

**La valorizzazione del turismo nelle aree interne.
Alcune riflessioni sulle prospettive di sviluppo locale in Irpinia**

FRANCESCA SORRENTINI*

Abstract

Following the earthquakes (1962 and 1980), Irpinia has undergone profound changes, which has erased historical memories and natural places, altering the identity of the places, depriving them of their peculiarities to the point to be no longer recognizable by the same community.

However, in the face of changes in the environment and the landscape, examples of successful recovery and enhancement of cultural heritage are not lacking. Irpinia also keep a rural landscape as a whole not entirely affected by the processes of economic growth. Infact, there are different kind of resources, environmental, enogastronomic, handcraft as well as a deep-rooted enterprise culture and a consolidated manufacturing specialization, which offer considerable potential for economic development, especially as regards tourism activities, currently not appropriately exploited. and used.

The affirmation of these resources for tourism purposes must be pursued through actions to strengthen and integrate the different types of tourism, which, in distinguishing the offer in a distinct way, can satisfy increasingly choosy tourists, with new needs and that are looking for unusual experiences.

The purpose of the work is to study how tourism, and specifically the

* Università degli Studi di Napoli "Federico II", sorrenti@unina.it

different forms of niche, can help to curb the progressive depopulation and the process of ageing and trigger virtuous local development processes.

Keywords: Inner areas, Tourism, Local development.

1. *Introduzione*

L'Irpinia occupa una vasta e complessa zona interna della Campania, fortemente connotata da specifiche peculiarità storiche, paesaggistiche e culturali e da una frammentazione fisica che offre un quadro socioeconomico caratterizzato da dinamiche di spopolamento e diffuse condizioni di marginalità e debolezza¹. Generale scarsità di infrastrutture di trasporto pubblico, carenza di collegamenti tra i centri minori, limitate tipologie di servizi alle imprese e alla popolazione, disinteresse verso tipologie di lavorazioni di artigianato tradizionale, forte parcellizzazione dei terreni e polverizzazione delle imprese, incompleta valorizzazione delle risorse endogene sono soltanto alcune tra le più evidenti criticità che contraddistinguono l'area.

Come è noto, i terremoti del 1962 e del 1980² hanno contribuito ad alterare il paesaggio e il territorio, cancellando memorie storiche e luoghi naturali³ e favorendo l'abbandono di molti centri storici, spesso sostituiti, in nome del principio della massima sicurezza e prevenzione, da anonime costruzioni edilizie in cemento armato, distanti tra di loro e rispetto alle quali la popolazione si identifica con difficoltà⁴. Questo processo di rico-

1. La provincia di Avellino comprende 118 comuni, di cui 101 registrano una popolazione pari o inferiore ai 5.000 abitanti, 17 superano i 5.000 e 7 vanno oltre i 10.000. Dunque, la maggior parte della popolazione provinciale (quasi l'85% dei comuni) risiede in paesi di piccole dimensioni [01].

2. Il terremoto del 23 novembre 1980, alle ore 19.34, provocò 2.914 morti, 9.000 i feriti, 280.000 sfollati, 99 Comuni devastati e 18 rasi al suolo.

3. La zona epicentrale del terremoto del 1980, definita il "cratere", comprendeva molti comuni dell'Alta Irpinia, tra cui piccoli nuclei urbani nati attorno alle sorgenti dei fiumi Sele e Ofanto. Tra i Comuni maggiormente interessati dal sisma si ricordano Sant'Angelo dei Lombardi, Lioni, San Mango, Conza della Campania, Castelnuovo, Calabritto, Bisaccia, Lacedonia.

