

Capitale territoriale e turismo nelle aree interne del Medio Adriatico

di Fabrizio FERRARI¹

Riassunto: L'idea di stimolare nuove riflessioni sul turismo a partire dal concetto di capitale territoriale deriva dalla necessità di osservare il fenomeno da più angolazioni. In questo senso, il punto di partenza è quello del territorio, radicato in tutti i discorsi geografici e consolidatosi nel tempo come un legame indissolubile tra i sostrati fisici ed umani. Il capitale territoriale è la forma esteriore e visibile di tutte le narrative prodotte dai vari attori e, nel caso del turismo, la parte di patrimonio territoriale considerata potenzialmente attrattiva per i visitatori.

Se la costruzione teorica del concetto di capitale territoriale appare piuttosto chiara, d'altra parte è necessario fissare dei parametri per analizzare il reale valore di esso, anche in un'ottica diacronica. La scelta dovrebbe ricadere su indicatori di prossimità, sulla base di variabili differenti, che permettano un'analisi del capitale territoriale da diversi punti di vista. Muovendo da queste premesse, si andrà alla ricerca di indicatori di prossimità nel comparto turistico per avere un quadro di riferimento del capitale territoriale nelle sue diverse dimensioni, basandosi anche su precedenti tentativi più generici. In particolare, si applicherà la ricerca alle regioni Abruzzo e Molise, che appaiono paradigmatiche nelle loro caratteristiche demografiche, sociali, infrastrutturali e produttive.

Parole chiave: Capitale territoriale; turismo; Aree Interne; Abruzzo; Molise.

Résumé : L'idée de construire de nouvelles réflexions sur le tourisme à partir du concept de capital territorial découle de la nécessité d'observer le phénomène à plusieurs égards. En ce sens, le point de départ est celui du territoire, enraciné dans tous les discours géographiques et établi depuis longtemps comme un lien indissoluble entre le substrat physique et humain. Le capital territorial est la forme extérieure de toutes les narrations produites par les différentes parties prenantes et, dans le cas du tourisme, la partie mise en valeur du patrimoine local, jugée agréable pour les visiteurs.

Si la construction théorique du concept de capital territorial apparaît plutôt claire, il est nécessaire de définir des paramètres pour en analyser la valeur réelle même en optique diachronique. Le choix doit nécessairement tomber sur l'approche des indicateurs de proximité, à travers un mélange de différentes variables, qui permettent une lecture du capital territorial sous différentes facettes.

En partant de ces prémisses, on cherchera des indicateurs de proximité dans le secteur touristique pour disposer d'un référentiel de capital territorial dans ses différentes dimensions, basé sur des tentatives génériques antérieures. En particulier, la recherche aura une première application au contexte des Abruzzes et du Molise, régions paradigmatiques par leurs caractéristiques démographiques, sociales, infrastructurelles et productif.

Mots- clés : Capital territorial, tourisme, régions intérieures, Abruzzes, Molise

¹ Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio", Chieti-Pescara, fabrizio.ferrari@unich.it

1. RIFLESSIONI SUL CONCETTO DI CAPITALE TERRITORIALE NEL TURISMO – L’idea di costruire nuove riflessioni sul turismo partendo dal concetto di capitale territoriale nasce dall’esigenza di osservare il fenomeno sotto diversi aspetti, applicando diverse lenti e chiavi di lettura. In tal senso, l’elemento fondante da cui partire è quello di territorio, radicato in tutti i discorsi geografici e da lungo tempo consolidato come nozione di indissolubile legame fra il sostrato fisico e quello umano (Ferrari, 2017).

Conoscere un luogo, far parte di un territorio, deve significare non solo analizzare attentamente le peculiarità dello stesso, ma anche osservare le sue regole di inclusione e di esclusione e la loro causalità, così da apprezzare i profondi legami fra individui, comunità e luoghi (Entrikin, 1997). In tal senso, la nozione di scala territoriale dei fenomeni diventa storicamente contingente, venendo temperata nel corso dei secoli da continui processi di costruzione, distruzione e trasformazione, per mezzo di diverse pratiche sociali e politiche (Paasi, 2004).

Il turismo è un’attività complessa, in cui si incontrano diversi attori ed esigenze, in cui si creano diversi *gap* fra clienti, industria, residenti e governo pubblico, tutti chiamati a collaborare, nell’ambito delle proprie prerogative e ruoli specifici, a tracciare, consapevolmente o inconsapevolmente, il percorso evolutivo di una località turistica (Murphy & Murphy, 2004).

Dal punto di vista turistico, bisogna osservare innanzitutto che le caratteristiche del territorio possono indurre o meno lo sviluppo di un afflusso di visitatori: è indubbio che si possono enumerare particolari precondizioni naturali (clima, orografia, posizione relativa, ecc.) in grado di stimolare l’esigenza di essere in determinati luoghi. Ciò non deve affatto far propendere verso la trasformazione del contesto fisico in una sorta di scenario o fondale in cui mettere in atto le attività turistiche, ma essere parte attiva dell’esperienza dei visitatori. Pertanto, schematizzando come necessaria base fondante del concetto di capitale territoriale nel turismo proprio il sostrato fisico (Fig. 1), occorre rimarcare come su di esso abbia operato lungo il corso del tempo una comunità locale viva e vitale, la quale ha disegnato un ambiente costruito, una propria iconografia del territorio, una identità unica e irripetibile fondata sul senso del luogo.

Nel momento in cui il luogo comincia ad esercitare un’attrazione verso i visitatori, sia che essa avvenga in maniera spontanea, sia che venga indotta dalla promozione del territorio da parte della comunità locale, necessariamente avvengono cambiamenti (Ashworth, 2003).

Il processo naturale di selezione dal patrimonio territoriale, concretizzatosi come azione continua e incessante da parte della comunità locale lungo il corso del tempo (Di Méo, 2008), che si è andato stratificando e lentamente metabolizzando nel tessuto vivo della società, subisce un’alterazione ad opera dei turisti.

La percezione del luogo che hanno i visitatori, gli imprenditori e il governo pubblico, ma anche la veicolazione dell’immagine da parte della comunità locale, deve necessariamente semplificare e omogeneizzare (nel peggiore dei casi stereotipare) le narrative riguardanti il territorio e la comunità su di esso formatasi e sviluppatasi. In tale fase, emergono le forze che vanno a esercitare un potere nel processo di selezione e progressiva valorizzazione di risorse (François et al., 2006); così, si costruiscono “narrative” di luoghi che siano facilmente leggibili e identificabili dai turisti, osservando come gli agenti del cambiamento iniziano a

modificare il territorio e il patrimonio territoriale al fine di rafforzare e veicolare l'immagine prescelta del luogo.

