

AREE INTERNE E BENI CULTURALI: IL PATRIMONIO DISMESSO IN COSTIERA AMALFITANA¹

Teresa Amodio*

Abstract

The contribution intends to combine some themes that refer to the abandoned areas and the need for recovery connected to them, to the internal areas and to the possible economic revitalization processes, to the role of the cultural heritage for the creation of tourist offers complementary to the seaside ones. To this end, the case of a geographic context of great value is presented, which, however, is affected by the presence of hilly and mountainous areas behind the sea belt where a range of cultural assets is found that are not adequately valued. It is, in particular, a rich proto-industrial heritage linked to ancient milling and paper production, which had characterized the economy and the economic history of the area since the Middle Ages. The research was carried out using a methodology based on census, location of disused structures, analysis of the characteristics of each and realization of photographic and informative documentation. The final result provides the framework of a cultural, material and immaterial heritage, located in the internal area of the Costa that insists, abandoned, on the territory.

1. Premessa

Il contributo intende coniugare alcuni temi che fanno riferimento alle aree dismesse e all'esigenza di recupero ad esse connesse, alle aree interne (Prezioso, 2018) e ai possibili processi di rivitalizzazione economica, al ruolo dei beni culturali per la creazione di offerte turistiche complementari a quelle balneari.

I temi indicati riconducono il ragionamento ad un unico filo conduttore che prospetta analisi di tipo territoriale che abbiano ad oggetto contesti geografici collocati in zone più marginali (European Commission, 2011; Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, 2014); dotati di un capitale territoriale invisibile, nella misura in cui non è valorizzato; prossimi ad aree a forte vocazione e attrattività turistica (Brasili, 2012; Fratesi e Perruca, 2014).

Rispetto a questi ambiti, l'attenzione ricade sui beni presenti che, in quanto lasciti culturale del passato o condizioni naturali intrinsecamente connaturati all'area,

¹ La ricerca è stata condotta nell'ambito di una ricerca sulle aree dismesse ed i vuoti funzionali della Costiera Amalfitana dal titolo "*Dismissioni industriali e forme di riuso per lo sviluppo integrato del territorio: la Costiera Amalfitana*", coordinato da M. Riitano.

* Teresa Amodio. Dipartimento di Scienze del Patrimonio culturale (DISPAC), Università degli Studi di Salerno, tamodio@unisa.it.

possono rivelare la loro natura patrimoniale solo e se entrano a far parte di un progetto di riconoscimento e di messa in valore.

A tale riguardo, l'approccio geografico ai beni culturali che è in grado di sottolinearne la natura relazionale e contestuale, deve essere esso stesso progettuale per poter rappresentare tali beni come risorse per il futuro e principi attivi dell'organizzazione territoriale, capaci di dare senso al presente (Caldo, 1994).

Il senso di tale contestualizzazione è duplice: per un verso il bene può essere visto come segno materiale localizzato, per un altro esso costituisce un valore in un sistema di relazioni sociali che gli attribuiscono, appunto, il significato di bene.

A tale riguardo è necessario estendere il concetto di cultura al suo senso antropologico, un valore globale che comprende i comportamenti di un gruppo, l'insieme delle comunicazioni interpersonali, le norme dell'agire sociale e i prodotti di questo.

Più in generale, il concetto di patrimonio storico-culturale, considerato come insieme di beni culturali ed ambientali in rapporto al contesto sociale e territoriale in cui essi sono inseriti, rimanda al concetto di "patrimonializzazione", termine che indica il processo attraverso cui si realizza un'attribuzione di valore ad oggetti costruiti nel passato, mettendo così in relazione diretta storia, cultura, economia e società.

Va sottolineato, tuttavia, che l'attribuzione di valore non è univoca; difatti, ci si può riferire al valore estetico di un bene, ma anche a quello scientifico-conoscitivo, oppure al valore identitario, a quello simbolico o ancora al valore economico.

La geografia del patrimonio culturale ricostruisce, dunque, il sistema di relazioni entro cui si formano i valori nelle loro articolazioni spazio-ambientali, situandoli entro contesti territoriali specifici, a diverse scale, cioè in un sistema di differenze e interdipendenze rappresentabili nello spazio (Dematteis, 1998).

Ma, la geografia, partendo dall'analisi del territorio, considerato non come contenitore ma piuttosto esso stesso come risorsa da valorizzare, oltre a ricostruire, può svolgere anche un ruolo attivo, di tipo propositivo e progettuale, al fine di favorire i processi di patrimonializzazione all'interno di un sistema locale, processi di particolare rilevanza anche al fine di cogliere e definire il complesso rapporto che esiste oggi fra dimensione locale e dimensione globale.

Nell'epoca delle reti, infatti, la valorizzazione del patrimonio storico-culturale può consentire ai territori di partecipare alla competizione globale in qualità di protagonisti. Quanto premesso rappresenta l'ancoraggio teorico alla ricerca condotta sulle strutture industriali dismesse della Costiera Amalfitana, in generale, e di quelle presenti ad Amalfi, in particolare, collocate in un'area che può essere considerata, a pieno titolo, un sistema locale competitivo nello scenario globale poiché ne ha tutte le caratteristiche, comprese quelle identitarie e culturali.

Un sistema locale di grande notorietà e qualità, come testimonia anche il prestigioso riconoscimento dell'UNESCO che lo ha annoverato fra i patrimoni dell'umanità, dotato di un patrimonio storico-culturale molto antico e ricchissimo che, tuttavia, ad un'attenta analisi di contesto risulta non sempre messo in valore in modo adeguato e quindi, per certi versi, incapace di rafforzare il tessuto economico-sociale di riferimento.

Per quanto possa apparire paradossale per un territorio noto in tutto il mondo, nella Costiera Amalfitana il processo di patrimonializzazione spesso è carente, come è il caso delle numerose strutture industriali dismesse presenti nella zona (circa 40).

Lo stato di abbandono e di degrado in cui esse si trovano e la conseguente mancata attribuzione di valore costituiscono elementi di debolezza del sistema locale ed uno

spreco vistoso, soprattutto in considerazione dell'alto pregio del contesto in questione e dei forti vincoli edificatori in esso presenti.

2. La metodologia di analisi

Per lo studio del patrimonio dimesso è stata utilizzata una metodologia che ha previsto una prima fase basata su indagini dirette, volte a censire le strutture presenti: per ciascuna di esse sono state analizzate la proprietà, la dimensione e l'epoca di costruzione, lo stato di conservazione e le destinazioni d'uso succedutesi nel tempo. La raccolta di dati e le rilevazioni dirette sono state condotte sulla base di una schedatura, appositamente messa a punto, da compilare per ciascuna struttura dismessa al fine di fornire un censimento completo delle aree selezionate, sia in relazione alle caratteristiche strutturali e tipologiche degli edifici, sia in relazione all'analisi dei rispettivi contesti localizzativi.

Sono state predisposte dettagliate schede di rilevamento (Fig.1), al fine di censire la localizzazione, la dimensione, la composizione e la consistenza, lo stato di conservazione, il titolo di proprietà (anche in senso evolutivo), il valore storico-culturale, l'accessibilità e, infine, il più ampio contesto di ciascuna struttura.

Le Aree industriali dismesse della Costiera Amalfitana
SCHEDA DI RILEVAZIONE
Comune di _____

• DATI IDENTIFICATIVI

Ubicazione / Indirizzo	
Destinazione d'uso originaria	
Destinazione d'uso attuale	
Anno di costruzione (estremo remoto)	
Interventi successivi (all'anno di costruzione)	
Proprietà (Ricostruzione storica)	
Proprietà attuale	
Riferimenti catastali	
Configurazione attuale	
Vincoli / Servitù / Poteche	

• COMPOSIZIONE E CONSISTENZA

(*) (da compilare per ciascun fabbricato)

Superficie mq	
Altezza max.	
N. vani	
N. scale	
N. Piani complessivi	
N. Piani fuori terra	
Spazi esterni	
→ parcheggi	
→ giardini	

• ANALISI DI CONTESTO

N. Accessi	
Accessibilità dalla Viabilità principale	
Tempi di percorrenza	
Posizione rispetto ai fabbricati circostanti	
Distanza dai Centri abitati	

• VALORE STORICO-CULTURALE

• RILIEVO

DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA

• BIBLIOGRAFIA

• ALLEGATI

FONTI

NOTE

Figura 1: Scheda di rilevazione.

Più precisamente, le schede di rilevazione sono state strutturate in sezioni.

Una *prima sezione* è orientata all'acquisizione di informazioni attinenti ai dati identificativi e alla localizzazione di ciascun edificio, al fine di individuare l'ubicazione e l'indirizzo della struttura, la destinazione d'uso originaria e quella attuale, l'anno di costruzione (estremo remoto) e gli interventi di rifacimento successivi, il titolo di proprietà (anche in senso evolutivo), i riferimenti catastali e la configurazione attuale.

La *seconda serie di variabili* ha consentito di definire la dimensione, la composizione e la consistenza delle strutture; in tal senso, attraverso rilievi diretti ed indagini di tipo catastale, si è tentato di identificare, per ciascun fabbricato, la superficie, l'altezza massima, il numero di vani, di scale, di piani complessivi e la configurazione di

eventuali spazi esterni/parcheggi, giardini, verde, altro), e, più ingenerale, lo stato di conservazione e la valutazione dell'eventuale degrado.

L'analisi del contesto è stata realizzata attraverso una *terza sezione* della rilevazione che, al fine di individuare l'accessibilità dei luoghi, ha previsto la descrizione del numero di accessi, del grado di collegamento con la viabilità principale e dei relativi tempi di percorrenza, della posizione rispetto ai fabbricati circostanti e, in generale, ai centri abitati.

Particolare attenzione è stata dedicata all'analisi del valore storico-culturale di ciascuna struttura, documentata anche attraverso fonti archivistiche e interviste ad interlocutori privilegiati.

La fase di rilevazione e di schedatura delle strutture dismesse ha richiesto, inizialmente, la creazione di contatti con i referenti dei diversi Uffici tecnici comunali, al fine di acquisire una prima serie di informazioni, con il supporto di apposite planimetrie, per l'individuazione, seppur in via approssimativa, delle strutture dismesse presenti sul territorio di riferimento. La mappatura dei siti è stata, poi, completata effettuando apposite indagini di tipo catastale. Successivamente, è stata effettuata una serie puntuale di sopralluoghi, per la raccolta di documentazione fotografica e per la realizzazione di interviste ad interlocutori privilegiati.

Contestualmente è stata avviata una analisi sulla storia economica dei luoghi, al fine di approfondire gli aspetti relativi alla ricostruzione dei processi di dismissione oltre che l'analisi relativa alla realtà socioeconomica della zona ed ai processi di sviluppo che sono in atto o possono essere innescati attraverso interventi di valorizzazione delle risorse locali. Si è tentato, inoltre, di analizzare criticamente le eventuali nuove funzioni da attribuire alle diverse aree dismesse, ai vuoti funzionali ed ai contenitori culturali, anche in rapporto alle ipotesi previste dalle politiche territoriali.

In tal senso, si è poi passati alla interpretazione della realtà socioeconomica e dei processi di sviluppo in atto nei territori di riferimento, al fine di analizzare criticamente le eventuali funzioni da attribuire alle diverse aree dismesse, ai vuoti funzionali ed ai contenitori culturali, anche in rapporto alle ipotesi previste dalle politiche territoriali attuali o future.

In tale fase è stato evidenziato, quando possibile, il ruolo dei soggetti pubblici e privati coinvolti nella progettazione e nell'eventuale realizzazione degli interventi di riuso e di riqualificazione funzionale e sono stati, altresì, esaminati gli strumenti e le procedure adottate a scala locale e regionale.

In una fase successiva della ricerca si è provveduto a geolocalizzare le strutture e a rappresentarle su cartografie, di cui alcune anche tridimensionali.

Nell'area della Costiera Amalfitana, contesto territoriale di notevole pregio e pertanto sottoposta a particolare tutela paesaggistica, la cui storia economica appare caratterizzata da attività industriali legate prevalentemente alla produzione di vetro, di carta e di tessuti, sono state individuate circa trenta strutture dismesse di importante valore storico-culturale, alcuni vuoti funzionali e due cave (Fig.2).

Database

ELENCO STRUTTURE (ubicazione, destinazione d'uso originaria, destinazione attuale, anno di costruzione)

Prog.	Comune	Struttura	Ubicazione /Indirizzo	Destinazione d'uso originaria	Destinazione d'uso attuale	Anno di costruzione (estremo remoto)
1	Vieth sul mare	Opificio Cavaliere	Via Travertino, sul fiume Bonea	Cotonificio (Prop. Pellegrino) - Fabbrica Tessile - Stoffe militari (Prop. Cavaliere)	Dismesso	1900
2	Vieth sul mare	Opificio Mattioli	Via Orvaldo Costabile, 30	Cotonificio	Dismesso	1800
3	Vieth sul mare	Vetzeria Ricciardi	Via XXV Luglio, 25	Real Monastero "Immacolata Concezione" (1748)	Parzialmente funzionante (lavorazione ceramica)	1748
4	Vieth sul mare	Fuenti	S.S. 163 Costiera Amalfitana	Struttura ricettiva	Demolita	1975
5	Vieth sul mare	Convento S. Vincenzo	Via S. Vincenzo - Località Dragonea	Convento	Dismesso	1000
1	Maioni	Convento	Via Roma	Convento	dismesso	1656
2	Maioni	Palazzo nobiliare	C.so Regina	Palazzo nobiliare	funzionante (sede del Municipio)	'600- '700
3	Maioni	Cava	Ercbie di Maioni - S.S. 163	Cava di Dolomite	Dismessa	anni '60
4	Maioni	Cava	Via Diego Taiani - S.S. 163	Cava di Dolomite	Dismessa	anni '60

Figura 2: Estratto Database.

Le suddette strutture si trovano per lo più in stato di abbandono; solo in pochi casi sono state riutilizzate, sia pure parzialmente, mentre mancano, a tutt'oggi, per la maggior parte di esse, progetti di riqualificazione e di riuso.

Il fenomeno della dismissione è apparso distribuito in modo abbastanza equilibrato sul territorio di riferimento, che comprende 13 Comuni. Vietri, Tramonti, Minori, Scala e Amalfi sono i comuni maggiormente interessati dal fenomeno (complessivamente presentano 24 strutture dismesse, alcune di grande rilevanza storico-culturale), Atrani, Ravello, Maioni, Furore e Conca dei Marini fanno registrare una presenza meno significativa di strutture in termini quantitativi, mentre nessuna presenza è stata rilevata a Cetara, Positano e Praiano.

In particolare, delle 41 strutture censite, 30 sono risultate di proprietà privata e si tratta, in gran parte di ex cartiere (19) alcune delle quali con annessi mulini (2); vi sono poi una centrale elettrica, due opifici, una vetzeria, una fabbrica di ceramica ed un confettificio; mentre solo 11 strutture fanno parte del patrimonio immobiliare delle varie Amministrazioni comunali tra cui ex Conventi, ex mattatoi e diversi tra palazzi nobiliari, chiese e conventi.

Se si esclude la riqualificazione del "Fiordo" di Furore, per il recupero ed il riuso di due ex cartiere, completamente ristrutturate ed attualmente utilizzate per di carattere culturale (orto botanico, sale espositive e manifestazioni teatrali), quasi tutte le altre strutture sono attualmente dismesse e si presentano in condizioni di evidente degrado. Molte di esse conservano, però, il fascino dell'importante storia di cui sono espressione e costituiscono preziosi elementi di un'identità locale che merita certamente di essere recuperata e riproposta quale risorsa spendibile nei settori del turismo e della cultura, che, per altro, caratterizzano già in modo significativo tutta l'area.

È apparso interessante scoprire, in una zona famosa e frequentata da un turismo internazionale attratto dalla bellezza della costa e del mare, tracce vistose di un passato produttivo attivissimo, strutture dismesse di notevoli dimensioni, quasi sempre abbandonate e non utilizzate. Numerose strutture di cui si sono analizzate la

localizzazione e le planimetrie, il cui riuso, solo parzialmente progettato in sede locale, potrebbe contribuire in modo significativo a riequilibrare il territorio in esame, alleggerendo il forte carico turistico costiero e rivitalizzando le aree interne, anche tenuto conto dei forti vincoli edificatori presenti in tutta l'area

3. Le strutture dismesse dei comuni di Amalfi e Scala

Le aree individuate rientrano in tre grandi tipologie, sostanzialmente connesse alle principali funzioni sociali ed economiche svolte in passato dalla città: strutture industriali, terziarie di tipo commerciale e marittimo e conventi.

In termini di distribuzione territoriale, gli antichi contenitori industriali si concentrano prevalentemente lungo la direttrice interna valliva percorsa dal torrente Chiarito. In questa zona, inserita in una struttura calcarea dell'Era Mesozoica e caratterizzata da un intenso carsismo, testimoniato dalle numerose grotte e sorgenti, sorsero, già in epoca medioevale, diverse strutture protoindustriali (mulini per la produzione di farina, gualchiere e cartiere ed altri opifici), attratte dalla presenza del fiume e dalla vicinanza del porto.

Gli impianti sfruttavano "l'energia" idraulica generata dalle cascate, attraverso un sistema di canalizzazioni che consentiva all'acqua di confluire in appositi alvei di decantazione, di essere raccolta e fatta confluire nelle "torri" (vasche dalla particolare forma ad imbuto) e di essere poi liberata per caduta, imprimendo forza centrifuga e motrice agli alberi di trasmissione dei mulini² (Fig.3).

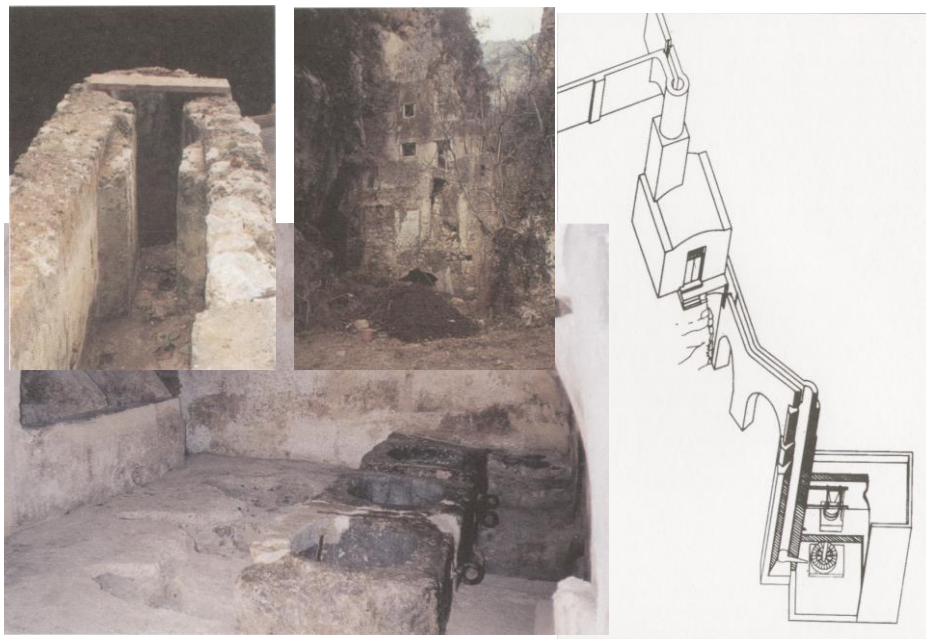


Figura 3: Antiche canalizzazioni medioevali.

Fonte: Gargano, 1992, p.30.

² Questa fitta rete di chiuse e di dighe sosteneva anche l'irrigazione di giardini e di terrazzi e coltivati con limoni e di viti, a volte innestate su pergole di pali di castagno, oggi parte integrante dei paesaggi della Costiera.

L'attività produttiva più diffusa nella Valle era quella della carta; gran parte delle strutture dismesse individuate (18, di cui 4 nel Comune di Scala), alcune delle quali di grande rilevanza storico-culturale, sono costituite, infatti, proprio da ex cartiere (7), due delle quali ancora funzionanti. In molti casi le cartiere³ presero il posto di preesistenti gualchiere⁴ e reimpiegarono, con qualche variante, nella produzione della "carta a mano"⁵, i macchinari che erano stati utilizzati per sodare i panni (Fig.4).



Figura 4: Fasi di lavorazione della carta fatta a mano. Foto di N. Gambaredella.

³ La carta a mano di Amalfi fu particolarmente usata per la stesura di documenti del Ducato e assai diffusa alla corte degli Angioini, degli Aragonesi, e dei Borboni; era molto pregiata soprattutto per le filigrane con stemmi, simboli e disegni. Nel XV secolo, la carta raggiunse una tale fama che molti autori stranieri, pur di utilizzarla, pubblicano le loro opere a Napoli.

⁴ Già nel XIII secolo alcuni mulini furono sostituiti dalle cartiere.

⁵ La "Charta Bambagina", così era chiamata, ed è probabile derivasse dal termine arabo El Mambig, o dal nome greco Bambax che significa cotone.

Alla fine del Settecento risultavano in funzione nella Valle 16 cartiere⁶ ma, agli inizi del nuovo secolo, tale attività iniziò ad entrare in crisi (Fig.5).

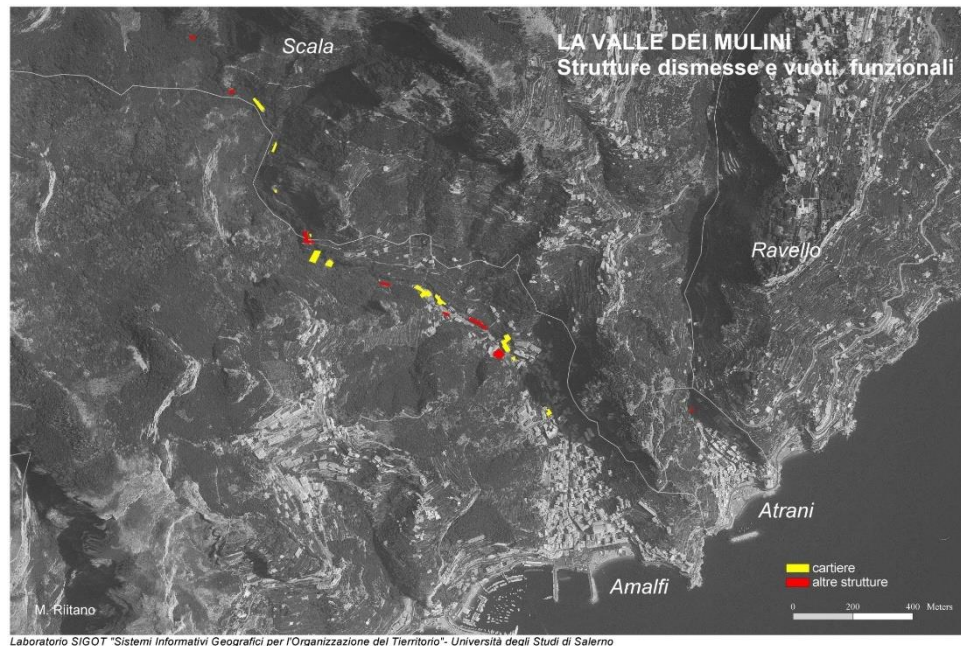


Figura 5: Le strutture dismesse della Valle dei Mulini.

Molte aziende furono costrette a chiudere a causa delle difficoltà di trasporto e degli alti costi di produzione e per il verificarsi di eventi naturali catastrofici (alluvioni). I fenomeni di dismissione si intensificarono nel corso dell'Ottocento quando, con la crescente industrializzazione e con la meccanizzazione del ciclo di produzione, i processi di lavorazione manuale della carta, utilizzati dalle cartiere della Valle, divennero obsoleti.

Dalla piazza principale, oltrepassando l'arco della "Faenza", l'antico quartiere arabo, si trova, sullo stesso lato della strada, la *cartiera Cavaliere*, una delle due aziende ancora attive ad Amalfi, che continua a produrre carta⁷ utilizzando tecniche antiche. Alcune centinaia di metri più avanti, sempre sul lato sinistro della strada in salita, si trova il *Museo della carta*, realizzato per iniziativa del proprietario, nel 1969, il quale, essendo consapevole del pericolo di un ulteriore degrado dell'impianto e di una definitiva perdita della sua identità, e desiderando che fosse conservata ai posteri la storia della carta a mano amalfitana, donò la struttura alla Fondazione Museo della Carta⁸, affinché l'antica cartiera di famiglia fosse trasformata in un museo.

All'interno dello stabile di circa 150 mq., completamente ristrutturato, sono visibili alcuni attrezzi antichi usati in passato nella produzione della carta a mano. In particolare, al piano terra, si ammirano, funzionanti, i magli, le ruote azionate dall'energia idraulica, le pile e i telai, su cui era inserito il marchio della filigrana, e,

⁶ Ogni cartiera, secondo l'uso dell'epoca, aveva la sua filigrana, quasi una firma in trasparenza, ispirata a motivi araldici, floreali, religiosi. Il marchio più antico di filigrana amalfitana conservato, risale al 1376.

⁷ Principalmente carta da imballaggio.

⁸ La donazione è avvenuta nel 1969 ed è stata riconosciuta con Decreto del Presidente della Repubblica del 22/11/1971 n. 1294.

soprattutto, al piano sotterraneo si trova l'antica pressa del '700 che rappresenta l'elemento sicuramente più prezioso e significativo.

La valorizzazione dell'ex cartiera Milano rappresenta un esempio significativo di riqualificazione territoriale, legata al recupero architettonico di una struttura degradata, nel pieno rispetto del contesto paesaggistico, ed alla creazione di un centro culturale che, preservando la memoria storica di una attività antica e quasi completamente scomparsa, arricchisce il prezioso patrimonio storico-culturale dell'area, qualificando ulteriormente l'offerta turistica locale.

Proseguendo in salita, lungo l'ultimo tratto della strada asfaltata, si incontra una serie di antichi edifici industriali, di grande suggestione, dismessi, abbandonati e spesso degradati, a testimonianza della fiorente attività produttiva svolta da Amalfi nel passato.

La prima struttura, di fronte al Mattatoio, è l'ex *cartiera De Luca*, adibita, per un breve periodo, a laboratorio di ceramica, ma attualmente dismessa (Fig.6).



Figura 6: Ex Ceramica De Luca. Foto N. Gambardella.

È un edificio antico ed imponente, seppur degradato, che si presenta con una struttura ad "L" (Genovese, 1998) caratterizzata da un primo fabbricato, a tre piani, che costeggia la strada, al termine del quale si sviluppa un secondo corpo di fabbrica, a due piani, che, da un ciglio all'altro, copre a ponte la strada stessa, dove in passato scorreva il fiume, per mezzo di un portale ad archi. Dal centro della struttura si erge una maestosa ciminiera in muratura, di colore rosa antico, alta circa 20 metri. Si tratta, probabilmente, di una costruzione aggiunta nel secolo scorso, in quanto in alcune foto che risalgono ai primi anni dell'Ottocento, non se ne ravvisa traccia.

Lasciando la strada carrabile, a circa mezzo chilometro dalla costa, ed inoltrandosi nella Valle, si intraprende un sentiero pedonale, sul lato occidentale del torrente, che conduce ad un'altra cartiera storica: la *Lucibello-Confalone*, una fra le più attive ed importanti fabbriche⁹ di Amalfi già nel XVI secolo (Fig.7).

⁹ Produceva carta per l'amministrazione finanziaria e per la Reale stamperia.



Figura 7: Ex Cartiera Lucibello. Foto N. Gambardella.

Ma, se in passato la localizzazione così addentrata nella valle era stata un punto di forza per la vicinanza ai corsi d'acqua, successivamente, l'isolamento e la mancata meccanizzazione del processo produttivo ne hanno decretato il declino, come è accaduto anche alle altre aziende vicine.

La struttura, seppure abbandonata e allo stato di rudere, rimane ancora imponente e domina la valle: è formata da 4 piani alti circa 30 metri ed ha la forma di un rettangolo allungato di circa 60 metri per 6, mentre la copertura ed i solai sono quasi inesistenti. All'interno, si trovano alcuni antichissimi attrezzi per la lavorazione della carta che, evidentemente, a causa delle dimensioni non è stato possibile portare via.

I ruderi sono oramai quasi ricoperti dalla vegetazione che lascia appena intravedere travi di legno, ferri vecchi e resti di vasche in pietra.

Da questo punto che segna il confine tra il territorio del Comune di Amalfi e quello del Comune di Scala, il percorso diventa maggiormente accidentato e caratterizzato dalla presenza di una vegetazione particolarmente fitta e rigogliosa.

La singolare posizione geografica della Valle, che il Monte Rotondo protegge dai venti freddi settentrionali, ha creato un microclima caratterizzato da una notevole uniformità delle temperature¹⁰ e da un elevato tasso di umidità, dovuto all'abbondanza delle piogge¹¹, alla ricchezza della circolazione delle acque superficiali e sotterranee, con nebulizzazione in prossimità delle numerose cascate.

Tali condizioni climatiche, simili a quelle delle zone tropicali e subtropicali, hanno permesso la conservazione di specie vegetali rare, presenti, in passato, in tutta l'area del Mediterraneo.

L'umidità del torrente Chiarito ha creato un habitat di tipo subtropicale, ideale per i delicati ciclamini, le orchidee selvatiche e la rarissima *Woodwardia radicans*¹², esempio

¹⁰ In media 15° centigradi.

¹¹ Distribuita nell'arco di tre mesi.

¹² La *Woodwardia radicans* è uno splendido esempio di flora preglaciale, qui individuata nel 1710 dal botanico Micheli e studiata nell'Ottocento dai naturalisti Haeckel e Reid.

di felce gigante, tutelata dalla Convenzione di Berna¹³. Per il suo patrimonio naturale eccezionale, la Valle, è divenuta una *Riserva Naturale Orientata*, estesa su una superficie di circa 400 ha, ancora oggi di difficile fruizione per passeggiate ecologiche ed escursioni naturalistiche.

Anche in questo tratto del percorso, il paesaggio è segnato da un susseguirsi di antiche cartiere, divenute ormai ruderi, sopraffatte dalla vegetazione, anche se sono ancora evidenti alcuni spanditoi, situati in posizione perpendicolare alla Valle, in modo da sfruttare l'inversione termica per l'asciugatura dei fogli di carta.

La prima struttura che si incontra è l'ex *cartiera Marino* che confina a nord con il bosco, a sud con la cartiera Nolli, ad est con la via comunale della Ferriera e ad ovest con il fiume Chiarito (Anastasio, Antonicelli, 1991). La struttura è, oggi, abbandonata e si presenta in uno stato di forte degrado senza il tetto ed una parte dei solai, che sono crollati.

Situata nella parte più alta della Valle, si trova, allo stato di rudere, la *cartiera Milano* (ex Gambardella), con una struttura originaria a cinque piani, l'ultimo dei quali è stato abbattuto, insieme al tetto, perché considerato pericolante.

La cartiera, che era famosa per la capacità di produrre carta in tempi inferiori alle altre, lavorava solo sei mesi all'anno, in quanto la caduta dell'acqua, in questo punto della valle, era più esigua e meno costante.

Dalla strada che costeggia il fiume, interrotta da una vegetazione selvaggia, si intravedono i resti di un edificio, ormai irraggiungibile, di cui rimangono solo le strutture murarie esterne. È ciò che rimane di una ex cartiera, poi acquistata dall'Enel per l'impianto di una *centrale idroelettrica*, utilizzata, per un breve periodo, prima che l'attività fosse trasferita in una struttura moderna localizzata in un'area più interna della Valle. L'edificio è in rovina, le macchine sono state asportate mentre la condotta forzata dell'acqua è ancora a tratti visibile.

Attraverso un sentiero in salita e alquanto scosceso si arriva ai ruderi dell'antica *Ferriera*, situata nella parte culminante della Valle¹⁴.

La struttura, costruita nel 1314 nell'attuale Comune di Scala, probabilmente grazie ad una concessione ottenuta da Amalfi, deve la posizione periferica ed inoltrata nella Valle alla necessità di localizzare l'impianto siderurgico lungo quella parte del torrente dove il flusso d'acqua più costante e consistente poteva alimentare adeguatamente le ruote idrauliche e le trombe idroeoliche.

L'impianto originario era costituito da un edificio più grande, dove si pestava la vena del minerale e si produceva il ferro a pezzi grossi¹⁵ ed un altro, più piccolo, in cui erano collocati i magli per la produzione di oggetti di minori dimensioni¹⁶.