4. Il tema della ricostruzione ha visto contrapporsi due posizioni: quella mirata essenzialmente alla conservazione dell'assetto tradizionale dei centri terremotati, nel rispetto del

struzione poco consapevole e di scarsa qualità, nell'intento di creare un tessuto economico capace di frenare i flussi migratori e di alleviare le emergenze occupazionali, ha puntato, inoltre, sullo sviluppo dell'industria, che se, da un lato, ha innescato fenomeni di modernizzazione socioeconomica, dall'altro, si è rivelata incompatibile con le attività svolte per secoli sul territorio ed estranea alla cultura degli abitanti⁵ (Mazzoleni-Sepe, 2005; [02]). Tuttavia, non vanno trascurati i significativi interventi che nel tempo hanno determinato un generale miglioramento delle condizioni di vita delle popolazioni rurali⁶, come l'apertura di nuove reti stradali e la conseguente uscita dall'isolamento di molti comuni; le opere di recupero portate avanti con successo in taluni centri storici (come Rocca San Felice, Nusco, Gesualdo) e che denotano una maggiore attenzione al valore del patrimonio edilizio minore e ai processi di rifondazione dei centri (o di loro parti ritenute più rilevanti dalla comunità); la crescita di produzioni di nicchia ad alto valore aggiunto (vini, nocciole, castagne), che rappresentano un importante stimolo all'industria agroalimentare; nonché la promozione di metodi di produzione di energia da biomasse, che utilizzano lo scarto delle lavorazioni forestali e di quelle agricole [03].

A distanza di quasi quattro decenni dal terremoto, manca ancora la piena valorizzazione del territorio irpino, che esprime notevoli potenzialità in termini di ricchezze storico-artistiche, archeologiche, paesaggistiche, di ecosistemi e biodiversità e che può divenire un'area privilegiata di sperimentazione di nuove forme di economia, di ritrovate relazioni sociali ed ambientali. In particolare, l'adesione a un modello di turismo responsabile e sostenibile può condurre l'Irpinia a recuperare una visione di sviluppo di lungo periodo, facendo leva sul sostegno e sul rafforzamento di mete emer-

loro valore culturale, e quella volta a uno sviluppo moderno delle aree marginali. Purtroppo entrambi gli orientamenti celavano interessi politici e affaristici (Verderosa, 2005).

5. La pioggia di contributi pubblici per lanciare venti zone industriali tra Campania e Basilicata non migliorò il tessuto produttivo, poiché si disperse infruttuosamente, incentivando false partenze di imprese, seguite da rapidi fallimenti, e gonfiando le banche locali.

6. Fino ad allora, la popolazione rurale aveva vissuto in dimore fatiscenti, composte da uno o due vani, spesso condivisi con gli animali domestici (Fondi-Franciosa-Pedreschi-Ruocco, 1964).

genti (centri d'arte, borghi, parchi naturali), dove accrescere la cultura dell'ospitalità e mettere a punto un'offerta sistemata ed integrata (Cresta-Greco, 2010; Marchetti-Panuzzi-Pazzagli, 2017).

Lo studio si propone di analizzare in maniera critica il contesto in cui si muove la filiera turistica, per valutare se l'organizzazione e la fruizione in chiave innovativa del diversificato potenziale attrattivo possa contribuire a frenare il calo della popolazione, delle attività e dell'occupazione, a superare la rarefazione delle relazioni sociali e a trasformare le aree interne in destinazioni turistiche di eccellenza.

2. Peculiarità e dinamiche del mercato turistico in Irpinia

Nonostante le contraddizioni causate e amplificate dalla ricostruzione post sisma e dalle politiche di sviluppo industriale ad essa collegate, l'Irpinia conserva una propria identità territoriale, che la differenzia sia dalle contigue terre della Basilicata e della Puglia sia dal resto della Campania. Territorio prevalentemente montuoso e collinare, con una morfologia aspra e tormentata nella parte sud-occidentale e più dolce in quella a nord-ovest, comprende complessi naturalistici di straordinaria rilevanza, testimoniati, tra l'altro, da un vasto patrimonio forestale, dalla presenza di numerose aree SIC (Siti di Interesse Comunitario), ZPS (Zone di Protezione Speciale) e dei Parchi naturali regionali dei Monti Picentini, del Partenio e quello istituito ma non ancora perimetrato di Vallo Lauro Pizzo d'Alvano. A tale ricchezza si aggiungono notevoli risorse culturali, enogastronomiche e folkloristiche, che alimentano attività turistiche e produttive con un potenziale ancora da esplorare a fondo. Sul piano economico, l'Irpinia risulta un'area a vocazione agricola, anche se oggi l'economia è incentrata sulle attività industriali⁷ e sul terziario [04]. Tra le produzioni di