Il capitale territoriale è dunque la forma esteriore e visibile di tutte le narrative prodotte dai diversi attori, endogeni ed esogeni, e, nel caso del turismo, la parte di patrimonio territoriale messa in valore perché ritenuta di gradimento per i visitatori (Dematteis, 2005; Poli, 2015).

Il senso del luogo, nel caso di località turistiche, può non apparire univoco, ma una serie di "strati" che si sovrappongono, mescolano, intersecano, in cui i piani di lettura della comunità locale e dei visitatori possono divergere o addirittura contrapporsi. In questo ultimo caso, vi possono essere diversi esiti, che dipendono dalle reazioni degli attori in gioco: semplificando all'estremo, potrebbe accadere che la comunità locale accetti la contrazione del proprio patrimonio culturale e si adatti alle richieste dei turisti, oppure, alla scala opposta, che i turisti si adattino al senso del luogo come percepito dalla comunità, così da cogliere un'esperienza autentica del territorio.

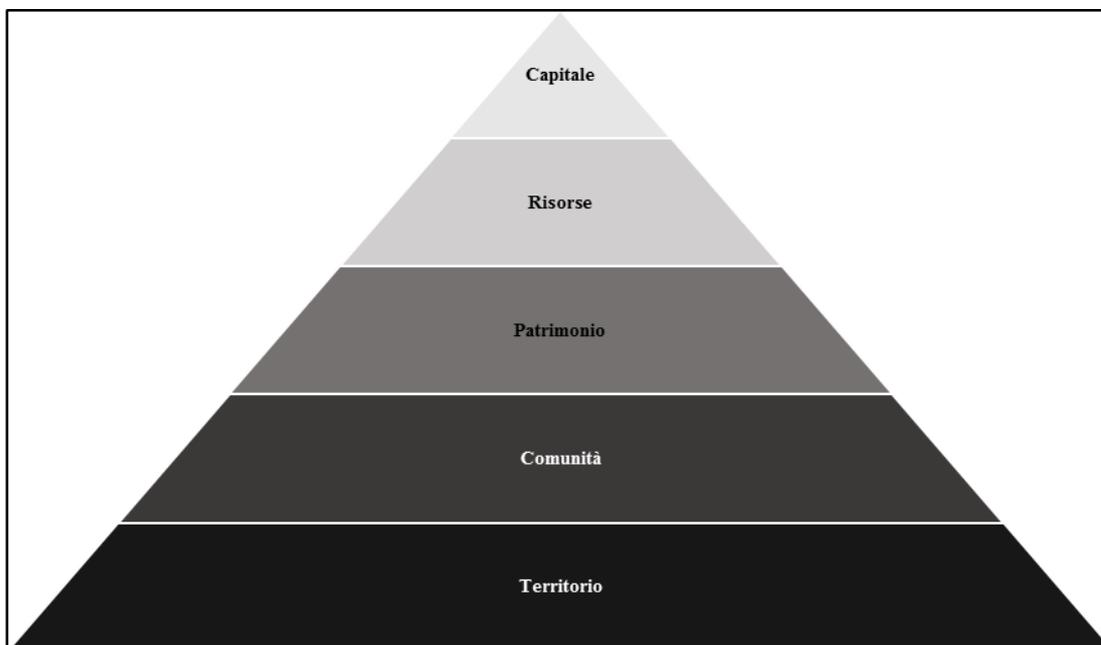


Fig. 1 – La costruzione teorica del capitale territoriale.

Il capitale territoriale nel turismo è sostanzialmente l'espressione finale e mutevole nel corso del tempo delle forze che cercano di modellare e plasmare il patrimonio territoriale di una comunità; affinché esso sia in grado di esprimere al meglio il proprio potenziale si dovrebbero porre in essere azioni in grado di colmare i divari fra le diverse visioni del territorio. Ciò può avvenire solo attraverso una attenta pianificazione delle risorse territoriali da valorizzare (Camagni, Maillat & Matteaccioli, 2004), possibile grazie a una analisi sincronica e diacronica dei diversi aspetti che compongono il capitale territoriale.

2. LE DIMENSIONI DEL CAPITALE TERRITORIALE – La questione principale da focalizzare per poter procedere ad una analisi, anche quantitativa, del capitale territoriale è quella di cercare di scomporre lo stesso in diverse dimensioni, che possano essere analizzate separatamente per poi giungere alla definizione più complessa dell'insieme.

In tal senso, partendo da riflessioni svolte da alcuni economisti territoriali (Camagni, 2009; Brasili, 2012), si evidenzia come il turismo sia un settore complesso laddove si ha una compresenza, per rimanere alla tassonomia metodologica proposta, di beni materiali,

immateriali e misti, come anche di gradi di rivalità differenti sul mercato per le diverse componenti costituenti il sistema turistico. Si deve evidenziare comunque il ruolo determinante della componente umana e sociale, le quali condizionano poi le scelte economiche formulate nell'analisi proposta.

Esplicitando le componenti da tenere in conto nell'analisi del capitale territoriale (fig. 2), si deve partire, come base essenziale del ragionamento, dalla componente ambientale, rappresentante il sostrato fisico; ovviamente, nel campo turistico, essa può costituire il primo componente strategico in alcuni contesti (ad esempio, le aree protette), mentre può avere anche una rilevanza solo secondaria (nel caso di turismo urbano in contesti metropolitani).

Al secondo livello di analisi, spesso comunque da considerarsi il cardine fondamentale del sistema, si ha il capitale umano, inteso come motore essenziale della formazione di una comunità su un determinato territorio (Ferrari, 2017). Il capitale umano nel caso del turismo si deve necessariamente allargare dalla sua concezione originale fino ad abbracciare anche tutti gli attori che possono essere coinvolti nello sviluppo di tale sistema, ovvero sia gli imprenditori esogeni, i turisti stessi e gli attori di governo pubblico.

Nel corso del tempo, la comunità territoriale produce un capitale insediativo, una testimonianza peculiare della propria presenza in un luogo, che lega definitivamente il sostrato fisico all'elemento umano; ai fini turistici, occorre ancora evidenziare come la prevalenza di forze del cambiamento per assecondare le esigenze di imprenditori esogeni e turisti può apportare notevoli e a volte forzosi cambiamenti nel tessuto insediativo fino a far perdere i connotati originali in breve tempo, oppure, alla scala opposta, a "museificare" alcune caratteristiche, fino a farle diventare anacronistiche.