Fino al '500, la ferriera utilizzava una vena locale¹⁷, mentre dal secolo successivo iniziò a lavorare il ferro che i bastimenti amalfitani trasportavano dall'isola d'Elba, dalla Puglia e dalla Calabria (Sperl, 1989). La fabbrica dava lavoro all'intero circondario, attraverso una sorta di specializzazione funzionale che vedeva gli abitanti di Scala addetti alla produzione di carbone vegetale e di combustibile per le fucine,

¹³ Accanto alla felce si trovano esempi di *Pteris vittata*, di *Pinguicula hirtiflora*, piccola pianta carnivora, e di *Erica terminalis*.

¹⁴ Detta appunto Valle delle Ferriere, toponimo derivato proprio dalla presenza della Ferriera.

¹⁵ Verghe, piastre ed altri elementi grossolani.

¹⁶ Ferri per balconi, bastoni cancelli, chiodi e simili.

¹⁷ Presenza ricostruita attraverso una ricerca metallurgica effettuata su scorie di ferro trovate sul posto, coordinata da G. Sperl.

mentre, sul versante opposto della Valle, i Pogerolesi¹⁸ fornivano manodopera, oppure erano occupati nei piccoli laboratori dove, tra l'altro, fabbricavano le "centrelle", i caratteristici chiodi da scarpe.

La ristrutturazione operata da manovalanza genovese al servizio della famiglia Bonito, nei primi decenni del Seicento, consentì ai fabbri della zona di iniziare a produrre anche spade, lance, scudi, attrezzi marinari ed agricoli¹⁹.

Nel XVIII secolo, Carlo III di Borbone, con l'intento di rilanciare l'economia del Regno, riattivò la Ferriera e diede impulso alla produzione grazie alla crescente domanda di ferro, collegata alla politica di lavori pubblici e di potenziamento della marina e degli armamenti da egli stesso avviata. Presto, però, una serie di circostanze misero in crisi questo piccolo impianto industriale, che ai primi dell'Ottocento iniziò a non reggere più la concorrenza del mercato. Il declino definitivo è riconducibile a vari fattori: la indisponibilità di carbone minerale ed il progressivo esaurimento di quello vegetale; il mancato ammodernamento degli impianti che, utilizzando antichi metodi di raffinazione, comportavano un elevato spreco di materiali e l'aumento dei costi di produzione; l'ubicazione decentrata dell'insediamento e le relative difficoltà di trasporto dei materiali e dei prodotti; la progressiva utilizzazione delle acque per altri tipi di industrie. Comunque, anche se in modo limitato e con notevoli difficoltà, l'attività della Ferriera è durata fino all'inizio del secolo scorso, soprattutto grazie all'impegno di una piccola comunità di operai²⁰, che vivevano in un casale di Poggerola. La dismissione definitiva della Ferriera segnò l'inizio del lento ma inesorabile abbandono di tutta la Valle.

Dell'antico impianto del Settecento, oggi, rimangono visibili solo pochi resti in muratura, ricoperti di edera ed in parte nascosti dalla vegetazione, relativi alla parte del canale che, originariamente, conteneva il tubo della tromba idroeolica (Mercurio, Cavallarin, 1989).

4. Conclusioni

Risalendo dal centro di Amalfi lungo la Valle dei Mulini si percorre un territorio di rara bellezza dove allo splendore della natura si affiancano testimonianze di un meraviglioso complesso protoindustriale, costituito soprattutto da ex cartiere, ormai abbandonato e completamente fatiscente. Alcuni edifici si trovano in condizione di estremo degrado, eppure costituiscono una testimonianza di grande interesse, sia paesistico-ambientale che storico-culturale.

L'abbandono e la mancata azione di tutela e di recupero delle strutture dismesse, oltre a compromettere il paesaggio complessivo dell'area, provocano la irrimediabile distruzione e la perdita di importanti testimonianze culturali.

È, inoltre, paventata la circostanza che possano essere realizzate alcune opere infrastrutturali, che prevedono, tra l'altro, la costruzione di una strada asfaltata che attraversa la Valle. L'ipotesi, seppure finalizzata a migliorare la mobilità nella zona, rischia di tradursi, se concretizzata, in un'azione fortemente distruttiva per un territorio "fragile", che sopporterebbe con estrema difficoltà il carico di un'opera invasiva di cementificazione. L'accessibilità e la connettività dovrebbero, piuttosto, essere

¹⁸ Poggerola era uno dei borghi di Agerola.

¹⁹ Grazie anche ad uno speciale bassofuoco detto "alla catalana" che, utilizzando torba naturale, consentiva alti gradi di fusione.

²⁰ Circa 156 famiglie.

concepito e realizzato attraverso modalità alternative di trasporto ed una nuova regolamentazione per l'uso della viabilità esistente, al fine di lasciare inalterato sia il paesaggio, sia la configurazione geomorfologica della zona.

Data la forte vocazione turistica dell'area, e in presenza di un consistente patrimonio edilizio dismesso, appare, piuttosto, opportuno avviare processi di "messa in valore" delle risorse disponibili, attraverso una politica di recupero, di riqualificazione e di conservazione integrata.

In tal senso sarebbe auspicabile la messa a punto di un progetto territoriale e di una strategia complessiva per la riqualificazione ed il riutilizzo del patrimonio indicato, che potrebbe, viceversa, costituire un'importante risorsa per l'area di riferimento ed un'occasione preziosa per promuovere lo sviluppo di nuove e diversificate forme di turismo culturale ed ambientale, legate alla valorizzazione del paesaggio e delle sue componenti materiali e immateriali.

La possibilità di attribuire nuove funzioni d'uso alle strutture dismesse lascia ampio spazio a soluzioni innovative di patrimonializzazione, che possano potenziare e diversificare la vocazione turistica locale ampliando il territorio oggetto di fruizione.

Amalfi è un polo importante del turismo culturale campano e più in generale italiano ed europeo, come dimostra anche la presenza sul territorio di Enti che svolgono, in modo stabile, attività di ricerca sulla memoria storica dei luoghi e sulle tradizioni che li hanno caratterizzati. Altrettanto rilevante è il contributo individuale di storici e ricercatori che, animati da un forte senso di radicamento nel tessuto locale, possiedono importanti archivi bibliografici e fotografici, disponibili per l'organizzazione di attività culturali fruibili anche in una prospettiva turistica.

Del resto, l'identità territoriale è, da tempo, riconosciuta come fattore indispensabile nei processi di sviluppo economico endogeno. Tutelare efficacemente il patrimonio locale comporta, difatti, la promozione di un processo organico di riappropriazione da parte delle collettività locali di tale patrimonio, sul piano della concreta fruizione culturale, in primo luogo, ma anche su quello del processo e della gestione e, ove possibile, del riuso materiale a fini collettivi.

In relazione alle ipotesi di recupero e di riuso, il patrimonio dismesso presente ad Amalfi e nella Valle dei Mulini, consente la formulazione di differenti ipotesi progettuali. Una prima tipologia di strutture, caratterizzata da costruzioni più moderne, dotate di scarsa stratificazione storica, potrebbe essere destinata a finalità collettive di tipo pubblico; altre strutture, dotate di maggiore pregio e di grande valore storico-culturale, si adattano più propriamente ad ipotesi di riuso destinate a potenziare l'offerta turistica di qualità, sia in termini di una maggiore diversificazione dei servizi offerti (Musei all'aperto, riscoperta di antichi mestieri, centri polifunzionali attrezzati, mediateche, etc...), sia in termini di ampliamento del territorio oggetto di fruizione.

La grande rilevanza turistica dell'area, riconosciuta patrimonio mondiale dall'Unesco, l'impossibilità di effettuare nuove costruzioni per l'ampliamento dell'offerta e la potenziale ulteriore diversificazione della stessa (turismo verde, ad esempio) fanno del patrimonio dismesso presente sul territorio un'occasione davvero preziosa che, per non essere sprecata, richiede forme idonee di concertazione fra soggetti pubblici e privati ed una progettazione concordata e finalizzata a produrre forme di sviluppo turistico diversificato e sostenibile.

Bibliografia

- AA.VV. (1988), *Il recupero di aree industriali dismesse*, Milano, Franco Angeli, 1988.
- Anastasio F., Antonicelli R. (1991), La cartiera Marino nella Valle dei Mulini di Amalfi, *Rassegna del Centro di cultura e storia amalfitana*, XI: 101-114.
- Arca Petrucci M., Dansero E. (1996), Aree dismesse tra degrado e riqualificazione ambientale, *Geotema*, 3:14-24.
- Assante F. (a cura di) (1985), *La Costa di Amalfi nel secolo XVIII*, Vol. II, Amalfi, Centro di Cultura e Storia amalfitana.
- Ballestrero B. (1997), *Aree dismesse & riqualificazione urbana*, Firenze, Alinea.
- Barbagallo E. (a cura di) (1978) *Storia della Campania*, Vol. II, Napoli, Guida Editori.
- Barca F. (2009), *An agenda for a reformed cohesion policy A place-based approach to meeting European Union challenges and expectations*, Independent Report.
- Belotti R., Gario G. (a cura di) (1991), *Il governo delle trasformazioni urbane: analisi e strumenti*, Milano, Franco Angeli.
- Bianchi M., Ferrante F. (2008), *Creatività, imprenditorialità e competitività dei territori*, Rapporto sulla società e sull'economia del Lazio 2008, Regione Lazio.
- Boscacci F. (a cura di) (1996), *Il territorio conteso. Economia degli spazi non edificati delle regioni metropolitane*, Bologna, il Mulino.
- Brasili C. (2012), *Gli indicatori per la misura del capitale territoriale*, Bologna, RegiosS.
- Caldo C. (1994), *Beni culturali e geografia*. Bologna, Pàtron.
- Camagni, R. (2009), Il capitale territoriale: una tassonomia, *Sviluppo&Organizzazione*, 232:16-21.
- Corrado F. (2005), *Le risorse territoriali nello sviluppo locale*, Firenze, Alinea.
- Dal Piaz A. (1983), *Note sulle antiche cartiere della Costiera Amalfitana*, In AA.VV., *Manifatture in Campania*, Napoli, Guida Editore, pp.59-60.
- Dansero E. (a cura di) (1996), *Le aree dismesse: da problema a risorsa*, Working Papers n. 7, Torino, Dipartimento Interateneo Territorio, 1996.
- Dansero E., Gaimo C., Spaziant A. (a cura di) (2001a), *Sguardi sui vuoti. Recenti ricerche del DIT sulle aree industriali dismesse*, Working Paper n. 12, Torino, Dipartimento Interateneo Territorio.
- Dansero E., Gaimo C., Spaziant A. (a cura di) (2001b), *Se i vuoti si riempiono. Aree industriali dismesse: temi e ricerche*, Firenze, Alinea.
- Del Treppo M., Leone A. (1977), *Amalfi medioevale*, Napoli, Giannini.
- Dematteis G. (1998), La geografia dei beni culturali come sapere progettuale, *Rivista Geografica Italiana*, 105: 25-35.
- Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (2014), *Strategia Nazionale per le Aree Interne: definizioni, obiettivi, strumenti e governance*, Materiali Uval, 31.
- European Commission (2011), *Territorial Agenda of the European Union 2020, Towards an Inclusive, Smart and Sustainable Europe of Diverse Regions*, Gödöllő.

- Farrell L., Thirion S., Soto P. (1999), *Territorial competitiveness Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience*, dossier n°6 -part1 Leader European observatory, December.
- Fratesi U., Perucca G. (2014), Territorial capital and the effectiveness of cohesion policies: An Assessment for CEE regions, *Investigaciones Regionales: Journal of Regional Research*, 29:165-191.
- Gargano G. (1992), *La città davanti al mare. Aree urbane e storie sommerse di Amalfi nel Medioevo*, Amalfi, Centro di Cultura e Storia Amalfitana.
- Gemmiti R. (2007), Competitività territoriale in sostenibilità. L'interpretazione alla base della ricerca, *Geotema*, 3, 32:19-27.
- Gentile A. (1978), *Cartiere di Amalfi*, Napoli, Società Editrice Napoletana.
- Gidwani V. (2009), Social capital, In AA.VV., *The dictionary of Human Geography, 5th Edition*, Wiley, Blackwell, 689-690.
- Governa F. (1997), *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo*. Milano, F. Angeli.
- Gumuchian H., Pecquer B. (2007), *La ressource territoriale*, Paris, Economica.
- Magnaghi A. (a cura di) (1998), *Il territorio degli abitanti: Società locali e autosostenibilità*, Milano, Dunod.
- Martelli L. (1997), *Da degrado a risorsa. Opifici dismessi e riqualificazione urbana a Pescara*, Firenze, EDIFIR.
- Martini B. (2010), Disparità regionali e territorial governance: un nuovo modo di pensare. Il caso italiano, *Geotema*, 42, XIV: 86-87.
- Mercurio V., Cavallarin G. (1989), L'antica ferriera di Amalfi, *Rassegna del Centro di Cultura e Storia amalfitana*, 18: 87-101.
- Panno A. (2011), *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Torino, Giappichelli.
- Poli D. (2015), *Il patrimonio territoriale fra capitale e risorsa nei processi di patrimonializzazione proattiva*, In Meloni, B. (eds), *Aree interne e progetti d'area*. Torino, Rosenberg e Sellier, 123-140.
- Prezioso M. (eds., 2018), *Quale Territorial Impact Assessment della coesione territoriale nelle regioni italiane? La concettualizzazione del problema*, Bologna, Pàtron.
- Sperl G. (1989), La metallurgia nella Ferriera di Amalfi, *Rassegna del Centro di Cultura e Storia amalfitana*, 17: 129-135.
- Turco A. (2010), *Configurazioni della territorialità*, Milano, FrancoAngeli.

IL TURISMO ENOGASTRONOMICO PER LO SVILUPPO RURALE DELLA BASILICATA

Angelo Bencivenga²¹, Annalisa Percoco²²

Abstract

Food and wine tourism has the potential to direct tourist flows to less developed tourist areas such as rural ones, representing for them an opportunity for a sustainable development. The challenge for that areas is to exploit the advantages of food and wine tourism through an accurate planning of the territory in order to create an authentic tourist offer, an expression of the same and able to satisfy the demand for food and wine tourism. A challenge for the territories that must necessarily have an innovative approach, innovation is not synonymous with technology, innovation also means adopting new approaches and methods to imagine the tourist offer for the creation of those tourism products able to satisfy the demand. The variety and importance of tourism products are the motivation that push tourists to visit a destination, the creation of tourism product is part of a larger process that includes the phase of research of tourism resources and the marketing phase, the tourism product represents the link between supply and demand. The present research work has the objective of defining the strategic planning of food and wine tourism in Basilicata, contributing to the growth of the local economy in a sustainable key, this goal goes through the creation of the gastronomy tourism ecosystem of Basilicata in order to create a food and wine tourism product that has the characteristics of competitiveness and sustainability that can meet the current demands of the tourism market.

Key word: sustainable development, food and wine tourism, tourism product.

1. Introduzione

Il turismo enogastronomico si sta affermando come una motivazione al viaggio sempre più importante ed una risorsa unica in grado di posizionare le destinazioni turistiche in un mercato sempre più concorrenziale. Le ragioni che stanno dietro questo fenomeno sono diverse, la prima è che esiste una crescente domanda verso tale forma di turismo, il turismo enogastronomico include in se tutti quegli aspetti che caratterizzano l'attuale domanda turistica ovvero l'interesse per la cultura, le tradizioni, l'autenticità e la sostenibilità, è in grado di creare sviluppo locale sostenibile attraverso la sua

²¹ Ricercatore presso la Fondazione Eni Enrico Mattei, c.so Guglielmo Marconi, 85059 Viggiano (Potenza), angelo.bencivenga@external.feem.it

²² Ricercatore presso la Fondazione Eni Enrico Mattei, c.so Guglielmo Marconi, 85059 Viggiano (Potenza), annalisa.percoco@feem.it

trasversalità capace di coinvolgere diversi settori economici, dal settore primario dell'agricoltura a quello dell'artigianato a quello dei servizi, ma anche di favorire la conservazione delle tradizioni locali e la tutela della biodiversità.

Se guardiamo invece al turismo enogastronomico dal punto di vista delle destinazioni turistiche vediamo che sono tante le opportunità offerte. Per prima cosa esiste la necessità da parte delle destinazioni turistiche di differenziarsi dalla concorrenza e di conseguenza la necessità di creare dei prodotti turistici unici ed autentici, in questo il turismo enogastronomico rappresenta un valore aggiunto. Una destinazione che si rivolge al turista enogastronomico si rivolge ad un segmento di domanda che ha un'alta capacità di spesa rispetto ad altri segmenti, che si distribuisce in modo più equilibrato sul territorio evitando la congestione dei luoghi e che si distribuisce in modo omogeneo durante l'arco dell'anno rappresentando così anche una soluzione alla stagionalità del turismo. Il turismo enogastronomico ha la potenzialità di indirizzare i flussi turistici verso destinazioni meno conosciute rappresentando per loro un'opportunità di crescita e di conseguenza può determinare una possibilità di sviluppo più allargato ed equilibrato tra aree turistiche principali ed aree secondarie. Infine, non meno importante è la sua capacità di promuovere le destinazioni e posizionarle sul mercato, incidendo molto sull'immagine.

La sfida per le destinazioni è quella di sfruttare i vantaggi del turismo enogastronomico attraverso l'innovazione legata alla tecnologia per adattare l'offerta turistica ai bisogni dei nuovi turisti. L'organizzazione Mondiale del turismo nel IV Forum sul turismo enogastronomico tenutosi a luglio 2018 ha esplicitamente parlato dell'apporto che la tecnologia può fornire al turismo in generale e al turismo enogastronomico nello specifico, afferma che bisogna utilizzare la tecnologia come strumento in grado di preservare e promuovere l'autenticità delle economie locali assicurando di conseguenza la positiva esperienza del turista. UNWTO sottolinea la necessità di politiche per le piccole e medie imprese che favoriscano l'innovazione e la trasformazione digitale, la necessità, attraverso la tecnologia, di legare i diversi attori della catena del valore del turismo enogastronomico, sottolinea la necessità di aumentare il coinvolgimento del turista attraverso il l'uso dei social media e degli altri strumenti di narrazione digitale del territorio. Conclude dicendo che sono cambiamenti i quali richiedono nuove competenze professionali per le quali sono fondamentali i percorsi di istruzione e formazione.

L'innovazione non è comunque sinonimo di tecnologia, innovazione significa anche adottare nuove impostazioni e metodi per immaginare l'offerta turistica della destinazione, per la creazione di quei prodotti del turismo in grado di soddisfare la domanda. La varietà e l'importanza dei prodotti turistici rappresentano la motivazione che spingono i turisti a visitare una destinazione, la creazione del prodotto turistico rappresenta una parte di un processo più ampio di cui fa parte la fase della ricerca delle risorse turistiche e la fase di marketing, il prodotto turistico rappresenta il link tra la domanda e l'offerta. Il presente lavoro di ricerca ha l'obiettivo di definire la pianificazione strategica del turismo enogastronomico in Basilicata contribuendo alla crescita dell'economia locale in chiave sostenibile. Tale obiettivo passa attraverso la creazione dell'ecosistema del turismo enogastronomico della Basilicata al fine di creare un prodotto turistico enogastronomico che abbia le caratteristiche della competitività e della sostenibilità in grado di soddisfare le attuali richieste del mercato turistico. La ricerca parte dall'analisi dei trends della domanda di turismo enogastronomico a livello nazionale e internazionale, continua con l'analisi della

letteratura sul tema della pianificazione del turismo enogastronomico e dell'individuazione dei main factors indispensabili alla creazione di un ecosistema del turismo enogastronomico per continuare poi con l'individuazione dei quattro layers che compongono l'ecosistema del turismo enogastronomico in Basilicata, ovvero: Pianificazione e gestione, catena del valore del turismo enogastronomico, design dei prodotti di turismo enogastronomico, supporto alla creazione dell'ecosistema. La ricerca si sofferma in modo particolare sull'analisi della catena del valore del turismo enogastronomico che rappresenta il core dell'ecosistema, in questo layer rientrano tutti quegli attori che fungono da elementi centrali ed indispensabili alla creazione del prodotto turistico enogastronomico, sono i produttori dell'agricoltura, i servizi della ristorazione, quelli dell'ospitalità, i servizi legati alla promozione e commercializzazione del prodotto turistico. Infine, il lavoro di ricerca fa un approfondimento sul settore del vino attraverso una analisi della presenza digitale di tale comparto.

2. La competitività sostenibile

Il concetto di sostenibilità è sempre più importante ai fini della competitività della destinazione turistica. La competitività di una destinazione risiede nella sua capacità di attrarre turisti fornendo loro delle esperienze di qualità e allo stesso tempo nell'assicurare il benessere dei residenti, nel preservare in futuro il capitale naturale della destinazione, la destinazione gode di un vantaggio competitivo quando utilizza in modo efficace le proprie risorse nel lungo periodo. In passato la competitività di una destinazione veniva valutata esclusivamente in termini economici ma oggi la capacità di competere risiede anche su altre importanti dimensioni, si è passati da una valutazione prettamente economica ad una in cui assume un peso rilevante anche la dimensione ambientale, sociale e culturale che rappresentano dei valori sempre più importanti nella scelta della vacanza.

Da tali considerazioni derivano importanti implicazioni per la modalità in cui una destinazione deve essere pianificata e gestita, è importante avere ben chiaro in mente che turismo sostenibile non significa solo controllarne lo sviluppo ma significa anche preferire quelle forme di turismo che accrescono il benessere ambientale, culturale e sociale di una destinazione e che siano in grado di assicurarne una crescita nel lungo periodo.

L'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite indica proprio il turismo sostenibile come uno dei settori attraverso il quale raggiungere gli obiettivi di sostenibilità, in particolare al goal target 8.9 suggerisce agli stati membri di "progettare ed attuare politiche per promuovere il turismo sostenibile ai fini di creare occupazione e promuovere la cultura locale e i prodotti locali".

Anche il documento *The Future we want* sottolinea l'importanza del turismo sostenibile, al paragrafo 130 si legge: "Riconosciamo che la giusta pianificazione e gestione del turismo può contribuire in modo significativo ai tre pilastri della sostenibilità grazie al legame con altre attività economiche e alla capacità di creare lavoro ed opportunità di scambi. Riconosciamo la necessità di supportare progetti e attività di turismo sostenibile che promuovano la consapevolezza ambientale, proteggano l'ambiente, che rispettino la fauna selvatica, la flora e la biodiversità, gli ecosistemi e la diversità culturale e che migliorino il benessere delle comunità locali

supportando in modo olistico le condizioni economiche naturali e culturale degli autoctoni...”.

Tra i turismi in grado di favorire la competitività sostenibile di una destinazione di sicuro rientra il turismo enogastronomico, un turismo in grado di interessare i diversi livelli della sostenibilità, presenta un enorme potenziale nello stimolare le economie nazionali, regionali e locali e nel favorire la sostenibilità e l'inclusione. Contribuisce ai vari livelli della catena del valore del turismo interessando settori come quello agricolo e della produzione di beni locali. Il turismo enogastronomico rappresenta un modo per promuovere le culture attraverso il cibo, favorisce il turismo sostenibile attraverso la conservazione del patrimonio culturale, fa emergere l'orgoglio identitario delle comunità locali. Attraverso la visita ad eventi della gastronomia, partecipando ai corsi di cucina, alle visite aziendali i turisti capiscono in modo profondo i valori della cultura locale e delle tradizioni (World Tourism Organization, Second global report on Gastronomy Tourism, 2017).

3. Il turismo enogastronomico nell'offerta della destinazione turistica

Il turismo enogastronomico rientra in quelle che vengono considerate le nuove tendenze del mercato turistico, una tendenza sempre più importante per una destinazione.

Dal lato dell'offerta esistono sistemi territoriali che hanno incentrato la propria attrattività sulle produzioni tipiche e sulla qualità della propria ristorazione e altri, al contrario, in cui l'offerta enogastronomica, pur essendo cresciuta negli ultimi anni, mantiene sempre un ruolo secondario rispetto ad altre motivazioni di viaggio. L'offerta enogastronomica si compone di prodotti, processi di erogazione, somministrazione e vendita, di strutture e di persone, si tratta essenzialmente di un sistema di filiere, a comporre il sistema di offerta enogastronomica territoriale concorrono, oltre ai prodotti tipici e alle tradizioni gastronomiche, anche le strutture ristorative, il sistema dell'ospitalità, il tessuto commerciale, le strutture di accoglienza e di orientamento, le manifestazioni e gli eventi dedicati. Alla base di tutti questi aspetti risiede uno di quei fattori che orienta la domanda ed è in grado di incidere significativamente sulla percezione del luogo e della qualità dell'offerta turistica, ovvero il paesaggio, la qualità dell'offerta enogastronomica è indissolubilmente legata alla qualità paesaggistica del luogo e non può essere valutata se non in rapporto ad essa. Ciascuna di queste componenti contribuisce a determinare l'attrattività dell'offerta enogastronomica e influenza, in virtù dei propri livelli qualitativi, la qualità olistica del territorio, qualità del territorio che influenza a sua volta tanto l'immagine turistica della destinazione quanto la stessa esperienza turistica.

Nel 2017 l'Organizzazione mondiale del turismo con il secondo rapporto globale sul turismo enogastronomico ha effettuato un'indagine tra i suoi membri, destinazioni turistiche, organismi di formazione, agenzie di marketing, imprese della ricettività e del settore food and beverage con l'obiettivo di capire il punto di vista del settore, pubblico e privato, in merito all'importanza del turismo enogastronomico per una destinazione turistica.

Dall'indagine risulta che l'87% degli intervistati ha affermato che il turismo enogastronomico rappresenta un fattore strategico per l'immagine e il brand di una destinazione, inoltre l'indagine, al pari di altre ricerche sul tema, conferma l'importanza dell'enogastronomia quale motivazione al viaggio.

Il 70% degli organi di gestione delle destinazioni intervistate ha dichiarato di aver individuato, all'interno dei propri piani di sviluppo turistico, il turista enogastronomico come probabile target, il 46% ha già adottato una strategia basata sul turismo enogastronomico ed è stata inserita nei propri piani d'azione turistici, azioni che hanno già portato a diversi risultati: il 77% ha dichiarato di aver avuto una copertura mediatica positiva grazie al turismo enogastronomico, il 65% ha avuto un incremento del traffico web, il 59,5% ha sperimentato un incremento delle entrate legate a tale segmento, il 44% ha dichiarato di aver avuto un aumento delle prenotazioni legate al turismo enogastronomico.

Il rapporto dell'UNWTO offre anche interessanti suggerimenti su come sviluppare il turismo enogastronomico all'interno delle destinazioni turistiche, il 12% degli intervistati ha indicato l'importanza della collaborazione pubblico-privata, il 9% ha affermato di focalizzarsi su specifici prodotti enogastronomici ed esperienze uniche, il 4,5% ha dichiarato di seguire percorsi diretti alla tutela e valorizzazione della cucina locale, il 4,5% ha dichiarato di puntare sulla formazione nel settore turistico.

L'importanza del turismo enogastronomico è sottolineato anche dal primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2018 a cura dell'università di Bergamo e della World food travel association il cui direttore e fondatore afferma che "l'interesse verso tutto ciò che è legato al cibo rimane altissimo e non vi sono segnali di una diminuzione nel breve periodo. Il futuro appare quindi luminoso. Nuove opportunità si apriranno per gli operatori del settore, che dovranno valorizzare la componente enogastronomica, ad esempio attraverso lo storytelling o per il tramite di proposte specifiche".

L'importanza strategica del turismo enogastronomico per le destinazioni turistiche è sottolineata anche dal capo redattore della rivista internazionale Journal of Gastronomy and Tourism che afferma "Il turismo enogastronomico sarà una pietra miliare nello sviluppo delle destinazioni nei prossimi cinque anni, con i singoli settori maggiormente stimolati a collaborare fra loro favorendo innovazioni intersettoriali. La sostenibilità diventerà il principio guida non solo nella produzione agroalimentare, ma anche nel turismo".

Sulla stessa linea è il pensiero del direttore generale della Fondazione Qualivita in merito all'importanza dei prodotti con un marchio geografico nell'ambito di una strategia di sviluppo di una destinazione turistica, afferma che "le denominazioni di origine protetta (DOP) e le Indicazioni Geografiche Protette (IGP) sono veri ambasciatori del Made in Italy in tutto il mondo, le iniziative realizzate nell'ambito delle denominazioni di origine ancora non hanno un modello di sviluppo capace di sommare i diversi punti di forza dei distretti del cibo, per sviluppare un'offerta che faccia davvero la differenza occorre costruire nuove relazioni tra i soggetti imprenditoriali e istituzionali di un'area".

4. Il prodotto turistico alla base dell'offerta della destinazione

I prodotti turistici rappresentano la motivazione che spingono i turisti a visitare una destinazione, la creazione del prodotto turistico rappresenta una parte di un processo più ampio che inizia con la fase della ricerca e termina con la fase di marketing, il prodotto turistico rappresenta il link tra la destinazione ed il mercato ovvero tra domanda e offerta. Potremmo definire il prodotto turistico come il processo attraverso il quale l'ampia gamma delle risorse di una destinazione vengono combinate in modo da soddisfare i bisogni dei turisti.

Il prodotto turistico è dunque la combinazione di risorse e servizi, di attività e attrazioni che assicurano un'esperienza al turista, poiché tali servizi e risorse sono frammentate e ricadono sotto la proprietà di vari attori, la sfida per una destinazione è quella di raggiungere la loro integrazione e combinarli in modo da creare l'esatta offerta per la domanda del mercato. La qualità del singolo servizio o risorsa è influenzata dalla qualità degli altri e la debolezza di uno soltanto influenza la qualità di tutta la catena, di conseguenza deriva la necessità di incentivare la cooperazione e il coordinamento dei diversi attori in modo da raggiungere uno standard qualitativo olistico. La finalità del prodotto turistico è quella di costruire il posizionamento della destinazione basato sull'autenticità, l'innovazione e la sostenibilità.

Il punto iniziale del processo di creazione del prodotto turistico è la fase di audit delle risorse turistiche esistenti all'interno della destinazione, come abbiamo già visto le risorse e gli attrattori sono gli elementi che spingono i visitatori verso una destinazione, possono essere divisi in varie categorie, paesaggistiche e climatiche, culturali, storiche, eventi, attività ecc. Le caratteristiche paesaggistiche e climatiche sono elementi fisici che caratterizzano la destinazione e sui quali il management non ha molta possibilità di intervento, sono peculiarità determinate che influenzano la pianificazione della destinazione e rappresentano il core intorno al quale le altre risorse vanno immaginate. Molto importanti ai fini dell'attrattività sono le risorse storiche e culturali che rappresentano una forte motivazione per la domanda turistica la quale trova in esse una soddisfazione psicologica più che fisica.

Sono tanti gli studi che individuano la cultura come una delle principali motivazioni al viaggio, molto interessante è lo studio di Ritchie e Zins²³ nel quale la cultura figura come una determinante nell'attrarre i visitatori verso una destinazione. Lo studio individua differenti elementi che rientrano nella definizione di cultura: l'artigianato, la lingua parlata, le tradizioni, la gastronomia, l'architettura, la religione, il sistema educativo, l'abbigliamento e le attività ricreative. Come è facile immaginare tali elementi non sono tutti importanti ai fini dell'attrattività e soprattutto possono avere un peso diverso se considerati dal punto di vista dei residenti o dei visitatori, nello studio sia i residenti che i visitatori sono entrambi d'accordo nel considerare la gastronomia come un elemento fondamentale sul quale costruire l'attrattività di una destinazione.

Una volta definito il prodotto turistico ed individuato le risorse e le attività che lo compongono gli step da seguire per la sua creazione sono:

- 1) Ricerche di mercato per capire quali sono i trend della domanda, individuare i segmenti della domanda e loro caratteristiche;
- 2) Identificare i prodotti turistici che sono in linea con i bisogni della domanda;
- 3) Individuare le aree nelle quali implementare i prodotti turistici identificati;
- 4) Individuare quelle caratteristiche eccezionali in grado di rappresentare la forte motivazione alla visita da parte dei turisti;
- 5) Sulla base delle principali aree e caratteristiche creare itinerari turistici, eventi, festival ecc.;
- 6) Avviare una consultazione allargata di tutti gli stakeholder soprattutto delle comunità locali in un'ottica di cooperazione;
- 7) Preparare un piano di sviluppo da presentare agli investitori nel quale parlare delle opportunità legate ai prodotti turistici;

²³ Cultural as determinant of the attractiveness of a tourism region.