7. Nella provincia sono presenti 9 nuclei industriali, dove operano decine di imprese, con una considerevole quota nel comparto delle produzioni in metallo e delle apparecchiature meccaniche (Lioni-Nusco-Sant'Angelo, San Mango sul Calore, Porrara, Morra De Sanctis, Conza della Campania, Calitri, Calaggio, Calabritto, Nerico); 4 Aree di Sviluppo Industriali (ASI) (Pianodardine; Solofra; Valle Ufita, Valle Caudina); il Distretto industriale

qualità, apprezzate e commercializzate nel resto dell'Italia e anche all'estero, spiccano quelle agroalimentari (nocciole, castagne, olive e olio, tabacco, ortaggi, frutta); inoltre, la forte vocazione vitivinicola ha reso l'Irpinia la "capitale" enologica della Campania, con 3 DOCG (il rosso Taurasi e i bianchi Greco di Tufo e Fiano di Avellino) e 19 DOC⁸, mentre dall'allevamento di bovini e suini si ottengono pregiati formaggi (caciocavalli, scamorze, caciotte, provole, mozzarelle, ricotta) e insaccati. Anche la presenza delle attività dell'artigianato tipico e artistico (ceramiche, ricami, lavorazioni in ferro e in pietra) attesta la riscoperta dei valori e delle tradizioni locali, che rimanda a processi di rilancio del territorio, considerato che con la globalizzazione, parallelamente all'attenuazione delle differenze, si è affermata la ricerca e la valorizzazione delle diversità (Ciappei, 2006; Basile-Diana-Vitale, 2016).

D'altro canto, la ridotta dimensione media delle imprese⁹, il rallentamento della leva creditizia, la difficoltà di trasmettere le competenze tra le diverse generazioni, come conseguenza del calo demografico, e la scarsa capacità degli operatori di fare rete rappresentano ostacoli al raggiungimento di livelli più elevati di produttività e di competitività. A ciò va aggiunto che la complessa situazione congiunturale ha causato, a partire dal 2009, un andamento discendente del numero delle imprese attive, in generale, e di quelle commerciali e agricole¹⁰ in particolare. Ma, mentre le prospettive di crescita dell'imprenditoria commerciale non mostrano rilevanti segnali di ripresa, il settore agricolo, almeno in alcune aree del terri-

della lavorazione delle pelli di Solofra, uno dei tre Poli nazionali del comparto (Biondi, 1984; Castiello, 1993).

8. Si tratta di 6.598 ha vitati, con una produzione di vino pari a 9.888.160 lt e 13.184.294 bottiglie [05].

9. Nel 2013 le imprese individuali hanno perso 240 unità nette (tra iscrizioni e cessazioni), con un record, per quanto riguarda le imprese cessate, di 1.923 unità. Si tratta, in particolare, delle imprese operanti nel settore agricolo, ma la perdita coinvolge anche le attività produttive, soprattutto manifatturiere e delle costruzioni, nonché il terziario, con specifico riferimento al commercio.

10. Sul totale delle imprese attive in provincia di Avellino (37.674 al 2013) circa il 30% sono impegnate in agricoltura, ma il numero di occupati rappresenta soltanto il 5,6% del totale, a testimonianza del contributo limitato di tale attività all'economia locale (Camera di Commercio Avellino, 2015).

torio provinciale, sembra indicare che le imprese si stanno avviando lungo un percorso virtuoso di “modernizzazione qualitativa” (Camera di Commercio Avellino, 2015). Condizioni poco incoraggianti si possono rilevare, invece, per il comparto turistico, che manifesta un andamento in controtendenza a quello dei flussi regionali e nazionali. Infatti, come si evince da una recente indagine (UniCredit - Touring Club Italiano, 2017), negli ultimi due anni in Italia si registra una decisa crescita sia degli arrivi¹¹ sia delle presenze¹². La Campania, in particolare, si colloca al settimo posto nella classifica nazionale per presenze e arrivi ed è prima nel Mezzogiorno¹³, ma sono, segnatamente, le province di Napoli e Salerno a polarizzare oltre il 90% degli arrivi¹⁴ (tabb. 1 e 2), con una concentrazione soprattutto nelle Isole del Golfo, nella Penisola Sorrentina, lungo la Costiera Amalfitana e Cilentana (fig. 1) (Sorrentini, 2016).