Lo sviluppo del comparto turistico passa poi sicuramente per delle efficienti connessioni infrastrutturali, in specie quelle viarie, necessarie per assecondare i processi di sviluppo e di promozione intrapresi; il trasporto, infatti, esercita sostanzialmente il ruolo essenziale di membrana di interfaccia fra turisti e comunità ospitante.

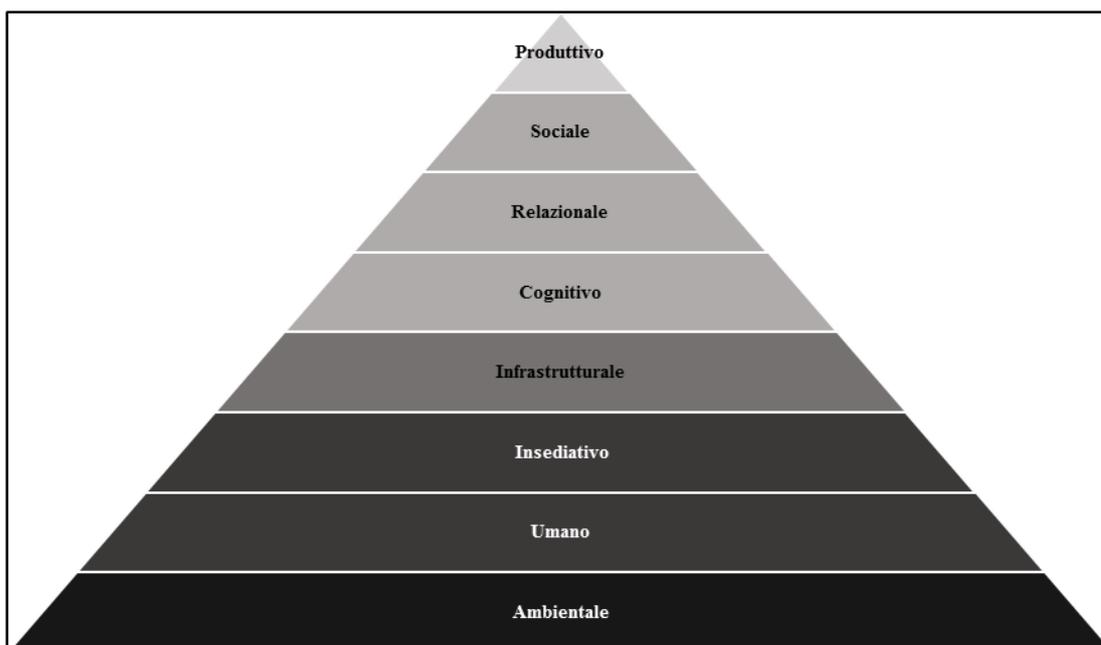


Fig. 2 – Le dimensioni del capitale territoriale.

La comunità locale vive, nel suo divenire, una serie di esperienze che nel corso del tempo le permettono di avere sempre più conoscenza delle proprie espressioni peculiari; la volontà di raccogliere ed evidenziare alcune risorse del proprio patrimonio territoriale e culturale si estrinseca in vari modi, portando alla luce un vero e proprio patrimonio cognitivo.

Il progressivo rafforzamento del processo identitario di una comunità tendenzialmente accresce la necessità di solidarizzare fra i vari componenti, così da formarsi un capitale sociale, in cui confluiscono le più diverse espressioni delle visioni di progresso comune, siano esse di tipo solidale (terzo settore, ecc.), siano esse di tipo politico, potenzialmente in grado di diventare i pilastri dell'agire comune, i nuclei motore del cambiamento condiviso delle comunità.

Il capitale relazionale afferisce invece alla complessa rete di rapporti che la comunità locale riesce a tessere con i diversi elementi esogeni; l'apertura di relazioni con attori esterni permette di rafforzare la coscienza dei luoghi, di diventare un sistema aperto in grado di attrarre energie fondamentali per lo sviluppo delle località e di rafforzare l'immagine globale della stessa.

Il capitale imprenditoriale, che si pone a valle dei complessi processi evolutivi territoriali, rappresenta però la prima interfaccia del turista con la comunità. Il tessuto produttivo, che si costituisce inizialmente dalle attività locali endogene, può crescere e svilupparsi grazie all'apporto di componenti esogene che possono o meno essere integrate rispetto alle prime. Questione fondamentale è dunque quella relativa alla visione complessiva del luogo nell'ottica turistica, poiché le forze imprenditoriali diventano agenti del cambiamento sul territorio, a volte modificando drammaticamente il percorso di sviluppo e l'immagine complessiva dello stesso. Così, vi è necessità che si mantenga una certa propulsione creativa da parte della comunità, affinché, anche attraverso forme di partenariato o comunque di condivisione delle informazioni, la società locale possa in qualche modo sempre avere un atteggiamento proattivo nei confronti dei cambiamenti imposti dal processo di turisticizzazione del territorio.

3. SULLA MISURABILITÀ DEL CAPITALE TERRITORIALE – Se la costruzione teorica del concetto di capitale territoriale appare piuttosto chiara, d'altro canto, occorre fissare dei parametri per poter analizzare, anche in ottica diacronica, l'effettiva valenza dello stesso.

La scelta deve necessariamente ricadere sul metodo degli indicatori di prossimità, attraverso un mix di diverse variabili che permettano una lettura del capitale territoriale sotto diverse sfaccettature.

Si deve comunque rilevare come spesso nei tentativi empirici effettuati, anche per la scarsa disponibilità di indicatori alla scala comunale, l'analisi si è basata soprattutto sulle tessere provinciali e regionali, così da non riuscire a tradurre sul piano concreto lo scopo principale della stessa, quello, appunto, di valutare i luoghi.

In questa prima fase di costruzione della metodologia, si è sviluppato un *panel* provvisorio di indicatori comunali che potrebbero essere utilizzati per fornire informazioni riguardanti il capitale territoriale (fig. 3). Come si può notare, alcune di queste dimensioni sono sicuramente più rilevanti di altre in campo turistico.

Come già sottolineato, il capitale umano rappresenta la base essenziale di analisi per valutare la capacità della comunità locale e le caratteristiche anche in ottica diacronica: ad esempio, una società che tende a contrarsi e a invecchiarsi sicuramente non sarà in grado di poter avere atteggiamenti tesi allo sviluppo del territorio.

La rilevanza del capitale produttivo, in parte discendente dal capitale umano, è l'altro fattore strategico da considerare: una interfaccia strutturata di offerta con cui il visitatore può confrontarsi, sicuramente rappresenta elemento fondamentale di sviluppo del turismo. Altri elementi che devono essere considerati, in specie per le aree interne, sono rappresentati dal capitale ambientale (il contesto naturale di riferimento spesso uno dei maggiori elementi di attrazione), dal capitale insediativo (per esempio osservando l'età del costruito e lo stato di conservazione dello stesso) e il capitale infrastrutturale (lo stato di connessione della località turistica con i principali bacini emettitori di flussi turistici).