- 8) Immaginare programmi di formazione per le persone che a vari livelli sono chiamati ad implementare i prodotti turistici;
- 9) Redigere una strategia di marketing in grado di promuovere e comunicare lo sviluppo dei prodotti turistici in un'ottica di strategia di destination branding.

5. Il geosistema del turismo enogastronomico in Basilicata

Partendo dal concetto di prodotto turistico e dall'importanza del turismo enogastronomico per la destinazione abbiamo immaginato un modello concettuale che inquadri l'ecosistema del turismo enogastronomico di Basilicata, un modello che indichi i vari attori della filiera ed il loro ruolo all'interno dell'ecosistema. Abbiamo individuato 4 livelli che compongono l'ecosistema del turismo enogastronomico in Basilicata, ovvero: Pianificazione e gestione, catena del valore del turismo enogastronomico, design dei prodotti di turismo enogastronomico, supporto alla creazione dell'ecosistema. Nel layer denominato pianificazione e gestione sono stati individuati gli enti pubblici e privati demandati alla pianificazione e alla gestione dell'intero ecosistema, tale livello è posizionato nel punto più alto dell'ecosistema.

Nel livello denominato catena del valore del turismo enogastronomico rientrano tutti gli attori necessari alla creazione del prodotto turistico, dalla cui varietà e numero dipendono le svariate combinazioni creative del prodotto enogastronomico, attori che vanno dai produttori dell'agricoltura, ai servizi di ristorazione, a quelli dell'ospitalità, ai servizi legati alla promozione e alla commercializzazione del prodotto turistico. Nel livello denominato Design dei prodotti turistici rientrano i prodotti turistici dell'enogastronomia che prenderanno forma dalla combinazione dei singoli elementi della catena del valore del turismo enogastronomico. Infine, nel livello chiamato supporto alla creazione dell'ecosistema rientrano le attività di ricerca sul tema dell'enogastronomia, le attività finanziarie, tecnologiche, di marketing svolte da istituzioni quali Università, centri di ricerca, istituti finanziari, agenzia di promozione turistica e partner commerciali privati che con le loro differenti possono completare la creazione e gestione dell'ecosistema.

	Istituzioni Pubbliche		Istituzioni Private	
	Azioni		Azioni	
Pianificazione e gestione	Dipartimento agricoltura, Alisa, APT,		CIA Basilicata, Coldiretti Basilicata, Confagricoltura Basilicata, Copagri, AIS Basilicata, Movimento turismo del vino, Enoteca lucana, consorzi di tutela, associazione cuochi lucani	
Catena del valore del turismo enogastronomico	Produttori	Intermediari	Servizi del food and Beverage	Attività legate al turismo enogastronomico
	agricoltori, imprese di trasformazione	Mercati locali, punti vendita di prodotti tipici, altre forme di distribuzione	Ristoranti, bar, birrerie, enoteche, hotels	Musei aziendali, festival, fattorie didattiche, tour operator, fiere di settore
Prodotti turistici di esperienza	Itinerari tra i ristoranti, i bar, birrifici per la degustazione dei prodotti tipici. Itinerari tra le aziende produttive. Esperienza delle tradizioni e immersione nella cultura locale de cibo. Esperienze legate alla combinazione dei vari attori della catena enogastronomica.			
Supporto alla creazione dell'ecosistema del turismo enogastronomico	Università ed enti di ricerca	Settore finanziario	ICT e Innovazione	
	Università di Basilicata, CNR di Basilicata	programmi di investimenti nel settore	T3 innovation Basilicata, DIH Confindustria Basilicata, Camera di commercio Basilicata	
	Attività di ricerca sulla tradizione culinaria	Supporto finanziario all'ecosistema	Strumenti per l'innovazione a supporto dell'ecosistema	

Figura 1: Geosistema del turismo enogastronomico.

Come già anticipato ora riassumiamo i principali elementi presenti in Basilicata che compongono il livello denominato catena del valore del turismo enogastronomico, che rappresenta il fulcro dell'intero ecosistema. La ricerca dei vari elementi è avvenuta attraverso l'utilizzo di differenti fonti, sono state utilizzati elenchi ufficiali di enti regionali per l'individuazione di determinate categorie di produttori, elenchi ufficiali della regione Basilicata per l'individuazione di determinate tipologie di servizi quali quelli dell'ospitalità, delle agenzie di viaggi e tour Operator, delle fattorie didattiche, fonti nazionali per l'individuazione dei servizi della ristorazione. Infine, sono stati utilizzati fonti e dati digitali per l'elaborazione di ulteriori informazioni utili alla ricerca.

Le categorie della catena del valore	Numero totale
Strutture ricettive	1326
Vini con un marchio di indicazione geografica	6
Prodotti con un marchio di indicazione geografica	11
Prodotti agroalimentari tradizionali	114
Eventi enogastronomici	192
Ristoranti	1256
Ristoranti stellati	1
Fattorie didattiche	60
Oleifici attivi	145
Tour operator e agenzie viaggi regionali	96
Presidi Slow food	5
Cantine	100
Enoteca regionale	1
Movimento turismo del vino di Basilicata	1
Consorzi di tutela	16
Scuola di cucina regionale	1

Tabella 1: Le categorie della catena del valore del turismo enogastronomico.

Categorie che hanno un prodotto di turismo enogastronomico	Numero di offerte di turismo enogastronomico
Tour operator e agenzie viaggi regionali	5
Cantine	12
Movimento turismo del vino di Basilicata	3
Fattorie didattiche	60

Tabella 2: Le offerte di turismo enogastronomico.

6. Considerazioni conclusive

La ricerca ha messo in evidenza come la dimensione collettiva territoriale dovrebbe stare alla base di una strategia di promozione dell'enogastronomia, partendo dalla necessità di individuare e conservare la qualità delle risorse fino a giungere alla promozione delle stesse sul mercato con l'obiettivo di giungere ad uno sviluppo olistico del territorio di riferimento.

L'importanza dell'approccio olistico ai fini di un efficace sviluppo territoriale emerge in maniera assoluta nel turismo enogastronomico, infatti la creazione di valore è il risultato di un'azione collettiva che considera in modo unitario aspetti legati al paesaggio, al patrimonio delle tradizioni, agli usi e consuetudini della comunità locale, ai servizi turistici ed alle attività produttive del territorio e all'immagine complessiva dell'area. Questi sono tutti aspetti che confluiscono nel prodotto turistico cercato dal turista e che non rappresenta la semplice somma dei singoli elementi ma è piuttosto la creazione coerente ed unitaria di elementi materiali e simbolici in grado di rappresentare l'identità locale in grado di dare valore ai beni e servizi espressione del territorio.

È chiaro che lo sviluppo dei singoli prodotti turistici del territorio dovrebbe essere incluso in un più ampio progetto di sfruttamento delle risorse locali basato sull'interazione e la cooperazione tra operatori, condividendo il senso di appartenenza e identità territoriale.

Allo stesso modo è importante che altri attori locali (pubbliche amministrazioni, istituzioni e varie organizzazioni) agiscano a favore del rafforzamento dell'identità locale, dell'integrazione delle diverse strategie di valutazione, della comunicazione efficace del valore così creato verso l'esterno. La mancanza di tali condizioni ostacola il processo di integrazione sul territorio e, quindi, l'attivazione di percorsi virtuosi di sviluppo locale, sia in termini di aumento del fatturato delle aziende agricole sia di crescita dei relativi flussi turistici.

Applicando queste riflessioni alla regione Basilicata e partendo dal concetto di prodotto turistico e dall'importanza che il turismo enogastronomico potrebbe avere per le destinazioni rurali, abbiamo immaginato l'ecosistema del turismo enogastronomico, un modello in grado di determinare lo sviluppo locale attraverso il coinvolgimento dei vari attori essenziali per lo sviluppo olistico del territorio.

Come abbiamo visto gli elementi della catena del valore, all'interno dell'ecosistema, sono molti e tutti fondamentali, ci sono prodotti agroalimentari di qualità con marchi di indicazione geografica, prodotti agricoli tradizionali, un'interessante attività vitivinicola composta da 100 produttori, la produzione di l'olio composta da 145 frantoi attivi, servizi di ospitalità, servizi di catering con ristoranti stellati, 96 agenzie di viaggio e tour operator locali, l'esistenza di fattorie didattiche ed una scuola di cucina regionale.

Al momento, tuttavia, questi elementi sono frammentati, non presentano forme di sinergie e collaborazioni importanti, sono elementi isolati che non riescono a esprimere il loro potenziale perché non risultano interconnessi all'interno di un ecosistema. Tali considerazioni sono confermate dalle offerte di turismo enogastronomico all'interno del livello chiamato catena del valore del turismo enogastronomico, se si escludono le fattorie didattiche che per definizione devono avere un percorso di apprendimento legato alla ruralità e ai prodotti enogastronomici, gli altri attori presentano ancora un'offerta esigua, ad esempio le 96 agenzie di viaggio locali e tour operator hanno, tra le loro offerte, solo cinque prodotti enogastronomici, le 100 cantine della Basilicata presentato solo 12 iniziative enogastronomiche come la visita in cantina e la degustazione di vini. Il movimento turismo del vino della Basilicata il cui obiettivo è la promozione dell'enoturismo ha solo dieci cantine tra i suoi membri che promuovono tre iniziative durante l'anno.

Perciò al fine di implementare l'ecosistema bisogna avviare una consultazione estesa di tutte le parti interessate al fine di individuare quelle eccezionali caratteristiche in grado di rappresentare la motivazione alla visita dei turisti e sulla quale costruire i prodotti turistici immaginati ed individuare le aree in cui implementare tali prodotti. Successivamente in base alle principali aree e caratteristiche creare gli itinerari turistici, gli eventi, i festival in grado di incontrare le esigenze del mercato per poi elaborare una strategia di marketing in grado di promuovere e comunicare lo sviluppo di prodotti turistici in una prospettiva di strategia di branding della destinazione.

Bibliografia

The World Tourism Organization (2018), *A practical guide to tourism destination management*.

Horng J.S., Tsai C.T. (2012), Constructing Indicators of culinary tourism strategy: an application of resource-based theory, *Journal of travel and tourism Marketing*.

Brent Ritchie J.R., Zins M. (1978), Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region, *Annals of tourism research*.

OECD (2012), Food and tourism experience, OECD studies on tourism.

The World Tourism Organization (2014), *Handbook on E-marketing for tourism destination*.

The World Tourism Organization (2009), *Handbook on tourism destination branding*.

The World Tourism Organization (2011), *Handbook on tourism product development*.

Ministero per i beni e le attività culturali e del turismo (2017), Piano strategico per lo sviluppo del Turismo 2017-2022.

Ismea - Qualivita (2018), *Rapporto sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP, STG*.

Brent Ritchie J.R., Crouch Geoffrey I. (2003), *The Competitive Destination*, Cabipublishing.

The World Tourism Organization (2017), *Second Global report on Gastronomy tourism*.

Lindqvist M. (2017), *Social Media marketing within Small and Medium sized tourist enterprises*, Hanken School of Economics.

World Economic Forum (2017), *The Travel and Tourism Competitiveness Report*.

Isnart - Unioncamere (2018), *Turismo e Enogastronomia*.

World food travel association (2018), *Rapporto sul turismo enogastronomico italiano*, Università degli studi di Bergamo pubblicazioni.

Kaushik A. (2010), *Web Analytics 2.0*, Hoepli.

TARANTO “IN CAMMINO”: DA BOMBA ECOLOGICA NAZIONALE A TESSERA DEL MOSAICO TURISTICO PUGLIESE ATTRAVERSO I GIOCHI DEL MEDITERRANEO 2025?

Mariateresa Gattullo, Elena Palma*

Abstract

Although until the end of XX century, the metaphor most suitable for describing the territorial organization of Apulian tourism is “the flesh and the bone”; starting from the XXI century a wise regional policy has discovered new material and immaterial components of territorial milieu and favored the mosaic composition of local tourist space. In this mosaic, areas of Puglia that are highly equipped, but excluded from every circuit of tourist attraction, have found a place, particularly Taranto, on which this contribution focuses. Caged in the public image of an ecological bomb, Taranto is on the way to a strategic reposition that, considering its past, can change its image into an attractive center of the Apulian tourist area.

1. Introduzione

La ‘destinazione turistica Puglia’ rientra in quella “specifica mappa del mondo che ci consente di immaginare che esistano luoghi in grado di corrispondere alle nostre aspettative e al nostro bisogno di viaggiare” (Minca, Colombino, 2016, p. 159). La regione ha acquisito progressivamente un’immagine “vigorosa” (Lynch, 1960) grazie al suo notevole patrimonio di beni culturali, ambientali e atipici (cfr. Bellezza, 2003) che, nell’arco degli ultimi sessanta anni, l’hanno resa una meta sempre più ambita prima per il turismo di massa, poi per tutte quelle forme di fruizione turistica di nicchia ed esperienziali legate all’identità e all’autenticità del territorio.

I dati oggettivi relativi ai flussi e talune rappresentazioni significative di “dotazione e organizzazione” del patrimonio (Emanuel, 1999; Governa, 1998) supportano tale affermazione. Il 2016 la Puglia entra nella *top ten* delle regioni italiane per numero di presenze complessive (14.432.278 italiani e stranieri), supera Sicilia e Sardegna e, insieme alla Campania, diviene la seconda regione del Mezzogiorno per presenze di turisti. Il 2017 arrivi e presenze continuano a crescere con un incremento rispettivamente pari al +3% e +4%. Se guardiamo al periodo 2000-2017 l’attrattività passa da 1.915.812 arrivi (di cui 287.245 stranieri, pari al 14% del totale) e 8.974.766

* Mariateresa Gattullo. Dipartimento di Economia e Finanza, Università degli Studi di Bari ‘Aldo Moro’, Largo Abbazia Santa Scolastica, Bari. E-mail: mariateresa.gattullo@uniba.it. Elena Palma, Dottore di Ricerca in Geografia economico-politica. Sebbene l’impostazione metodologica sia da considerarsi comune, i paragrafi 1 e 2 sono da attribuirsi a Mariateresa Gattullo, i paragrafi 3 e 4 a Elena Palma, il paragrafo 5 è comune alle due autrici.

presenze (1.497.832 stranieri, 16% del totale) a 3.911.688 arrivi (+51%) (909.742 stranieri, 23% del totale) e 15.189.837 presenze (+40%) (3.262.432 stranieri, 21% del totale) (www.agenziapugliapromozione).

Il 2019 il New York Times colloca la Puglia al 18° posto nella selezione mondiale dei 52 “*Place to Go*” per il mare e il Barocco ma, soprattutto, per le antiche masserie fortificate e la cultura vinicola millenaria (www.nytimes.com), due tratti unici e irripetibili dell’identità territoriale. Nello stesso anno *Travel Appeal*²⁴, ‘navigando’ nello spazio socio-virtuale di *Internet*, analizza l’offerta turistica *on line* e stima, utilizzando la *Sentiment Analysis*²⁵, la reputazione del territorio e la soddisfazione degli ospiti che viaggiano in Puglia attraverso un’accurata lettura semantica dei contenuti lasciati nei commenti dei *social network* (1.315.656 recensioni *on line* analizzate relative a tutte le strutture pugliesi, dicembre 2018)²⁶. L’immagine veicolata dai nuovi media è di un territorio con una elevata *web reputation* (l’86,4% degli internauti esprime un alto grado di soddisfazione generale per il loro viaggio in Puglia), dalla ricettività ampia, ben strutturata e abbastanza qualificata (*on line* si registrano 19.304 strutture attive, 7% alberghiere, 27% extralberghiere, 51% ristoranti, 15% attrazioni e musei), con musei e attrazioni (2.853, +6,6% rispetto all’anno precedente, 136.680 recensioni, +31%) che raccolgono un incremento notevole sia delle recensioni all’interno dei luoghi virtuali di conversazione (nel 2018 le recensioni crescono del +63%, con un contributo del +16% di quelle dei turisti stranieri), sia del livello di gradimento da parte dei viaggiatori (88,4% dei commenti ha un *sentiment* positivo). Questi aspetti attestano come l’attrattività turistica della Puglia (insieme delle qualità naturali e antropiche) sia una “qualità culturale” (Turco, 2012) oggi ben consolidata. Tale attrattività ha reso il turismo un elemento cruciale del modellamento territoriale, sia in termini di territorializzazione che in termini di pratica sociale. Esso in Puglia, “[ha trasformato e prodotto spazi], a volte con conseguenze rivoluzionarie per i luoghi e le [sub-regioni] che vi sono coinvolte e per chi le abita” (Minca, Colombino, 2012, p. 159).

²⁴ *Travel Appeal* è una *start up* nata nel 2014 con l’obiettivo di permettere agli operatori del settore *travel* di impiegare in maniera strategica la grande mole di informazioni diffuse attraverso la rete Internet e rispondere in maniera “vincente” ai cambiamenti delle esigenze del mercato. L’impresa ha messo a punto un algoritmo che, attraverso l’uso dell’intelligenza artificiale, è in grado di raccogliere tutti i dati relativi ad una destinazione. Per approfondimenti si veda www.travelappeal.com.

²⁵ La rivoluzione introdotta dal *web 2.0* ha generato nuovi spazi virtuali, strutturati soprattutto intorno ai *social network* e *social media*, all’interno dei quali vi è un continuo scambio di opinioni, commenti, giudizi, sentimenti sulle più svariate tematiche. Tra queste vi sono le destinazioni turistiche e, più in generale tutto ciò che riguarda la ricettività dei luoghi. I contenuti condivisi e scambiati in rete concorrono a definire l’immagine e a decretare l’attrattività/repulsività di una destinazione. La *Sentiment Analysis* ha messo a punto una serie di tecniche statistiche per analizzare e studiare gli elementi qualitativi presenti nei contenuti messi in rete capaci di influenzare la percezione degli internauti. Per approfondimenti sul tema, si vedano Albanese, 2017; Ceron, Curini, Iacus, 2014; Pang, Lee, 2008.

²⁶ Il report di *Travel Appeal* dedicato alla Puglia per l’anno 2019 si divide in tre parti, ciascuna elaborata secondo una specifica metodologia: 1) mappatura delle strutture alberghiere ed extra alberghiere pugliesi presenti *on line* stimata attraverso l’analisi di siti di recensioni, OTA e *social network* più diffusi in Italia. Per ogni struttura individuata *on line* “si esplora” tipologia, categoria, servizi offerti, recensioni e testi, punteggi, provenienze, tipologia e lingua degli ospiti; 2) analisi ed elaborazione del *sentiment* e della soddisfazione degli ospiti attraverso un motore semantico capace di leggere i contributi lasciati dagli ospiti si valuta la soddisfazione e la percezione sia rispetto all’esperienza in generale sia rispetto alla struttura; 3) analisi di tariffe e offerte delle strutture ricettive presenti *on line* proposte su www.booking.com. Per approfondimenti, si veda *Travel Appeal*, 2019.

Attualmente l'immagine virtuale di *Travel Appeal* ci propone uno spazio turistico forte, in grado di soddisfare in maniera diffusa i viaggiatori, uno spazio fruito in cui l'esperienza positiva del visitatore si esprime nella *philia* per la 'destinazione Puglia' (cfr. Turco, 2012; Morazzoni, 2012). Nello spazio virtuale ogni provincia raccoglie oltre l'85% di narrazioni positive che spingono ad immaginare le trasformazioni indotte dall'attività turistica ubiquitarie, frutto della capacità di ben architettare la patrimonializzazione "aggiuntiva" del *milieu* locale (Emanuel, 1999).

Tuttavia, per lungo tempo il turismo ha avuto un ruolo marginale nell'economia della regione, per svilupparsi poi in modo repentino, disordinato, disomogeneo e non pianificato. Orientato verso la dimensione di massa, ha sfruttato fino al consumo talune risorse definendo più volte "deficit di territorializzazione" (cfr. Turco, 2012) e conferendo una figurabilità molto limitata alle potenzialità dell'*heritage* della regione. Per giungere ad un cambio di rotta è necessario attendere l'intervento pubblico che, attraverso strumenti di politica del turismo, introduce modelli di pianificazione dal basso orientati all'uso sostenibile e consapevole delle risorse, favorendo il riconoscimento e l'attivazione dei beni territoriali da parte dei soggetti locali (cfr. Governa, 1997). Questi strumenti hanno traghettato gradualmente la Puglia verso forme di *governance* del turismo, ispirate alla logica sistemica, in cui buona parte del patrimonio culturale materiale e immateriale ha trovato posto in un mosaico dalle infinite sfumature e in cui la sinergia tra attori pubblici e privati costituisce la base su cui costruire la *vision* della Puglia come meta di viaggio per tutte le stagioni (Regione Puglia, 2016).

Un ruolo cruciale, "*pivot* e trasversale" (cfr. Governa, 1997), è svolto dall'Ente Regione che, dalla fine degli anni Novanta del XX secolo, guida la pianificazione del turismo in funzione di una *governance* sempre più aperta e plurale, attenta ad attivare processi partecipativi ampi, capaci di scoprire e mettere a valore gioielli impensati dell'identità territoriale.

Partendo da questa prospettiva, il presente contributo, ripercorrendo alcune tappe significative dell'evoluzione del turismo in Puglia e delle metamorfosi indotte nello spazio, sofferma l'attenzione su alcune politiche e azioni dal basso poste in essere dall'Ente Regione; queste ultime, ispirate al principio di diversificazione e destagionalizzazione, hanno amplificato la capacità competitiva e attrattiva della Puglia scoprendo tesori potenziali.

In particolare, poi, volge lo sguardo verso Taranto che rappresenta uno dei gioielli impensati del patrimonio. Presente nella Top 10 delle città pugliesi di *Travel Appeal* (2019), Taranto, tra il 2017-2018, ha visto crescere del 57% il numero di recensioni; inoltre, si è collocata al primo posto per il numero di recensioni *on line* da parte di turisti stranieri (+32% nel 2018) e ha guadagnato in rete una buona reputazione come meta di viaggio. Tale presenza in parte sorprende poiché, nel corso degli anni, l'ubicazione dell'industria siderurgica ILVA (acquistata nel 2018 dal colosso industriale francese ArcelorMittal) ha ingabbiato la città nella scatola di bomba ecologica nazionale, conferendole un'immagine poco attrattiva e lasciandola al margine dai circuiti del turismo. Difatti, nel 2018 i dati oggettivi mostrano come solo il 2,2% dei turisti che ha visitato la Puglia ha raggiunto Taranto (83.761 arrivi) e soltanto l'1,7% degli stessi ha soggiornato nella città (258.639 presenze). Tali dati sui flussi sono rimasti immutati nel quinquennio 2013-2018, arco di tempo in cui arrivi e presenze turistiche si attestano sui medesimi valori percentuali (www.agenziapugliapromozione.it).

In diverse occasioni, il paziente lavoro degli attori locali ha cercato di dare un nuovo volto a questa città, auspicandone un riposizionamento competitivo che la renda desiderabile anche come meta turistica. Tra gli strumenti per riconfigurare gli spazi urbani, promuovere un nuovo sviluppo e una nuova immagine della città si è privilegiato, in due occasioni, il grande evento internazionale (cfr. Bobbio, Guala, 2002; Dansero, Segre, 2002; Pioletti, 2017) candidando Taranto prima a Capitale Europea della Cultura 2019, poi a sede dei Giochi del Mediterraneo 2025, con esito positivo. La pianificazione strategica che ha portato alla candidatura della città mira a dare una nuova figurabilità a Taranto, ponendola sotto i riflettori del palcoscenico internazionale per aprirle nuove opportunità tra le quali vi è quella di incastonarsi stabilmente nel mosaico turistico regionale. Difatti se la capacità del grande evento di attrarre turisti “è limitata rispetto all’evento in sé, [esso] funge da catalizzatore di attrazione turistica nel post evento grazie alla visibilità mediatica della località e al riposizionamento della sua immagine a livello locale e internazionale (Pioletti, 2017, p. 252). Tale visibilità potrebbe giocare a favore dell’inserimento di Taranto nel mosaico turistico pugliese, posizione che la città cerca di guadagnare puntando al patrimonio culturale per lungo tempo dimenticato.

Il presente lavoro, dopo aver inquadrato alcuni percorsi fondamentali di territorializzazione turistica della Puglia al fine di evidenziare la posizione di Taranto, sofferma l’attenzione sulla lettura e analisi di una serie di documenti con l’obiettivo di verificare la coerenza dei piani, e degli strumenti per attuarli, con le prospettive della pianificazione strategica legata al grande evento dei Giochi del Mediterraneo 2025. L’obiettivo è quello di constatare se tali fonti documentali siano atte a trarre indicazioni sulla programmazione delle attività economico-turistiche e se, soprattutto, siano in grado di fornire elementi di conoscenza su quanto fatto dalla Regione Puglia e sulla soluzione ed evoluzione di alcuni nodi cruciali dello sviluppo futuro di Taranto e dell’intera regione.

2. Il turismo pugliese tra interpretazioni geografiche e cambiamenti nei processi di governance

Gli studi e le ricerche geografiche hanno dedicato un continuo interesse verso le potenzialità e l’organizzazione dello spazio turistico pugliese, evidenziando, nel corso del tempo, sia gli aspetti connessi alla dimensione economica del fenomeno sia quelli legati alla territorializzazione.

Nel 1972 Baldacci, sulla base di dati del 1957, afferma che “il turismo in Puglia si presenta ancora come un problema in gran parte da affrontare e che merita una rapida soluzione, affinché a tutti sia possibile godere di bellezze naturali non alterate o comunque adattate dalla mano dell’uomo, e che attualmente sono costoso e spesso disagiavo godimento di poche persone” (p. 348). Si tratta di un turismo con un ruolo residuale nell’economia, esclusivamente estivo, con una presenza straniera esigua, strutture ricettive limitatissime e di scarsa qualità con un altrettanto limitato numero di clienti nazionali. Il geografo concludeva così la sua analisi: “V’è da augurarsi che il turismo di corsa divenga più stabile e permanente in Puglia, ove al riconforto fisico si unisce la possibilità di godere intellettualmente di un’atmosfera ancora spontanea di bellezza ideale” (Baldacci, 1972, p. 351).

Dalla fine degli anni Cinquanta del XX, l’alta redditività della monocultura balneare, unita alla straordinaria lunghezza (784 km) e bellezza delle coste, alla purezza

dell'acqua marina e al clima hanno reso l'idroma la principale attrattiva regionale (cfr. Viterbo, 1995) e hanno avviato un percorso di territorializzazione del turismo che si potrebbe definire spontaneo. Si assiste, così, ad un intenso processo di umanizzazione delle coste che sono progressivamente destinate anche alla fruizione turistico-ricreativa di massa secondo percorsi differenziati, legati soprattutto alla morfologia dei territori e alla presenza di assi di comunicazione. In particolare, nell'intera Penisola Salentina, nella porzione di Cimosà litoranea a Sud di Bari e lungo il litorale tarantino Nord-occidentale sorgono e si consolidano "gemmazioni costiere" (Santoro Lezzi, 1974). Queste ultime, da insediamenti temporanei, si trasformano pian piano in insediamenti permanenti per il turismo di soggiorno, popolati esclusivamente durante il periodo estivo. In questi micro-nodi, accanto alla fruizione legata alle seconde case, proliferano gradualmente strutture ricettive e pararicettive che definiscono un crescente processo di 'consumo' delle coste (cfr. Aa.Vv., 1992). Significative sono le immagini dei luoghi restituite dai geografi. Descrivendo il paesaggio del Salento, Bissanti (1977) parla di un vero e proprio "arrembaggio costiero" violento, indotto dalla rapidità e intensità con cui lo sviluppo turistico cancella valori ambientali e culturali attrattivi dei flussi turistici; arrembaggio provocato "dall'espandersi incontrollato delle colate di cemento, dal moltiplicarsi di seconde case, alberghi, ristoranti, campeggi, villaggi turistici che «esclusivizzano» i tratti costieri più attraenti e che alimentano una convulsa attività, peraltro effimera, perché limitata quasi soltanto al breve periodo balneare" (Bissanti, 1977, p. 178). A proposito dell'arco jonico salentino, Mininno (1992, p. 48) riferisce di "una vera e propria azione di «rapina»" perpetrata dalla lottizzazione selvaggia dove "il diffondersi delle seconde case per fasce parallele alla costa, conseguente alla costruzione della litoranea salentina, può senza dubbio ritenersi la causa principale di quel processo di trasformazione, avendo contribuito a far «scoprire» alle popolazioni locali prima, e agli operatori esterni poi, le potenzialità della zona". Non meno desolante è l'immagine del promontorio del Gargano, polo di maggiore attrazione turistica della regione sin dal 1951 (cfr. Baldacci, 1972), che si presenta come "un «patchwork» costiero di alberghi, campeggi, stabilimenti balneari e centri storici «assassinati» da iniziativa privata non regolamentata e dalla indulgenza delle autorità locali" (Novelli, 2005, p. 80). Alla fine del XX secolo, dunque, la metafora più adatta a descrivere l'organizzazione e la fruizione del territorio pugliese a fini turistici è quella "della polpa e dell'osso": l'intera offerta regionale è concentrata sul turismo balneare, mentre solo una esigua parte del patrimonio ambientale e artistico-culturale è dotata di figurabilità con una quasi totale esclusione di quello appartenente alle aree interne (cfr. Gattullo, Rinella A., Rinella F., 2001).

La colonizzazione turistica dello spazio costiero non produce, però, effetti moltiplicatori proporzionati alle trasformazioni territoriali. Viterbo, il 1995²⁷, dopo

²⁷ Le statistiche del turismo redatte dall'ISTAT per l'anno 1995 registrano in Puglia solo 631 strutture alberghiere a cui si affiancano 1.031 esercizi complementari (711 alloggi privati iscritti al REC, 198 campeggi e 122 altri esercizi). Nello stesso anno gli arrivi sono pari a 1.511.919 (2,2% del totale nazionale) e le presenze sono pari a 7.425.013 (2,6% del totale nazionale). Viterbo (1995), facendo riferimento ad uno studio dell'Istituto Tagliacarne del 1994, evidenzia come tutta l'offerta sia concentrata sullo sfruttamento dell'idroma poiché i 15 comuni pugliesi con più elevato grado di intensità turistica (stimato sulla base posti letto e presenza) risultano ubicati lungo la costa e sono: Ischitella, Vieste, Peschici, (Fg); Barletta, Giovinazzo, Alberobello (Ba); Porto Cesareo (Ta); Ostuni (Br); Castro, Melendugno, Otranto, Ugento, Leporano, Salve (Le). In questi comuni i posti letto e le presenze ruotano soprattutto intorno alle 'seconde case' (per esempio a Porto Cesareo il totale posti letto è di 24.730, di

un'attenta analisi estesa all'intero territorio regionale, evidenziava come il turismo sia una possibilità ancora "mal sfruttata" in Puglia e fortemente stagionalizzata. A fronte delle numerose, diversificate e ampie risorse, l'apporto economico fornito alla regione risulta molto limitato. Inoltre, esso genera elevatissimi, ma ignorati, costi sociali conseguenza della erosione di risorse finite e non rinnovabili e della irreversibile trasformazione e umanizzazione dei paesaggi costieri (cfr. Aa.Vv., 1992; Novelli, 2005).

Senza dubbio tale situazione è imputabile all'assenza "di una politica di fruizione ispirata alla logica sistemica, capace di interessare un arco temporale più ampio di quello estivo e di promuovere una immagine unitaria in grado di contenere e diffondere sul territorio i flussi turistici senza consumare le attrattive" (Gattullo, Rinella A., Rinella F., 2001, p. 279).