Tab. 1 - Arrivi nelle strutture ricettive delle province campane e dell'Italia tra il 2019 ed il 2016, in valori assoluti, e le variazioni percentuali nello stesso periodo

Reg. Amm.	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var. %
Caserta	283,2	302,7	268,6	295,2	300,0	314,6	326,4	318,6	12,5
Benevento	56,9	55,5	53,5	55,8	50,0	41,8	35,1	35,5	-37,6
Napoli	2617,7	2817,3	3153,3	3092,6	2838,3	2939,0	3476,4	3798,6	45,1
Avellino	107,6	103,6	86,7	76,7	78,6	87,2	80,8	82,4	-23,4
Salerno	1252,9	1264,0	1287,6	1077,4	1093,3	1250,2	1339,4	1257,4	0,3
<i>Campania</i>	<i>4318,5</i>	<i>4543,3</i>	<i>4849,6</i>	<i>4597,7</i>	<i>4360,2</i>	<i>4632,9</i>	<i>5258,1</i>	<i>5492,5</i>	<i>27,1</i>
<i>Italia</i>	<i>95499,8</i>	<i>98813,8</i>	<i>103723,9</i>	<i>103733,2</i>	<i>103,862,5</i>	<i>106552,4</i>	<i>113354,7</i>	<i>116944,2</i>	<i>22,4</i>

Fonte: Nostra elaborazione su dati ISTAT [06]

11. Nel 2015 gli arrivi raggiungono 113,3 milioni e 117 milioni nel 2016.

12. Le presenze si attestano sui 393 milioni al 2015 e 403 milioni al 2016.

13. Per gli arrivi, a fronte di 113,35 milioni in Italia al 2014, se ne contano 5,3 milioni in Campania, cioè il 4,6% del totale ed il 26,8% del Mezzogiorno. Per le presenze, su 392,76 milioni di giorni, 18,9 milioni riguardano la regione, cioè il 4,8% dell'Italia ed il 24,7% del Mezzogiorno.

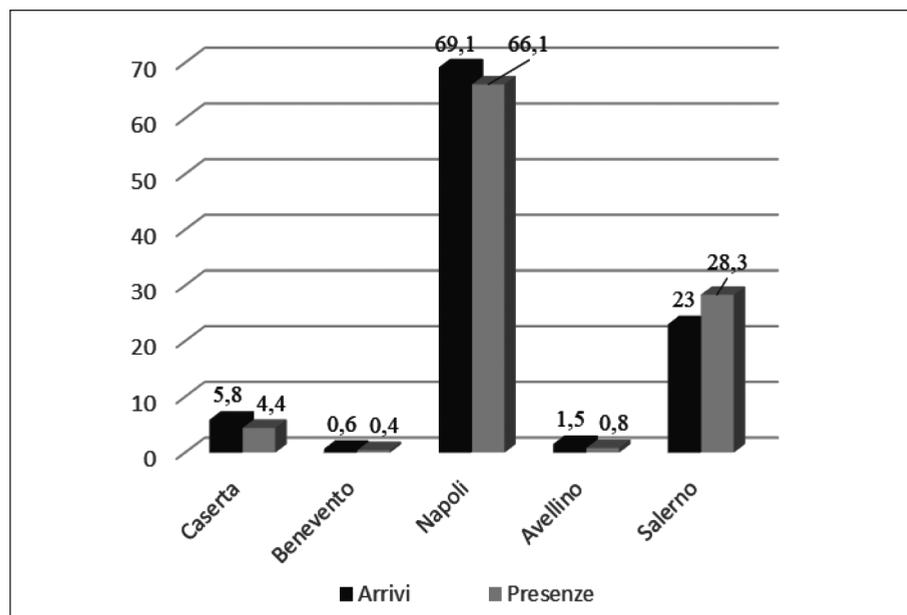
14. Napoli e provincia registrano oltre 3 milioni di arrivi e quasi 11 milioni di presenze, mentre il Salernitano raggiunge rispettivamente 1 e 6,5 milioni.

