale (PSR) Sardegna 2014-2020 come “area rurale con problemi complessivi di sviluppo”.

Il presente lavoro prende in considerazione i 31 comuni che per l’anno in corso (2017) hanno aderito al circuito “Autunno in Barbagia”, i quali, ad eccezione di Nuoro (e della frazione di Lollove, villaggio medievale che anch’esso ospita la manifestazione), Dorgali e Oliena, fanno capo al *GAL Distretto Rurale Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu, Supramonte*, e al *GAL Nuorese Baronia*

I comuni di Autunno in Barbagia (Tabella 1, Figura 3), con una superficie di 2.615,76 km<sup>2</sup>, contano una popolazione al 1 gennaio 2017 di 101.405 abitanti.

Dal Censimento del 1951 a quello del 2011 (www.istat.it) quasi tutti i centri analizzati hanno evidenziato significativi cali demografici con le sole eccezioni sottolineate dagli aumenti di popolazione di Nuoro<sup>34</sup>, Ottana<sup>35</sup>, Dorgali<sup>36</sup> Oliena<sup>37</sup> e da quelli più contenuti di Orgosolo che hanno permesso a tutta l’area, nel complesso, di godere di un leggero incremento (<3%) dei propri abitanti rispetto a quelli residenti nella prima rilevazione censuaria post bellica. Se, tuttavia, si esclude Dorgali, le rimanenti unità amministrative di questa regione storica, tra il 2001 e il 2011, hanno sofferto di un sintomatico processo

---

<sup>33</sup> L’area culturale della Barbagia presenta un’estensione ampia e sfumata, in funzione delle chiavi di lettura utilizzate (uniformità del paesaggio, lingua, livello amministrativo ecc.), risultando talvolta complicato definirne con precisione i confini (Satta, 1991). Questo anche in virtù del fatto che il territorio regionale è stato nel tempo soggetto a numerose suddivisioni sicché, in base al periodo storico e al criterio adottato, si sono avute differenti interpretazioni circa l’assetto geografico isolano. Basti pensare al sistema di curatorie, mandamenti, distretti ecc., in cui la Sardegna veniva amministrativamente suddivisa in età giudiciale (Ibidem) e da cui poi deriverebbero le attuali regioni storiche raffigurate all’interno del Piano Paesaggistico Regionale (Bua, 2013). Guardando proprio a quelle suddivisioni medievali, secondo alcuni autori, la Barbagia si costituirebbe di quattro sub-regioni: Barbagia di Ollolai comprendente i comuni di Fonni, Gavoi, Lodine Mamoiada, Olzai, Ovodda, Ollolai; Barbagia centrale o “Mandrolisai” (Atzara, Desulo, Ortueri, Tonara, Samugheo e Sorgono); Barbagia di Belvì o di Meana (Aritzo, Belvì, Gadoni, Meana Sardo); Barbagia di Seulo (Esterzili, Sadali, Seui, Seulo) (Mori, 1966). Altre interpretazioni contemplano invece l’esistenza di tre Barbagie anziché quattro, tenendo marcatamente separato il territorio del confinante Mandrolisai. È questa ad esempio l’impostazione risultante dalla Carta realizzata per il Mosaico delle emergenze storico-culturali della Regione Sardegna. Secondo ulteriori suddivisioni il territorio è invece distinto in numerosi ambiti territoriali ottimali (ATO), circoscrizioni all’interno delle quali i comuni esercitano, attraverso le Unioni di Comuni, particolari funzioni e servizi (RAS, 2016). Nonostante le diverse denominazioni utilizzate, molte condividono una matrice culturale omogenea e non è un caso che i comuni aderenti ad Autunno in Barbagia ricadono proprio in numerosi di questi ATO (Barbagia, Gennargentu, Mandrolisai, Nuorese, Supramonte ecc.) e siano ulteriormente ricompresi nell’ambito del GAL Distretto Rurale Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu, Supramonte e del GAL Nuorese Baronia.

<sup>34</sup> Il Comune è il capoluogo dell’omonima Provincia e per le sue funzioni risponde ai caratteri di polo.

<sup>35</sup> Ha svolto per anni un ruolo importante come centro di attrazione per la presenza dell’industria petrolchimica. L’annosa crisi del settore ha determinato tra il 2001 e il 2011, però, una riduzione di popolazione pari a circa il 6%.

<sup>36</sup> Il paese, grazie alla sua frazione costiera di Cala Gonone, denuncia, nel tempo, una vivace attività economica legata al turismo. I suoi residenti sono aumentati anche nell’ultimo decennio censuario del 3%.

<sup>37</sup> L’abitato ha mantenuto e incrementato una importante produzione tradizionale (vino e olio) che si accompagna ad interessanti iniziative artigiane. La località in tempi più recenti ha, altresì, favorito forme di turismo “alternativo”.

di spopolamento che si è attestato intorno ad un valore medio del 9%: l'intera area accusa, di conseguenza, una valenza negativa superiore al 4%. Si tratta di un territorio che palesa, altresì, una bassissima densità (39 ab/km<sup>2</sup>) e la presenza di soli 17 comuni, dei trentuno considerati, con più di 1.500 residenti (Tabella 1).