Bisognerà attendere il nuovo millennio per assistere all' "abbandono della concezione «puntuale» dell'attrattiva turistica, (...) a vantaggio di una forma «integrata» a scala «interregionale» (...)" (D'Aponte, 2002, p. 11). Seguendo questa nuova direzione, "l'intervento pubblico nel settore turistico, tradizionalmente diretto a sostenere la crescita economica appare (...) sempre più rivolto alla tutela dell'ambiente e del valore complessivo della qualità della vita delle popolazioni locali" (*ibid*, p. 13). A questo cambio di direzione, si aggiungono altri due importanti fattori di cambiamento nella territorializzazione dei processi connessi all'offerta turistica rappresentati, secondo Pollice (2002), dal *local empowerment* e dallo sviluppo sostenibile. Accanto alla riorganizzazione dell'offerta turistica, orientata verso una fruizione sistemica dei territori, si verifica anche un sostanziale cambiamento della domanda, che ricerca sempre più la scoperta dei luoghi e richiede di vivere un'esperienza turistica alternativa, definita di nicchia, al di fuori della dimensione del turismo di massa (cfr. Cohen, 1988; Gilli, 2017). Quest'ultima spinge verso una rilettura dell'intero patrimonio e verso un attento studio della competitività dei territori pugliesi.

2.1 Il ruolo degli attori istituzionali nella costruzione del turismo plurale in Puglia

In Puglia, una serie di stimoli esogeni, accompagnata da alcune spinte endogene legate proprio al *local empowerment*, muove gli attori locali istituzionali, e in particolare l'Ente Regione, verso una rilettura della "dotazione". Tale rilettura porta ad una primavera di forme di "organizzazione" dalle quali nasceranno nuove vie di "patrimonializzazione aggiuntiva contestualizzata" (Emanuel, 1999) che, alla *front region* costiera mercificata (polpa) risponderanno con nuove tessere significative della *back region* interna e/o ignorata (osso) (cfr. Martinengo, Giaccaria, 2017), dando vita ad una composizione mosaicale dello spazio turistico regionale.

Un primo timido tentativo di differenziazione dell'offerta si ha nel 1991 con la disciplina regionale dell'agriturismo a cui segue l'istituzione del Parco Nazionale del Gargano per garantire la conservazione e tutela delle molteplici risorse ambientali orientate alla fruizione turistica (1995). Nel frattempo, la Regione delimita cinque ambiti turisticamente rilevanti ai sensi della Legge Quadro 217 del 1983 e si orienta sempre più verso elementi culturali del patrimonio locale. In particolare, istituisce, di concerto con le comunità locali, nove strade del vino e otto strade dell'olio (Legge Quadro 268 del 1999) che introducono l'itinerario turistico enogastronomico nel

cui 23.569 in seconde case, mentre le presenze ammontano a 1.441.195, di cui 1.374.016 in seconde case).

panorama dell'offerta regionale fino a renderla nel 2018 uno dei punti di forza dell'attrattività locale secondo i dati dell'Osservatorio Regionale sul Turismo (www.agenziapugliapromozione.it).

Un punto di rottura dell'equilibrio statico di lungo periodo è introdotto dalla Legge 135 del 2001 che definisce un radicale riordino del turismo trasferendone la competenza esclusivamente alle Regioni. Recepita in Puglia con la Legge Regionale 1 del 2002, essa introduce sei Sistemi Turistici Locali (STL), "contesti turistici omogenei o integrati", individuati dall'amministrazione regionale come nuova base territoriale la cui promozione è affidata all'intera comunità locale (imprenditori locali, enti e istituzioni no profit, pubbliche e private) invitata a fare sistema prendendo parte alle scelte.

Un altro significativo passo in avanti nella composizione mosaicale dello spazio turistico pugliese si avrà il 2004, grazie all'applicazione degli strumenti della pianificazione integrata di settore. Si definiscono cinque Progetti Integrati Settoriali (PIS) regionali che riconoscono il ruolo strategico dei percorsi turistico-culturali nello sviluppo di una serie di aree territoriali adombrate dal richiamo delle coste. Nello stesso anno, l'istituzione del Parco Nazionale dell'Alta Murgia mette a valore le potenzialità di una sub-regione interna dal *milieu* sottile e frammentato (Governa, 1997), esclusa da ogni forma di fruizione turistica²⁸.

Questi cambiamenti territoriali sono accompagnati da alcuni mutamenti istituzionali, esplicita attestazione della sempre crescente attenzione verso il turismo e la sua promozione come chiave di volta per lo sviluppo dell'intera regione che necessita, però, di nuovi riferimenti²⁹.

L'Amministrazione Regionale si mostrerà sempre più attenta alla elaborazione di strumenti di programmazione e pianificazione capaci di intercettare nuove tessere da aggiungere allo spazio turistico regionale. Tali strumenti, finalizzati alla tutela e salvaguardia dei beni culturali e ambientali, attribuiscono gradualmente un ruolo decisivo al patrimonio culturale e alle aree interne e marginali della regione nell'offerta turistica di qualità. Tra quelli più significativi si possono citare il Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (2015) che svela paesaggi dalla forte carica identitaria spesso sconosciuti; il Quadro di Assetto dei Tratturi (art. 6 Legge Regionale 4 del 2013) che censisce i percorsi tratturali per il loro attuale interesse storico, archeologico e turistico-ricreativo. Si dispone anche il recupero, tutela e valorizzazione dei Borghi più belli d'Italia presenti in Puglia per conquistare una posizione nel segmento del turismo di qualità (Legge Regionale 44 del 2013) e si determinano Sistemi Ambientali e Culturali (SAC), sistemi integrati che hanno l'obiettivo di assicurare la valorizzazione e la fruizione unitaria, qualificata e sostenibile del patrimonio ambientale e culturale.

Il substrato fertile creato dall'Ente Regione dà la spinta a molteplici attori che, procedendo di pari passo, lavorano alla produzione di altre tessere del mosaico dello spazio turistico regionale e alla loro promozione: associazioni di comuni, Gruppi di

²⁸ Nell'ottica della conservazione della biodiversità, a partire dal 2000, nascono anche numerosi parchi naturali regionali (11), aree marine protette (3), riserve naturali statali (16) e regionali (7), Oasi WWF (3) e siti della rete Natura 2000 (94) (www.paesaggiopuglia.it; Gattullo, 2019).

²⁹ In particolare, con l'avvio dell'Ottava Legislatura (2005), si crea l'Assessorato al Mediterraneo, Cultura e Turismo; successivamente si costituisce l'Agenzia per il Turismo 'Puglia promozione' che sostituisce le APT (2011) e si avvia l'Osservatorio Permanente del Turismo Regionale.

Azione Locale, Presidi *Slow Food*, Associazioni culturali e soggetti del terzo settore tutti impegnati a curare un pezzo dello spazio turistico regionale.

Sulla base di queste esperienze, la Regione considera necessario dare una nuova identità turistica alla Puglia “che la presenti come un’area in grado di offrire una gamma di esperienze integrate ed integrabili” (Regione Puglia, 2009, p. 28). La *mission* è fondere in una composizione più funzionale e armonica le molteplici tessere dello spazio turistico generando un mosaico in cui i luoghi, e il loro *genius*, siano il tessuto connettivo di una visione unitaria del turismo regionale.

Si approda così al documento ‘Puglia365’, Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016-2025, un documento corale, che coinvolge i settori cultura, agricoltura, turismo e internazionalizzazione della Regione Puglia, frutto di 6 tavoli di lavoro trasversali, 18 incontri e di un ampio processo di consultazione e ascolto dei territori. ‘Puglia365’ ribalta la prospettiva “non parte più dalle risorse finanziarie e dal sistema normativo, ma si condivide prima quel che si vuole fare, si responsabilizzano gli operatori pubblici e privati del settore” (Regione Puglia, 2016, p. 10).

Il Piano evidenzia taluni punti di debolezza, tra i quali vi sono una fruibilità del patrimonio culturale ancora bassa e un mercato turistico tuttora fortemente stagionale, agganciato ad un’immagine stereotipata della regione (trulli, ulivi, mare) in cui alcuni “sotto-brand” territoriali risultano avere una forte risonanza (Salento, Gargano, Valle d’Itria). Allo stesso tempo, il documento pone in luce una gran quantità di attrattori culturali e ambientali che presentano un notevole *appeal* e sui quali si deve puntare elaborando una strategia del prodotto “cultura e territorio” che possa essere vincente (Regione Puglia, 2016).

Il quadro tracciato da ‘Puglia365’ propone una regione che ha preso piena coscienza delle sue potenzialità in campo turistico e che non tralascia nessuno dei tratti del proprio patrimonio culturale materiale e immateriale. In questo quadro trovano posto anche luoghi che, nell’immaginario collettivo, non appartengono a pieno titolo allo spazio turistico regionale. Tra questi vi è la città di Taranto che per il suo Museo Archeologico Nazionale (MArTA) è considerata dal Piano Strategico una delle carte da giocare come attrattore del turismo regionale. Si tratta di un riconoscimento importante per una città che, nell’ultimo quindicennio, ha seguito percorsi per proiettarsi “oltre l’acciaio” (Rinella A., 2002), alla ricerca di un nuovo posizionamento nello spazio locale e sovra locale legato a tratti del *milieu* urbano non riconducibili allo schema ILVA/inquinamento (cfr. Camarda, Torre, 2002).

Tra questi percorsi vi è la candidatura a sede dei Giochi del Mediterraneo del 2025 che si è conclusa con successo per la città che li ospiterà nel 2026 (cfr. §4). Si tratta di una scommessa importante per Taranto poiché ospitare i giochi, potenzialmente, potrebbe dare una spinta fondamentale verso una visione nuova della città, lontana da quella stereotipata di bomba ecologica, di luogo della insostenibilità ambientale e sociale. I mega e grandi eventi sportivi (cfr. Guala, 2002), difatti, sono un forte catalizzatore della riqualificazione urbana e dello sviluppo economico, accrescono la visibilità della città ospitante e, inoltre, “esercitano un ruolo sempre più significativo nel posizionare le località sul mercato turistico, migliorandone immagine, dotazioni e infrastrutture territoriali in genere” (Pioletti, 2017, p. 251).

Per queste ragioni, però, come sottolineano Brogna e Cocco (2017, p. 255) il territorio che acquista “grande visibilità a livello mondiale in occasione dell’evento, necessita di una regia intelligente (...) per dar vita ad un immaginario turistico e permettere al territorio stesso di accrescere la propria performance competitiva rispetto ad altri

territori”. In questa prospettiva, dunque, la lettura degli strumenti strategici e di pianificazione diviene importante per capire in quale direzione Taranto andrà e, soprattutto, qual è l’eredità che desidera venga lasciata dai Giochi del Mediterraneo sul territorio.

3. Taranto: dalle occasioni ‘mancate’ all’approccio strategico

Incastonata tra due mari e impreziosita dalle numerose testimonianze della Magna Grecia, nota come città dell’Arsenale prima, e della siderurgia poi, Taranto rappresenta un caso di studio interessante e attuale. La tendenza alla “patrimonializzazione dissipativa decontestualizzata” e alla “colonizzazione patrimoniale” (Emanuel, 1999), già evidente nella seconda metà dell’Ottocento, con la decisione di ubicare l’Arsenale nel capoluogo jonico, caratterizzano lo spazio urbano che continuava a crescere “ad uso e consumo dell’Arsenale: la realizzazione di caserme e di impianti militari (...) finì con il proiettare la città in una dimensione ‘artificiale e futurista’ (Porsia, Scionti, 1989, p. 130), lasciandola, però, per lungo tempo priva di fogne, illuminazione e scuole, in balia delle lotte operaie, della miseria sociale, e, soprattutto, degli interessi degli imprenditori edili che boicottarono continuamente i piani regolatori che, paradossalmente, alla metà del XX secolo appariva logoro e sfilacciato pure nelle parti di più recente tessitura” (Rinella A., 2002, p. 37).

Sul finire degli anni Cinquanta del Novecento, dopo la crisi dell’Arsenale e del suo indotto, prende vita la scelta del Governo italiano (Comitato dei Ministri per le partecipazioni statali) di ubicare a Taranto il quarto centro siderurgico italiano (dopo Bagnoli, Cornigliano e Piombino) con un impianto siderurgico a ciclo integrale realizzato a fil di costa, ove era più agevole l’approvvigionamento delle materie prime (cfr. Celant, 1994).

Nel 1960 prende avvio la prima delle tre fasi di costruzione dell’Italsider (poi divenuta ILVA e nel 2018 acquistata dal colosso francese ArcelorMittal) che, guidò anche scelte urbanistiche ed edilizie della città per tutta la seconda metà del Novecento. Taranto può quindi inquadrarsi come una delle ‘*one company town*’ italiane, al pari di altre più note realtà italiane da Torino a Genova, cresciute all’ombra della grande industria e, da ultime, legate alla teoria dei poli *perrouxiani* di sviluppo (cfr. Rinella A., Palma, 2006), che rappresentano esempi di economie locali a vocazione unitaria, il cui perno è l’industria ed entrano in crisi nell’epoca post-fordista a causa della monocultura dell’attività produttiva.

A partire dagli anni Novanta, però, il modello basato sulla specializzazione produttiva inizia a mostrare segnali di crisi. Da un lato, infatti, la difficoltà in cui versa il comparto siderurgico, dall’altra le imponenti problematiche ambientali, impongono ai governi una seria riflessione sul destino della città (cfr. Camarda, Torre, 2002; Carparelli, 1992; Marzia, 2004; Novembre, 2010; Rinella A., 2002).

Se, dapprima, a livello nazionale e locale si è cercato di risolvere il ‘problema Taranto’ affrontando esclusivamente il caso ILVA e il comparto interessato, a partire dagli anni Duemila si è tentato di diversificare l’economia locale, attraverso alcuni interventi puntuali, quali il Piano Urban II (cfr. Castronuovo, 2019) e l’inaugurazione del Museo

Archeologico Nazionale (MArTA), che hanno solo parzialmente riqualificato il degradato contesto urbano³⁰.

È solo nel 2015, però, che il Governo, con la Legge 20, all'art. 5 (comma 1) prevede che l'attuazione degli interventi funzionali a risolvere le situazioni di criticità ambientale, socio-economica e di riqualificazione urbana, riguardante la città e l'area di Taranto (comprendente i comuni di Statte, Montemesola, Crispiano e Massafra), sia disciplinata da uno specifico Contratto Istituzionale di Sviluppo (CIS) e dalla costituzione di un Tavolo Istituzionale Permanente (TIP) presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Il CIS, contenente gli interventi già programmati per la tutela ambientale e lo sviluppo dell'area di Taranto e le proposte di finanziamento di nuove operazioni per un totale di 33 interventi di importo pari a 863,8 milioni di euro, è stato sottoscritto il 31.12.2015 con una dotazione iniziale di 38,7 milioni di euro, a valere sulle risorse del Fondo Sviluppo e Coesione 2014-2020.

Lo stesso è divenuto operativo dai primi mesi del 2016 e l'ultimo rapporto pubblicato sullo stato di avanzamento al 30 settembre 2018 indica un Programma comprensivo di 39 interventi per un importo pari a 1.007 milioni di euro con un aumento della dotazione finanziaria del 16,55% rispetto alla sottoscrizione. Alla stessa data, l'articolazione del Programma di Interventi CIS è la seguente:

- 10 interventi conclusi per un importo di 92,2 milioni di euro;
- 11 interventi in corso di realizzazione per un importo di 697,1 milioni di euro;
- 8 interventi in progettazione per un importo di 112,7 milioni di euro;
- 10 interventi in corso di riprogrammazione per un importo di 105 milioni di euro.

Successivamente, l'Amministrazione regionale, attraverso la sua Agenzia regionale Strategica per lo Sviluppo Ecosostenibile del Territorio (ASSET)³¹ decide di approcciare il 'problema Taranto' attraverso il paradigma della pianificazione strategica nel tentativo, da un lato, di legare i destini del capoluogo jonico a quelli del suo entroterra e, dall'altro, di definire una comune prospettiva di sviluppo economico e sociale sostenibile, declinandola in obiettivi ed azioni concrete e coerenti con il contesto di riferimento.

3.1. Il Piano Strategico 'Taranto Futuro Prossimo'

In questa direzione deve leggersi il percorso avviato nel 2018 con la prima pubblicazione da parte di ASSET delle Linee guida per il Piano Strategico, contenente

³⁰ Tra le occasioni 'mancate' per il riscatto del capoluogo si possono citare anche la mancata attuazione del Piano Blandino di recupero e risanamento della Città vecchia negli anni Settanta e lo stesso PIC URBAN II finanziato con circa 15 milioni di euro nel periodo 2001-2006 (cfr. Castronuovo, 2019). A partire dal 1998 sono iniziati i lavori di ristrutturazione che hanno portato al completamento del Museo Archeologico Nazionale di Taranto (MArTA) con l'allestimento del II piano del museo, inaugurato il 29 luglio 2016.

³¹ Con la Legge Regionale 41 del 2017, il Consiglio regionale ha soppresso l'Agenzia Regionale per la Mobilità nella Regione Puglia (AREM) ed ha istituito l'Agenzia Regionale Strategica per lo Sviluppo Ecosostenibile del Territorio. È un organismo tecnico operativo a supporto della Regione per la definizione e la gestione delle politiche per la mobilità, la qualità urbana, le opere pubbliche, l'ecologia e il paesaggio, per la prevenzione e la salvaguardia del territorio e del rischio idrogeologico e sismico. ASSET è dunque la nuova Agenzia Regionale dedicata, come *engineering* pubblica, alla pianificazione strategica, alla programmazione integrata, alla progettazione e attuazione di opere pubbliche.

una ricognizione e mappatura degli interventi in corso nel territorio interessato (cfr. Figura 1) e la successiva condivisione degli stessi nel corso di eventi pubblici – i Focus tematici partecipativi, conclusi a giugno del 2019.

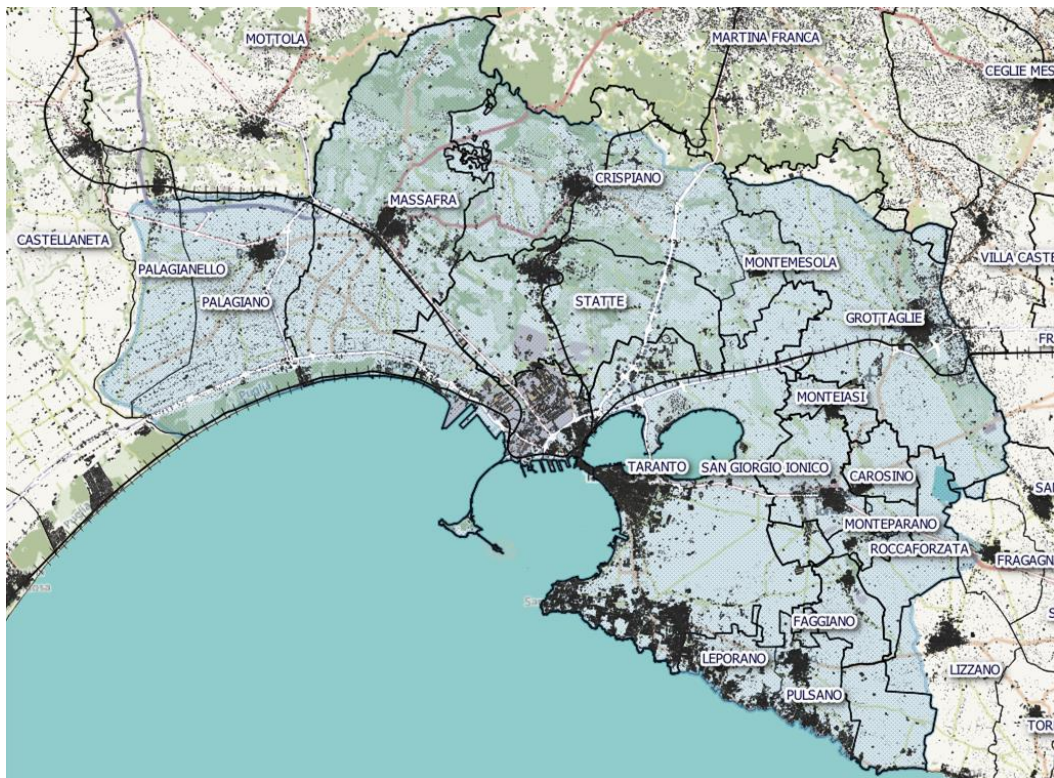


Figura 1: Territorio di azione del Piano Strategico.

Fonte: Stato di avanzamento Piano Strategico, 2019, ASSET.

Dal connubio tra analisi *desk* e raccolta delle opinioni sul campo è nato il documento di pianificazione strategica ‘Taranto Futuro Prossimo’, riassunto attorno ad una visione di forte cambiamento che vede Taranto sana e libera da fonti di inquinamento, città porto del Mediterraneo, connessa, viva e intraprendente, orientata alla conoscenza, alla cura dell’ambiente e delle persone, al lavoro, allo sviluppo durevole e sostenibile.

Il Piano, in questa prima bozza, è articolato in tre tematismi strategici – Ambiente, Mare e Cultura – che contribuiscono alla definizione di *vision* ed obiettivi generali:

- (1) rimuovere gli ostacoli allo sviluppo socioeconomico sostenibile;
- (2) riorganizzare e diversificare il tessuto economico per generare nuove occupazioni soprattutto per i giovani e per le donne;
- (3) riequilibrare i fattori di sviluppo, valorizzando e integrando in termini economici e sociali le risorse potenziali del territorio;
- (4) favorire l’innovazione economica, sociale e culturale, nel quadro dei principi e degli obiettivi della Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile.

Grande enfasi è quindi dedicata al tema ambientale ed alla necessità di una riconversione secondo i principi della sostenibilità dell’ecosistema, anche sociale ed economica.

Per tale motivo dagli obiettivi generali discendono dei macro-ambiti di intervento ed indicatori di realizzazione articolati in:

- (1) Occupazione;
- (2) Impresa;
- (3) Formazione e ricerca;
- (4) Ambiente e salute;
- (5) Qualità urbana e della vita;
- (6) Mobilità e accessibilità;
- (7) *Governance*.

Il binomio turismo e cultura entra a pieno titolo nell'agenda strategica dell'area metropolitana di Taranto con due azioni specifiche contenute nell'asse 2 dedicate all'impresa:

- Azione n. 2.1: Attrazione di investimenti industriali e imprenditoriali e regimi di aiuto, diretti e indiretti (ZES Ionica) per nuovi insediamenti, con priorità nei settori strategici (Blue economy, energia «a zero emissioni», tecnologie ambientali della cultura e della creatività);
- Azione 2.8: Aiuti all'innovazione e all'insediamento o potenziamento di attività turistiche e servizi al turismo.

Con un budget di circa 320 milioni di euro, le due azioni assorbono quasi il 70% delle risorse destinate all'asse 2, a riprova che il settore turistico-culturale riveste un'importanza strategica per il riposizionamento competitivo di Taranto, nell'ottica di una reale riconversione produttiva della base economica locale.

La *governance* del Piano, secondo un approccio reticolare e inclusivo, si esplica attraverso i seguenti strumenti:

- Tavolo interistituzionale: con il supporto tecnico di ASSET, è composto dai soggetti competenti in materia di programmazione e attuazione del Piano Strategico (Regione Puglia, Provincia di Taranto, Comune di Taranto, altri Comuni che aderiscono al Piano, enti competenti per settore). Ha il compito di condividere le scelte, approvare la proposta di Piano e darne realizzazione;
- Assemblea del partenariato economico-sociale: è composta da Base CNEL, allargata all'associazionismo locale secondo il principio della 'porta aperta'. Ha il compito di approvare il Piano, esprimere pareri consultivi sulla programmazione, approvare i report di avanzamento dell'attuazione, favorire la partecipazione dei propri associati e delle comunità locali, promuovere l'approfondimento e il dibattito pubblico.

4. La Candidatura di Taranto ai Giochi del Mediterraneo 2025

Come avvenuto a Barcellona e a Torino con i Giochi olimpici, anche Taranto coniuga il percorso di pianificazione strategica con la candidatura ad un evento sportivo internazionale, in grado di contribuire al suo riposizionamento competitivo.

La XX edizione dei Giochi del Mediterraneo – per la seconda volta in Puglia, dopo Bari nel 1997 – si terrà quindi a Taranto e in altri comuni pugliesi nel 2026 e non nel 2025, come deciso dall'Assemblea annuale del Comitato Internazionale dei Giochi del Mediterraneo (Cijm), che riunisce i 26 Paesi del Mediterraneo, lo stesso anno delle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina.

La vittoria è il frutto della sinergia instaurata dagli attori pubblici – Comune di Taranto e Regione Puglia in primis, ma anche Provincia di Taranto e di tutti i comuni interessati – e privati del sistema, con il coordinamento del CONI nazionale, regionale e locale e il coinvolgimento della comunità tarantina.

Tanto le attività di partecipazione per la definizione del Piano Strategico ‘Taranto Futuro Prossimo’, che la presentazione pubblica della candidatura in occasione della sottoscrizione dello Statuto del Comitato promotore, hanno avuto grande eco sui media locali e hanno favorito la condivisione del percorso da parte dell’intera cittadinanza.

La *governance* del sistema è affidata ad un Comitato Organizzatore dei Giochi (OCMG) – soggetto giuridico dotato di proprio Statuto con sede a Taranto – che, una volta esauriti i compiti del Comitato promotore, si occuperà dei rapporti con il Comitato esecutivo del Comitato Internazionale dei Giochi del Mediterraneo e di tutte le attività necessarie alla organizzazione degli eventi.

Gli investimenti per la realizzazione del grande evento sportivo internazionale sono pari a 290 milioni di euro con una particolare attenzione ai principi del riuso e della sostenibilità.

4.1. Quale impatto dei Giochi del Mediterraneo

La riduzione degli impatti dei Giochi di Taranto 2026 è un obiettivo strategico e operativo perseguito sin dal concepimento del *Masterplan* dei XX Giochi del Mediterraneo.

Principio guida è stato quello di utilizzare e, laddove necessario, rinnovare e potenziare l’esistente (strutture sportive e non sportive, infrastrutture di trasporto e mobilità, etc. – cfr. Figura 2), limitando in particolare la costruzione di nuove strutture sportive a quelle strettamente indispensabili, purché in grado di soddisfare la domanda sportiva del territorio tarantino e pugliese anche dopo i Giochi.

Nella progettazione e costruzione dei nuovi interventi, saranno implementate in tutte le fasi (dalla progettazione, all’esecuzione, alla gestione) le Linee guida del Piano Regionale delle Infrastrutture Sportive, il Protocollo ITACA e le Norme Regionali per l’edilizia sostenibile, oltre ai più innovativi ed efficaci accorgimenti (attivi e passivi) per il raggiungimento dei più elevati standard prestazionali, sia italiani che internazionali, al fine di realizzare strutture con impatto ambientale ‘zero’.

Gli impianti sportivi esistenti saranno rifunzionalizzati e ammodernati con l’obiettivo di ridurre drasticamente i consumi energetici, ponendo in essere fin dalla fase di progettazione degli interventi tutti gli accorgimenti necessari per assicurarne la gestione duratura e sostenibile, sia in termini ambientali che economici.

Anche gli allestimenti mobili e temporanei saranno improntati a criteri avanzati di sostenibilità, nelle varie fasi di progettazione, approvvigionamento e movimentazione, montaggio e smontaggio, privilegiando strutture riutilizzabili, e l’impiego di materiali certificati, riciclati e/o rigenerabili.

Per quanto riguarda la riduzione degli impatti legati alla produzione di rifiuti solidi urbani, Taranto 2026 sarà il punto di arrivo di apposite azioni strategiche, come quelle per l’innalzamento del livello di raccolta differenziata nel territorio tarantino.

Taranto 2026 si prefigge di centrare gli obiettivi europei in materia di gestione dei rifiuti solidi urbani, sia prima, che durante e dopo l’evento, a partire dall’impegno a riciclare/reimmettere in circolo gran parte dei rifiuti urbani prodotti e degli imballaggi utilizzati.

Per conseguire questi obiettivi verranno per altro messi in atto:

- una valutazione quali-quantitativa dei rifiuti attesi e prodotti in ciascuna sede;
- un’accurata scelta dei contenitori e dei sistemi di raccolta più adatti per ciascun tipo di rifiuto e per ciascuna sede;

- l'organizzazione di uno specifico programma di audit in tutti i siti previsti, al fine di monitorarne la performance;
- la costituzione di un sistema di postazioni di controllo della raccolta, per valutare i vantaggi ambientali e i benefici economici indiretti derivanti da una corretta gestione dei rifiuti (ad es.: meno emissioni di CO₂, riduzione dell'uso di materie prime, eccetera);

l'adozione di uno specifico piano di comunicazione volto a promuovere il consumo sostenibile e responsabile, puntando sulla diffusione della conoscenza degli effetti positivi di un corretto comportamento quotidiano.



Figura 2: Distribuzione impianti dei Giochi del Mediterraneo in Puglia.
Fonte: Dossier di candidatura Giochi del Mediterraneo 2025, 2019.

Anche per la ricettività degli ospiti sarà prestata particolare attenzione alla sostenibilità: il Villaggio Mediterraneo non sarà costruito ex novo, ma gli atleti e il personale delle delegazioni al seguito saranno ospitati negli esistenti villaggi turistico-alberghieri di livello internazionale sul litorale tarantino (Castellaneta Marina).

4.2. Investimenti previsti e sostenibilità economica

La sostenibilità finanziaria, per garantire lo svolgimento dell'evento e di tutte le fasi di avvicinamento e successive, è di straordinaria importanza per il buon esito della manifestazione e coinvolge non solo gli enti pubblici ma anche i privati.

I temi della sostenibilità e della razionalizzazione organizzativa sono alla base di una moderna visione dei Grandi Eventi e, in particolare, dei Giochi sotto l'egida del Comitato Olimpico Internazionale.

Il tema della sostenibilità dell'evento si declina anche nella sua componente economica: in tutte le fasi dell'evento, dalla gestione della candidatura, all'organizzazione dell'evento e del post evento, è necessario un trasparente controllo

del budget di spesa prefissato (in modo da evitare spese eccessive e ingiustificate), e un costante controllo da parte delle Istituzioni.

Si opererà, inoltre, attraverso una razionalizzazione della spesa e mediante analisi costi-benefici, in modo da individuare con chiarezza l'opportunità degli interventi in relazione all'eredità infrastrutturale per il territorio e alle prospettive di sviluppo economico dell'area.

La Tabella 1 riepiloga le macro-voci di costo ed i relativi importi necessari alla realizzazione dei Giochi del Mediterraneo 2025, sulla base della fonte di finanziamento, distinguendo quella pubblica (a sua volta declinata in Stato ed Enti locali) e privata.

Come si noterà, su un totale di 290 milioni di euro, è il settore pubblico a sostenere il 90% delle spese per l'organizzazione dei Giochi e l'adeguamento degli impianti: ai privati resta una quota residuale di circa 30 milioni di euro.

Osservando, invece, la tipologia di spesa prevista, si rilevano due macrocategorie³²:

- (1) Organizzazione: al suo interno sono compresi i costi di Sport, servizi ai giochi e ristorazione (30%) comprensivi di servizi di ristorazione, ricettività alberghiera, costi delle competizioni, di trasporto, test events, etc.; Tecnologie (20%); Costo del lavoro (20%); Comunicazione (15%); Amministrazione (10%); Altri costi (5%);
- (2) Opere e infrastrutture: Ristrutturazioni e adeguamenti (75%); Realizzazione di nuovi impianti sportivi (15%); Villaggio atleti e media center (2%); Allestimenti e attrezzature sportive (3%).

Tipologia di spesa	Contributo statale	Contributo Enti locali	Contributo privato	TOTALE
Organizzazione	20	12	8	40
Opere ed infrastrutture	100	130	20	250
TOTALE (milioni di €)	120	142	28	290

Tabella 1: Schema riassuntivo degli importi e della fonte di finanziamento.

Fonte: Dossier di candidatura Giochi del Mediterraneo 2025, 2019.

5. Alcune riflessioni conclusive

Secondo una bella immagine di Dansero e Segre (2002, p. 720) “il grande evento è un amante esigente, capriccioso e incostante che, dopo un lungo periodo di fidanzamento - il periodo di preparazione - in cui la città si fa in quattro per ospitarlo al miglior modo possibile, l'abbandona - ma questo in realtà lo si sapeva già in partenza - lasciando la dote promessa che si rivela talvolta ben misera, se non addirittura ingombrante e inutile”.

Tale immagine ci spinge ad avere una visione del grande evento, dei giochi sportivi nel nostro caso, non esclusivamente ottimista poiché i mutamenti indotti sul territorio non sempre si sono dimostrati favorevoli e i costi economici e sociali, talvolta, hanno superato i benefici.

³² Fra parentesi è indicata l'incidenza della singola voce sul totale della macro-voce di riferimento.