Tab. 2 - Presenze nelle strutture ricettive delle province campane e dell'Italia tra il 2019 ed il 2016, in valori assoluti, e le variazioni percentuali nello stesso periodo

Reg. Amm.	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var. %
Caserta	968,8	1048,8	766,2	791,3	772,6	731,3	779,0	876,5	-9,5
Benevento	155,5	128,5	125,2	121,0	97,6	91,9	91,3	77,8	-49,9
Napoli	9161,7	9792,5	10757,7	10859,0	11441,8	11599,5	12124,7	13138,9	43,4
Avellino	248,9	228,1	203,9	173,4	170,4	171,1	155,7	152,1	-38,9
Salerno	7407,6	7358,8	7701,9	6465,5	5240,0	5466,2	5705,2	5627,2	-24,0
<i>Campania</i>	<i>17942,5</i>	<i>18556,9</i>	<i>19555,0</i>	<i>18410,2</i>	<i>17722,3</i>	<i>18060,1</i>	<i>18855,9</i>	<i>19872,6</i>	<i>10,7</i>
<i>Italia</i>	<i>370762,3</i>	<i>375542,5</i>	<i>386894,7</i>	<i>380711,5</i>	<i>376785,6</i>	<i>377770,8</i>	<i>392763,9</i>	<i>402962,1</i>	<i>8,7</i>

Fonte: Nostra elaborazione su dati ISTAT [06]

Fig. 1 - Distribuzione dei flussi turistici in Campania, anno 2016



Fonte: Nostra elaborazione su dati ISTAT [06]

Tab. 3 - Arrivi e presenze nel complesso degli esercizi ricettivi della Provincia di Avellino (2009-2016)

Anni	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2009	91.017	204.794	16.602	44.105	107.619	248.899
2010	88.701	189.007	14.907	39.123	103.608	228.130
2011	71.878	154.960	14.854	48.954	86.732	203.914
2012	64.209	135.301	12.507	38.116	76.716	173.417
2013	65.042	137.194	13.574	33.189	78.616	170.383
2014	73.230	139.261	14.009	31.886	87.239	171.147
2015	70.205	129.873	10.627	25.850	80.832	155.723
2016	72.660	126.879	9.750	25.190	82.410	152.069

Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [06]

Invece, le province interne registrano seri cali sia degli arrivi che delle presenze e, in particolare nel caso dell'Irpinia, i decrementi più consistenti riguardano la componente straniera¹⁵ (tab. 3), a conferma della perdita di attrattività sui bacini turistici internazionali. Inoltre, nell'ultimo anno della serie storica analizzata, cioè il 2016, il dato sulla permanenza media nella provincia di Avellino appare in flessione rispetto al 2009, passando da 2,3 a 1,8 e scostandosi ulteriormente da quello regionale (3,6 al 2016).

In buona parte del territorio irpino, in effetti, il contributo allo sviluppo del turismo arriva dai flussi di escursionisti, piuttosto che da quelli intercettati dalle strutture ricettive, sia per la frammentazione delle poche iniziative verso l'estero tra una molteplicità di attori sia per l'assenza di un'immagine specifica del territorio sia per le carenze delle infrastrutture e il difficile accesso alle informazioni per i visitatori (Bencardino-Marotta, 2004; Maddaloni-Diana, 2016).

15. Tra il 2009 e il 2016 a fronte di un decremento del 20% degli arrivi e del 38% delle presenze domestiche, si riscontrano cali di stranieri rispettivamente del 41% e del 42%.