Provincia	Comune	Popolazione	Superficie (kmq)	Densità (abitanti per kmq)
Nuoro	Aritzo	1.305	75,58	17
Nuoro	Atzara	1.132	35,92	32
Nuoro	Austis	819	50,81	16
Nuoro	Belvì	627	18,1	35
Nuoro	Bitti	2.843	215,37	13
Nuoro	Desulo	2.345	74,5	31
Nuoro	Dorgali	8.602	226,54	38
Nuoro	Fonni	3.942	112,27	35
Nuoro	Gadoni	795	43,44	18
Nuoro	Gavoi	2.668	38,06	70
Nuoro	Lula	1.397	148,72	9
Nuoro	Mamoiada	2.543	48,83	52
Nuoro	Meana Sardo	1.812	73,8	25
Nuoro	Nuoro	36.900	192,06	192
Nuoro	Oliena	7.106	165,74	43
Nuoro	Ollolai	1.293	27,24	47
Nuoro	Olzai	883	69,82	13
Nuoro	Onanì	391	71,97	5
Nuoro	Oniferi	898	35,67	25
Nuoro	Orani	2.882	130,43	22
Nuoro	Orgosolo	4.206	222,60	19
Nuoro	Orotelli	2.039	61,18	33
Nuoro	Ortueri	1.151	38,83	30
Nuoro	Orune	2.352	128,45	18
Nuoro	Ottana	2.308	45,07	51
Nuoro	Ovodda	1.606	40,85	39
Nuoro	Sarule	1.697	52,72	32
Nuoro	Sorgono	1.673	56,05	30
Nuoro	Teti	675	43,8	15
Nuoro	Tiana	498	19,32	26
Nuoro	Tonara	2.017	52,02	39
<b>Totale Comuni</b>		<b>101.405</b>	<b>2.615,76</b>	<b>39</b>

Tabella 1: Popolazione dei Comuni aderenti al circuito Autunno in Barbagia al 01/01/2017 (Fonte: elaborazione su dati Istat, [www.istat.it](http://www.istat.it)).

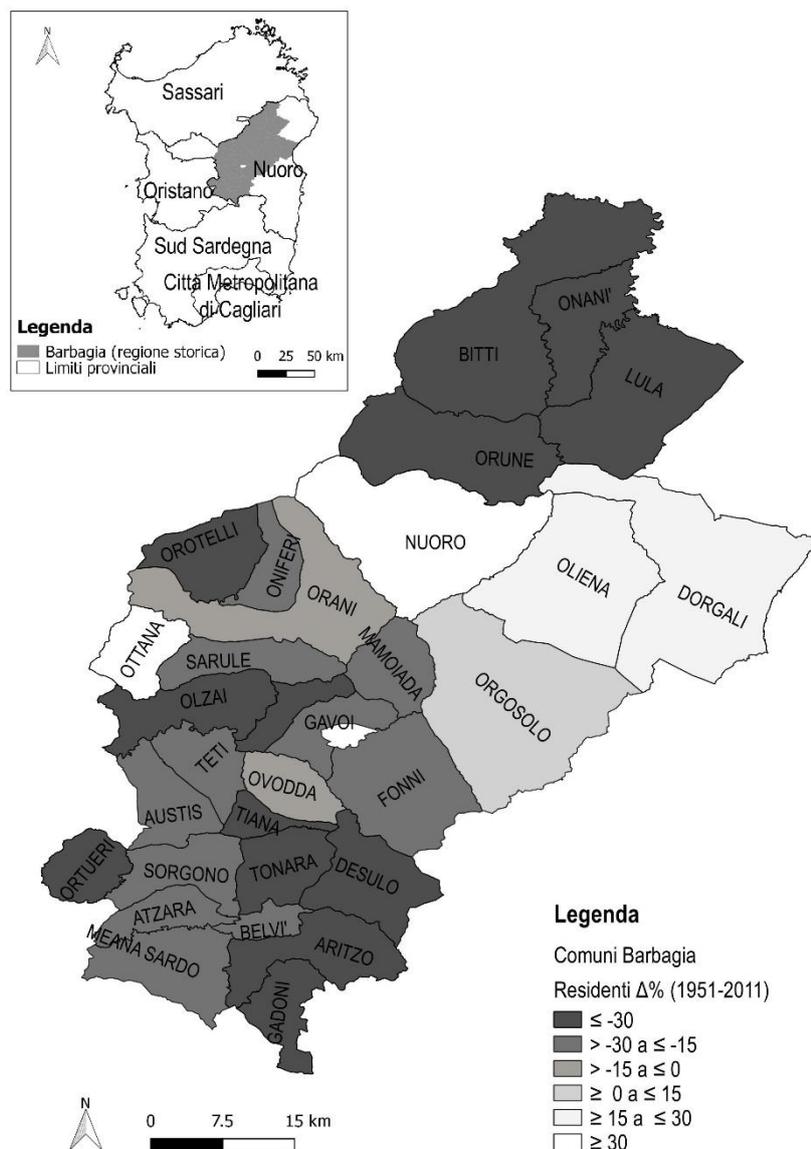


Figura 3: Evoluzione della popolazione nei Comuni aderenti ad Autunno in Barbagia (Censimenti 1951 e 2011). (Fonte elaborazione su dati Istat, [www.istat.it](http://www.istat.it)).

Il calo cronicizzato della popolazione, accompagnato da elevati indici di vecchiaia, di dipendenza strutturale ed allarmanti tassi di disoccupazione, concorre a delineare il profilo di un'area complessivamente fragile e per alcuni aspetti scarsamente infrastrutturata. Il tessuto imprenditoriale è debole e frammentato, poco internazionalizzato e costituito in maggioranza da microimprese che presentano difficoltà ad aggregarsi per sfruttare i vantaggi derivanti da economie di scala. Le attività prevalenti sono legate all'agricoltura e soprattutto all'allevamento ovino e bovino, mentre il turismo appare ancora troppo residuale con una ricettività principalmente extra alberghiera. Ciononostante sono presenti risorse di assoluto valore sia dal punto di vista ambientale e paesistico, con una variegata vegetazione e una ricca biodiversità animale ampiamente distribuita nei vari Siti di Interesse Comunitario (SIC), nelle aree di competenza del Parco Geominerario Storico Ambientale della Sardegna, in diverse Oasi di protezione faunistica nei complessi montuosi del Gennargentu e del Supramonte, sia da quello storico