PANEL DI INDICATORI PER MISURARE IL CAPITALE TERRITORIALE TURISTICO	
Componenti del capitale territoriale	Indicatori proposti
Capitale Umano	Popolazione sotto i 65 anni, livello di istruzione, livello di occupazione, stranieri residenti, ...
Capitale Ambientale	Parchi e altre aree protette, spese ambientali (rifiuti), produzioni DOC, DOP, agriturismo, ...
Capitale Produttivo	Imprese per 100 residenti (alloggio e ristorazione), tipologie di ricettività, indice di escursionismo (ristoranti/alberghi), ...
Capitale Cognitivo	Musei, feste, biblioteche, associazioni culturali, percentuale di spese comunali nel settore turismo e cultura, ...
Capitale Relazionale	Progetti con altri enti, partecipazione a bandi di finanziamento, sportelli bancari, ...
Capitale Sociale	Attività del terzo settore, spese nel settore sociale, ...
Capitale Infrastrutturale	Accessibilità caselli, ferrovie, aeroporti, spese per trasporto del comune, ...
Capitale Insediativo	Abitazioni utilizzate e non utilizzate, epoca patrimonio insediativo, stato di conservazione degli edifici, patrimonio monumentale, ...

Fig. 3 – Panel esemplificativo di indicatori del capitale sociale.

4. LA STRATEGIA PER LE AREE INTERNE - La definizione delle aree interne in Italia è genericamente da intendersi nel senso di territori lontani dai nuclei centrali, in specie le città più grandi; in tali aree i servizi, anche di base, diventano sempre meno densi fin quasi a svanire praticamente del tutto in alcuni casi limite.

Nell'ambito normativo nazionale, la strategia per le aree interne, inquadrata all'interno della Programmazione Unitaria dei Fondi Comunitari 2014-2020, è stata introdotta nell'ordinamento con le Leggi di stabilità 2014 (L. 147/2013, art. 1, commi 13-17) e 2015 (L. 190/2014, art. 1, commi 674-675).

La definizione delle aree interne è avvenuta mediante una metodologia che utilizza diversi indicatori, sulla base dapprima dell'individuazione di poli principali di offerta di servizi ritenuti essenziali e strategici, per poi classificare i restanti comuni in 4 fasce: aree periurbane; aree intermedie; aree periferiche e aree ultra periferiche, in base alle distanze dai poli misurate in tempi di percorrenza. Tale classificazione funzionale da un lato è apprezzabile perché tenta di suddividere il territorio sulla base delle reali esigenze, al di là

dei rigidi confini amministrativi, ma, dall'altro, appare criticabile nella impostazione globale, classificando troppi comuni come periferici, oltre la loro reale capacità attrattiva.

Ogni regione, poi, in base alla classificazione nazionale, ha scelto le aree di elezione che necessitano di sviluppo, con un procedimento sostanzialmente libero, ma che rischia di diventare un ennesimo ritaglio territoriale basato più su valutazioni politiche che di reale necessità.

La strategia per le aree interne è strutturata attorno a una prima classe di azioni, definita di precondizioni, per adeguare i servizi ritenuti essenziali (scuola, sanità e mobilità) e a una seconda (e successiva) classe di azioni volte a stimolare l'imprenditorialità turistica fra cui la «valorizzazione delle risorse naturali, culturali e del turismo sostenibile» (Barca, Casavola e Lucatelli, 2014).

In tale contesto, si è scelto, forse anche con eccessivo realismo, di cercare prioritariamente l'obiettivo minimo di garantire risorse necessarie a tutelare territori considerati fragili, nel tentativo di sostenere il tessuto di comunità, che rischia definitivamente di sfibrarsi. Il turismo nelle aree interne, pur non potendo essere considerato come l'unico volano di sviluppo, sicuramente rappresenta uno strumento di potenziale valorizzazione del capitale territoriale delle stesse, di *empowerment* delle comunità locali (Pollice, 2002).

Nella relazione al CIPE presentata dal Ministro per la Coesione Territoriale e il Mezzogiorno a dicembre 2016, che fissa le linee guida per lo sviluppo del turismo nelle aree interne, si esplicita (AA.VV, 2016: 63):

Più in generale, va rimarcato che per molte Aree Interne il turismo rappresenta un'opzione rilevante, ma che spesso non ha sufficiente massa critica per fungere da architrave dello sviluppo locale. In questi casi, è bene agganciare l'opzione turistica a caratteristiche complementari del territorio, che possono così andare a formare un'offerta peculiare e riconoscibile.

Nel documento di dicembre 2016, per rafforzare il comparto turistico-culturale, la Strategia Nazionale per le Aree Interne suggerisce che, prima della stesura del progetto di sviluppo d'area, si prepari una bozza di idee, contenente tutte le informazioni necessarie per la successiva costruzione della strategia. In tal caso, la metodologia di definizione del capitale territoriale acquisterebbe sicuramente una valenza cruciale per definire le potenzialità del territorio e della comunità.

5. LE AREE INTERNE IN ABRUZZO E MOLISE - In Abruzzo, l'identificazione delle aree interne ha evidenziato 6 comuni identificabili come «poli», mentre, alla scala opposta, si sono individuati 31 comuni «ultraperiferici», di cui 28 nell'area Medio Sangro-Alto Vastese (fig. 4). Più in generale, si evidenzia una forte differenza di sviluppo fra le aree interne settentrionali e quelle meridionali e centrali. Schematicamente si possono identificare in tale accezione 3 aree forti: Pescara-Chieti; Teramo-Giulianova; L'Aquila-Avezzano. Restano comunque forti perplessità sulla collocazione di alcuni comuni di forte tradizione manifatturiera e dei servizi, soprattutto Lanciano, Vasto ed Ateessa, classificati nella fascia intermedia o periferica, pur rivestendo un ruolo molto rilevante all'interno dei processi socio-economici regionali.

Inoltre, si nota che nella classificazione 2012 il comune di Sulmona era considerato come polo, mentre nel 2014 è addirittura classificato come «intermedio».

In Molise, l'identificazione delle aree interne evidenzia 3 poli di sviluppo, tutti collocati all'interno, mentre Termoli, tradizionalmente considerato il perno del Molise sul versante

adriatico, pur essendo inizialmente classificato come polo nel 2012, nel 2014 è stato declassato a comune di tipo «intermedio» (fig. 5).