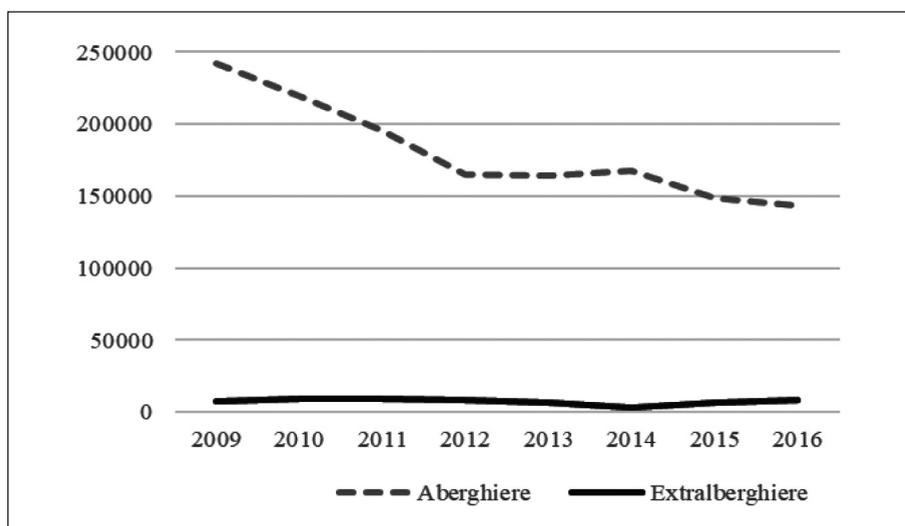
Pertanto, l'approccio tradizionale ai mercati non è più adeguato: la varietà di motivazioni trainanti le scelte turistiche e le nuove modalità di fruizione del tempo libero sono segnali evidenti di una profonda trasformazione dell'utente, che mette al centro della vacanza l'esperienza, cioè l'interesse non solo a visitare le località, ma a scoprire e conoscere gli elementi identitari del territorio e della sua comunità. Ne consegue l'affermazione di nuove tipologie di viaggi e vacanze verso destinazioni più remote e meno frequentate, dove il turista ha facile accesso e può fruire di un ampio e articolato ventaglio di risorse diverse e diffuse, cui sono associati prodotti e servizi distintivi (Pollice-Rinaldi, 2008; Lemmi, 2015). Basti pensare ai turisti enogastronomici, che sono alla ricerca di vacanze in luoghi evocativi ma inediti, in contesti ameni, dove l'identità del territorio si rivela anche attraverso la rielaborazione e la valorizzazione di pietanze (Billi, 2005; Sorrentini, 2015); oppure alla crescente valenza attrattiva dell'artigianato artistico e del patrimonio naturale, nonché ai bisogni, sempre più sentiti, di coniugare lo svago con il benessere fisico, con notevoli vantaggi, ad esempio, per le aree termali.

Tali cambiamenti, da un lato, forniscono l'opportunità anche alle aree meno sviluppate, come l'Irpinia, di aprirsi al mercato turistico, puntando a soddisfare una domanda che non cerca soltanto le mete tradizionali, i prodotti cosiddetti *mass-market*, come il mare o le città d'arte, [07] ma, dall'altro, implicano, da parte di coloro che costruiscono l'offerta turistica, la capacità di fornire risposte flessibili, nell'ambito di una visione che si sostanzia in soluzioni integrate e in servizi di rapida erogazione (Ministero dei Beni e delle Attività culturali, 2017)¹⁶.

Analizzando l'offerta per tipologia di struttura ricettiva, tra il 2009 e il 2016, si osserva una netta prevalenza del comparto alberghiero, che assorbe circa il 60% dei posti letto disponibili, concentrati soprattutto nelle

16. Basti pensare, tra l'altro, alle iniziative avviate: definizione di un *Brand Irpinia*; creazione di una rete di ospitalità *luxury* in immobili di pregio storico di proprietà pubblica da affidare alla gestione di privati; integrazione dell'offerta ricettiva con una serie di piccole botteghe destinate a commercializzare i prodotti tipici; recupero e riqualificazione di produzioni tradizionali destinate ai pellegrini in prossimità dei santuari.