archeologico con numerose testimonianze del passato valorizzate anche attraverso l'attività di musei e associazioni. Diversi comuni della Barbagia si distinguono per il ricco patrimonio agroalimentare ed enologico di qualità che trova proprio nel rapporto col territorio un carattere di specificità, così come avviene per le produzioni dell'artigianato artistico tradizionale. Un elemento che rende quest'area unica e attrattiva è costituito dal ricco patrimonio demo-etnoantropologico fatto di riti, feste, espressioni della tradizione popolare che, nello storico perpetuarsi, contribuiscono al rafforzamento della coesione sociale all'interno delle piccole comunità locali (GAL Distretto Rurale Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu, Supramonte, 2010; GAL Nuorese Baronia; 2010; Pusceddu et al., 2013).

Lo sfruttamento sostenibile ai fini turistici dell'articolato capitale di risorse presenti potrebbe dunque indirizzare verso nuove forme di sviluppo, soprattutto alla luce della riconosciuta importanza che il turismo rurale riveste per la competitività dei territori (Lanza et al., 2005; Tinacci Mossello et al., 2011) essendo capace di rinvigorire anche gli altri settori produttivi.

Proprio a partire da questa presa di coscienza è nato a Oliena, paese poco distante da Nuoro, nel 1996, il progetto inizialmente chiamato "Cortes Apertas" che, tradotto letteralmente, significa "Cortili aperti". L'iniziativa, che ha coinvolto l'intera comunità, compresi gli operatori economici e istituzionali, consisteva nell'organizzazione di un weekend alla scoperta delle ricchezze enogastronomiche e artistiche del posto distribuite lungo un itinerario ramificato che si snodava attraverso le "Cortes", gli antichi cortili tipici del centro Sardegna su cui si affacciavano alcune abitazioni appartenenti ai membri di uno stesso nucleo familiare. Le "Cortes", spazi intimi e domestici dove in passato si sviluppava la vita quotidiana delle singole famiglie olianesi, vennero in questo modo aperte al pubblico e reinterpretate in maniera funzionale per ospitare mostre, punti vendita di prodotti tipici locali, momenti di degustazione e dimostrazioni pratiche. L'evento ha rappresentato una novità per quella realtà fino ad allora poco propensa ad offrirsi secondo tali modalità al visitatore estraneo. Cortes Apertas ha inoltre consentito alle piccole aziende locali di proporre i propri prodotti a un ampio pubblico di visitatori che dal venerdì alla domenica hanno invaso il paese.

Il buon esito della manifestazione ha fatto sì che la stessa sia stata inserita, a partire dall'anno successivo, il 1997, all'interno del neonato e più ampio progetto denominato "Cuore della Sardegna". Per imitazione il processo ha iniziato ad essere riprodotto anche in altri piccoli centri della Barbagia, catalizzando numeri crescenti di visitatori e appassionati di turismo rurale, culturale ed enogastronomico.

Tuttavia, l'organizzazione iniziale delle attività non avveniva sotto un vero e proprio coordinamento formale ma l'esperienza maturata negli anni ha portato, nel 2001, alcuni comuni, di concerto con la Camera di Commercio di Nuoro, a costituire un progetto unitario e aperto ad altri paesi dell'area. "Autunno in Barbagia" è la denominazione di questa nuova formula che nel corso del tempo si afferma come una vera e propria vetrina promozionale delle risorse esposte nei diversi centri aderenti. Nonostante le numerose edizioni, l'obiettivo primario è rimasto quello di valorizzare le eccellenze locali e il *corpus* di tradizioni ancora vive, connotando, laddove possibile, ciascun appuntamento di una peculiare veste esperienziale. Si è così originato un sempre più fitto calendario di appuntamenti per la scoperta dei borghi barbaricini che, a rotazione, da settembre a dicembre, è possibile visitare. In queste occasioni, concentrate nei fine settimana, si

assiste alla preparazione dei cibi tipici, alla riproposizione di antichi mestieri, si ammirano le chiese presenti nei centri storici e nell'agro, i beni archeologici e i musei variamente diffusi. "Autunno in Barbagia" si è rivelata un'occasione peculiare per riscoprire i saperi della tradizione e mobilitare le forze sociali presenti che, anche in maniera volontaria, collaborano per la buona riuscita della manifestazione. Non mancano ovviamente i positivi risvolti economici. Si legge nel PSL del Gal Distretto Rurale (2010, p. 41) che "Autunno in Barbagia" ha restituito vitalità ai laboratori artigiani dando conferma del fatto che "la cultura non è solo un'esperienza esistenziale di riscoperta delle radici ma un movimento che porta anche al risveglio economico delle comunità locali. E in questi ultimi anni, dopo la crisi del sogno industriale, vi è l'attivazione di energie che dall'interpretazione (non fine a se stessa) del passato hanno trovato stimoli per il potenziamento di giacimenti economici di nicchia ma rispettosi degli equilibri ecologici, sociali e culturali".

## 6. Aspetti organizzativi e promozionali di Autunno in Barbagia

Sono 28 i centri che nel 2016 hanno aderito al circuito di "Autunno in Barbagia" (Figura 4) mentre per il 2017 la partecipazione è stata allargata a un totale di 31 comuni<sup>38</sup> che, prendendovi parte, aderiscono a un disciplinare organizzativo predisposto dall'Azienda Speciale per la Camera di Commercio di Nuoro (ASPEN) per rendere quanto più omogeneo il livello qualitativo degli eventi promossi.