Trenta discipline sportive rappresentate da 4.000 atleti e funzionari in delegazioni provenienti da 26 nazioni di tre diversi continenti, una cerimonia di apertura e altre competizioni per le quali il Comitato organizzatore stima circa 200.000 spettatori, giornalisti e operatori delle telecomunicazioni attesi da ciascuna delle nazioni interessate: questi numeri segnano l'impatto, anche turistico, che l'evento avrà sul capoluogo tarantino. Taranto, grazie anche alla copertura mediatica garantita all'evento ed ai test *events* e momenti preparatori che porteranno alla realizzazione dei Giochi, potrà così contare su una visibilità internazionale che, assieme alle caratteristiche soft del territorio (qualità dell'accoglienza, competenza degli operatori impiegati,...), contribuiranno al suo riposizionamento sulla mappa del turismo pugliese.

Il ricorso al mega/grande evento, però, come *medium* per la patrimonializzazione di un territorio "non è esente da effetti indesiderati, disagi e problematiche" che riducono molto spesso le ricadute positive (Carboni, 2017, p. 262).

Il rapporto tra grande evento e il sistema territoriale genera altresì un 'luogo comune' nel duplice significato di entità investita da processi globalizzanti e omologanti (pertanto 'banalizzanti' e 'deteritorializzanti': si pensi ad esempio alle 'standardizzazioni' richieste dai diversi comitati organizzatori a scala mondiale, dagli sponsor e dalla diffusione dei media), ma, allo stesso modo, 'punto dello spazio-tempo' in cui si incontrano specificità e attori radicati nel locale con reti sovra locali (Dansero, 2002a, 2002b).

Ciò spinge a reinterpretare il grande evento in termini di "territorialità attiva" (Raffestin 2007; 2017), una territorialità che "esprime il suo massimo di potenzialità quando si applica su una tipologia di grandi eventi (...) (giochi olimpici e altri eventi sportivi, grandi esposizioni ed eventi della cultura e dell'arte) a condizione che i sistemi coinvolti nel processo sappiano coniugare obiettivi mirati e reti interattive di soggetti operanti su nodi diversi della complessità urbana" (Guarrasi, 2002, p. 740).

Ciò può accadere solo quando tali eventi siano inseriti in una pianificazione strategica reticolare e visionaria piuttosto che all'interno di un palcoscenico dominato da polifonia dissonante (Palma, Rinella A., 2006).

Questo approccio alla territorialità dei grandi eventi è di tipo processuale, non è il semplice risultato del comportamento umano sul territorio, ma piuttosto porta ad intendere il grande evento come un processo di costruzione di questo comportamento, come "l'insieme delle pratiche e delle conoscenze degli uomini in rapporto alla realtà materiale, la somma delle relazioni mantenute da un soggetto con il territorio e con gli altri soggetti" (Governa, 2005, p. 56).

In questo senso, il percorso seguito dal capoluogo jonico appare coerente con gli indirizzi di rilancio economico e di sostenibilità derivanti dal Piano Strategico 'Taranto Futuro Prossimo'.

Il direttore generale di ASSET, ing. Raffaele Sannicandro, Presidente del Comitato organizzatore dei Giochi del Mediterraneo di Bari nel 1997, riconosce la peculiarità del percorso di Taranto e sottolinea come "il processo di rilancio di Bari fu un processo simile ma, nel 1997, limitato ai soli aspetti sportivi (piano dello sport) e non inquadrabile in una pianificazione di più ampio respiro. Da quella esperienza abbiano tratto utili indicazioni per il disegno del Dossier di candidatura di Taranto 2025 ed il suo inserimento nel Piano Strategico" (intervista del 19 luglio 2019).

Pur non rientrando nelle azioni strategiche del Piano 'Taranto Futuro Prossimo', infatti, i Giochi del Mediterraneo 2025 sono inquadrati tra gli strumenti ed azioni a

supporto dello stesso nel recente Documento Generale di Piano (Draft 01), pubblicato a luglio 2019. In particolare, il documento pone l'accento sulla 'eredità positiva' (p. 99) che i Giochi lasceranno all'area ospite in termini sia di infrastrutture e servizi che di rinnovata percezione sia interna (di sé) che esterna.

Gli sforzi compiuti dall'attore pubblico per il rilancio di Taranto dimostrano, quindi, che è proprio la combinazione tra la dimensione statica dei *milieux* e la loro dimensione dinamica a definire la competitività dei sistemi locali: la dimensione organizzativa è, infatti, un ponte naturale verso la scala globale ed in generale verso l'apertura del territorio progetto che diviene così capitale di rischio da investire nelle odierne pratiche cooperative e competitive con uno sguardo rivolto verso la sostenibilità.

Bibliografia

- Aa.Vv. (1992), *Per una sintassi dello spazio costiero pugliese*, Bari, Cacucci.
- Albanese V. (2017), Territorio narrato nella Rete. Cause, effetti e strumenti d'analisi, In C. Arbore e M. Maggioli (a cura), *Territorialità: concetti, narrazioni, pratiche. Saggi per Angelo Turco*, Milano, Franco Angeli, 308-320.
- Baldacci O. (1972), *Puglia*, Torino, UTET.
- Bellezza G. (2003), *Geografia e beni culturali*, Milano, Franco Angeli.
- Bissanti A. A. (1977), La Puglia, In *I paesaggi umani*, Milano, TCI, 166-179.
- Bobbio L., Guala C. (2002), *Olimpiadi e Grandi eventi. Verso il 2006*, Roma, Carocci.
- Brognia M., Cocco V. (2017), I grandi eventi come sfida per la riqualificazione del territorio, In Aa.Vv., *(S)radicamenti*, Memorie Geografiche, NS 15, Firenze, Società di studi geografici, 255-260.
- Camarda D., Torre C. (2002), Il patrimonio storico-ambientale come risorsa complessa: un caso di pianificazione integrata a Taranto, *Archivio di studi urbani e regionali*, XXXII, 73: 99-118.
- Carboni D. (2017), I grandi eventi sportivi per un rilancio strategico in termini economici e dell'immagine di un luogo: il caso dell'America's Cup World Series a Napoli, In Aa.Vv., *(S)radicamenti*, Memorie Geografiche, NS 15, Firenze, Società di studi geografici, 261-267.
- Carporelli S. (1992), Lo spazio costiero ionico tra Capo S. Vito e foce del Bradano: mutamenti nell'organizzazione del territorio, In Aa.Vv., *Per una sintassi dello spazio costiero pugliese*, Bari, Cacucci, 61-77.
- Castronuovo V. (2019), La città vecchia di Taranto: il patrimonio culturale diffuso tra abbandono e possibili rimedi 'smart', In (a cura di) Salvatori F., *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano*, Roma, A.Ge.I., 1035-1043.
- Celant A. (1994), *Geografia degli squilibri*, Roma, Kappa Edizioni.
- Ceron A., Curini L., Iacus S.M. (2014), *Social Media e Sentiment Analysis. L'evoluzione dei fenomeni sociali attraverso la rete*, Milano, Springer-Verlang Italia.

- Cohen E. (1988), Authenticity and Commoditization in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 15: 371-386.
- D'Aponte T. (2002), Introduzione. Turismo e territorio: le ragioni della geografia politica, In F. Pollice, *op. cit.*, 9-16.
- Dansero E., Segre A. (2002), Presentazione, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, VII: 719-725.
- Dansero E. (2002a), I luoghi comuni dei grandi eventi, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, VII: 861-894.
- Dansero E. (2002b), Territori olimpici: geografie in competizione, In (a cura di) L. Bobbio, Guala C., *op. cit.*, 145-164.
- Emanuel C. (1999), Patrimoni paesistici, riforme amministrative e governo del territorio: svolte e percorsi dissolutivi di rapporti problematici, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, IV: 295-318.
- Dossier Candidatura XX Giochi Del Mediterraneo (2019), www.asset.regione.puglia.it.
- Gattullo M. (2019), *Dal territorio ereditato al territorio costruito. I parchi naturali e le aree protette in Italia e in Puglia*, Bari, Wip Edizioni Scientifiche.
- Gattullo M., Rinella A., Rinella F. (2001), La valorizzazione dei beni culturali del Comprensorio del Nord Barese. Metodologia della ricerca e primi risultati operativi, In (a cura di) Ruggiero V., Scrofani L., *Centri storici minori e risorse culturali del Mezzogiorno. Contributi al dibattito*, Catania, C.U.E.C.M., 279-296.
- Gilli M. (2017), Teorie sull'autenticità: dall'inautenticità ai processi di autenticazione, In Aa.Vv., *(S)radicamenti*, Memorie Geografiche, NS 15, Firenze, Società di studi geografici, 515-520.
- Governa F. (1997), *Il milieu urbano*, Milano, Franco Angeli.
- Governa F. (1998), Il *milieu* come sistema di beni culturali e ambientali, *Rivista Geografica Italiana*, 105, 1: 85-93.
- Guala C. (2002), Per una tipologia dei mega-eventi, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, VII: 743-755.
- Guarrasi V. (2002), Ground Zero: grandi eventi e trasformazioni urbane, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII, VII: 727-742.
- Governa F. (2005), Sul ruolo attivo della territorialità, In (a cura di) Dematteis G., Governa F., *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello S.Lo.T.*, Milano, Franco Angeli, 39-67.
- ISTAT (1995), *Statistiche del turismo. Anno 1995*.
- Lynch K. (1960), *The Image of the City*, Cambridge, The M.I.T. Press.
- Martinengo M.C., Giaccaria P. (2017), Introduzione, In Aa.Vv., *(S)radicamenti*, Memorie Geografiche, NS 15, Firenze, Società di studi geografici, 513-514.
- Marzia L. (2004), *Processo di riuso delle aree industriali dismesse, aree naturalistiche degradate e verde pubblico a Taranto*, Martina Franca, Nuova Editrice Apulia.

- Minca C., Colombino A. (2012), *Breve manuale di geografia umana*, Padova, Cedam.
- Mininno A. (1992), La costa ionica salentina da Capo S. Vito a Capo S. Maria di Leuca, In Aa.Vv., *Per una sintassi dello spazio costiero pugliese*, Bari, Cacucci, 47-60.
- Morazzoni M. (2012), La normatività configurativa: il caso del turismo. In (a cura di) Turco A., *Governance territoriale. Norme, discorsi, pratiche*, Milano, Unicopli, 105-124.
- Novelli M. (2005), Il Parco Nazionale del Gargano: turismo ieri, oggi e domani, In (a cura di) Mininno A., *Turismo e sviluppo regionale in Puglia*, Bari, Wip Edizioni Scientifiche, 79-107.
- Novembre C. (2010), Taranto: una città sospesa tra fattori di crisi e prime anticipazioni di futuro, *Sviluppo Locale*, XVI, 36 (3/2010): 111-131.
- Palma E., Rinella A. (2006), *La città visionaria. Lezioni di Piano strategico*, Bari, Progedit.
- Pang B., Lee L. (2008), Opinion Mining and Sentiment Analysis, *Information Retrieval*, Vol. 2; No. 1-2: 1-135.
- Pioletti A.M. (2017), Introduzione, In Aa.Vv., *(S)radicamenti*, Memorie Geografiche, NS 15, Firenze, Società di studi geografici, 251-254.
- Pollice F. (2002), *Territori del turismo. Una lettura geografica delle politiche del turismo*, Milano, Franco Angeli.
- Raffestin C. (2007), Il concetto di territorialità, In (a cura di) Bertoincin M., Pase A., *Territorialità. Necessità di regole condivise e nuovi vissuti territoriali*, Milano, Franco Angeli, 21-31.
- Raffestin C. (2017), Territorialità, territorio, paesaggio, In (a cura di) Arbore C., Maggioli M., *Territorialità: concetti, narrazioni, pratiche. Saggi per Angelo Turco*, Milano, Franco Angeli, 31-39.
- Piano Strategico Taranto Futuro Prossimo, www.asset.regione.puglia.it.
- Regione Puglia, Assessorato Turismo e Industria Alberghiera (2009), *Piano strategico e studio di fattibilità per il marketing e lo sviluppo turistico in Puglia*.
- Regione Puglia, *Puglia365, Piano Strategico del Turismo 2016-2025*, 2016, www.agenziapugliapromozione.it.
- Rinella A. (2002), *Oltre l'acciaio. Taranto: problemi e progetti*, Bari, Progedit.
- Santoro Lezzi C. (1974), Umanizzazione della costa in provincia di Lecce, In (a cura di) U. Leone, *Ambiente e sviluppo nel Mezzogiorno*, Napoli, E.S.I., 111-120.
- Travel Appeal, *Analisi dell'offerta online e della soddisfazione degli ospiti che viaggiano in Puglia. Puglia Report 2019*, www.agenziapugliapromozione.it.
- Turco A. (2012), *Turismo & territorialità. Modelli di analisi, strategie comunicative, politiche pubbliche*, Milano, Unicopli.
- Viterbo D. D. (1995), Il turismo e la Puglia. In (a cura di) Viterbo D.D., *Turismo e territorio. Contributi per una geografia del turismo pugliese*, Lecce, Argo, 15-66.

Sitografia

www.agenziapugliapromozione.it

www.asset.regione.puglia.it

www.nytimes.com

www.paesaggiopuglia.it

www.travelappeal.com

APPROCCIO LEADER E GOVERNANCE: L'AZIONE DEI GAL NELLE POLITICHE DI SVILUPPO NEL LAZIO MERIDIONALE

Gianluca Grossi*

Abstract

Lo scopo del presente articolo è quello di analizzare gli effetti dell'approccio *LEADER* nei processi di sviluppo endogeno di un'area rurale, coniugando gli elementi della ruralità, dell'ambiente e del turismo. In particolare, ci soffermeremo sulle politiche attivate sul territorio in esame e sul ruolo della *governance* del "GAL Aurunci e Valle dei Santi" nel diffondere la buona pratica dei processi partecipativi e di partenariato nella predisposizione dei percorsi di pianificazione territoriale. The aim of this paper is to analyse the effects of the 'LEADER' approach in the endogenous development processes of a rural area, combining rurality, environment and tourism elements. In particular, we will focus on the policies implemented in the territory in question and on the role of the governance of "GAL Aurunci and Valle dei Santi" in spreading the good practice of participatory and partnership processes in the provision of local planning paths.

1. Premessa

Le linee politiche comunitarie in tema di sviluppo regionale da tempo seguono le teorie che coniugano i nuovi paradigmi dello sviluppo locale con le sfide globali³³. Un esempio è rappresentato dall'approccio *Leader* del Fondo FEASR PSR che ha avuto negli anni l'ambizioso "compito" di incoraggiare la programmazione dello sviluppo dal basso delle aree rurali e interne, favorendo al contempo l'accrescimento della cultura delle relazioni tra i diversi attori pubblici e/o privati nell'ottica della cooperazione territoriale³⁴. La logica *Leader*, quindi, sottende il riconoscimento delle

* Docente a contratto di Geografia Economica presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Economia e Giurisprudenza. Indirizzo e-mail: gianluca.grossi@unicas.it.

³³ Si veda, tra gli altri: CCE, 2008; 2010; CE, 2010; MiSE, 2007; Ministero per la coesione territoriale, 2013.

³⁴ Il Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale (FEASR) prevede uno specifico strumento denominato "LEADER". Il termine *Leader* ha origine dall'acronimo francese di "*Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale*" che tradotto letteralmente significa "collegamento tra azioni di sviluppo dell'economia locale" e identifica una metodologia di sviluppo locale che consente agli attori che operano sul campo di sviluppare un territorio sfruttandone il potenziale endogeno. Per il periodo di programmazione 2014/2020 l'approccio *Leader* è stato denominato "Sviluppo locale di tipo partecipativo" (CLLD - *community led local development*).

"varietà" dei singoli territori, ossia della storia, degli elementi materiali, dei valori, del capitale sociale, dell'identità territoriale: del capitale territoriale. Allo stesso modo nell'approccio *Leader* assume rilievo la *governance*: la rete dei soggetti dell'organizzazione territoriale e la loro capacità di riconoscersi e di agire come comunità attuando forme di cooperazione come nella Pianificazione Integrata Territoriale.

Sulla base di tali brevi premesse si sviluppa l'analisi del nostro caso studio che mira a fornire un modesto contributo alla verifica delle dinamiche socioeconomiche che incidono sullo sviluppo (anche turistico) delle aree rurali ed interne, partendo dall'assunto che quando si deve intervenire in aree interne è necessario – prima ancora di avviare politiche di sviluppo turistico – puntare sulle politiche di valorizzazione territoriale (Pollice, 1997, p. 396).

Prenderemo in considerazione, nel territorio degli "Aurunci e Valle dei Santi" che si colloca nel Lazio meridionale nelle province di Frosinone e Latina, la capacità (o meno) degli attori pubblici (e privati) di operare in sinergia nella pianificazione delle politiche di sviluppo, il cui stimolo prende corpo dalla creazione di un Gruppo di Azione Locale (GAL) e dal "Piano di Sviluppo Locale" che, nella logica *Leader*, prevede azioni ed interventi per lo sviluppo dell'area rurale.

In particolare, cercheremo di comprendere il grado di "coesione" attraverso le principali attività ed azioni messe in campo nello stesso territorio per lo sviluppo locale: a) la creazione di un GAL che funge da *governance* territoriale; b) l'attivazione dello strumento di programmazione negoziata del "Contratto di Fiume del Garigliano – basso Liri"; c) la condivisione e l'adozione da parte delle amministrazioni comunali di un "Piano Territoriale d'Area vasta" (PTdA) che ha definito le strategie di sviluppo del territorio attraverso la programmazione di interventi capaci di coniugare le esigenze del singolo "municipio" con le esigenze di sviluppo dell'intera area territoriale.

2. Governance, territorio e politiche

Come premesso, gli indirizzi comunitari e nazionali in materia di sviluppo regionale hanno enfatizzato il tema della "coesione" sociale e territoriale, riconoscendo che le complessità sociali e le varietà locali rappresentano un vantaggio competitivo dei territori. Un approccio teorico secondo il quale le politiche di sviluppo regionale devono essere orientate: a) ad incrementare il grado di capacità "del fare" degli attori locali; b) ad estendere le opportunità di fruizione di beni e di servizi; c) a riconoscere e valorizzare il capitale territoriale.

La sfida da cogliere, pertanto, è data dalla capacità di una *governance* di interpretare e guidare i territori *"attraverso la consensuale adesione di un insieme di comunità locali ad un comune programma di gestione di problemi collettivi: comunità locali che, per il tramite di un sistema condiviso (di rappresentanza e identità istituzionale e politica), cercano di formulare forme di progettualità relative al proprio territorio di*

Nell'ambito *Leader* operano i Gruppi di Azione Locale (GAL), partenariati pubblico-privati che attuano le strategie dei territori rurali mediante l'elaborazione di un Piano di Sviluppo Locale (PSL).

Per approfondimenti si veda, tra gli altri: Unione Europea - Rete Europea per lo Sviluppo Rurale (RESR), "Orientamenti per l'attuazione delle attività di cooperazione *Leader* nei Programmi di Sviluppo Rurale 2014-2020", [www. https://enrd.ec.europa.eu/leader-clld/leader-cooperation_it](https://enrd.ec.europa.eu/leader-clld/leader-cooperation_it); Regione Lazio: <http://www.agricoltura.regione.lazio.it/psr/leader/?vms=11&ref=leader>.

referimento (o sistema locale territoriale)” (Conti S., Salone C., 2012, p.75). La *governance* territoriale, quindi, si misura nella capacità (o meno) degli attori locali di perseguire collettivamente degli obiettivi per poi tradurli in azioni ed interventi in grado di generare sviluppo endogeno.

Nei documenti ufficiali del MiSE-DPS (2014) in tema di Aree Interne, ad esempio, si "assegna" il ruolo di *governance* locale ai GAL in quanto soggetti già operanti su numerosi territori rurali e marginali e, pertanto, dotati di esperienza consolidata nel tempo e capacità virtuose, il tutto al fine di «evitare di reinventare la ruota, ovvero disegnare una utopia» (MiSE-DPS, 2012, p.5).

I GAL, infatti, non operano solo come organismo "intermedio" di gestione dei fondi comunitari del PSR, ma operano soprattutto nella definizione di una strategia di sviluppo locale, spesso orientata al turismo, che si declina nella predisposizione - per ogni periodo di programmazione - di veri e propri piani pluriennali chiamati Piani di Sviluppo Locale (PSL). Questa metodologia ha il vantaggio di avvicinare i processi decisionali al territorio, valorizzando i veri punti di forza e favorendo una partecipazione ampia e diretta delle comunità locali. Operano, quindi, come spontanee *governance* locali, aperte a tutti i soggetti del territorio, impegnate non solo nel gestire i fondi comunitari, ma anche nel "disegnare" lo sviluppo locale.

Sono evidenti, pertanto, i potenziali elementi innovativi dei GAL: a) l'operatività territoriale rivolta ad aree omogenee con caratteristiche, potenzialità e fabbisogni simili; b) l'opportunità di ragionare in termini di piano (prima), attraverso la realizzazione dei PSL, e di progetto (poi) attraverso la scelta dei singoli interventi da attivare; c) la creazione spontanea della *governance* locale composta da vari stakeholder; d) la capacità (o meno) di attivare iniziative di animazione territoriale e di concertazione.

Con riguardo in particolare all'ultimo aspetto, riteniamo importante sottolineare che la pratica della concertazione produce ampia e spontanea partecipazione da parte di diversi attori locali contribuendo a generare (o ad accrescere) la cultura "del fare", che si fonda sulla condivisione e sul trasferimento delle conoscenze.

Non è superfluo, inoltre, osservare che l'esercizio della concertazione consente di giungere all'atteso *epistème*: da una parte, di acquisire cognizione delle varietà locali e, quindi, di muovere le specifiche leve nell'ambito della programmazione; dall'altra, di ricercare, riconoscere e valorizzare i valori "del fare" - siano essi "esplosi" o "in nuce" - che costituiranno la base della *governance* locale.

A questo punto è utile ricordare, come sostiene Pollice (2005, p.88), che *“a scala locale, l'adozione di un efficace modello di governance risulta tanto più agevole quanto maggiore è il sentimento identitario che permea l'agire politico. Allo stesso modo, obiettivi e strategie di sviluppo, una volta definiti (...) divengono oggetto di un processo di appropriazione da parte della comunità locale, secondo un modello di condivisione attiva che si sostanzia in un sostegno concreto e fattivo all'attuazione degli stessi”*.

L'identità territoriale, pertanto, rappresenta uno degli elementi capaci di guidare la *policy* locale nel determinare gli obiettivi e le strategie di sviluppo territoriale. Infatti, come afferma Conti (1996, p.190), questa, in quanto costituita dall'insieme dei fattori territorializzati (economici, sociali, culturali, istituzionali, ambientali, ecc.), costituisce un potenziale endogeno per l'attivazione di forme di sviluppo "integrato". Occorre ricordare, infine, che nelle aree rurali e/o interne, sovente, le politiche di sviluppo sono tese a potenziare il grado di attrattività territoriale in chiave turistica, sia

attraverso interventi finalizzati alla diversificazione delle attività agricole in attività di ricettività (agriturismi, b&b, ecc.), sia attraverso il potenziamento delle infrastrutture e dei servizi alla popolazione residente e turistica (accessibilità, aree attrezzate, reti museali, ecc.). Infatti, come evidenziato da Adamo (2017, p.13) le politiche di sviluppo (anche) turistico di un dato territorio devono necessariamente essere sia “dirette”, ossia rivolte ai turisti e alle imprese dei servizi legati al turismo, sia “indirette”, ossia rivolte ad accrescere i valori ambientali (come il paesaggio, la cultura, i servizi sociali) ed i valori spaziali di un territorio (come le infrastrutture e servizi di trasporto, la comunicazione): *“queste politiche vanno realizzate congiuntamente (...) perché sarebbe contraddittorio, se non inutile, prevedere interventi pubblici a favore delle imprese, per la loro riqualificazione o anche per la loro creazione, senza al contempo pianificare gli interventi di riqualificazione territoriale o di creazione delle condizioni dello sviluppo turistico”*.

Il PSL del GAL Aurunci e Valle dei Santi, come vedremo, muove la sua costruzione in aderenza al citato assunto, in quanto teso ad intervenire da una parte a favore delle imprese legate al turismo, all'agricoltura ed ai servizi, dall'altra a favore della infrastrutturazione dell'area prevedendo finanziamenti volti a dotare il territorio delle condizioni di base legate ai servizi, sia per la popolazione rurale (potenziamento dei servizi collettivi, ripristino di strade rurali di comunicazione, ecc.), sia per la valorizzazione degli attrattori turistici (emergenze storico-architettoniche, aree naturali, musei, ecc.).

3. Il caso studio: il territorio degli Aurunci e della Valle dei Santi

Il territorio degli “Aurunci e Valle dei Santi” interessa tredici comuni del Lazio meridionale, comprende una popolazione di circa 34.000 abitanti e si sviluppa dalla piana del cassinate fino al Golfo di Gaeta, per un'area di 367 kmq³⁵. Il confine Est è delimitato dal fiume Garigliano che divide la regione Lazio dalla Campania.

Dal punto di vista naturalistico l'area è ricca di ecosistemi protetti, come quelli del Parco Regionale dei Monti Aurunci, e di diverse zone a conservazione speciale. Sono presenti, infatti, una Zona a Protezione Speciale (ZPS) e quattro Siti di Interesse Comunitario (SIC)³⁶.

Dal punto di vista dell'interesse turistico, oltre alle citate aree naturali, il quadro territoriale si arricchisce della presenza di attrattività e di emergenze storico-culturali come, ad esempio, l'area archeologica nel comune di Pignataro Interamna, le “orme

³⁵ I comuni dell'area studio sono tredici: dieci della provincia di Frosinone (Ausonia, Castelnuovo Parano, Coreno Ausonio, Esperia, Pignataro Interamna, San Giorgio a Liri, Sant'Ambrogio sul Garigliano, Sant'Andrea del Garigliano, Sant'Apollinare, Vallemaio); tre della provincia di Latina (Castelforte, Santi Cosma e Damiano, Spigno Saturnia).

³⁶ Il “Parco Regionale Naturale dei Monti Aurunci”, istituito con L.R. Lazio 29/1997, si estende per 19.375 ha di territorio. Nell'area di studio la superficie del Parco è pari a 6.524 ha, ed interessa i comuni di Ausonia, Esperia, e Spigno Saturnia.

La Zona di Protezione Speciale (Direttiva 2009/147/CE) “Monti Ausoni e Aurunci” (IT6040043) interessa l'area di studio per circa 10.695,23 ha su un totale di 53.409 ha.

I Siti di Interesse Comunitario (Direttiva 92/43/CEE) che insistono nell'area sono quattro: a) SIC “Parete Monte Frammera” (IT6050026) che interessa i comuni di Ausonia, di Esperia e di Spigno Saturnia per 266,40 ha; b) SIC “Monte Petrella” (IT6040026) che interessa il comune di Spigno Saturnia per 72,60 ha; c) SIC “Forcella di Campello e Fraile” (IT6040028) che interessa il comune di Esperia per circa 163,10 ha; d) SIC “Rio S. Croce” (IT 6040024) che interessa il comune di Spigno Saturnia per circa 1.79 ha.

di dinosauro” nel comune di Esperia³⁷, il Museo delle Ombre nel comune di Vallemaio. Altre peculiarità territoriali riguardano il complesso termale di Suio, frazione del comune di Castelforte, i cammini religiosi della “via Francigena del sud” (e della limitrofa *Via Benedicti*), nonché i luoghi della memoria della seconda guerra mondiale come quelli della “Battaglia sul Garigliano” e della “Linea Gustav”.

Il territorio è prevalentemente rurale e si presenta molto vocato per le produzioni tipiche di qualità e con marchio di tutela, che rappresentano anche un potenziale turistico. Si segnalano quella del Peperone DOP, coltivato nei territori di Esperia, San Giorgio a Liri e Pignataro Interamna; la Mozzarella di Bufala Campana DOP nel comune di Santi Cosma e Damiano; l’Oliva Itrana DOP nel comune di Esperia; la produzione della “marzolina”, prodotto caseario compreso nel paniere dei prodotti agroalimentari tradizionali (PAT).

L’area è facilmente accessibile attraverso l’asse autostradale A1 (uscite di Cassino e di S. Vittore del Lazio) e la SR Cassino-Formia, arteria che attraversa il territorio collegando l’entroterra con il golfo di Gaeta. Assi stradali secondari risalenti al secolo scorso pongono in comunicazione i comuni più interni con il territorio della regione Campania. Anche l’accesso dalla rete ferroviaria nazionale è agevole attraverso le vicine stazioni di Cassino (tratta Roma-Cassino-Napoli) e di Formia (tratta Roma-Formia-Napoli).

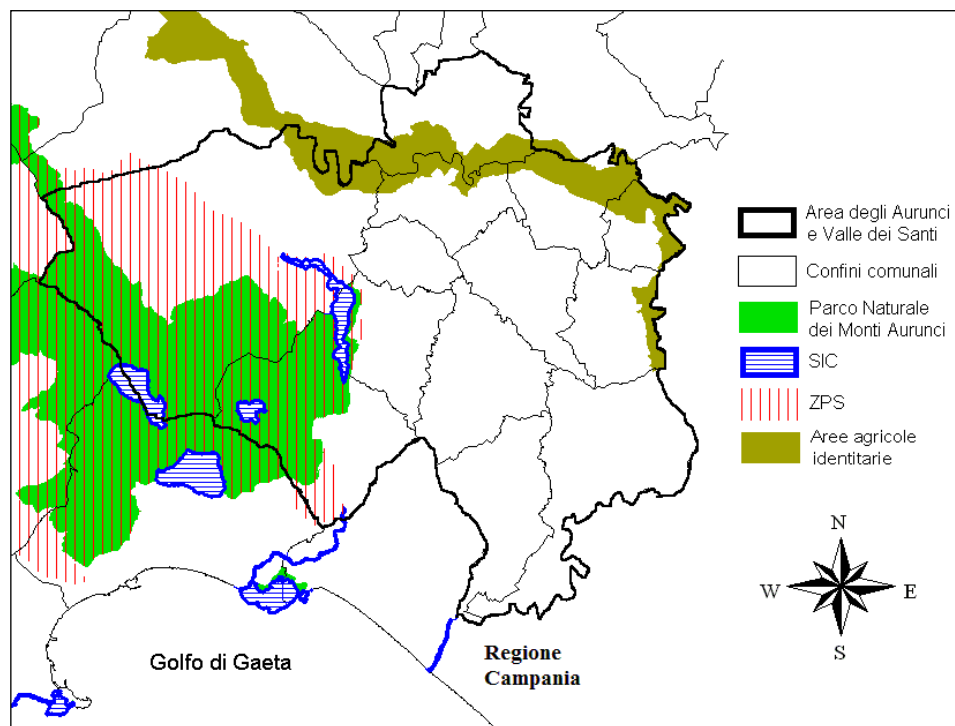


Figura 1: Territorio degli Aurunci e della Valle dei Santi.

Fonte: elaborazione dell'autore.

³⁷ Le orme di dinosauro rinvenute nel territorio del comune di Esperia sono le più antiche scoperte nel Lazio: “ci sono più di 40 impronte che risalgono a circa 120-140 milioni di anni fa. Le impronte risalgono al periodo Cretaceo, quando l'intero territorio era ricoperto di acqua” (Fonte: Comune di Esperia).

Tra i vantaggi del territorio in esame è opportuno rilevare la posizione geografica che lo vede posto tra l'area del cassinate (a nord-est) a vocazione terziaria, manifatturiera e turistica e l'area del golfo di Gaeta (a sud-ovest) a prevalente vocazione turistica. In particolare, dal punto di vista turistico, l'area si colloca a poca distanza dall'Abbazia di Montecassino e dall'area archeologica della città di Cassino di cui fanno parte l'Acropoli, il Colosseo, il teatro romano e la Rocca Janula, oltre a collocarsi in parte all'interno dell'area del Parco Regionale Naturale dei Monti Aurunci. Verso la costa, invece, si colloca in prossimità delle località balneari di Marina di Minturno, Formia e Gaeta, dell'area archeologica di *Minturnae* nel comune di Minturno, del Parco Regionale sub-urbano di Gianola-Monte Scauri e del Parco Regionale Urbano di Monte Orlando (area naturale protetta - Oasi Blu), nel comune di Gaeta.