Si evidenzia come un numero piuttosto contenuto di comuni sono considerati come «ultraperiferici», soprattutto grazie alle contenute distanze rispetto ai capoluoghi provinciali, identificati come poli.

L'area da identificare come «forte» all'interno della regione molisana, secondo quanto prospettato dagli indicatori rilevati, è l'asse Isernia-Venafro, che può essere definito come una «quasi conurbazione» (Zarrilli, 2008).

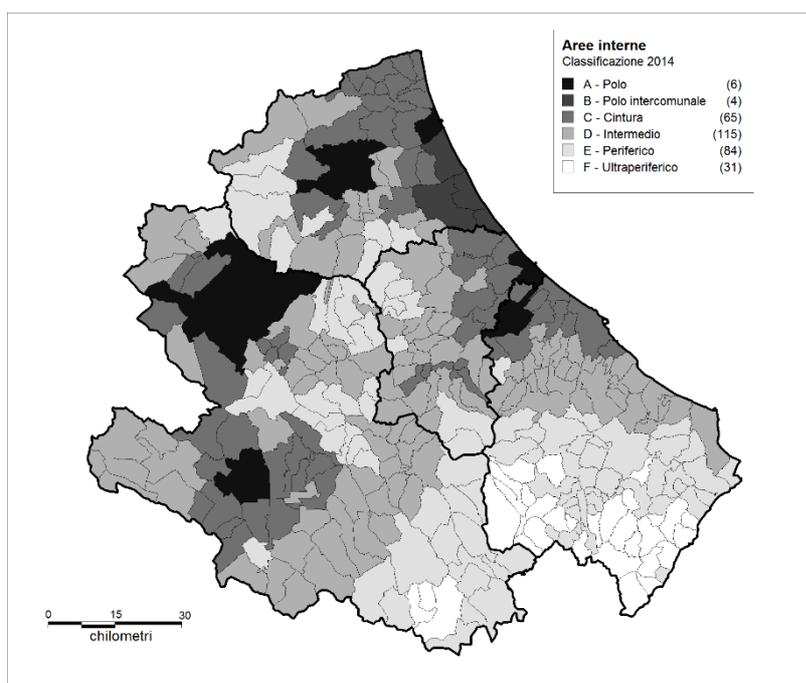


Fig. 4 – La classificazione delle aree interne in Abruzzo.

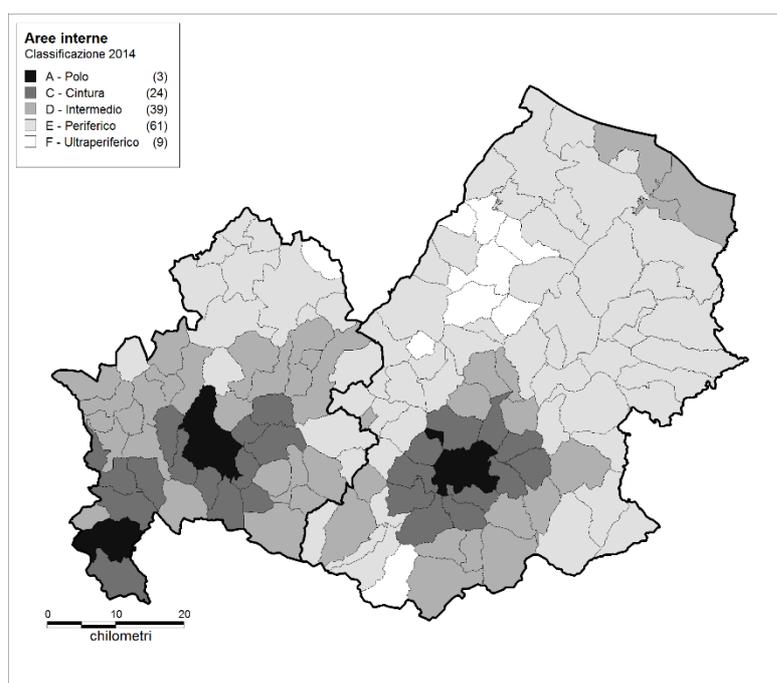


Fig. 5 – La classificazione delle aree interne in Abruzzo.

La regione Abruzzo ha individuato inizialmente quattro aree di sviluppo per le aree interne con D.G.R. 290 del 14 aprile 2015: il Basso Sangro - Trigno (33 comuni con un totale di 21.289 residenti al 2016), individuata come area prototipo; la Valle del Giovenco - Roveto (12 comuni con 23.620 residenti); la Val Fino - Vestina (19 comuni con 25.734 residenti); la Valle Subequana - Gran Sasso (24 comuni con 8.982 residenti).

Successivamente, con D.G.R. 613 del 26 settembre 2016, la Regione Abruzzo ha individuato una nuova area interna, Alto Aterno - Gran Sasso della Laga (8 comuni con 15.473 residenti); tale scelta è stata motivata con l'intento di rafforzare l'opera di ricostruzione post sismica dopo gli eventi del sisma del 24 agosto 2016, ma ufficialmente non rientra nel novero delle aree prese in considerazione dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne.

In ogni caso si può notare (fig. 6) come, pur avendo scelto aree effettivamente fra le più arretrate della regione, specialmente il Sangro-Trigno e la Valle Subequana, molti comuni interni con problematiche simili a quelli individuati e spesso contigui ad essi, non sono stati inseriti nella strategia, così potenzialmente da ingenerare ulteriori situazioni di squilibri e frammentazione territoriale.

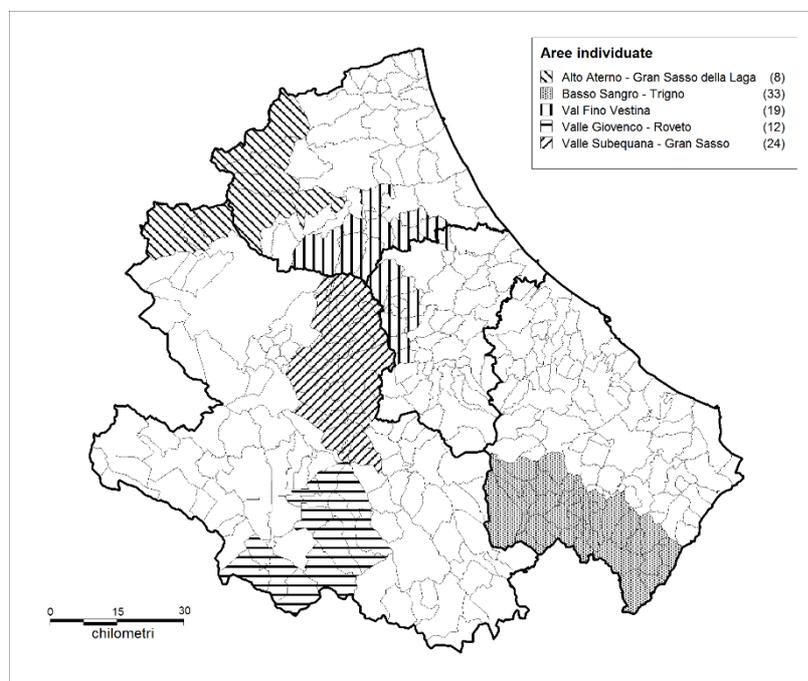


Fig. 6 – Le aree interne prescelte in Abruzzo.