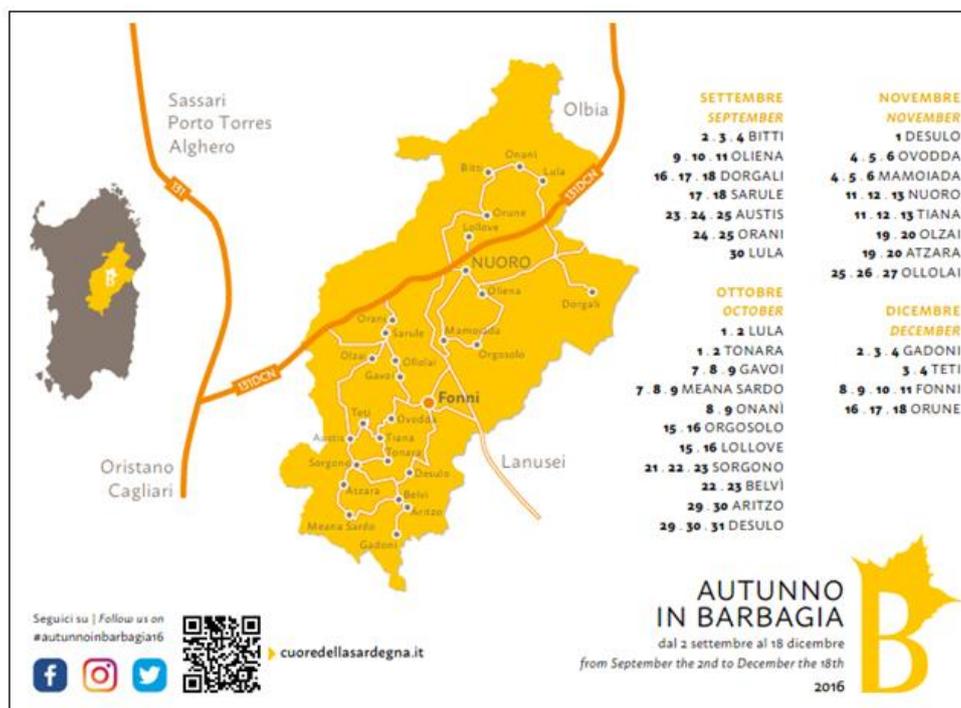


Figura 4: Carta degli appuntamenti di Autunno in Barbagia 2016 (Fonte: [www.cuoredellasardegna.it](http://www.cuoredellasardegna.it)).

<sup>38</sup> Di questi comuni ben 11 (Aritzo, Atzara, Austis, Belvì, Desulo, Gadoni, Meana Sardo, Ortueri, Sorgono, Teti, Tonara) fanno parte dell'Unione dei Comuni Gennargentu-Mandrolisai, individuata dalla Regione e dal Ministero come area di sperimentazione della SRAI, insieme a quella dell'Alta Marmilla.

Il modello di “Autunno in Barbagia”, rodato nel corso degli anni, è diventato ormai un marchio sotto cui ciascun comune può mettere in vetrina il proprio patrimonio predisponendo itinerari che si dipanano tra le vie dei centri storici e le diverse “Cortes”. Autunno in Barbagia si nutre della partecipazione degli attori locali, protagonisti principali dell’evento, il cui grado di coesione e coinvolgimento incide sui livelli di performance finali. Si è osservato come quei comuni dove è presente un più forte *empowerment* della popolazione, in cui si rintraccia una certa vivacità produttiva e dove esistono elementi della cultura capaci di calamitare turisti e visitatori durante tutto l’anno, dimostrano migliori risultati in termini organizzativi e gestionali. Si stima che nel 2016, secondo i dati comunicati dall’ASPEN, i visitatori di Autunno in Barbagia siano stati circa 350.000 e gli operatori a vario titoli coinvolti circa 1.780. Si tratta tuttavia di stime, mancando un sistema di rilevazione delle presenze e di computo preciso degli introiti reali prodotti in seno alla manifestazione, elemento questo su cui sarà necessario riflettere per poter apportare i corretti aggiustamenti in quelle realtà dove le basse performance dovessero essere certificate dai dati. È comunque lapalissiano che alcuni abitati, totalmente tagliati fuori dai circuiti turistici possano godere, grazie ad “Autunno in Barbagia”, di un’esposizione che difficilmente sarebbero in grado di ottenere singolarmente. Particolarmente utile ai fini di una fruizione consapevole e autonoma delle varie tappe in cui si sostanziano gli itinerari è la predisposizione e distribuzione gratuita in loco ai visitatori di brochure e mappe con l’indicazione dei punti di interesse (Figura 5). Anche in questo caso la carta, nel suo formato tradizionale, continua a rappresentare la principale alleata del turista o dell’escursionista che vuole scoprire i luoghi orientandosi in uno spazio sconosciuto col fine di apprezzare, con una maggiore cognizione, le varie componenti dell’offerta territoriale. Nel caso di “Autunno in Barbagia” questo appare tanto più vero se si considera che al momento non esiste una trasposizione digitalizzata dei percorsi a causa dell’assenza di un’adeguata copertura mobile in tutti i comuni, molti dei quali potrebbe non reggere un eccessivo carico di connessioni.



Figura 5: Mappa di uno degli appuntamenti di Autunno in Barbagia 2016 (Fonte: [www.cuoredellasardegna.it](http://www.cuoredellasardegna.it)).

Per quanto riguarda le attività di promozione online della manifestazione, si sottolinea come la stessa si avvalga di un utile e moderno sito internet - [www.cuoredellasardegna.it](http://www.cuoredellasardegna.it) - dal quale è possibile trarre tutte le informazioni indispensabili alla visita unitamente a interessanti approfondimenti (Figura 6).