3.1. La governance: il GAL Aurunci e Valle dei Santi

Nell'area di studio opera dal 2016 il GAL Aurunci e Valle dei Santi la cui *governance*, formalizzata in partenariato, è composta da tredici comuni, dall'Ente Parco dei Monti Aurunci, dalla Comunità Montana e da dieci associazioni³⁸. Esso ha la finalità di programmare lo sviluppo territoriale attraverso la realizzazione del PSL, nonché di provvedere alla sua attuazione gestendo gli interventi previsti e finanziati con il FEASR per il periodo 2014/2020.

Il processo di costituzione del GAL ha avuto avvio a seguito del Bando della Regione Lazio per la selezione dei Piani di Sviluppo Locale predisposti e presentati dai GAL, costituiti quali espressione del partenariato pubblico-privato e capaci di operare secondo l'approccio *Leader*³⁹.

Gli elementi caratterizzanti, pertanto, risiedono nella costituzione di un soggetto giuridico a partecipazione pubblico-privata, operante in un territorio rurale ed in grado di predisporre un Piano di Sviluppo Locale.

A seguito del Bando sono stati organizzati diversi incontri tra gli amministratori del territorio rappresentativi di un'area omogenea dal punto di vista identitario, culturale, ambientale, economico e sociale, finalizzati alla condivisione del progetto di partenariato per la costituzione del GAL.

La fase costituente, inoltre, si è arricchita delle attività di animazione territoriale finalizzate ad ampliare il partenariato di parte privata: hanno aderito dieci associazioni, sia impegnate nell'ambito del sociale e dell'ambiente, sia rappresentative delle attività economiche.

La prima attività del GAL, come vedremo, è stata quella di elaborare il "Piano di Sviluppo Locale" che ha visto il coinvolgimento di tecnici e professionisti, nonché

³⁸ Sono soci del GAL, oltre ai tredici comuni appartenenti al territorio degli "Aurunci e Valle dei Santi" (si veda a tal fine la nota n.3) ed a dieci associazioni locali, la XIX Comunità Montana "Arco degli Aurunci", composta da sei comuni (Ausonia, Castelnuovo Parano, Coreno Ausonio, Esperia, Sant'Andrea del Garigliano, Vallemaio) e l'Ente Parco dei Monti Aurunci.

³⁹ Regione Lazio - Deliberazione 29 dicembre 2015, n. 770: "Bando per la predisposizione, presentazione e selezione delle proposte di Piano di Sviluppo Locale (PSL) dei Gruppi di Azione Locale (GAL) e disposizioni di attuazione". Pubblicato sul BUR Lazio n.2 Suppl. n.2 del 07/01/2016.

Il Bando avvia l'attuazione della Misura 19 "Sostegno allo sviluppo locale Leader (SLTP – sviluppo locale di tipo partecipativo)" del Programma di Sviluppo Rurale 2014/2020 (PSR) ai sensi degli articoli 32-35 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, degli articoli 42-44 del Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 e dell'articolo 60 del Regolamento di esecuzione (UE) n. 809/2014 della Commissione del 17 luglio 2014.

degli stessi soci ed amministratori. Successivamente, avviata la struttura organizzativa interna, il GAL si è “imposto” nel territorio in esame come agenzia di sviluppo, in piena coerenza con l’approccio *Leader*, ossia orientato anche ad assumere su di sé la responsabilità sul destino del “proprio” territorio.

Infatti, oltre alle attività “istituzionali” di gestione dei Fondi del PSR rivolti agli Enti pubblici ed ai privati, il GAL ha operato quale stimolo al territorio proponendo, sostenendo e guidando le due iniziative principali di programmazione dal basso attive nell’area che, come vedremo successivamente, sono: il Contratto di Fiume “Garigliano basso-Liri” ed il “Piano Territoriale d’Area Vasta”.

Inoltre, è utile segnalare che il GAL ha avviato altre iniziative rivolte sia a fornire le imprese di ulteriori strumenti ed opportunità legate agli investimenti, come la sottoscrizione dell’accordo quadro con l’Ente Nazionale del Microcredito⁴⁰, sia a favorire l’integrazione dell’area con altri territori limitrofi come nel caso del progetto di cooperazione avviato con il FLAG⁴¹ operante nel golfo di Gaeta, finalizzato alla creazione di un paniere dei prodotti tipici “mare e monti”, nonché ad incentivare i flussi turistici dalla costa all’area interna.

Come evidenzia Adamo (2017, p.17), infatti, altro aspetto che deve caratterizzare l’azione della *governance* nella pianificazione delle politiche di sviluppo riguarda la capacità di sollecitare e favorire l’integrazione economica e fisica tra sistemi ed aree eterogenee, potenzialmente complementari: *“tra i sistemi delle riviere marine o lacuali con centri storici ed aree d’interesse turistico dell’entroterra (per i loro paesaggi, le loro tradizioni ed iniziative culturali e/o loro prodotti tipici)”*.

3.2. Il Piano di Sviluppo Locale del G.A.L. Aurunci e Valle dei Santi

Il GAL ha adottato il PSL denominato “Crescere in un territorio sostenibile”, che dispone di una dotazione complessiva di 5 milioni di euro ed i cui interventi dovranno essere realizzati entro il 2023.

Come specificato, si tratta di una pianificazione partecipativa che ha visto coinvolti i comuni soci del GAL, la Comunità Montana, l’Ente Parco, le associazioni di categoria, vari stakeholder e la popolazione. La partecipazione al processo è stata stimolata da una costante attività di animazione territoriale volta anche alla individuazione delle diverse identità rurali: culturali, paesaggistico/ambientali, sociali ed economiche.

Nella elaborazione della strategia di sviluppo locale il GAL ha individuato tre Ambiti Tematici di intervento strettamente coerenti con i fabbisogni emersi durante la fase di animazione territoriale, ognuno dei quali interessa diverse misure da mettere a bando: a) Sviluppo e innovazione delle filiere; b) Turismo sostenibile; c) Accesso ai servizi pubblici essenziali.

In particolare, nel quadro logico degli Ambiti Tematici, la strategia del PSL punta a sostenere:

⁴⁰ L’Ente Nazionale del Microcredito è un Ente pubblico non economico che esercita importanti funzioni in materia di microcredito e microfinanza, a livello nazionale ed internazionale. In particolare, gestisce il Fondo nazionale del microcredito che si sostanzia nel supportare l’avvio di nuove attività di impresa, sia attraverso attività di tutoraggio, sia attraverso le procedure di garanzia per l’accesso al credito.

⁴¹ I *Fisheries Local Action Group* (FLAG) sono Gruppi di Azione Costiera (partenariati locali composti da rappresentanti dei settori pubblico, privato e della società civile) che attuano strategie di sviluppo territoriale attraverso incentivi legati al Fondo FEAMP (Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca).

- (a) le attività legate all'agricoltura, con particolare riguardo alla creazione di filiere agricole ed alle attività di cooperazione e collaborazione tra le imprese del turismo e dell'agricoltura. A tal fine, per l'Ambito Tematico 1 "sviluppo e innovazione delle filiere" è destinato il 27,7% delle risorse.
- (b) le attività del turismo e dei servizi, comprese nell'Ambito Tematico 2 "turismo sostenibile", al quale è destinato il 45,6% delle risorse.
- (c) la diversificazione delle attività agricole in attività extra agricole come nel settore sociale, sanitario, educativo-ambientale, nonché le attività per i servizi di base per la popolazione, comprese nell'Ambito Tematico 3 "Accesso ai servizi pubblici essenziali", al quale è destinato il 26,8% delle risorse.

In dettaglio il PSL complessivamente assegna una quota pari al 55,6% delle risorse agli interventi destinati agli enti pubblici per il potenziamento dei servizi legati al turismo ed alla popolazione ed una quota pari al 44,4% per gli interventi rivolti ai privati.

Attraverso l'attivazione di quattro misure, il 7,5% delle risorse è destinato al sostegno della cultura della "cooperazione" e delle reti di impresa, sia attraverso interventi diretti (ossia con incentivi a fondo perduto per la costituzione e gestione di partenariati e filiere), sia attraverso interventi indiretti di tipo formativo.

Attraverso l'attivazione di due misure, per un totale di risorse pari al 4,22%, la strategia mira anche ad innalzare la cultura imprenditoriale del territorio sostenendo con incentivi a fondo perduto l'implementazione di sistemi di qualità, sia interni aziendali, sia per le produzioni agricole.

Inoltre, particolare attenzione è stata posta al sostegno della creazione di imprese e di attività non legate all'agricoltura (bensì al turismo e/o ai servizi), attraverso l'attivazione di una misura che prevede un "premio" a copertura totale dei costi. Per l'avvio delle nuove attività la dotazione prevista è dell'8,30%.

Per quanto riguarda il complesso delle risorse rivolte agli Enti pubblici queste sono destinate per il 20,13% al potenziamento dei servizi di base alla popolazione locale, nonché per incentivare i partenariati pubblico-privati per l'erogazione e gestione di servizi anche nel campo sociale. Il restante 35,52% è destinato al potenziamento dei servizi rivolti al turismo ed agli attrattori di pregio.

Gli AT individuati dalla strategia del PSL si declinano nelle seguenti Misure/Interventi:

Ambiti tematici	Interventi/Misure	Risorse allocate
(AT 1) Sviluppo e innovazione delle filiere	- Attività dimostrative e azioni di informazione (M 1.2.1) - Sostegno per la prima adesione ai regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (M 3.1.1) - Informazione e promozione sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (M 3.2.1) - Investimenti nelle singole aziende agricole finalizzati al miglioramento delle prestazioni (M 4.1.1) - Investimenti nelle singole aziende agricole per il miglioramento dell'efficienza energetica dei processi produttivi (M 4.1.3) - Investimenti nelle imprese agroalimentari (M 4.2.1) - Cooperazione orizzontale e verticale tra gli attori della filiera per l'avvio e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali (M 16.4.1)	1.168.000,00
(AT 2) Turismo sostenibile	- Aiuti all'avviamento aziendale di attività non agricole in aree rurali (M 6.2.1) - Investimenti per uso pubblico in infrastrutture ricreative, informazioni turistiche e infrastrutture turistiche su piccola scala (M 7.5.1) - Cooperazione tra operatori commerciali nell'organizzazione di processi comuni e condivisione delle strutture e risorse e per lo sviluppo di marketing turistico (M 16.3.1)	1.925.000,00
(AT 3) Accesso ai servizi pubblici essenziali	- Diversificazione delle attività agricole (M 6.4.1) - Supporto agli investimenti nella creazione, miglioramento o espansione di servizi di base locali per la popolazione rurale (M 7.4.1) - Diversificazione agricola in attività sanitarie, di integrazione sociale, agricoltura per comunità e/o educazione ambientale/alimentare (M 16.9.1)	1.130.000,00

Tabella 1: Risorse finanziarie per ambito tematico e gruppo di interventi/misure.

Fonte: P.S.L. del GAL Aurunci e Valle dei Santi.

3.2.1. La costruzione della strategia di sviluppo

Il percorso che ha portato alla definizione della strategia di sviluppo del GAL prende corpo da una metodologia partecipativa indirizzata innanzitutto alla individuazione dei fabbisogni territoriali (sociali, economici, infrastrutturali, ambientali) e dalla loro successiva gerarchizzazione.

Tali fabbisogni sono stati rilevati sia durante gli incontri dei Forum e dei Tavoli tematici, sia attraverso le evidenze dell'analisi statistica effettuata con riguardo ai fattori socioeconomici, ambientali e forestali. In particolare, sono stati realizzati

incontri presso tutti i territori comunali, sia con la popolazione, sia con le associazioni, con le imprese e con altri attori locali, nonché sono stati realizzati tre Forum tematici: “le vie d’acqua e dei mulini” (dal quale, come vedremo, ha preso spunto il processo di costruzione del Contratto di Fiume del Garigliano – basso Liri), “Filiera corta e Mercati locali” e “Terre ospitali e sostenibili”.

La tavola sinottica che segue riporta la matrice dei Fabbisogni rilevati durante il percorso di costruzione del PSL.

Fabbisogni rilevati	Fabbisogni di sintesi
- Attivazione di interventi di informazione e di trasferimento di conoscenze; - Maggiore conoscenza e migliore sistema di tracciabilità e riconoscibilità dei prodotti di qualità; - Maggiore integrazione e cooperazione tra tutti gli operatori economici; - Incremento dei servizi di informazione e “assistenza” alla gestione aziendale; - Aumento della propensione all’innovazione tecnologica dei processi di produzione finalizzata a conseguire maggiore valore aggiunto; - Attivazione di interventi tesi a promuovere i prodotti tipici e di qualità.	Fabbisogno 1 (F1) Promuovere l’innovazione ed organizzare i sistemi di filiera
- Attivazione di interventi integrati di sviluppo turistico d’area (SLOT); - Migliore conoscenza dei prodotti tipici e integrazione tra le attività agricole e quelle turistiche; - Incremento dell’offerta di servizi turistici e di ricettività; - Attivazione di una rete dei musei tra i comuni dell’area; - Definizione di strategia di marketing turistico.	Fabbisogno 2 (F2) Diversificazione e rafforzamento dell’offerta di servizi turistici
- Potenziamento del sistema dei trasporti interni all’area e sua integrazione con quelli di linea; - Incremento dei servizi per gli anziani, sia socioassistenziali, sia ludici; - Potenziamento dei servizi rivolti all’infanzia: socioassistenziali e nidi; - Incremento dei servizi culturali e artistici finalizzati anche al recupero e/o salvaguardia delle tradizioni artigianali; - Incremento dei centri comuni per attività sociali ed educative.	Fabbisogno 3 (F3) Innalzare la qualità della vita potenziando i servizi

Tabella 2: Fabbisogni rilevati nell’area territoriale del GAL.

Fonte: PSL 2014/2020 GAL Aurunci e Valle dei Santi.

L’individuazione dei fabbisogni territoriali ha consentito di affinare la scelta dei tre Ambiti Tematici descritti precedentemente e riportati nella Tabella n.1, sui quali costruire le misure di sostegno allo sviluppo.

Infine, il PSL descrive la strategia che ha portato alla gerarchizzazione degli obiettivi specifici ed alla individuazione dell'obiettivo generale "promuovere la qualità dei prodotti locali e del sistema di offerta turistica".

La gerarchizzazione degli obiettivi e la definizione dei risultati attesi hanno consentito, inoltre, di procedere all'ultima fase di costruzione della strategia orientata alla programmazione delle risorse finanziarie da destinare ai singoli ambiti tematici ed alle singole misure di intervento.

La tavola sinottica che segue riporta il quadro logico del PSL relativo agli obiettivi specifici, sottesi a quello generale, e ai relativi risultati attesi.

Obiettivi Specifici	Risultati Attesi
OS 1 - Accrescere l'innovazione delle produzioni e organizzare i sistemi di filiera	- Favorire interventi di informazione e di trasferimento di conoscenze; - Promuovere la conoscenza e migliorare il sistema di tracciabilità e riconoscibilità dei prodotti di qualità; - Favorire i processi di integrazione e cooperazione tra gli operatori economici; - Rafforzare i servizi di informazione e di "assistenza" alla gestione aziendale; - Favorire l'innovazione tecnologica dei processi di produzione finalizzati a conseguire maggiore valore aggiunto; - Promuovere i prodotti tipici e di qualità.
OS 2 - Diversificare e migliorare l'offerta di servizi turistici, anche potenziando il loro legame con i prodotti e con le attività delle aziende agricole	- Promuovere interventi integrati di sviluppo turistico d'area (SLOT); - Promuovere la conoscenza dei prodotti tipici e l'integrazione delle attività agricole con quelle turistiche; - Rafforzare l'offerta di servizi turistici e di ricettività; - Realizzare la rete dei musei tra i comuni dell'area; - Promuovere una strategia di marketing turistico.
OS 3 - Favorire la realizzazione di azioni innovative di sistema nell'erogazione di servizi essenziali alla popolazione	- Favorire il potenziamento del sistema dei trasporti interni all'area e sua integrazione con quelli di linea; - Favorire l'incremento dei servizi per gli anziani sia socioassistenziali, sia ludici; - Favorire l'incremento dei servizi rivolti all'infanzia: socioassistenziali e nidi; - Favore l'incremento dei servizi culturali e artistici finalizzati anche al recupero e/o salvaguardia delle tradizioni artigianali; - Favore l'incremento dei centri comuni per le attività sociali ed educative.

Tabella 3: Obiettivi e risultati attesi del PSL del GAL.

Fonte: PSL 2014/2020 GAL Aurunci e Valle dei Santi.

3.3. Il Contratto di Fiume del “Garigliano - basso Liri”

Sulla scorta dello stimolo fornito dalla “nuova” *governance* del GAL, nel territorio in esame è stato avviato il Contratto di Fiume del “Garigliano – basso Liri”, strumento della programmazione negoziata finalizzato principalmente alla riqualificazione dei corpi idrici ed alla gestione sostenibile dei territori fluviali.

In Europa il Contratto di Fiume (CdF) è stato introdotto a seguito del secondo Forum Mondiale dell’Acqua tenuto a L’Aia nel 2000, organizzato dal *World Water Council*⁴². In Italia ha ottenuto riconoscimento giuridico con il Codice dell’Ambiente ed ha preso corpo nel 2010 con la “Carta Nazionale dei Contratti di Fiume”, adottata da diciotto regioni. In particolare, il Contratto di Fiume nasce con la finalità di promuovere la riqualificazione ambientale e paesaggistica del territorio attraverso azioni di prevenzione, mitigazione e monitoraggio delle emergenze idrogeologiche, di inquinamento e paesaggistico/naturalistiche, in linea con le Direttive Europee sulle Acque (2000/60/CE) e sulle Alluvioni (2007/60/CE)⁴³.

È uno strumento di programmazione dal basso che, oltre a prevedere processi continui di negoziazione tra le Pubbliche Amministrazioni e i soggetti privati coinvolti a diversi livelli territoriali, deve necessariamente integrarsi con le politiche di sviluppo adottate dai territori di riferimento e deve essere coerente con le previsioni urbanistiche locali e regionali, e con i piani predisposti dalle relative autorità di bacino distrettuale.

Per quanto riguarda l’area di studio, il percorso di costruzione del CdF del Garigliano - basso Liri ha avuto inizio nel 2016 attraverso le attività di concertazione e di animazione territoriale - sollecitate dal GAL durante il predetto Forum “le vie d’acqua e dei mulini” - che hanno dato vita ad un primo comitato promotore composto da associazioni locali. A seguito degli incontri il progetto ha preso corpo con l’adesione di tutti i quattordici comuni del bacino idrografico (oltre ai tredici comuni dell’area degli Aurunci e della Valle dei Santi ha aderito anche il Comune di Minturno nel cui territorio vi è la foce del fiume Garigliano, nel golfo di Gaeta) e di numerose associazioni locali, che hanno sottoscritto un Manifesto di Intenti. Per quanto riguarda gli Enti territoriali, il Manifesto di Intenti è stato adottato con apposita deliberazione di giunta comunale.

⁴² Il *World Water Council* è un’organizzazione internazionale, con sede a Marsiglia, composta da gruppi *multistakeholder* la cui missione è quella di mobilitare azioni ed interventi sulle questioni critiche che interessano le acque. Con cadenza triennale il WWC organizza un Forum mondiale sull’acqua: *World Water Forum*. Per approfondimenti, si veda: <http://www.worldwatercouncil.org/en>.

⁴³ Secondo l’articolo 68bis del Testo Unico Ambientale (D.lgs. n.152 del 2006), “i contratti di fiume concorrono alla definizione e all’attuazione degli strumenti di pianificazione di distretto a livello di bacino e sottobacino idrografico, quali strumenti volontari di programmazione strategica e negoziata che perseguono la tutela, la corretta gestione delle risorse idriche e la valorizzazione dei territori fluviali, unitamente alla salvaguardia dal rischio idraulico, contribuendo allo sviluppo locale di tali aree”.

Per approfondimenti si vedano, tra gli altri, i documenti del Ministero dell’Ambiente e dell’Ispra consultabili ai seguenti indirizzi internet:

<http://nuke.a21fiumi.eu/LinkClick.aspx?fileticket=IW1a1b8MdEs%3d&tabid=36&mid=374>;

<https://www.minambiente.it/pagina/wp2-gestione-integrata-e-partecipata-dei-bacini-sottobacini-idrografici>.

Per la Regione Lazio, si veda: <http://www.regione.lazio.it/rl/contrattidifiume/>.

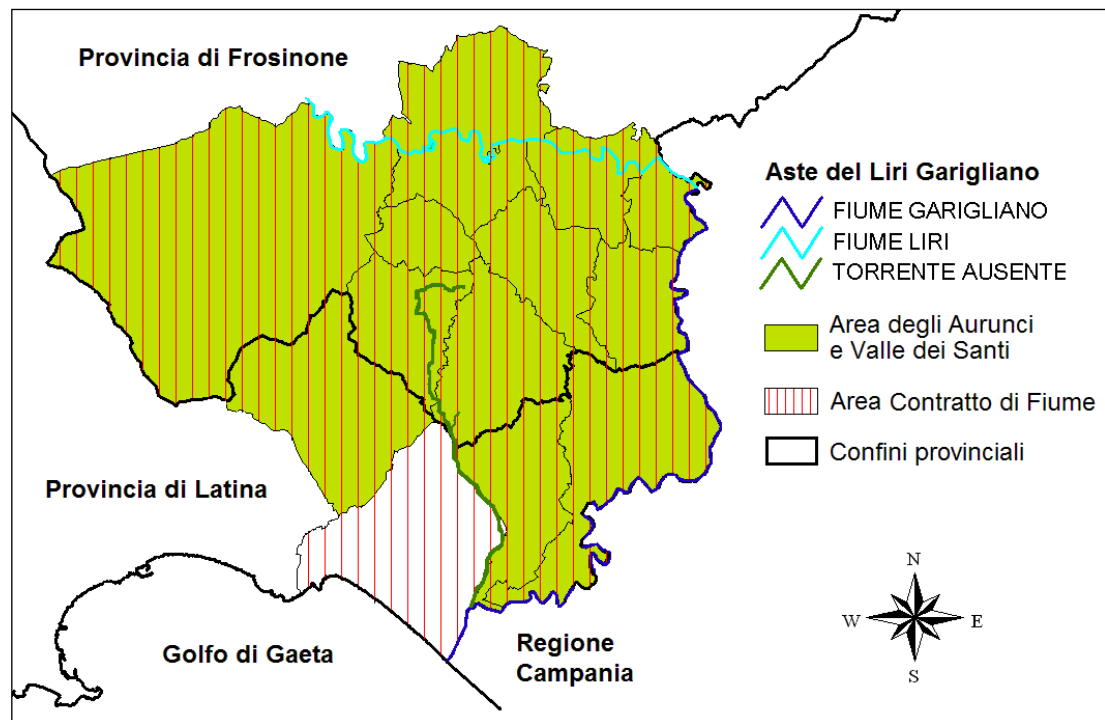


Figura 2: Territorio del Contratto di Fiume e bacini idrografici.
Fonte: elaborazione dell'autore.

Le fasi previste dal percorso, in coerenza con i documenti nazionali e con le linee guida della Regione Lazio⁴⁴, sono quattro:

- a) una prima fase relativa all'avvio del Contratto con la sottoscrizione del Manifesto di Intenti e contestuale costituzione della Cabina di Regia;
- b) una seconda fase dedicata alla analisi conoscitiva integrata sugli aspetti ambientali, sociali ed economici del territorio oggetto del Contratto e relativa definizione degli obiettivi operativi;
- c) una terza fase di elaborazione del Documento Strategico in cui è definito lo scenario, riferito ad un orizzonte temporale di medio-lungo termine, che integri gli obiettivi della pianificazione di distretto e più in generale di area vasta, con le politiche di sviluppo locale del territorio;
- d) una quarta fase relativa alla definizione del "Programma d'Azione" in cui sono indicati gli attori interessati, i rispettivi impegni, i tempi e le modalità attuative, con conseguente sottoscrizione del Contratto di Fiume.

Attualmente, per il CdF in oggetto, è in atto la seconda fase relativa sia allo studio ed alla analisi del territorio, sia alle attività di animazione territoriale volte ad accrescere e consolidare il livello di partecipazione degli stakeholder.

A seguito delle attività di concertazione con gli stakeholder e con gli Enti territoriali sono stati definiti tre Temi Catalizzatori: a) difesa del territorio; b) valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale; c) sviluppo sostenibile.

⁴⁴ Si veda, tra gli altri: D.G.R. Lazio n. 335/2019; D.G.R. Lazio n. 337/2019.

Difesa del Territorio	Azioni di tutela e bonifica dell'ambiente
	Consumi di suolo zero
	Zero emissioni (industria green): Sistema produttivo bio-compatibile ed eco-sostenibile
	Ruolo ecologico dell'agricoltura
	Pianificazione strategica condivisa e sostenibile
Valorizzazione del Patrimonio Ambientale e Culturale	Rafforzamento del patrimonio identitario attraverso la cultura dei luoghi
	Sviluppo del territorio in termini economici, turistici, sociali ed ambientali
	Ruolo dell'Agricoltura in coerenza con il Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Lazio
Sviluppo Sostenibile	Avvio di un nuovo ciclo produttivo basato sul turismo, sull'agricoltura, sulla valorizzazione delle risorse naturali e sul rilancio delle produzioni tipiche locali e artigianali
	Smart Technologies e green economy
	Marchio d'Area e sviluppo turistico integrato: creazione di un Sistema Locale di Offerta Turistica Integrata

Tabella 4: Temi catalizzatori del Contratto di Fiume Garigliano - basso Liri.

L'esperienza del CdF Garigliano – basso Liri testimonia la piena consapevolezza degli attori locali della necessità di “superare la logica dell'emergenza” attivando politiche integrate e largamente condivise che vedano l'ambiente e la sostenibilità territoriale al centro delle scelte di sviluppo locale. Un percorso di responsabilità, incoraggiato dal GAL, che necessariamente deve essere condiviso “con e tra” gli stakeholder in quanto indirizzato a coniugare le emergenze ambientali con la ruralità, il paesaggio, le produzioni tipiche locali e le altre peculiarità del territorio, in una unica strutturazione architeturale da definirsi nel “Programma d'Azione”.

3.4. Il Piano Territoriale d'Area vasta

L'effetto di diffusione e consolidamento della visione di “area vasta”, della pratica della concertazione, nonché della prassi di pianificazione partecipativa avviata dalla *governance* del GAL ha consentito al territorio in esame di adottare un primo strumento di pianificazione dal basso delle politiche di sviluppo: il Piano Territoriale d'Area vasta (PTdA). Si tratta di uno strumento di pianificazione integrata che ha visto coinvolti i tredici comuni dell'area in esame e che, come vedremo, raccoglie interventi i cui effetti hanno lo scopo di creare un valore aggiunto territoriale.

In particolare, l'obiettivo principale del PTdA è quello di “realizzare un Sistema Locale di Offerta Turistica costruito attraverso azioni ed interventi integrati, finalizzati alla programmazione condivisa dello sviluppo socio-economico e turistico del territorio”.

Con l'adozione del PTdA, inoltre, i comuni aderenti hanno deliberato di “promuovere una logica unitaria ed integrata che guardi al territorio come un unicum al di là dei confini comunali e che favorisca l'omogeneità dello stesso nel rispetto delle singole

diversità, attraverso la collaborazione e la cooperazione fra le diverse amministrazioni comunali”.

La tavola sinottica che segue mostra le linee di indirizzo del PTdA.

Sistema Infrastrutturale	- Potenziamento della rete della mobilità rurale.
	- Potenziamento ed integrazione della rete della mobilità con i percorsi di fruizione turistica.
	- Potenziamento del trasporto pubblico locale interno all'area.
	- Potenziamento dei servizi ludico-sportivi e culturali dell'area.
	- Potenziamento dell'offerta dei servizi al turista.
Sistema economico e sociale	- Valorizzazione, promozione e tutela delle eccellenze ed emergenze locali di carattere storico, culturale, ambientale e del patrimonio storico e monumentale.
	- Impulso alle attività di promozione del territorio: attività di marketing territoriale, SLOT, marchio d'area, comunicazione integrata territoriale.
	- Impulso alle attività di rilevanza territoriale (es. distretto del Perlato Royal; Produzioni tipiche locali).
Sistema ecologico ed ambientale	- Valorizzazione e promozione delle emergenze ambientali, con particolare riferimento al sistema fluviale quale elemento ordinatore del territorio.
	- Interventi di valorizzazione del paesaggio.

Tabella 5: Linee di indirizzo del PTdA.

Fonte: Piano Territoriale d'Area vasta degli Aurunci e Valle dei Santi.

Il PTdA, inoltre, impegna i comuni aderenti: a) a garantire l'attuazione e l'efficacia di quanto sancito, al fine di rendere l'area "rurale" attrattiva e competitiva dal punto di vista sociale, economico e turistico, potenziando i servizi di base alla popolazione e valorizzando il complesso delle emergenze storiche, architettoniche, culturali e naturali presenti; b) a presentare progetti locali di sviluppo sui Fondi locali, regionali, nazionali e comunitari in coerenza con le linee guida del PTdA, nella logica di sistema al fine di contribuire a generare valore aggiunto territoriale; c) a concorrere alla realizzazione di un intervento integrato di promozione turistica dell'area al fine della creazione di un Sistema Locale di Offerta Turistica (SLOT).

Il PTdA è indirizzato alla integrazione delle politiche attivate a livello territoriale. Il principale elemento innovativo per il territorio, infatti, risiede nel fatto che il PTdA, quale strumento spontaneo di programmazione dal basso, racchiude sia la strategia attivata con il Piano di Sviluppo Locale del GAL, sia gli attuali indirizzi programmatici previsti dal Contratto di Fiume.

Altro elemento da considerarsi innovativo consiste nel fatto che il PTdA contiene un insieme di progetti/interventi che, pur se attivabili dai singoli comuni sottoscrittori, sono legati tra loro dal principio della integrazione funzionale. Tali interventi, inseriti nei rispettivi Piani triennali delle opere pubbliche, troveranno priorità di esecuzione attraverso l'acquisizione delle risorse provenienti dallo stesso PSL del GAL, da quelle

attivabili con lo strumento della programmazione negoziata del Contratto di Fiume, nonché da quelle reperibili da altri Fondi comunitari.

La tavola sinottica che segue mostra gli interventi previsti dai singoli comuni raggruppati per ambito tematico.

Ambiti tematici	Titolo progetto	Comune
1. Sviluppo di servizi turistico - culturali / sistema SLOT	Recupero della Casa del Pellegrino in eco-albergo e per finalità agro-turistiche ed agro-espositive	Ausonia
	Spazio polifunzionale ricreativo: attività sportive (calcetto, tennis, pallavolo e basket) e ludiche, anche per l'infanzia	Esperia
	Adeguamento edificio ex scuola Sant'Antonio, per: laboratorio artistico, didattico, musicale e punto informativo turistico	Castelnuovo Parano
	Spazio polifunzionale ricreativo in località Forma di Suio nei pressi del centro turistico termale	Castelforte
	Centro socioculturale e punto informativo turistico funzionale all'area archeologica	Pignataro Interamna
	Centro polifunzionale per i servizi turistico-culturali	San Giorgio a Liri
	Servizi turistici: recupero ristrutturazione area attrezzata camper e area di sosta campeggio ed area pic-nic	Sant'Ambrogio sul Garigliano
	Punti di sosta: area camper, campeggio ed area pic-nic. L'intervento è funzionale alla valorizzazione delle risorse turistiche locali: il Museo delle Ombre; il percorso delle Porte della Conoscenza; il percorso dei Monoliti della Memoria; il luogo storico della "presa del Monte Maio"	Vallemaio
2. Accesso e potenziamento dei servizi pubblici di base rivolti alla popolazione	Casa delle associazioni di Coreno Ausonio e punto informativo turistico	Coreno Ausonio
	Riqualificazione di ambiti rurali: recupero strada rurale	Pignataro Interamna
	Servizi ludico-sportivi: recupero degli spazi destinati alle attività ludico-sportive: calcetto, tennis e basket e servizi connessi	Sant'Andrea del Garigliano
	Laboratorio nell'ambito dell'arte, della musica, dei mestieri	Sant'Ambrogio sul Garigliano
	Ripristino ed adeguamento pista ciclabile in zona fluviale caratterizzata da varie specie di flora e fauna	Sant'Apollinare
	Servizi ricreativi in spazi polifunzionali: spazio attrezzato polivalente per le discipline come il tennis, il calcetto, la pallavolo ed il basket	Santi Cosma e Damiano
	Servizi artistico-ricreativi in spazi polifunzionali: potenziamento dei servizi legati all'arte ed alla cultura.	Spigno Saturnia
	Riqualificazione ed ampliamento piccoli impianti ludico-sportivi	Vallemaio

Tabella 6: PTdA - progetti dei singoli Comuni aggregati per Ambito Tematico.