Il Molise ha invece scelto quattro aree interne che vanno sostanzialmente a comprendere tutti i comuni più interni e in ritardo di sviluppo, che hanno anche il vantaggio di posizionarsi non distante dai centri principali della regione.

Con D.G.R. 140 del 26 marzo 2015 sono state individuate le seguenti aree (fig. 7): Matese (14 comuni con 20.653 residenti), scelta come area prototipo; Fortore (12 comuni con 20.540 residenti); Alto Molise - Medio Sannio (33 comuni con 34.563 residenti); Mainarde (13 comuni con 13.037 residenti).

Nei primi documenti relativi alle Strategie d'Area delle due aree prototipo, il Basso Sangro - Trigno per l'Abruzzo e il Matese sono presenti accenni allo sviluppo turistico di tali territori. Per quanto riguarda il Basso Sangro - Trigno, vi sono due idee principali: da un lato si intende sostenere le imprese turistiche dell'accoglienza in specie quelle extra alberghiere (agriturismi e B&B), ma anche sfruttare il patrimonio delle seconde case esistenti; dall'altro,

connotare l'area sotto il profilo turistico mediante un'immagine legata alla cultura e alla natura (la cui regia è affidata al GAL Maiella Verde).

Nel Matese si intende porre in luce soprattutto il patrimonio culturale e archeologico, imperniando l'offerta sul sito archeologico di Altilia (Sepino); inoltre, si intende costruire una rete di percorsi e sentieri, utilizzando la cosiddetta "mobilità lenta" (cicloturismo, ippoturismo, ecc.), collegando vari comuni dell'area.

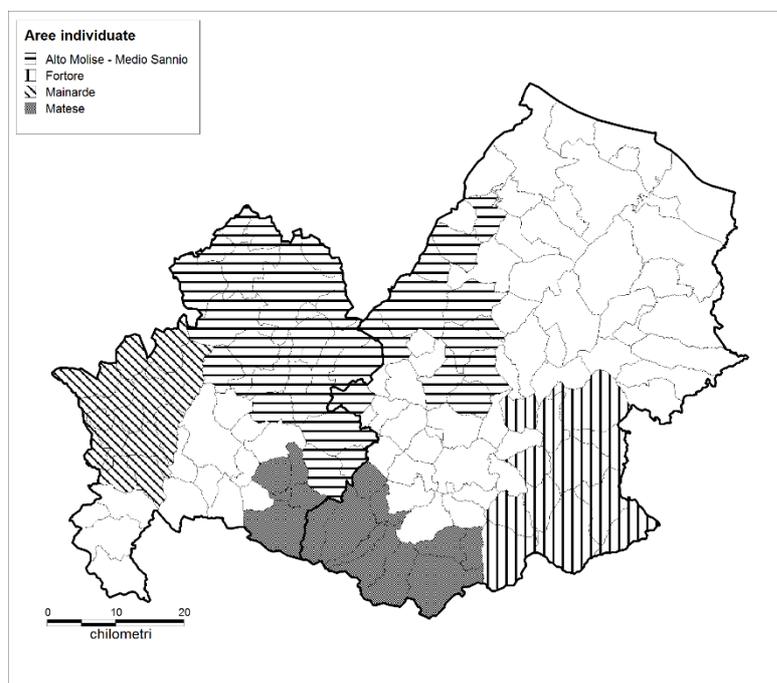


Fig. 7 – Le aree interne prescelte in Molise.

6. ALCUNI INDICATORI PER LE AREE INTERNE DI ABRUZZO E MOLISE – In questa prima fase di sviluppo del concetto di capitale territoriale e di sviluppo del panel degli indicatori più adatti a rappresentarlo, si sono calcolati alcuni valori per le aree interne di Abruzzo e Molise, relative a tre dimensioni, ossia il capitale umano (fig. 8), il capitale produttivo (fig. 9) e il capitale insediativo (fig. 10).

Gli indicatori proposti per esaminare il capitale umano evidenziano che tutte le aree interne individuate risultano piuttosto deboli non solo rispetto ai valori nazionali, ma anche in confronto a quelli totali di Abruzzo e Molise. Fra i dati più preoccupanti si rilevano quelli relativi alla popolazione residente in possesso di diploma terziario (universitario o riferito ad altri titoli), motivato soprattutto dalla scarsità occupazionali soddisfacenti per tali figure professionali così da essere favorita l'emigrazione di popolazione con titoli di studi più elevati. Occorre anche evidenziare come la forza di lavoro disponibile risulta molto inferiore alla media nazionale, con valori in tutte le aree di poco superiori al 40%, un livello di soglia che potrebbe costituire una seria problematica di sostenibilità intergenerazionale nel lungo periodo, ma anche per poter sviluppare le strategie per le aree interne a breve periodo.

Il capitale produttivo evidenzia aspetti sicuramente peculiari nelle aree interne dell'Abruzzo e del Molise. Per quanto attiene ai dati censuari, gli indicatori appaiono sostanzialmente in linea con quelli nazionali e regionali; si deve notare comunque che in alcune aree, la Valle Subequana-Gran Sasso in particolare, si riscontrano valori piuttosto elevati e degni di nota.

La sostanziale differenza dal punto di vista della infrastrutturazione turistica è ancora più evidente quando si osservano i dati di dettaglio del comparto dell'ospitalità. Emerge in effetti un'intensità turistica rilevante per Basso Sangro-Trigno e Valle Subequana-Gran Sasso. Anche l'offerta turistica è di notevole qualità, in specie per l'Alto Molise-Medio Sannio e il Matese; ciò che accomuna tutte le aree interne considerate è la percentuale elevata di offerta turistica «leggera», rappresentata da agriturismi e bed&breakfast, che ben si presta in tali contesti ad assorbire una domanda molto variabile nel corso dell'anno, così da incidere solo lievemente sui costi fissi di struttura.