Figura 6: Homepage del sito internet [www.cuoredellasardegna.it](http://www.cuoredellasardegna.it)

Nel sito è presente una sezione per ciascun paese coinvolto, con il programma degli eventi corredati di mappe e depliant. Il portale, nelle versioni in inglese e in italiano, che svolge la sua funzione in affiancamento alle collegate pagine attivate sui principali social network (Facebook, Instagram e Twitter) è un valido punto di riferimento per chi intende intraprendere un viaggio alla scoperta di quei borghi. Un suo punto di forza è dato dal rimando ai siti (che sono stati uniformati) non solo di “Autunno in Barbagia” ma anche della “Primavera nel cuore della Sardegna”, una manifestazione simile alla precedente che si sviluppa in altri comuni della provincia di Nuoro che non rientrano nella rete di “Autunno in Barbagia”, al sito di “BINU”, un concorso enologico nazionale che si tiene a Nuoro e giunto alla quinta edizione, e al sito del “Distretto culturale del Nuorese - Atene della Sardegna”. La possibilità offerta di poter accedere a tutti questi siti da un unico portale che funge da *hub*, da cui spostarsi verso i vari tematismi proposti, tradisce una visione strategica che è quanto mai auspicabile per la costruzione di programmi condivisi di lungo respiro, rappresentando la cartina di tornasole di un disegno territoriale più ampio, che non si ferma alle manifestazioni dell’autunno ma prosegue con i riti antichi del carnevale barbaricino, della settimana santa e degli altri elementi della tradizione popolare che caratterizzano il centro Sardegna.

## 7. Conclusioni

L’esperienza di Autunno in Barbagia mette in luce come alcune aree interne stiano cercando di riscattarsi di fronte a quella sorta di sentenza non scritta che le dà per condannate a un declino inesorabile. All’immobilismo che pareva averle contraddistinte per anni si sostituisce un nuovo dinamismo che permette addirittura di definirle come “aree in movimento” (Cavazzani, 2015; Sivini, 2015).

Autunno in Barbagia registra ogni anno numeri in crescita; è un evento riconosciuto e affermato nel panorama delle manifestazioni in Sardegna, anche per via della forte eco mediatica. Tuttavia, nonostante i numerosi aspetti positivi, non è esente da alcuni nodi critici. Il circuito, nel suo processo di consolidamento, ha registrato un'adesione sempre più numerosa di comuni. Molti di questi hanno dimostrato di saper realizzare proposte capaci di dare risalto alle proprie risorse in maniera eccellente. Altri, forse per inesperienza o carenza di un numero sufficiente di operatori locali, si sono mostrati in determinati casi deboli sotto questo aspetto. Le varie esperienze hanno evidenziato che se in determinati centri si può apprezzare una variegata offerta locale, connessa alle produzioni artistiche e artigianali del posto e alle risorse ambientali e culturali, in altri, la mancanza di artigiani e hobbisti viene talvolta sopperita ricorrendo a quelli provenienti dai paesi vicini o da altre parti della Sardegna, dando vita a rappresentazioni non perfettamente in linea con la tipicità del singolo luogo, seppur in coerenza con lo spirito di Autunno in Barbagia.

Se questo tipo di manifestazioni sono importanti per la loro capacità di trasmettere in maniera forte gli elementi identitari, ancorati al territorio, che sono strategici ed esprimono il cosiddetto *milieu* (Governa, 2001) e se, come osservano Meelli e Fatichenti (2011, p. 169), “per un potenziale successo ogni iniziativa economica deve legarsi alle radici culturali dei luoghi e all'identità di cui essi sono portatori”, bisogna prestare particolare attenzione affinché le stesse non sfocino in eccessive rappresentazioni della realtà. Non sottovalutare questi aspetti è fondamentale per evitare che la quantità prevalga sulla qualità dell'offerta e impedire che si arrivi a proporre formule troppo sganciate dai territori e replicabili in maniera generalizzata.

Altrettanta importanza dovrebbe essere riservata alla possibilità di monitorare gli esiti della manifestazione, anche sotto il profilo economico.

Ulteriori elementi da tenere in considerazione sono legati ad aspetti niente affatto secondari come quelli relativi alla pressione che si genera sull'ambiente, seppur in un arco temporale ristretto, in paesi di alcune centinaia di abitanti che vengono letteralmente presi d'assalto da turisti e visitatori, con fenomeni di congestione del traffico ed elevata produzione di rifiuti. A proposito di quest'ultimo aspetto, con l'obiettivo di ridurre il peso, si potrebbe pensare di mutuare quanto già si sta sperimentando in manifestazioni di analogia portata, dove viene impiegato materiale unicamente biodegradabile al posto delle stoviglie usa e getta e dove si incentiva l'utilizzo di sistemi di mobilità sostenibile rappresentati da bici e bici elettriche.

Autunno in Barbagia si conferma dunque un importante elemento strategico, la risposta di un territorio che intende ritagliarsi un ruolo importante nella cornice del turismo isolano che, anche dal punto di vista delle strategie e delle politiche regionali (POR Sardegna 2014-2020; Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020), deve essere promosso e incentivato in sinergia con i settori chiave dell'artigianato e dell'enogastronomia, della tutela dell'ambiente e dei paesaggi, della creazione di itinerari e reti che possano mettere in connessione le diverse risorse presenti.

La stessa manifestazione di Autunno in Barbagia, in base alle evidenze riscontrate, dimostra che tutto ciò è possibile, facendo registrare i risultati migliori proprio in quei centri dove sono maggiormente presenti e attivi operatori economici impiegati nella viticoltura, nella gastronomia tipica e nella gestione dei beni culturali, i quali, con il loro lavoro costante, riescono a mantenere vivo il territorio anche dopo la fine dell'evento,

riuscendo a sfruttare la forza di un appuntamento affermato e di grande ausilio per il rafforzamento dell'immagine turistica dell'intera area che vuole essere sempre più percepita come un vero e proprio sistema.