Fonte: Piano Territoriale d'Area vasta "Aurunci e Valle dei Santi".

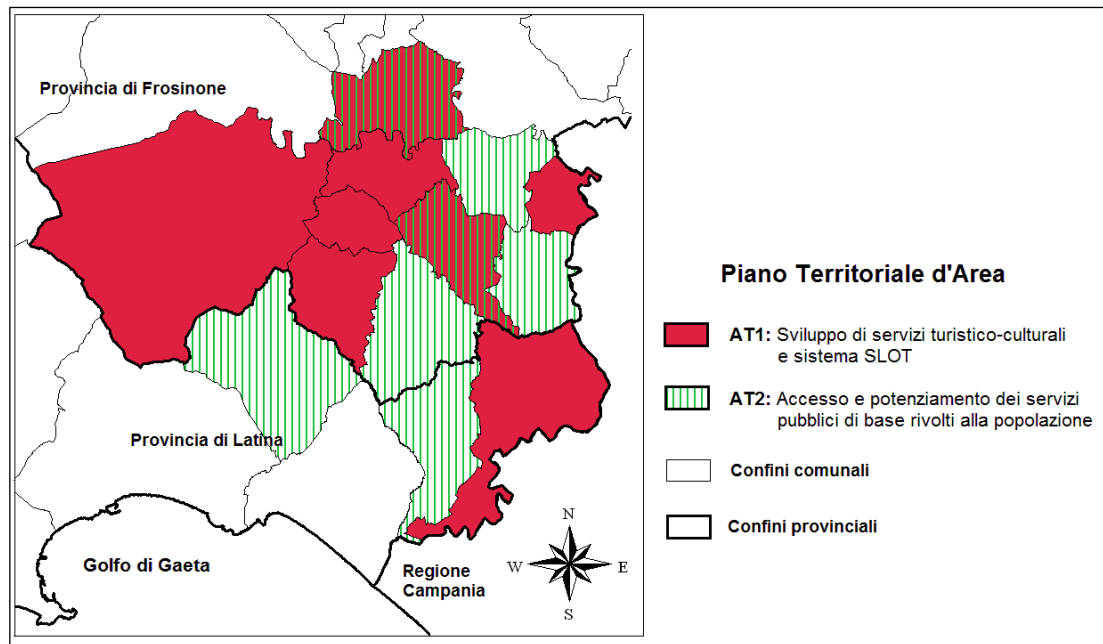


Figura 3: PTdA - Ambiti Tematici di intervento per singolo Comune.
Fonte: elaborazione dell'autore.

Al di là degli effetti sul territorio che la realizzazione degli interventi previsti nel Piano potranno produrre, non possiamo non sottolineare l'effetto di diffusione della metodologia *Leader* sul territorio in esame da parte del GAL: le attività di coordinamento anche tecnico, la prassi dei tavoli tecnici partecipati, così come l'attività dei tavoli tematici aperti agli stakeholder locali, infatti, hanno consentito, di fatto, al GAL di acquisire, in modo spontaneo ed ampiamente riconosciuto, il ruolo di "agenzia di sviluppo": di supporto tecnico, oltre che di coordinamento istituzionale.

A tal proposito, come affermato da Adamo (2003, p.8), infatti, quando si affrontano i processi di pianificazione territoriale una delle più importanti sfide riguarda la definizione della metodologia che porti ad una partecipazione ampia, condivisa e spontanea nell'elaborazione del programma di sviluppo. Le soluzioni possono essere differenti, *"ma nessuna può prescindere dal ruolo fondamentale di coordinamento politico di un'istituzione rappresentativa degli enti locali e tutte devono fondarsi sulla massima diffusione delle informazioni, il massimo coinvolgimento degli interessati e la massima trasparenza delle decisioni; un utile avvio può essere dato dall'uso di uno strumento di programmazione negoziata ed in particolare dalla realizzazione di un "patto territoriale"*.

Inoltre, Adamo (2003) sottolinea che una pianificazione partecipativa deve affrontare una seconda sfida: quella di integrare la pianificazione urbanistica con gli obiettivi della politica ecologica. In tal senso il PTdA ha recepito sia la strategia del PSL, sia gli indirizzi programmatici e gli obiettivi previsti dal Contratto di Fiume del "Garigliano – basso Liri", coniugando la pianificazione urbanistica con gli strumenti di finanziamento e con gli obiettivi ecologico-ambientali.

Conclusioni

Con il presente lavoro abbiamo voluto apportare un modesto contributo sul ruolo che i Gruppi di Azione Locale possono svolgere per lo sviluppo territoriale attraverso l'approccio *Leader*. Sono evidenti, infatti, gli effetti del GAL "Aurunci e Valle dei Santi" nell'area in esame non solo nella capacità di assumere la funzione di catalizzatore di risorse finanziarie, ma anche nel rafforzare le dinamiche di cooperazione e di sinergia tra i diversi stakeholder locali, contribuendo a disegnare uno sviluppo territoriale partecipato, territorialmente omogeneo e di lungo termine.

La *governance* territoriale del GAL, inoltre, ha mostrato capacità nello stimolare gli Enti territoriali ad adottare piani e programmi integrati di sviluppo, nonché nel coordinare gli interventi e le azioni sotto un profilo tecnico. Nel caso di studio, infatti, sono stati analizzati i principali ambiti di intervento del GAL, gli obiettivi operativi e le modalità del percorso di costruzione dei principali piani adottati nell'area territoriale come il Piano di Sviluppo Locale, il Contratto di Fiume ed il Piano Territoriale d'Area Vasta.

In particolare, dalla analisi effettuata emerge come il territorio abbia assegnato al GAL "Aurunci e Valle dei Santi" il ruolo di *governance* dei processi di sviluppo delle politiche di coesione territoriale in un'area interna, prevalentemente rurale e a potenziale turistico. È evidente, infatti, la capacità del GAL di diffondere la buona pratica della cooperazione e la sua centralità quale "guida" nei processi di pianificazione territoriale, attraverso: la gestione dei fondi comunitari del P.S.R., come programmati nel Piano di Sviluppo Locale; le attività di animazione territoriale finalizzate a mitigare le rivalità tra gli attori locali, generando un clima di partecipazione attiva degli stakeholder ai processi di sviluppo; la diffusione della cultura di rete e dell'approccio unitario per la costruzione di politiche di area vasta.

4. Bibliografia

Adamo F. (2017), Patrimonio culturale e sviluppo locale, *Annali del Turismo*, Anno VI, Novara, Edizioni Geoprogress.

Adamo F. (2004), Valori culturali, sviluppo e pianificazione territoriale, in (a cura di) Ruggiero V., *Centri storici e identità locali nella progettazione dello sviluppo sostenibile di sistemi del turismo*, Catania, Università degli Studi di Catania, 27-29 ottobre 2003, Roma, CNR.

Alpine Convention (2017), I Contratti di Fiume in Italia (e oltreconfine), Il X Tavolo Nazionale dei Contratti di Fiume e il Contributo del Ministero dell'Ambiente alla diffusione e all'internazionalizzazione dei Contratti di Fiume, Bolzano.

Brugnoli A., Cornacchione M. (2011), Programmazione integrata territoriale e multilevel governance, in AISRE, atti del XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino.

Camagni R. (2012), Verso una riforma della governance territoriale Area vasta e controllo della rendita fondiaria e immobiliare, in (a cura di) Bonora P., *Visioni e politiche del territorio. Per una nuova alleanza tra urbano e rurale*, Quaderni del Territorio, Collana di testi e ricerche, N. 2, Archetipolibri.

Camagni R. (2009), Per un concetto di capitale territoriale, in Borri D., in (a cura di) Ferlaino F., *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni*, Milano, Franco Angeli.

Conti S. (1996), *Geografia economica. Teoria e metodi*, Torino, UTET.

Conti S., Giaccaria P. (2009), Local Development, in (a cura di) Thrift N., Kitchin R., *The International Encyclopaedia of Human Geography*, Elsevier, Londra.

Conti S., Salone C. (2012), Territori di progetto nella programmazione regionale, in (a cura di) Bonora P., *Visioni e politiche del territorio. Per una nuova alleanza tra urbano e rurale*, Quaderni del Territorio, Collana di testi e ricerche, N. Archetipolibri.

Dematteis G., Governa F. (2005), Il territorio nello sviluppo locale. Il contributo del modello SLoT, in (a cura di) Dematteis G., Governa F., *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, Milano, Franco Angeli.

Dematteis G. (2005), Quattro domande sulle risorse territoriali nello sviluppo locale, in (a cura di) Corrado F., *Le risorse territoriali nello sviluppo locale. Un confronto interdisciplinare*, Alinea, Firenze.

De Vincenzo D., Grossi G. (2005), Tra mare e montagna: politiche di sviluppo turistico nelle province di Frosinone e Latina, in (a cura di) Adamo F., *Problemi e politiche del turismo*, Contributi alle Giornate del Turismo 2003-2004, Dipartimento di Studi per l'impresa e il territorio - Università degli Studi del Piemonte Orientale, Bologna, Patron Editore: 533-558.

Grossi G. (2004), Sviluppo locale e turismo termale nel Lazio meridionale, in (a cura di) Ruggiero V., *Centri storici e identità locali nella progettazione dello sviluppo sostenibile di sistemi del turismo*, Catania, Università degli Studi di Catania, 27-29 ottobre 2003, Roma, CNR.

Lukesch R., Schuh B. (2008), The Leader Legacy. We get to share it - The legacy of Leader, in *Leader+ Magazine Special Focus: Leader achievements. A diversity of territorial experience*, n.11.

Magnaghi A. (2008), I contratti di fiume: verso nuove forme integrate e partecipate di pianificazione territoriale, CIRF Seminario: processi di pianificazione partecipata di bacino, Bologna.

Magnaghi A. (2003), La rappresentazione identitaria del patrimonio territoriale, in (a cura di) De Matteis G., Ferlaino F., *Il mondo e i luoghi: geografie dell'identità e del cambiamento*, Torino, IRES Piemonte.

MiSE - Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (2012), Un progetto per le "Aree interne" dell'Italia, Note per la discussione, Roma.

Pollice F. (2005), Il ruolo dell'identità territoriale nei processi di sviluppo locale, *Bollettino della Società Geografica Italiana, Serie XII, Vol. X*, Roma.

Pollice F. (1997), La pianificazione dello sviluppo turistico nelle aree interne: il caso di Molinara, in (a cura di) Citarella F., *Turismo e diffusione territoriale dello sviluppo sostenibile*, Napoli, Loffredo.

Raffestin C. (2003), Immagini e identità territoriali, in (a cura di) De Matteis G., Ferlaino F., *Il mondo dei luoghi: geografie dell'identità e del cambiamento*, Torino, IRES Piemonte.

Savini S. (2003), Nuovi percorsi di sviluppo locale. *Il programma Leader e la sua applicazione in due aree del Mezzogiorno*, Catanzaro, Rubetto.

Tafuro A. (2013), Gruppi di Azione Locale (GAL), *Governance e sviluppo del territorio: analisi teorica ed evidenze empiriche*, Bari, Cacucci.

DOCUMENTI

Giornate del Turismo

XVIII Edizione

Convegno su:

IL TURISMO NEL PROGRESSO DELLE ‘PERIFERIE’

Napoli, 21-22 ottobre 2019

Di questo convegno, durante il quale sono stati presentati e discussi quasi tutti gli articoli pubblicati in questo volume per la cui realizzazione Geoprogress ringrazia il Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Napoli “Federico II” si riportano i documento seguenti:

- 1) Alcuni scritti relativi a contributi di rappresentanti di enti invitati;
- 2) La brochure del convegno, con l’indicazione degli obiettivi, dei relatori e dell’organizzazione.

LA STRATEGIA NAZIONALE PER LE AREE INTERNE (SNAI) E LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO TURISTICO PER LO SVILUPPO LOCALE⁴⁵

Oriana Cuccu, Francesco Silvestri*

1. I prodromi

Avviata nel 2012 su impulso di Fabrizio Barca, ai tempi Ministro per la Coesione Territoriale, la Strategia Nazionale per le Aree Interne (di qui in avanti SNAI) propone un'azione mirata in favore dei piccoli comuni e delle aree rurali del Paese in forte declino demografico.

I passi iniziali di SNAI sono stati affidati ad un gruppo di esperti, che hanno mappato l'intero territorio nazionale, distinguendo tra aree centrali, aree cintura, aree intermedie, aree periferiche ed ultra-periferiche, sulla base della distanza di trasferimento da ognuna di esse ai luoghi di somministrazione di servizi peculiari per la cittadinanza (stazioni ferroviarie, scuole secondarie di secondo grado, ospedali con reparti specialistici).

Il quadro emergente è di un Paese con il 60% del territorio nazionale distante almeno 20' di mezzo di trasporto veloce (automobile o treno) da questi luoghi, un territorio che comprende 4.000 comuni, il 65% dei quali montani, e in cui vive il 23% della popolazione residente complessiva. Si tratta di aree caratterizzate da declino demografico e invecchiamento della popolazione, come conseguenza di rarefazione e progressivo allontanamento dei servizi. Questi territori, ribattezzati "Aree Interne", sono oggetto di una specifica strategia, finalizzata a recuperare condizioni di benessere e sviluppo tali da arrestarne il declino socioeconomico.

La SNAI è sperimentata in 72 aree pilota intercomunali in tutto il territorio nazionale, con la sola esclusione della Provincia Autonoma di Bolzano: 1.081 comuni, che coprono il 16,7% della superficie ed il 3,5% della popolazione nazionale (2,1 milioni di abitanti). Le 72 aree, individuate e perimetrate in collaborazione con le regioni e da queste ultime approvate, presentano in media 15 comuni, per una popolazione di circa 29.000 residenti ciascuna⁴⁶.

⁴⁵ Questo contributo, presentato alla XVIII Edizione del Convegno Geoprogress "Giornate del Turismo", tenutasi a Napoli il 21-22 ottobre 2019, è una sintesi ed un aggiornamento del Capitolo 5.3 ("Il Turismo come opportunità di sviluppo per le aree interne del paese") degli stessi autori, contenuto in: Becheri E., Micera R., Morvillo A. (a cura di), 2019, Rapporto sul Turismo Italiano 2017-2018, Rogiosi, Napoli.

* Oriana Cuccu, NUVAP - Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Francesco Silvestri, Invitalia e Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia.

⁴⁶ Le aree vanno dai tre comuni e 2.217 abitanti dell'Area Interna del Tesino (Provincia Autonoma di Trento) ai 34 comuni dell'Area Interna Alto Lago di Como e Valli del Lario (Lombardia). L'Area Interna più popolosa è però quella del Basso Ferrarese (Emilia-Romagna), con più di 53.000 residenti.

2. L'approccio metodologico

Una delle grandi novità di SNAI è l'approccio metodologico, con riferimento sia alla realizzazione delle strategie che alla loro futura attuazione e perpetuazione.

Il punto di partenza di SNAI è l'ipotesi che la conoscenza necessaria ai luoghi per superare la condizione di marginalità in cui si vengono a trovare è già disponibile nei luoghi stessi, ma al tempo stesso che le politiche destinate a tali luoghi sono spesso soggette a *lock-in* (David, 1985), all'azione depressiva di élite ed istituzioni estrattive (Acemoglu e Robinson, 2012; Barbera e Parisi, 2018) in grado di manipolare e piegare gli interventi di sostegno al mantenimento delle proprie rendite di posizione. Non è esente da questo processo nemmeno l'approccio *bottom up*, a lungo indicato dalla stessa Commissione Europea come strumento ideale per favorire l'emersione degli interessi locali (Sabatier, 1986). Di qui, la necessità sì di valorizzare la conoscenza locale (Natali, 2016), ma anche di forzare il cambiamento in aree soggette a *lock in* e rompere i circoli viziosi e le incrostazioni attraverso un intervento esogeno: è questa la logica dell'approccio *place based* (Barca, 2011), che prevede l'attivazione di uno o più esperti, esterni all'area di azione, chiamati a stimolare il dibattito sulle azioni da intraprendere, con atteggiamento anche conflittuale, assicurando l'eliminazione di qualsiasi asimmetria informativa.

Ruolo dell'esperto esterno non è, quindi, sostituirsi ai decisori locali, né indirizzarne l'operato, bensì operare affinché emergano dinamiche di cambiamento endogeno (Arrow, 1962), rispetto alla lunga storia di interventi ormai non più generativi, in quanto soggetti a *path dependance* (Liebowitz e Margolis, 1995).

La seconda innovazione di metodo introdotta da SNAI è la *governance* multilivello che essa adotta (Lucatelli e Tantillo, 2018), con il livello centrale che, oltre a istituire il nucleo di esperti chiamati a co-progettare con i territori le strategie, finanzia con le risorse della legge di Stabilità gli interventi su Salute, Istruzione e Trasporto pubblico; il livello regionale che indirizza parte dei fondi comunitari gestiti sulle Aree Interne, costruendo percorsi di premialità o di riserva sui bandi; il livello locale che, in partenariato, guida la definizione della strategia sulla base delle esigenze e delle criticità individuate dai sindaci, in quanto rappresentanti delle comunità locali.

Essendo realizzata in modalità di iniziativa pilota, SNAI è una sperimentazione da fare divenire politica ordinaria per le aree marginali, qualora tale sperimentazione si dimostri efficace. Per questo motivo, SNAI vede il coinvolgimento di MIUR, Ministero del Lavoro, Ministero della Salute, Ministero delle Politiche Agricole, e Ministero per il Sud e la Coesione Territoriale, chiamati ad assicurare la continuità degli interventi progettati all'interno della strategia locale e rivelatisi di successo, anche all'indomani del triennio di attuazione di SNAI.

Questo approccio metodologico innovativo è stato confermato dal 2012 ad oggi da tutti i Governi che si sono succeduti alla guida del Paese ed ha mosso l'interesse della Commissione Europea, che ha deciso di inserire il sostegno alle Aree Interne come priorità della Programmazione comunitaria 2012-2017, con riserva per esse del 5% del budget⁴⁷.

⁴⁷ www.ancicampania.it/fondi-strutturali-2021-2027-piccoli-comuni-e-aree-interne-avranno-15-miliardi/, consultato il 28 ottobre 2019.

3. Il turismo nella SNAI

Pur lontane dai flussi principali di traffico, le Aree Interne sono già un luogo di offerta e destinazione turistica rilevante (Salvatore e Chiodo, 2016): il 53% delle strutture ricettive ed il 49% dei posti letto sono localizzate in area interna⁴⁸, con una elevata presenza di aziende agrituristiche e residenze rurali (60% dei posti letto), rifugi e strutture di montagna (85% dei posti letto). A questo si aggiunge un patrimonio culturale ed ambientale composto da siti archeologici, borghi e pievi medievali, parchi letterari, aree protette (parchi nazionali, parchi regionali e siti della rete Natura 2000), beni e siti UNESCO - dai siti Patrimonio dell'Umanità alle Riserve della biosfera (MAB) - e giacimenti enogastronomici.

Limitandosi alle 72 aree pilota SNAI, questo patrimonio nel 2016 (ultimo anno completo disponibile) è stato meta di 4.828.580 arrivi e di 20.577.450 presenze turistiche (ISTAT 2016), in un intervallo che va dai quasi 395.000 arrivi e 2,05 milioni di presenze dell'Area Interna della Val di Sole (provincia Autonoma di Trento), agli appena 315 arrivi per 1.292 presenze registrate nell'Area Interna dell'Alta Murgia (Puglia). Oltre alla Val di Sole, superano il milione di presenze annue l'Area Interna del Contratto di Foce-Delta (Veneto) e l'Area Interna del Comelico, sempre in Veneto, centro di riferimento per il turismo invernale. I beni culturali a maggiore frequentazione sono invece Forte Bard (Area Interna Bassa Valle, Val d'Aosta), con 362.000 visite nel 2016, l'area monumentale di Orvieto (Area Interna Sud-Ovest Orvietano, Umbria), con 328.000 visite e il Santuario di San Gerardo Maiella (Area Interna Alta Irpinia) che ha raggiunto i 500.000 visitatori.

Come anticipato, SNAI chiede a ciascuna Area Interna di definire una Strategia territoriale collettiva, attraverso cui migliorare l'uso delle risorse (risorse naturali, patrimonio culturale, sapere locale), rafforzando i fattori di sviluppo locale ed aumentando in questo modo il benessere delle comunità locali. A ottobre 2019, le aree che hanno avviato il percorso che culminerà nella approvazione della Strategia da parte del Comitato Tecnico Aree Interne, dei Ministeri competenti e delle relative Regioni, sono 70 su 72 (97%).

Anche in ragione di un malessere socio-economico di lungo periodo, ulteriormente aggravato dalla crisi mondiale del 2008, non stupisce che tutte le Aree Interne abbiano individuato il turismo come opportunità di sviluppo (Perles-Ribes, et alia, 2017) sebbene con differenti approcci e gradi di profondità, a dimostrazione delle differenti priorità e scelte compiute dalle comunità locali: tra le aree dove il turismo è già parte importante dell'economia locale (Sud Ovest Orvietano, Casentino-Valtiberina in Toscana, Valchiavenna, Alta Valtellina, Alto Lago e Valli del Lario in Lombardia, Grand Paradis in Val d'Aosta), alcune hanno deciso di indirizzare la Strategia verso il rafforzamento del comparto, ma non manca chi (Bassa Valle, Alta Carnia in Friuli) ha deciso di orientarsi sul tema solo in parte, considerandolo già presidiato da altri programmi di finanziamento. Altri territori con economie turistiche meno sviluppate, hanno invece deciso di inserire il turismo tra gli *asset* importanti per il rilancio dello sviluppo locale, in affiancamento ad altri settori prioritari come la filiera agroalimentare o quella del legno (Matese in Molise, Antola-Tigullio in Liguria, Montagna Materana in Basilicata, Appennino Lombardo).

⁴⁸ Si intendono qui tutte le aree classificate in tal senso; se si considerano le sole 72 aree pilota in cui è sperimentata SNAI, l'offerta di posti letto è di 302.000 unità, pari al 6% del totale nazionale.

Un tratto comune a molte strategie è l'organizzazione di una offerta turistica eterogenea ed articolata, che - seguendo una dinamica ormai consolidata a livello mondiale (Garrod et alia, 2006; Tinsley e Lynch, 2001) - si attiva per unire molti segmenti sotto la etichetta comune di "turismo sostenibile", "turismo lento" o, più di recente, "turismo emozionale", che comprende la visita a laboratori artigiani di diverso tipo (trasformazione di beni agroalimentari, artigianato del legno e del cuoio, produzione di tessuti) con coinvolgimento diretto dei visitatori nelle attività manuali. Infine, in alcuni casi (Area Interna Grand Paradis in Valle d'Aosta, Area Interna della Spettabile Reggenza in Veneto) l'offerta intende specializzarsi sul segmento della "Accessibilità", ovvero la proposta di attività per categorie di turisti con gradi differenti di impedimento fisico.

In generale, si possono identificare due indirizzi a cui molte strategie turistiche delle aree si richiamano: per le aree a turismo maturo - tipicamente quelle alpine, ma anche l'Area interna del Basso Ferrarese, che sfiora il distretto turistico della costa emiliano-romagnola o il Contratto di Foce-Delta veneto, che come anticipato conta ogni anno circa 1,3 milioni di presenze grazie alla stagione balneare - l'obiettivo è di rinnovare il modello di offerta, puntando su nuovi segmenti o sulla destagionalizzazione dei flussi. Al contrario, per le aree in crescita o che si sono affacciate da poco sul mercato turistico, la SNAI è l'occasione per definire meglio gli indirizzi, esplorare nuovi segmenti e migliorare la qualità dell'offerta.

4. Le criticità emerse

L'esperienza maturata da quando SNAI è operativa consente di mettere a fuoco non poche criticità nella definizione delle strategie turistiche delle Aree Interne. Una delle principali, è la tendenza a focalizzare l'attenzione, e quindi il peso della strategia stessa, sull'offerta esistente, anziché definire con precisione il contesto, anche di concorrenza, in cui ci si muove e la domanda potenziale a cui rivolgersi.

Questo è particolarmente evidente nella visione dei beni culturali, inseriti all'interno delle strategie al fine del recupero e della loro rifunzionalizzazione, ma senza definire modelli di gestione adatti alle caratteristiche del patrimonio locale e tali da valorizzarne l'utilizzo sotto il profilo economico

L'organizzazione della *governance* turistica è anch'essa un aspetto critico delle strategie: molte Aree propongono la creazione di *brand* territoriali e la istituzione di una Destination Management Organization (Candela e Figini, 2010) per territori con dimensione e massa critica insufficienti a competere su un mercato affollato ed ormai globalizzato, con fruitori sempre più sofisticati e in grado di scegliere autonomamente tra le quasi infinite opzioni a disposizione (Natali, 2015). Per questo motivo, diviene fondamentale lavorare sull'integrazione con le destinazioni turistiche di livello regionale più prossime, studiando come innestarsi in quelle organizzazioni turistiche e rendersi visibili al loro interno, ad esempio attraverso la costituzione di un tavolo locale permanente o di una funzione associata di gestione e valorizzazione turistica tra i comuni del partenariato (è questo il caso dell'Area Interna Terre Sicane, in Sicilia).

Lo stesso sforzo di interazione, al momento ancora piuttosto debole o frammentario, va realizzato nei confronti di altri settori, dai trasporti all'agricoltura, dalla formazione al sociosanitario, ricercando connessioni utili a produrre quegli effetti permanenti di consolidamento dello sviluppo turistico utili allo sviluppo rurale *tout court* (Romeiro e Costa, 2009). In questo, emerge un'ulteriore criticità insita in SNAI e verificatasi

anche in precedenti programmi di progettazione integrata territoriale: il fatto, cioè, che molti programmi di finanziamento, siano stati ideati con una rigida enfasi settoriale. È questo il caso dei fondi strutturali dell'Unione Europea (FESR e PSR in particolare), ovvero proprio quelli destinati supportare le azioni di sviluppo locale all'interno di SNAI, che finiscono così per riprodurre quella stessa logica ristretta (le azioni per il turismo, le azioni per i beni culturali, le azioni per lo sviluppo agricolo, ...) che con SNAI si intendeva superare.

Le aree che si sono mostrate più coese e che hanno maggiormente aperto al dialogo, sia istituzionale che territoriale, la definizione della strategia, si sono rivelate anche quelle che hanno superato meglio le precedenti criticità.

5. Conclusioni

A circa sette anni dalla sua inaugurazione, SNAI ha ormai evidenziato diversi elementi significativi, per quanto concerne lo sviluppo turistico delle aree interne: la centralità del fattore umano, in particolare di giovani motivati, da coinvolgere nello sviluppo delle progettualità e da sostenere nella capacità di fare sistema e creare reti. In molte delle 72 Aree Interne accompagnate, trova spazio la nuova modalità della cooperativa di comunità, purtroppo ancora non definita con precisione a livello legislativo, strumento che si colloca all'intersezione tra mercato e sociale, in grado di coniugare animazione della comunità, somministrazione di servizi di base e attività imprenditoriale, nella maggior parte dei casi di dimensione turistico-ricettiva (Teneggi, 2018).

Un altro concetto rilevante emerso è quello della restituzione alle comunità locali degli spazi disponibili e non utilizzati opportunamente valorizzati, attribuendo ad essi un nuovo valore d'uso, sostenendo la capacità di progettazione e sviluppando nuovi modelli di gestione anche attraverso l'applicazione o adattamento di modelli esistenti. In abito turistico, questo si traduce nelle iniziative di recupero di case inutilizzate nei borghi per iniziative di "albergo diffuso" nella Montagna Materana (Basilicata), per la creazione di laboratori e "case d'artista" nell'Area Interna dell'Appennino Basso Pesarese e Anconetano (Marche) o nel recupero della rete di ex-caselli ferroviari come luoghi di posta per escursionisti in Appennino Lombardo (Lombardia).

Infine, il terzo concetto cardine che emerge dalle strategie è quello di "esperienzialità", come bisogno espresso oggi dalla domanda turistica, specialmente nelle aree rurali (Sharpley e Jepson, 2011): serve raccontare storie originali e distintive dei luoghi, far entrare in relazione abitanti e visitatori, porre nuova attenzione ai bisogni del pubblico attraverso l'attivazione di percorsi di *audience development* e attivare nuove economie e relazioni, non puntando solo su cultura e turismo, ma coinvolgendo anche altri settori come agricoltura e artigianato.

Bibliografia

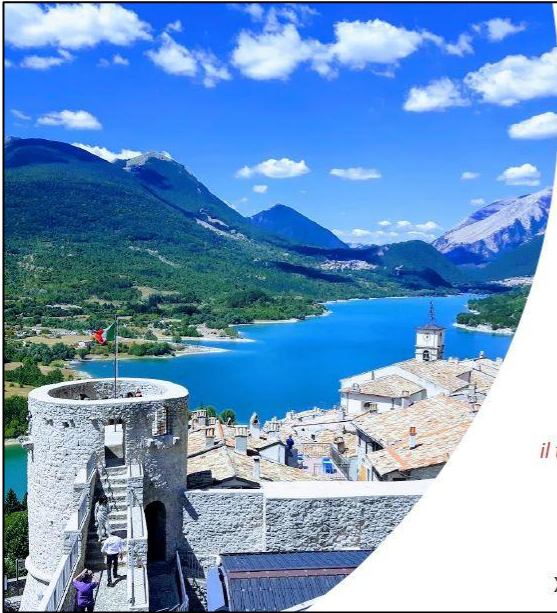
- Acemoglu D., Robinson J. (2012), *Why Nations fail?*, New York, Crown Publishing.
- Arrow K., The Economic Implications of Learning by Doing, *Review of Economic Studies*, 29.
- Barbera F., Parisi T. (2018), Gli innovatori sociali e le aree al margine, (a cura di) De Rossi A., *Riabitare l'Italia*, Roma, Donzelli.

- Barca F. (2011), *Alternative Approaches to Development Policy: Intersections and Divergences*, Regional Outlook, Paris, OECD.
- Candela G., Figini P. (2010), *Economia del turismo e delle destinazioni*, Milano, McGraw-Hill Italia.
- David P. A. (1985), Clio and the Economics of QWERTY, *The American Economic Review*, 75/2.
- Garrod B., Wornell R., Youell R. (2006), Reconceptualizing rural resources as countryside capital: The case of rural tourism, *Journal of rural studies*, 22/1.
- Liebowitz S. J., Margolis S. E. (1995), Path Dependence, Lock-in, and History, *Journal of Law, Economics, & Organization*, 11/1.
- Lucatelli S., Tantillo F. (2018), La Strategia Nazionale per le Aree Interne, (a cura di De Rossi A., *Riabitare l'Italia*, Roma, Donzelli.
- Natali A. (2016), *Aree interne. I luoghi di intervento. Un'analisi che assomigli a un'inchiesta*, Agriregionieuropa, 12/45.
- Natali A. (2015), *Cercando Pisanello. I nuovi viaggiatori e le vocazioni ai luoghi*, Territorio, 74.
- Perles-Ribes J. F., Ramón-Rodríguez A. B., Rubia A., Moreno-Izquierdo L. (2017), Is the tourism-led growth hypothesis valid after the global economic and financial crisis? The case of Spain 1957-2014, *Tourism Management*, 61.
- Romeiro P., Costa C. (2009), *The potential of management networks in the innovation and competitiveness of rural tourism: a case study on the Valle del Jerte (Spain)*, Current Issues In Tourism.
- Sabatier P. A. (1986), Top-Down and Bottom-Up Approaches to Implementation Research: a Critical Analysis and Suggested Synthesis, *Journal of Public Policy*, 6/1.
- Salvatore R., Chiodo E. (2016), Aree interne e tourism transition: nuove pratiche turistiche e riorganizzazione dell'offerta in funzione della rivitalizzazione, Agriregionideuropa, 12/45.
- Sharpley R., Jepson D. (2011), Rural tourism: A spiritual experience?, *Annals of Tourism Research*, 38
- Tinsley R., Lynch P. (2001), Small tourism business networks and destination development, *Hospitality Management*, 20.
- Teneggi G. (2018), Cooperative di comunità: fare economia nelle aree interne, (a cura di) De Rossi A., *Riabitare l'Italia*, Roma, Donzelli.