Aree interne individuate	% popolazione 0-65	% forza di lavoro su popolazione sopra i 15 anni	% Popolazione non straniera	% Popolazione con diploma terziario su popolazione sopra i 6 anni	Indicatore del Capitale Umano (ICU)
Alto Aterno - Gran Sasso della Laga	73,15%	44,86%	92,31%	7,34%	0,87
Basso Sangro - Trigno	67,21%	40,34%	96,10%	6,51%	0,82
Val Fino Vestina	73,13%	46,37%	95,41%	6,15%	0,86
Valle Giovenco - Roveto	75,37%	44,09%	91,64%	7,01%	0,87
Valle Subequana - Gran Sasso	67,30%	40,69%	90,14%	8,39%	0,85
Alto Molise - Medio Sannio	71,29%	42,79%	97,02%	7,77%	0,88
Fortore	72,52%	42,59%	97,15%	7,49%	0,88
Mainarde	74,27%	43,75%	96,44%	9,03%	0,92
Matese	77,94%	47,91%	96,75%	9,28%	0,96
Totale Aree interne	72,66%	43,81%	95,21%	7,51%	0,88
Totale Abruzzo e Molise	76,92%	49,00%	93,99%	12,14%	1,02
Totale Italia	77,96%	50,84%	91,71%	11,17%	1,00

Fig. 8 – Alcuni indicatori del capitale umano nelle aree interne di Abruzzo e Molise

Aree interne individuate	U.L. alloggio per 1.000 residenti	U.L. ristorazione per 1.000 residenti	Intensità turistica (Letti per 1.000 residenti)	Densità turistica (Letti per kmq)	Indice di qualità dell'offerta turistica (letti in alberghi a 4 e 5 stelle su totale)	Numero di letti in agriturismi e B&B sul totale dei letti	Indicatore del Capitale Produttivo (ICP)
Alto Aterno - Gran Sasso della Laga	1,00	5,63	33,59	0,86	0,00%	21,32%	0,91
Basso Sangro - Trigno	1,11	5,76	93,47	2,71	0,00%	12,81%	0,96
Val Fino Vestina	0,86	5,88	47,07	2,39	6,80%	40,29%	2,15
Valle Giovenco - Roveto	0,29	5,81	20,45	0,80	0,00%	16,60%	0,52
Valle Subequana - Gran Sasso	3,12	6,15	81,23	1,29	5,61%	18,34%	1,39
Alto Molise - Medio Sannio	0,95	5,03	35,99	1,18	11,29%	25,10%	0,94
Fortore	0,33	4,22	14,03	0,61	0,00%	37,07%	0,73
Mainarde	0,60	6,21	12,85	0,53	0,00%	30,00%	0,99
Matese	1,12	5,54	53,43	2,66	14,87%	18,64%	1,10
Totale Aree interne	0,92	5,49	42,59	1,47	5,53%	22,39%	0,96
Totale Abruzzo e Molise	0,90	5,74	73,66	7,94	24,71%	8,67%	0,90
Totale Italia	0,85	4,84	79,78	16,05	36,32%	8,09%	1,00

Fig. 9 – Alcuni indicatori del capitale produttivo nelle aree interne di Abruzzo e Molise

Aree interne individuate	Abitazioni occupate su abitazioni totali	% Edifici costruiti prima del 1946	% Edifici in ottimo stato di conservazione	Indicatore del Capitale Insediativo (ICI)
Alto Aterno - Gran Sasso della Laga	47,99%	35,04%	24,28%	0,91
Basso Sangro - Trigno	36,43%	35,95%	26,37%	0,90
Val Fino Vestina	66,13%	38,53%	19,82%	0,99
Valle Giovenco - Roveto	58,57%	40,38%	16,24%	0,94
Valle Subequana - Gran Sasso	36,26%	72,13%	17,50%	1,27
Alto Molise - Medio Sannio	46,19%	55,07%	24,53%	1,16
Fortore	62,45%	46,98%	22,17%	1,11
Mainarde	60,50%	49,97%	30,46%	1,22
Matese	53,97%	57,72%	25,87%	1,25
Totale Aree interne	50,13%	47,38%	23,11%	1,07
Totale Abruzzo e Molise	66,44%	33,78%	27,32%	1,01
Totale Italia	77,45%	25,92%	31,76%	1,00

Fig. 10 – Alcuni indicatori del capitale insediativo nelle aree interne di Abruzzo e Molise

Una delle problematiche più rilevanti per le aree interne è quella della rilevanza del patrimonio insediativo non utilizzato oppure usufruito solo stagionalmente. Tale questione è piuttosto evidente nell'indicatore delle abitazioni occupate sul totale, dove i valori sono sensibilmente inferiori a quelli nazionali, ma anche nell'indicatore censuario relativo alla percentuale di edifici in ottimo stato di conservazione, in cui si osserva come il degrado dei centri delle aree interne sia evidenziato da dati palesemente modesti di alcune aree (per esempio, Valle del Giovenco-Roveto e Valle Subequana-Gran Sasso).

A fare da parziale bilanciamento a questa preoccupante situazione del capitale insediativo, si evidenzia come vi sia una percentuale rilevante di edifici storici, costruiti prima del 1946, patrimonio fragile da conservare e valorizzare.

In sintesi, da questi primi indicatori emergono alcune criticità rilevanti per le aree interne, sicuramente da approfondire per una efficace riuscita delle strategie poste in essere. La problematica centrale riguarda il capitale umano: indici di invecchiamento molto elevati e in progressivo aumento, marcata contrazione delle forze lavoro, scarsa concentrazione di popolazione con istruzione di grado superiore. Per quanto attiene al capitale produttivo invece vi sono sicuramente segnali positivi, per esempio riguardo alla diffusione negli ultimi anni di strutture ricettive di piccole dimensioni extra alberghiere in grado di assorbire una domanda flessibile nel corso dell'anno e contemporaneamente non impattare eccessivamente sul territorio. Infine, gli indicatori relativi al capitale insediativo denotano il forte stato di abbandono di molti edifici, che cominciano a denotare anche segnali preoccupanti di degrado; la loro valenza storica e tipicità qualitativa merita però azioni concrete per il loro recupero e reinserimento nella dinamica alloggiativa quotidiana, soprattutto nell'ottica dell'ampliamento dell'offerta ricettiva turistica.

7. ALCUNE RIFLESSIONI DI SINTESI – La riscoperta del concetto di capitale territoriale da un punto di vista teorico assume nella accezione proposta una valenza propedeutica a studi concreti del territorio, in grado di cogliere sincreticamente e diacronicamente le differenti peculiarità dei luoghi.