### **Bibliografia**

- Baldacci V. (2006). *Gli itinerari culturali*, Guaraldi, Rimini.
- Bagnoli L. (2014). *Manuale di geografia del turismo*, Utet, Torino.
- Barbera F. (2015). Il terzo stato dei territori: riflessioni a margine di un progetto di policy. In Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d'area*, Torino, Rosenberg & Sellier: 36-52.
- Barca F., Lucatelli S. (2014). Sommario. In Barca F., Casavola P., Lucatelli S. (a cura di), *Strategia Nazionale per le Aree Interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*, Materiali UVAL n. 31, online su: <http://www.agenziacoesione.gov.it>
- Battino S. (2011). The inland Gallura for the affirmation of an alternative and sustainable tourism. In Matas M., Faricic J. (a cura di), *Medunarodni znanstveni skup Zagora izmedu stočarsko-ratarske tradicije te procesa litoralizacije i globalizacije Zbornik radova*, Zadar – Split, Sveučilište u Zadru (University of Zadar), Kulturni sabor Zagore Ogranak Matice Hrvatske: 763-781.
- Battino S. (2013). “La imagen que perciben los turistas que visitan Cerdeña. Primeras consideraciones extraídas de una investigación realizada mediante cuestionarios”, *Cuadernos de turismo*, 32: 37-64.
- Battino S. (2014). “Stime quantitative ed un primo studio cartografico delle seconde residenze nel processo di litoralizzazione della fascia costiera del Nord-Est della Sardegna”, *Bollettino A.I.C.*, 150: 4-19.
- Battino S., Donato C., Mele G. (2016). Turismo sostenibile e culturale nelle aree interne del nord Sardegna: viaggi sul “trenino dei due mari”. In Scanu G. (a cura di), *Conoscere per rappresentare Temi di cartografia e approcci metodologici*, Pàtron editore, Bologna: 153-181.
- Belliggiano A. (2012). Il turismo “cult-rurale” nei processi di sviluppo locale: evidenze e prospettive in alcune regioni meridionali. In Garibaldi R. (a cura di), *Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020*, Franco Angeli, Milano: 176-199.
- Bethapudi A. (2015). “Role of ICT in Promoting a Rural Tourism Product”, *Journal of Tourism & Hospitality*, 4 (3): 1-4.
- Bonacini E. (2011). *Nuove tecnologie per la fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale*, Aracne editrice, Roma.
- Borghi E. (2017). *Piccole Italie. Le aree interne e la questione territoriale*, Donzelli Editore, Roma.
- Bozzato S. (2016). “Mezzogiorno e sviluppo euro-mediterraneo. Gli itinerari culturali per una nuova visione territoriale”, *Documenti Geografici*, 2: 71-88.

- Brasili C. (a cura di) (2014). *Il capitale territoriale nelle regioni europee: un modello di crescita*, RegiosS Cycles & Trends, Bologna.
- Breschi M. (a cura di) (2014). *Popolamento e transizione demografica in Sardegna*, Forum edizioni, Udine.
- Bustreo M. (2014). “Gli itinerari culturali europei. Le grandi vie della comunicazione tra passato e futuro”, *Turismo e Psicologia*, 2: 125-135.
- Camagni R. (2009). Per un concetto di capitale territoriale. In Borri D., Ferlaino F., (a cura di), *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni*, Franco Angeli, Milano.
- Cancellotti C. (2011). “L’ecomusée n’est pas musée”. Gli ecomusei come laboratori produttori di cultura, territorio e relazione”, *Altre modernità*, 5: 99-114.
- Carta M. (2006). *L’armatura culturale del territorio: il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*, Franco Angeli, Milano.
- Cassalia G., Ventura C. (2014). “Ecomusei per la valorizzazione del paesaggio culturale in aree rurali. Un progetto pilota di valorizzazione integrata”, *Labor-Est*, 9: 14-18.
- Cavazzani A. (2015). Aree interne in movimento. In Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d’area*, Rosenberg & Sellier, Torino: 177-182.
- Cocco F., Fenu N., Lecis Cocco-Ortu M. (a cura di) (2016). *SPOP. Istantanea dello spopolamento in Sardegna*, LetteraVentidue Edizioni, Siracusa.
- Cocco F., Fenu N., Lecis Cocco-Ortu M., (2016). Spopolamento in Sardegna. Questioni di futuro. In Cocco F., Fenu N., Lecis Cocco-Ortu M. (a cura di) (2016), *SPOP. Istantanea dello spopolamento in Sardegna*, LetteraVentidue Edizioni, Siracusa: 16-23.
- Cooper, C. et al. (2002). *Geografia del turismo, teoria e pratica*, EDI.MAT, Bologna.
- Dallari F. (2004). Il turismo culturale per una ricomposizione territoriale. Il Progetto Turismo Uniadrom. In Madau C. (a cura di), *Risorse culturali e sviluppo locale*, Società Geografica Italiana, Roma: 321-334.
- Dematteis (2013). “La Montagna nella strategia per le aree interne 2014-2020”, *Agriregionieuropa*, 9 (34) online su: [https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/34/la-montagna-nella-strategia-le-aree-interne-2014-2020#footnote1\\_pzuex3u](https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/34/la-montagna-nella-strategia-le-aree-interne-2014-2020#footnote1_pzuex3u)
- Dematteis G. (2015). Aree interne e montagna rurale in rapporto con le città. In Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d’area*, Rosenberg & Sellier, Torino: 58-69.
- Donato C., Battino S. (2009). Il peso del turismo che non appare e la pressione turistica sugli ambiti di paesaggio costieri del Nord Sardegna. In Scanu G. (a cura di), *Paesaggi e sviluppo turistico. Sardegna ed altre realtà geografiche a confronto*, Carocci Editore, Roma: 539-554.
- DPS (Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione economica) (2013). *Le aree interne: di quale territori parliamo? Nota esplicativa sul metodo di classificazione delle aree*, DPS, Nota 5.
- Esposito M. (2015). Dinamiche demografiche in Sardegna. Un saggio previsionale. In Marrocu L., Bachis F., Deplano V. (a cura di), *La Sardegna contemporanea. Idee, luoghi, processi culturali*, Donzelli Editore, Roma: 31-58.