BORGHI AUTENTICI D'ITALIA

Associazione Borghi Autentici d'Italia

Presentato alla Conferenza:
Giornate del Turismo XVIII Edizione
Il Turismo nel Progresso delle 'Periferie'



ASSOCIAZIONE



**BORGHI
AUTENTICI**
D'ITALIA

Borghi Autentici d'Italia
il turismo per le piccole comunità nell'era dell'over tourism

XVIII Giornate del turismo - Napoli, 21-22 ottobre 2019

L'Associazione

Borghi Autentici d'Italia riunisce piccoli e medi comuni, enti territoriali ed organismi misti di sviluppo locale, attorno all'obiettivo di un modello di sviluppo locale sostenibile, equo, rispettoso dei luoghi e delle persone e attento alla valorizzazione delle identità locali.

L'obiettivo: riscoprire i borghi italiani quali luoghi da vivere, sostenere e preservare.

Negli anni si è andato così delineando uno strumento di aggregazione e sviluppo, ora a disposizione di tutte quelle realtà che non si lamentano del declino e dei problemi, e che sono consapevoli di avere risorse ed opportunità per individuare nuove strade per uno sviluppo futuro.

Ci riferiamo a tutte quelle realtà che appartengono a quell'Italia che ce la vuole fare.

I Borghi Autentici sono impegnati in un percorso, talvolta complesso, di miglioramento continuo della struttura urbana, dei servizi verso i cittadini, del contesto sociale, ambientale e culturale per portare ad un graduale e costante incremento della qualità di vita della popolazione.

L'Associazione Borghi Autentici considera la comunità locale quale elemento decisivo del proprio disegno di sviluppo. La comunità quale luogo, contesto umano e culturale, che è sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo e di una dimensione sociale dolce; una comunità che si apre all'esterno e diviene **"Comunità Ospitale"** protagonista della nuova Soft Economy.

La situazione dei borghi italiani

È un'Italia che punta sulla riscoperta e riqualificazione della propria identità; un'identità che si manifesta nelle pieghe originali della sua storia, nelle tradizioni dei luoghi, nella loro conformazione morfologica espressa nel paesaggio, nella cultura produttiva artigianale; ossia, in una frase, nel proprio modo di vivere.

Da un lato un'immagine estremamente idealizzata di sistema armonioso e funzionante custode di tradizioni e bellezze, dall'altra la volontà di trasformare i piccoli centri in incubatori di innovazione. Nel mezzo la realtà, con poche eccellenze e molte situazioni complesse e disilluse.

Analisi del territorio e del contesto in cui opera BAI: Quale verità?

L'atmosfera, quella che crea il coinvolgimento emotivo in grado di trasformare un turista in "viaggiatore temporaneo" è ciò che crea anche la destinazione. Volendo estremizzare il concetto:

"dove vive bene il residente, sta bene anche il visitatore"

Condizioni generali ospitalità:

Lo standard medio è tendenzialmente inferiore alle aree urbane nonostante una qualità del paesaggio maggiore. Non vi è adeguata formazione, raramente si usano tecnologie e strategie di marketing, i servizi sono scadenti o antiquati, scarsa conoscenza di lingue straniere. Peraltro,

NON È VERO CHE IN ITALIA SIAMO TUTTI OSPITALI!

I borghi piccoli e medi sono tra l'altro più poveri dei Comuni più grandi ed hanno un'età media della popolazione nettamente più alta delle aree urbane. Il **turismo esperienziale** quindi, tanto in voga e spesso citato, se da una parte può contare su generazioni mature che custodiscono le tradizioni, non può contare invece su nuove generazioni in grado di tramandarle.

Si aggiunga che il fattore esperienziale finisce a volte per essere considerato come un concetto semplice da realizzare e sottovalutato nella sua incredibile complessità nascosta.



Progetto Comunità Ospitale

Progetto Comunità Ospitale

La **comunità locale** è il fulcro della *vision* dei Borghi Autentici e il turismo esperienziale, essendo l'anima della narrazione del territorio, ne costituisce una prospettiva strategica cruciale. Il progetto strategico 'Comunità Ospitale' che Borghi Autentici sta realizzando in 45 realtà comunali italiane, basa il focus dell'esperienza turistica proprio sul ruolo centrale della comunità locale e della possibilità che il turista può sfruttare, di vivere insieme ad essa, identificandosi con il ritmo di vita dolce del borgo e conoscendo territori solitamente al di fuori dai principali itinerari turistici, riscoprendo così l'autenticità della "piccola" e speciale Italia. 'Comunità Ospitale' è un progetto complesso di "destination management" orientato alle piccole realtà comunali italiane, il cui obiettivo è quello di creare destinazioni di turismo sostenibile attraverso l'integrazione e il coordinamento di tutti gli elementi e gli attori del territorio, dando particolare importanza proprio alla forza vitale del borgo: la comunità locale.

Tale obiettivo viene raggiunto attraverso la realizzazione e lo sviluppo di dieci strumenti, alcuni dei quali si basano su:

- lo sviluppo di una rete fra strutture ricettive e operatori locali, attraverso la sottoscrizione di un atto strategico condiviso;
- la creazione di una Rete Ricettiva Diffusa (RRD) all'interno del borgo sfruttando immobili pubblici o privati sottoutilizzati, basandosi però su di una gestione commerciale e operativa centralizzata;

Progetto Comunità Ospitale

- l'istituzione di un "cartellone unico" degli eventi su base annuale;
- l'individuazione e la formazione di alcune figure e funzioni nevralgiche nel dispositivo di ospitalità affinché si possa conseguire, da parte dell'ospite, un'esperienza "memorabile";
- la valorizzazione del patrimonio gastronomico attraverso reti produttive composte da operatori economici, che mentre svolgono attività economica desiderano "stupire";
- la realizzazione di interventi diretti dell'Amministrazione locale, nella programmazione a breve - medio termine, allo scopo di migliorare il contesto materiale ed immateriale dell'ospitalità.

Affinché lo scambio reciproco tra comunità locale e ospiti crei valore, è necessaria una volontà condivisa da entrambe le parti, di conoscenza e di farsi conoscere, di condivisione e di rispetto. Un sistema turistico che decide di affrontare la sfida del turismo di comunità, deve necessariamente adottare un approccio bottom-up, in cui alcune figure della comunità locale assumono un ruolo di assoluta importanza, andando a guidare in prima persona il percorso di conoscenza degli ospiti e adottando un approccio professionalizzante, nei confronti della cultura dell'ospitalità.

Proprio per questo motivo è fondamentale l'individuazione e la formazione delle figure di rilevanza del borgo.



Bibliografia

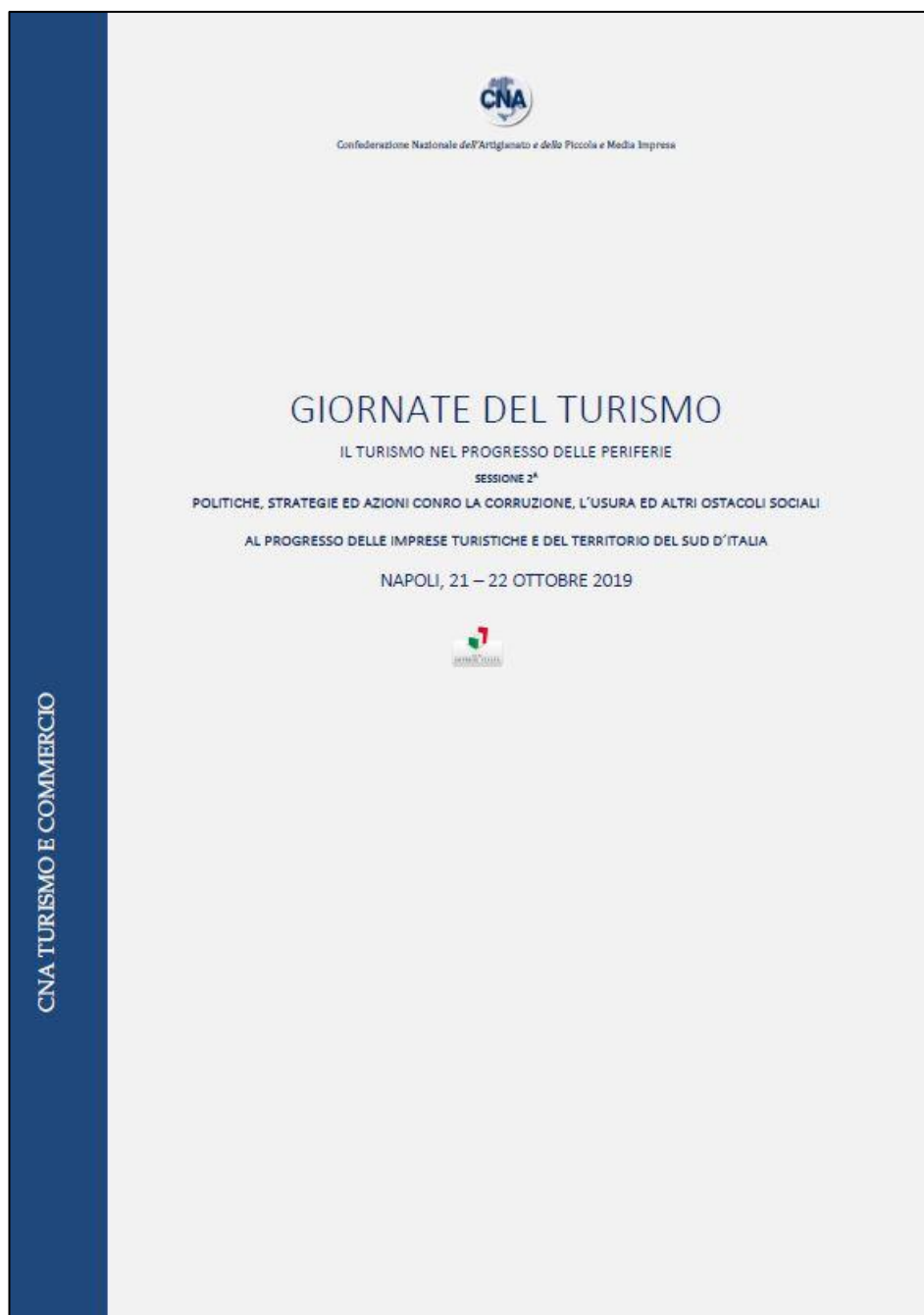
«Questo libro per noi è una grande soddisfazione perché è l'occasione di raccontare le particolarità dei nostri territori, ciò che li rende unici e che li distingue dalle mete turistiche classiche. Le comunità ospitali sono piccoli paesi con grandi identità, sono contesti che lavorano ogni giorno per migliorare la qualità della vita delle proprie comunità e, in questo modo, per accogliere al meglio i viaggiatori, che qui vengono accolti come veri e propri concittadini. Inoltre il fatto che il libro sia edito in collaborazione con Altreconomia per noi ha un significato importante: abbiamo scelto di lavorare con una casa editrice che è prima di tutto una cooperativa, che rispecchia le filosofie BAI, che con noi ha lavorato a questo volume a stretto contatto con i territori, coinvolgendoli, in un percorso di confronto che ha portato a questi 36 racconti, a questi specchi dei nostri borghi.»

Ivan Stomeo, Presidente Fondazione Futuræ

**POLITICHE, STRATEGIE ED AZIONI CONRO LA CORRUZIONE,
L'USURA ED ALTRI OSTACOLI SOCIALI
AL PROGRESSO DELLE IMPRESE TURISTICHE E
DEL TERRITORIO DEL SUD D'ITALIA**

CNA Turismo e Commercio

Presentato alla Conferenza:
**Giornate del Turismo XVIII Edizione
Il Turismo nel Progresso delle 'Periferie'**





CNA Turismo e Commercio - GIORNATE DEL TURISMO

POLITICHE, STRATEGIE ED AZIONI CONTRO LA CORRUZIONE, L'USURA ED ALTRI OSTACOLI SOCIALI
AL PROGRESSO DELLE IMPRESE TURISTICHE E DEL TERRITORIO DEL SUD D'ITALIA

GRAFIO

1. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - VARIAZIONI 2013/2017 - FONTE ISTAT
2. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - GRUPPO DI REGIONI 1 VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE ISTAT
3. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - GRUPPO DI REGIONI 2 VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE ISTAT
4. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - GRUPPO DI REGIONI 3 VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE ISTAT
5. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - GRUPPO DI REGIONI 4 VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE ISTAT
6. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA - GRANDI COMUM - VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE ISTAT
7. DELITTI DI USURA DENUNCIATI ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA PER CATEGORIE OBIETTIVO - VARIAZIONI 2013 - 2017 - FONTE MINISTERO DELL'INTERNO
8. 2016 - PERCEZIONE DI IMPRENDITORI E LAVORATORI AUTONOMI SUL LIVELLO DI CORRUZIONE FONTE ISTAT SU GRUPPI DI IMPRENDITORI - LAIV. AUTON. (100) CHE NON HANNO RICEVUTO RICHIESTE
9. 2016 - PERSONE CONVITTE CHE ALTRI SIANO STATI RACCOMANDATI PER IPANTIZIONE GEOGRAFICA FONTE ISTAT SU DATO PER 100 PERSONE

GRAFICO 1

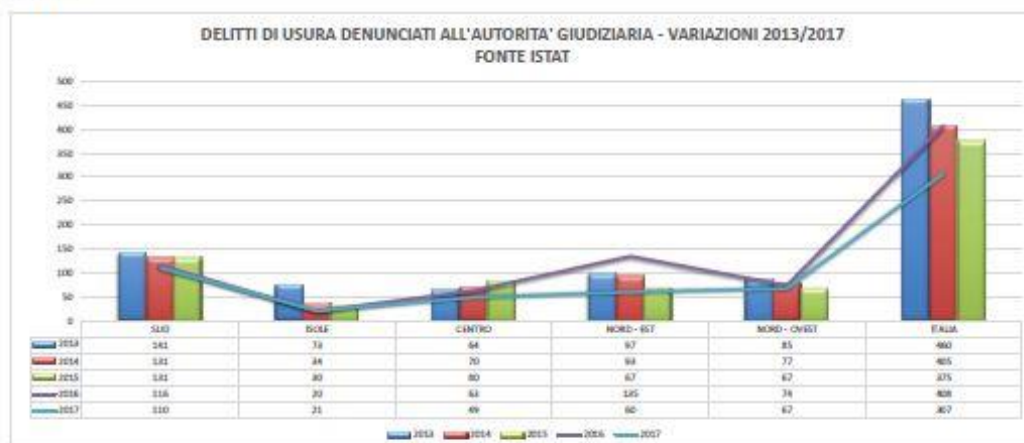
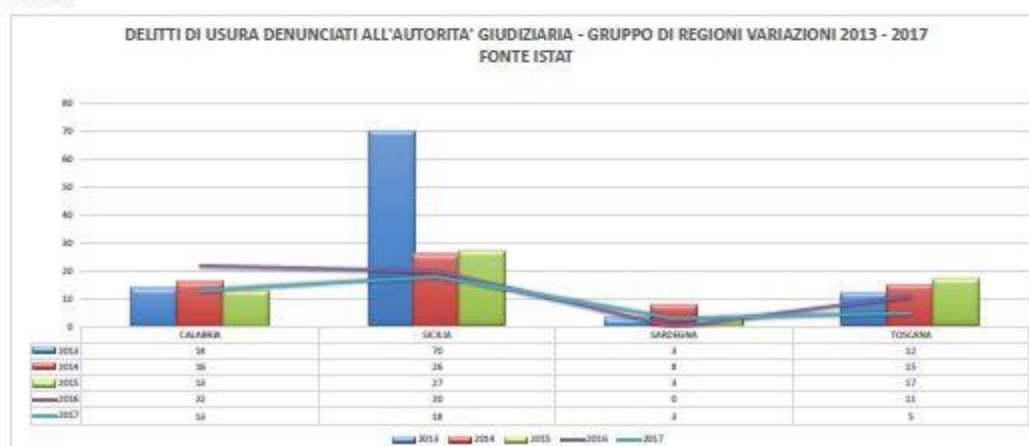


GRAFICO 2





GRAFICO 4

**GRAFICO 5**



CNA Turismo e Commercio - GIORNATE DEL TURISMO

GRAFICO 6

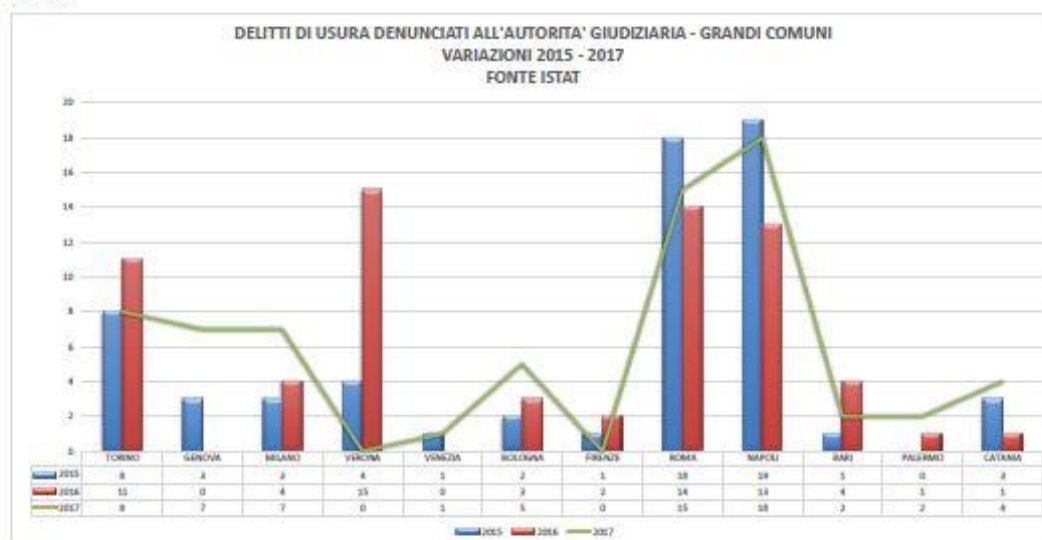


GRAFICO 7

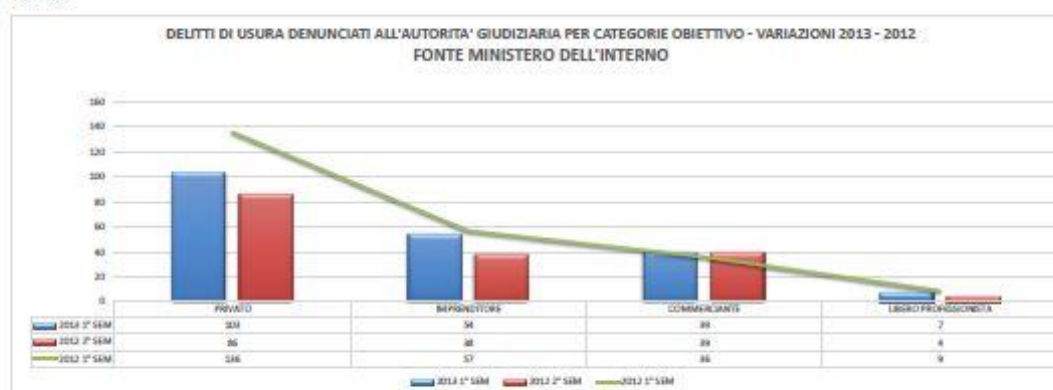
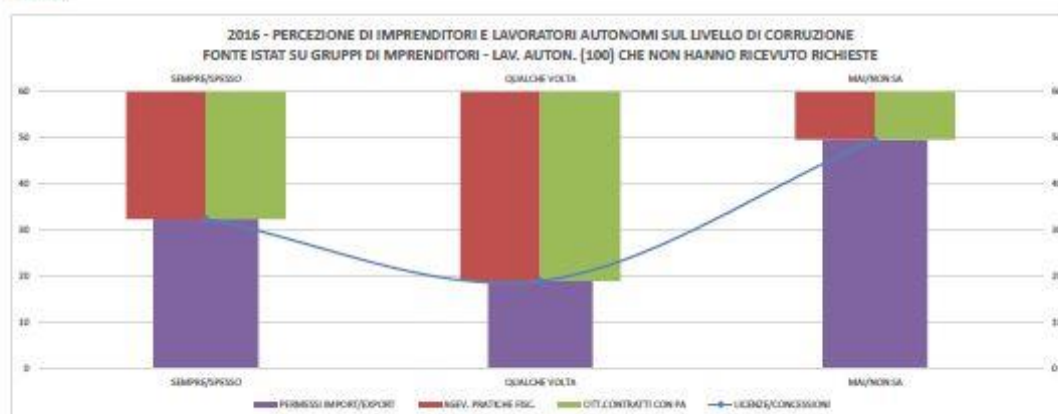


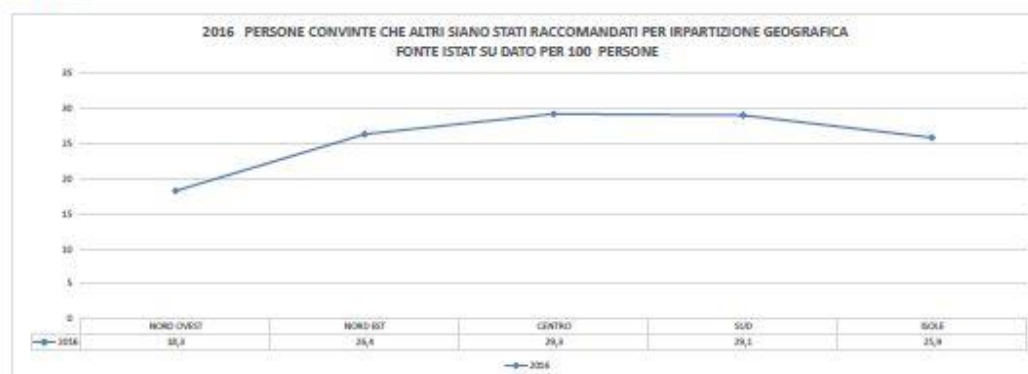
GRAFICO 8





CNA Turismo e Commercio - GIORNATE DEL TURISMO

GRAFICO 9



Brochure del convegno

L'iniziativa, promossa da Geoprogress Onlus, costituisce un appuntamento annuale per ricercatori, operatori privati e decisori pubblici. Giunta alla XVIII edizione, è un momento fondamentale di studio e di discussione di proposte per il progresso del turismo e del territorio

Obiettivi di questa edizione

1) Presentare risultati di riflessioni teoriche ed analisi empiriche (a scala mondiale, nazionale, regionale e locale) su:

- caratteri e problemi del turismo nelle periferie geografiche, spaziali e/o di ambiente sociale, distintamente secondo il tipo d'attrazione principale, le forme principali di gestione dei servizi turistici e le modalità di sviluppo locale;
- politiche e strategie di sviluppo del turismo e ruolo del turismo nello sviluppo socio-economico locale;
- fattori di successo e fattori che inibiscono lo sviluppo turistico ed economico locale, quali ad es. le condizioni della ricettività, l'accessibilità, la cultura dell'accoglienza, il tipo d'attrazione principale;

2) Presentare, in particolare, risultati di analisi su:

- casi d'integrazione effettiva o progettata tra aree di sviluppo turistico centrali (della "polpa", come le nostre coste e le principali aree urbane principali) e aree periferiche (o dell'"osso", come le aree interne o rurali);
- ruolo dei parchi e dell'ecoturismo nelle aree periferiche nello sviluppo turistico, culturale ed economico;
- casi di destinazioni turistiche a sviluppo comunitario;
- casi di sviluppo basato su piccole e medie imprese; casi basati su grandi imprese ricettive e villaggi vacanze;
- ruolo dell'impresa sociale" nello sviluppo turistico locale

3) Esporre riflessioni sui metodi d'indagine e di elaborazione delle informazioni per le analisi suddette con esempi di applicazioni.

4) Fare il punto delle politiche del Governo e delle Regioni, e avanzare proposte alternative o integrative: la diffusione del turismo dalla "polpa" all'"osso", per rinnovare alcune condizioni che impediscono o frenano il progresso della polpa e quindi anche dell'osso, tra i quali sono da considerare non per ultimi il malaffare, l'omertà, alla corruzione.

ORGANIZZAZIONE

Responsabile dell'iniziativa:
Francesco Adamo, Geoprogress (Onlus)

Comitato scientifico del Convegno:
Francesco Adamo, Vittorio Amato, Alessandro Capocchi, Tullio D'Aponte, Cesare Emanuel, Giovanni Fraquelli, Maria Laura Gasparini, Daniela La Foresta, Monica Meini, Fabio Pollica, Roberto Provati, Piercarlo Rossi, Giovanna Ritano, Vittorio Ruggiero, Rosario Sommella, Gianfranco Spinelli, Lida Viganoni

Segreteria:
Stefano De Falco (Coord.) : sdefalco@unina.it tel.+39 349 883 7989
Informazioni sul programma: info@geoprogress.eu, 3351343112
Ufficio stampa: Università di Napoli Federico II
Redazione degli Annali del turismo : Elena Gallarate (elena.gallarate@gmail.com), Edoardo Arduzone (edo.arduzone@gmail.com)

Pagina web del convegno:
<http://www.geoprogress.eu>
Ufficio redazionale e gestione social network: Elena Gallarate, Edoardo Arduzone (Geoprogress)

Atti del convegno:
I contributi scritti presentati al convegno verranno pubblicati, previa approvazione del Comitato scientifico, negli "Annali del turismo" reperibili in www.geoprogress.eu
patrocinio di


Ministero dei beni culturali e del turismo


Conferenza delle Regioni e Province Autonome


ASSOTURISMO


FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA


A.N.C.I.

Giornate del Turismo
XVIII Edizione

IL TURISMO NEL PROGRESSO DELLE "PERIFERIE"

Napoli, 21-22 Ottobre 2019



Università degli Studi di Napoli "Federico II"
Aula Spinelli, Dip. Scienze Politiche,
Via Leopoldo Rodinò, 22 – 80138 Napoli

Conferenza organizzata da



con la collaborazione di

Dipartimento di Scienze Politiche (DISP) della



Università degli Studi di Napoli
Federico II

PROGRAMMA

Lunedì 21 ottobre 2019

8:15 - 9:15 Registrazione
 9:15 Sessione I: **Il turismo nelle periferie.**
 Presiede: *Vittorio Amato*, Univ. Napoli Federico II

Apertura lavori
Andrea Riggio, Presidente di SOGEI
Francesco Adamo, Presidente di Geoproggress (Onlus)

Il turismo nei paesi e nelle regioni "periferiche",
Francesco Adamo, Univ. Piemonte O. (prof. emer.)

Il turismo nelle periferie delle regioni metropolitane,
Cesare Ennassari, Università del Piemonte Orientale

Turismo e periferie urbane
Francesco Vietti, Università di Milano Bicocca

11:30 - 13:00 Sessione II: Tavola Rotonda su
"Politiche, strategie ed azioni contro la corruzione, l'usura ed altri ostacoli sociali al progresso delle imprese turistiche e del territorio nel Sud d'Italia"
 Coordina: *Domenico Cuttata*, Già Comm. Straord. del Gov. per il coordin. iniziative antirackett e antiusura.

Intervengono:
Antonio De Amicis, Terra Nostra - Coldiretti
Cristiano Tomei, CNA Turismo e Commercio
Fabio Avanzano, AIAV (Agenti di Viaggio)
M. Lucia Iavarone, Associazione A.R.T.U.R.
Gastano Daniele, Assessore Comune di Napoli

13:00 - 14:30 Pausa pranzo

14:30 - 16:30 Sessione III - Tavola Rotonda su **"Il turismo nelle politiche e strategie del Governo nazionale e delle Regioni per lo sviluppo sostenibile del Sud e delle periferie rurali del Centro-Nord"**.
 Coordina: *Andrea Lovelock*, Giornalista

Intervengono:
Giancarlo Carriero, Federturismo/Confindustria
Pincenzo Schiavo, Assoturismo/Confesceatti
Luca Tonini, CNA Turismo e Commercio
Luca Partorino, ANCI - Ass. Naz. Comuni Italiani
Corrado Maresca, Conferenza delle Regioni e P.A.
Marco Paccione, Ministero Beni Culturali

17:00 - 18:30 Sessione IV - Seminario su
"Valorizzazione turistica di risorse naturali e paesaggistiche. Esperienze a confronto"
 Coordina: *Fabio Pollice*, "Università degli Studi del Salento (Rettore eletto)

Intervengono:
Francesco Silvestri, Strategia Nazionale Aree Interne
Domenico Nicoletti, Dir. del PN dell'Alta Murgia
Gianluca Di Lorenzo, Ass. Borghi Autentici
Carlo Cirillo, Sindaco di Perito (Cilento)
Micaela Fanelli, Cons. Regione Molise.

18:30 - Assemblea soci e simpatizzanti di Geoproggress (Onlus): 1) Congratulazioni a soci e collaboratori, 2) costituzione Sezione campana, 3) Proposte d'iniziativa

20:00 - Cena sociale

Martedì, 22 ottobre 2019

9:15 - 10:45 Sessione V: **Il turismo nello sviluppo di paesi e regioni periferiche**

Presiede: *Giovanna Rutano*, Università di Salerno

Turismo solidale in Madagascar: il caso Nossy Be,
Sigfrano de Falco e *Marina Coviglio* (Napoli)

La valorizzazione turistica, mediante nuove tecnologie digitali, di aree interne rurali prossime a circuiti turistici consolidati: il caso dei piccoli borghi interni del Cilento,
Vittorio Amato e *Sigfrano de Falco* (Napoli)

Il cineturismo: un "Passpartù" per lo sviluppo sostenibile dei borghi del Cilento,
Monica Maglio (Salerno)

I borghi del Cilento tra protezione ambientale e valorizzazione turistica,
Sigfrano Palmieri, Civo Donizio (Napoli)

Il turismo enogastronomico per lo sviluppo rurale della Basilicata,
Angelo Benicivenga e *Annalisa Percoco* (Fondaz. ENI)

10:45 - Pausa caffè

11:15 - 13:00 Sessione VI: **"Il turismo nelle periferie regionali"**

Presiede: *Maria Giuseppina Lucia*, Univ. di Torino

Ambiente e cultura in alcune proposte per lo sviluppo locale e turistico delle aree periferiche del Mezzogiorno: un'applicazione didattica,
Rosalba Grumo (Bari)

La destinazione "Matera 2019": promozione turistica per l'intera regione Basilicata,
Delio Colangelo, *Angela Peps*, *Annalisa Percoco* (Fondazione Eni E. Mattei)

Il contributo della cartografia per la valorizzazione dei beni culturali: Dodonaio, l'Oracolo di Zeus e la Magna Grecia, *Teresa Amadio* (Salerno)

Tourism transition: il modello Dolomiti Lucane,
Marcella De Filippo (Fondazione ENI E. Mattei)

Il turismo nelle aree interne: riflessioni e progetti lungo le Alpi, *Sigfrano Cervuti* (Piemonte Orientale)

13:00 - 14:30 Pausa pranzo

14:30 - 15:30 Seas. VIII: **Turismo e periferie urbane**
 Presiede: *Maria L. Gasparini* Univ. Napoli "Parthenope"

La *street art* come leva per la valorizzazione turistica di contesti urbani marginali? L'esperienza di Napoli,
Giorgia Iovino, (Salerno)

Il quartiere operaio di San Giovanni a Teduccio a Napoli tra nuovi flussi e opportunità mancate,
Daniela La Foresta, *Sigfrano de Falco*, *Luca Simonetti* (Napoli, Univ. Federico II)

Il turismo per tutti: una prospettiva geografica,
Carmen Bizzarri (Roma, Univ. Europea)

15:30 - 16:15 **Conclusioni**
 Orientamenti di ricerca e proposte d'iniziativa
Tullio D'Aponte (Prof. Emer. Univ. Napoli Federico II)
Elena Dell'Agnese (Prof. Ord., Vice-Presidente UGI)
Francesco Adamo (Prof. Emer. Univ. Piemonte Orientale)