Una prima analisi, ancora incompleta, sulle aree interne di Abruzzo e Molise ha permesso di evidenziare tre aspetti su cui sono necessari ulteriori approfondimenti: innanzitutto in tali territori il contesto territoriale appare debole, in contrazione e con una forte tendenza all'invecchiamento; l'imprenditoria è stata finora spesso lasciata a iniziative esogene

comunque ridotte numericamente e di modeste dimensioni; l'ampliamento di offerta ricettiva "leggera" negli ultimi anni appare comunque un segnale positivo di rilancio di alcuni di questi luoghi; il patrimonio insediativo risulta spesso meritorio di tutela, con un gran numero di edifici storici, sottoposti comunque a un lento processo di degrado a causa dell'impoverimento del tessuto demografico e alla conseguente riduzione della manutenzione e cura degli stessi.

Fin da queste prime indicazioni si deve necessariamente formulare l'ipotesi che la via più adatta per poter instaurare un comparto turistico in grado di valorizzare il capitale territoriale delle aree interne sia quella della costruzione di reti di comunità in cui diversi attori e diverse località cooperino per la riuscita di specifici progetti identitari.

La sinergia fra risorse policentriche (Bonerandi, 2005) sarà in grado di poter ripartire gli sforzi di sviluppo del turismo fra diversi attori, così da poter anche sfruttare le capacità di ognuno di essi.

In tal senso, si auspicano partnership fra enti pubblici e attori privati: una idea da rafforzare è per esempio quella delle Destination Management Company (DMC) istituite dalla Regione Abruzzo (L.R. 15/2015). Altre iniziative da riscoprire possono essere anche quelle a valenza interregionale; per esempio, si ricorda un progetto molto interessante e meritorio della seconda metà degli anni Novanta, ma purtroppo rimasto di fatto inattuato, denominato Appennino Parco d'Europa (A.P.E.), che intendeva coinvolgere tutti i comuni appenninici dalla Liguria fino ai Monti Nebrodi in Sicilia. Le reti di collaborazione e apprendimento di buone pratiche possono anche essere di tipo volontario come per esempio quella dei "Borghi più belli d'Italia", in cui comunque prevale l'iniziativa pubblica.

L'idea di costruire reti di collaborazione che pongano come idea centrale la cultura e l'eredità storica materiale e immateriale delle comunità (Pollice, 2005; Fuschi & Evangelista, 2017) potrebbe rivelarsi strategicamente rilevante per lo sviluppo del territorio.

In definitiva, il percorso verso la valorizzazione del patrimonio territoriale, la sua trasformazione in risorse che diventano nel corso del tempo il capitale da considerare a valenza turistica, deve essere attentamente pianificato dalla comunità locale; tale valutazione dovrebbe avvenire anche mediante la costruzione e l'analisi critica di idonei indicatori in grado di permettere scelte che si rivelino vincenti e soddisfacenti per la comunità locale nel medio e nel lungo periodo.

Bibliografia

- AA.VV., (2016). *Relazione annuale sulla Strategia nazionale per le aree interne*, Roma: SNAI.
- Ashworth, G.J., (2003). Heritage, Identity and Places: for Tourists and Host Communities. In S. Singh, D.J. Timothy, R.K. Dowling (Eds.), *Tourism in Destination Communities* (pp. 79-97). Wallingford: CABI.
- Barca, F., Casavola, P. & Lucatelli, S. (2014), *Strategia nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*, Roma: Materiali UVAL, 31.
- Bonerandi, E. (2005), Le recours au patrimoine, modèle culturel pour le territoire ?, *Géocarrefour*, 80 (2), 91-100. doi: 10.4000/geocarrefour.991
- Brasili, C. (a cura di) (2012), *Gli indicatori per la misura del capitale territoriale*, Bologna: RegiosS, Cycles and Trends.
- Camagni, R. (2009). Per un concetto di capitale territoriale. In D. Borri, F. Ferlaino (a cura di), *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni* (pp. 66-90). Milano : Angeli.
- Camagni, R., Maillat, D. & Matteaccioli A., (éds) (2004). *Ressources naturelles et culturelles, milieu et développement local*, Neuchâtel : GREMI-EDES.
- Dematteis, G., (2005). Quattro domande sulle risorse territoriali nello sviluppo locale, in F. Corrado (a cura di), *Le risorse territoriali nello sviluppo locale. Un confronto interdisciplinare* (pp. 7-14). Firenze : Alinea.
- Di Méo, G. (2008). *Processus de patrimonialisation et construction des territoires*. Colloque "Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes : connaître pour valoriser", Sep. 2007, Poitiers-Châtelleraut : Geste, pp. 87-109. Retrieved from <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00281934>
- Entrikin, J.N. (1997). Place and Region 3, *Progress in Human Geography*, 21 (2), 263-268. doi: 10.1191/030913297677390879
- Ferrari F. (2017), *Capitale territoriale e turismo nelle aree interne: riflessioni teoriche e proposte metodologiche*, Comunicazione presentata al XXXII Congresso Geografico Italiano, Roma 7-10 giugno 2017, in corso di stampa.
- François, H., Hirczak, M. et Senil, M. (2006). Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5, 683-700. doi: 10.3917/revu.065.0683
- Fuschi, M., & Evangelista, V. (2017). Preliminary Considerations on Cultural Tourism in Abruzzo as a Strategic Tool for the Renewal of the Regional Tourist Offerings. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 8 (7), 139-159. doi: 10.6092/issn.2036-5195/6760
- Murphy, P.E., & Murphy, A.E, (2004). *Strategic Management for Tourism Communities. Bridging the Gaps*, Clevedon: Channel View.
- Paasi, A., (2004). Place and Region: Looking through the Prism of Scale. *Progress in Human Geography*, 28 (4), 536–546. doi: 10.1191/0309132504ph502pr
- Poli, D., (2015). Il patrimonio territoriale fra capitale e risorsa nei processi di patrimonializzazione proattiva, in B. Meloni (a cura di), *Aree interne e progetti d'area* (pp. 123-140). Torino: Rosenberg e Sellier.
- Pollice, F., (2002). *Territori del turismo*, Milano: Angeli.
- Pollice, F., (2005). Il ruolo dell'identità territoriale nei processi di sviluppo locale, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, X (1), 75-92.
- Zarrilli, L., (2008). L'asse Isernia-Venafro-Castel di Sangro: fattori culturali, dinamiche urbane e trasformazioni del paesaggio, in R. Sommella (a cura di), *Le città del Mezzogiorno. Politiche, dinamiche, attori* (pp. 208-218). Milano: Angeli.