- Ejarque J. (2015). *Social Media Marketing per il turismo. Come costruire il marketing 2.0 e gestire la reputazione della destinazione*, Hoepli, Milano.
- Fatanti M. N., Suyadnya I. W. (2015). "Beyond user gaze: how instagram creates tourism destination brand?", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 211: 1.089-1.095.
- Ferlaino F. (2015). Le aree interne. Pre-testo per una postmodernità sostenibile, in Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d'area*, Rosenberg & Sellier, Torino: 159-173.
- Fregonese M. Y., Muscarà C. (1995). *Gli spazi dell'altrove, geografia del turismo*, Patron Editore, Bologna.
- GAL Distretto Rurale Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu, Supramonte (2010). Piano di Sviluppo Locale "Verso il Distretto Rurale", RAS, online su: <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3932>
- GAL Nuorese Baronia (2010). Piano di Sviluppo Locale, RAS, online su: <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3880>
- Garibaldi R. (2017). *In viaggio per cibo e vino. Opportunità per un nuovo turismo integrato*, Volume I, Aracne Editrice, Canterano.
- Giorgio C. (2015). Il percorso di definizione fino all'Accordo di Partenariato. In Monaco F., Tortorella W. (a cura di) (2015), *I Comuni della Strategia Nazionale Aree Interne. Prima edizione – 2015*, in Studi e Ricerche, Fondazione IFEL: 9-16.
- Governa F. (2001). La dimensione territoriale dello sviluppo socio-economico locale: dalle economie esterne distrettuali alle componenti del milieu. In Magnaghi A. (a cura di), *Rappresentare i luoghi. Metodi e tecniche*, ALINEA, Firenze: 1-16, online su: [http://www.lapei.it/public/2011/01/Rappresentare\\_070\\_Governa.pdf](http://www.lapei.it/public/2011/01/Rappresentare_070_Governa.pdf)
- ISTAT (1994). *Popolazione residente comuni. Censimenti 1861-1991. Circostrizioni territoriali al 20 ottobre 1991*, Istat, Roma.
- ISTAT (2017). *Percorsi evolutivi dei territori italiani. 60 anni di storia socio-demografica attraverso i dati censuari*, Istat, Roma.
- Lampreu S. (2015). Valorizzazione dell'identità territoriale e prodotti tipici di qualità: il caso della Marmilla (Sardegna centro-occidentale). In Calaresu M., Colucci G., Dessole C., Detotto C., Fiori S., Galistu A., Onni G., Ruiu M. L., Schirru M., Valenti A., Zappino F. (a cura di), *Ricerca in vetrina. Originalità e impatto della ricerca scientifica di dottorandi e dottori di ricerca*, Franco Angeli, Milano: 57-67.
- Lanza A., Markandya A., Pigliaru F. (2005). *The economics of tourism and sustainable development*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Lucatelli S. (2015). Quali e cosa sono le aree interne. In Monaco F., Tortorella W. (a cura di), *I Comuni della Strategia Nazionale Aree Interne. Prima edizione – 2015*, Studi e Ricerche, Fondazione IFEL: 17-30.
- Madau C. (a cura di) (2004). *Risorse culturali e sviluppo locale*, Società Geografica Italiana, Roma.
- Majdoub W. (2010). "Analysing cultural routes from a multidimensional perspective", *Alma Tourism*, 2: 29-37.

- Marchetti M., De Toni A., Sallustio L., Tognetti R. (2017). Criticità e opportunità di sviluppo per le aree interne. Una lettura dei processi territoriali recenti. In Marchetti M., Panuzzi S., Pazzagli R. (a cura di), *Aree Interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*, Soveria Mannelli, Rubbettino: 27-37.
- Marchetti M., Panuzzi S., Pazzagli R. (a cura di) (2017). *Aree Interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*, Soveria Mannelli, Rubbettino.
- Marmo R. (2016). *Social media mining. Estrarre e analizzare informazioni dai social media*, Hoepli, Milano.
- Martin De La Rosa B. (2003). “La imagen turistica de las regiones insulares: las islas como paradiso”, *Cuadernos de Turismo*, 11: 127-133.
- Massarotto M. (2011). *Social network. Costruire e comunicare identità in rete*, Apogeo, Milano.
- Melelli A., Fatichenti F. (2011). Sagre e altre manifestazioni locali in Umbria: espressioni di identità territoriale. In Banini T. (a cura di), *Mosaici identitari. Dagli italiani a Vancouver alla Kreppa Islandese*, Edizioni Nuova Cultura, Roma: 169-185.
- Meloni B. (2015). Aree Interne: Strategie di sviluppo locale. In Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d'area*, Rosenberg & Sellier, Torino: 11-26.
- Meloni A. (2016). Cortes Apertas. In Cocco F., Fenu N., Lecis Cocco-Ortu M. (a cura di), *SPOP. Istantanea dello spopolamento in Sardegna*, LetteraVentidue Edizioni, Siracusa: 16-23.
- Meloni B. (a cura di) (2015). *Aree Interne e progetti d'area*, Rosenberg & Sellier, Torino.
- Miani F. (2015). “Il cibo da eredità delle culture locali ad attrattore del turismo gastronomico”, *Annali del Turismo*, IV, Edizioni Geoprogress: 11-24.
- Monaco F., Tortorella W. (a cura di) (2015). I Comuni della Strategia Nazionale Aree Interne. Prima edizione – 2015, *Studi e Ricerche*, Fondazione IFEL, online su: [www.fondazioneifel.it](http://www.fondazioneifel.it)
- Mori A. (1966), La Sardegna, *Le Regioni d'Italia*, XVIII, Utet, Torino.
- Muscò D. (2007). Le vie per l'ecomuseo. In Muscò D. (a cura di), *L'ecomuseo tra valori del territorio e patrimonio ambientale*, Centro Servizi Volontariato Toscana, Briciole (trimestrale n. 11-14), 4-10.
- Nuvoli G. (1999). *Conoscenza ed educazione all'ambiente*, Franco Angeli, Milano.
- Orlandi M. (2013). Didattica e turismo 2.0. Nuove tecnologie per la divulgazione del patrimonio culturale, *Storia e futuro*: 32, 1-8.
- Pazzagli R. (2017). Un Paese scivolato a valle. Il patrimonio territoriale delle aree interne italiane tra deriva e rinascita. In Marchetti M., Panuzzi S., Pazzagli R. (a cura di), *Aree Interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*, Soveria Mannelli, Rubbettino: 18-25.
- Podda C., Camerada V., Lampreu S. (2016). “Cartografia e promozione del turismo in aree a economia debole. Dal marketing territoriale ai percorsi a base culturale”, *Bollettino A.I.C.*, 157: 92-104.

- Purcell A. T. et al. (1994). "Preference or preferences for landscape?", *Journal of environmental psychology*, 14 (3): 195-209.
- Pusceddu R., Loria E., Bruno G. (a cura di) (2013). *Piano marketing strategico e sostenibile del consorzio BIM Taloro*, INVENTIVA, online su: <http://www.bimtaloro.it/download-area/>
- Realacci E. (2017). Prefazione, in Borghi E. (a cura di), *Piccole Italie. Le aree interne e la questione territoriale*, Donzelli Editore, Roma: 7-9.
- Regione Autonoma della Sardegna (RAS) (2014). *La Strategia Nazionale per le aree interne. Processo programmatico e nota metodologica per l'individuazione delle aree interne per la Regione Sardegna*, online su: <http://www.galmarmilla.it/media/228820/Documento-Definizione-Aree-Interne-finale-26052014.pdf>
- Regione Autonoma Sardegna (RAS) (2014). *Programma di sviluppo rurale 2014-2020*, Ass. dell'Agricoltura e riforma agro-pastorale, Reg. Aut. Sardegna.
- Regione Autonoma della Sardegna (RAS) (2016). *Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020*, online su: <http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/benvenuto-sul-sito-del-psr-2014-2020>
- Ritzer G. (1997). *Il mondo alla McDonald's*, Il Mulino, Bologna.
- Scanu G., Ugolini G., Madau C. (2006). Per un turismo nelle aree interne della Sardegna. Un primo approccio metodologico. In Celant A. (a cura di), *Sviluppo turistico regionale. Fattori di competitività ed elementi di vulnerabilità*, GRANTUR, Roma: 105-136.
- Sivini S. (2015). Territori in "movimento": due esempi calabresi. In Meloni B. (a cura di), *Aree Interne e progetti d'area*, Rosenberg & Sellier, Torino: 208-221.
- Spillare S. (2015). Tipicità e identità autentica nel turismo gastronomico e alimentare contemporaneo: verso un paradigma di responsabilità, *Annali del Turismo*, IV, Edizioni Geoprogress: 87-99.
- Storti D. (a cura di) (2000). *Tipologie di aree rurali in Italia*, Studi & Ricerche INEA, Roma.
- Terzić A., Bjeljic Ž. (2016). "Cultural routes – Cross-border tourist destinations within Southeastern Europe", *Forum geografic*, XV (2): 180-188.
- Testa D. (2016). "Patrimonio culturale e rigenerazione urbana. Il bando periferie di Roma Capitale per l'avvio di uno sviluppo *culture driven*", *Documenti Geografici*, 2: 89-108.
- Testa R. (2007). Il progetto di fattibilità e la gestione dell'ecomuseo. In Muscò D. (a cura di), *L'ecomuseo tra valori del territorio e patrimonio ambientale*, Centro Servizi Volontariato Toscana, Briciole (trimestrale n. 11-14): 31-47.
- Tinacci Mossello M., Randelli F., Romei P., Simoncini R., Tortora M. (2011). Gli aspetti geoeconomici e ambientali del turismo rurale in Toscana. In Pacciani A. (a cura di), *Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*, Franco Angeli, Milano: 63-102.

Torres Bernier E. (2006). "Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico", *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60: 84-97.

Vecchione V., De Lucia C., Pazienza P., Longo L. (2012). *Percorsi Storico-Culturali e Sviluppo delle Aree Interne: Il Caso della "Via Francigena del Sud" in Capitanata*, in AISRe (Associazione Italiana di Scienze Regionali), Atti del Convegno "XXXIII Conferenza Italiana di Scienze Regionali".

Whitfield T. W. A. (1983). "Predicting preference for familiar everyday objects: an experimental confrontation between two theories of aesthetic behavior", *Journal of environmental psychology*, 20: 221-237.

Zabbini E. (2012). "Cultural Routes and Intangible Heritage", *Almatourism*, 3 (5): 59-80.

### **Sitografia**

[www.istat.it](http://www.istat.it)

[www.regionesardegna.it](http://www.regionesardegna.it)

[www.agenziacoesione.gov.it](http://www.agenziacoesione.gov.it)

[www.cuoredellasardegna.it](http://www.cuoredellasardegna.it)