Fig. 2 - Andamento delle presenze alberghiere ed extralberghiere nella provincia di Avellino. Anni 2009-2016



Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [02]

strutture a tre stelle con un livello di qualità intermedio, mentre più contenuto (12,2%) risulta il ruolo delle strutture a due e una stella e molto carente la rete di ospitalità di lusso, anche in immobili di pregio architettonico di proprietà o nella disponibilità di enti pubblici [08]. Inoltre, nello stesso periodo, si riscontra un ampliamento della dotazione ricettiva provinciale (180% delle strutture e 50% dei posti letto), al quale ha maggiormente contribuito il segmento extralberghiero¹⁷, forse più adatto a intercettare flussi turistici interessati a forme alternative di ospitalità (tabb. 4 e 5; fig. 2).

Scendendo nel dettaglio della composizione degli esercizi complementari, la crescita maggiore si rileva per gli agriturismo, che rappresentano il 35% del totale e il 37% in termini di posti letto, a cui seguono gli al-

17. Le strutture complementari sono aumentate da 58 nel 2009 a 305 nel 2016, mentre quelle alberghiere, dopo un andamento incostante, al 2016 si sono attestate sullo stesso valore (79) del 2009.

Tab. 4 - Offerta ricettiva alberghiera per categoria di esercizi nella provincia di Avellino negli anni tra il 2009 ed il 2016

Anno	5 stelle e 5 stelle lusso		4 stelle		3 stelle		2 stelle		1 stella e residenze tur. alb.		Totale Alberghi	
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
2009	0	0	13	1.375	48	2.103	12	295	6	130	79	3.903
2010	0	0	14	1.381	48	2.105	12	291	6	130	80	3.907
2011	0	0	14	1.381	48	2.105	12	291	6	130	80	3.907
2012	0	0	13	1.338	46	2.069	13	314	7	155	79	3.876
2013	0	0	13	1.338	47	2.094	13	314	7	155	80	3.901
2014	0	0	17	1.531	44	1.949	16	422	6	104	83	4.056
2015	0	0	17	1.521	44	1.949	16	424	3	62	80	3.956
2016	0	0	16	1.453	45	1.963	15	423	3	62	79	3.901

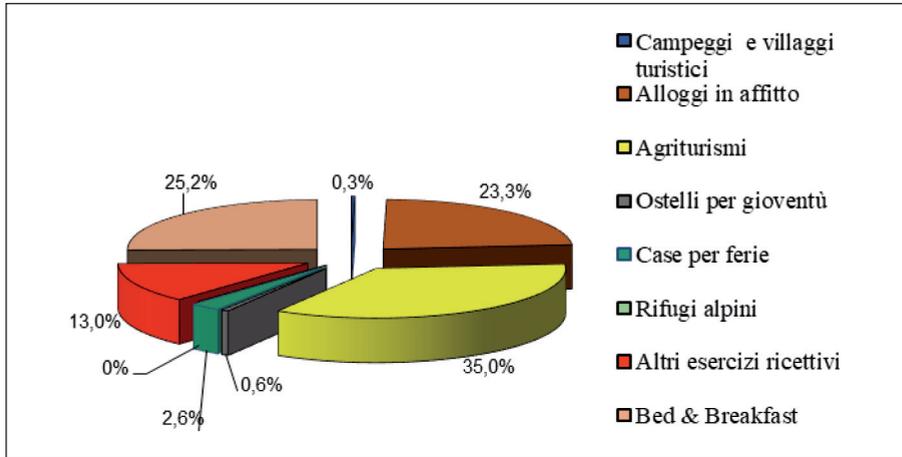
Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [06]

Tab. 5 - Offerta ricettiva extralberghiera per categoria di esercizi nella provincia Avellino negli anni tra il 2009 ed il 2016

Anno	Campeggi e Villaggi turistici		Alloggi in affitto		Agriturismi		Ostelli per la Gioventù		Case per ferie		Rifugi alpini		Altri esercizi ricettivi		Bed & Breakfast		Totale esercizi extra-alberghieri	
	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.	N.	P.L.
2009	-	-	16	173	41	374	-	-	1	24	-	-	-	-	-	-	58	571
2010	0	0	16	173	43	383	0	0	1	24	0	0	0	0	1	6	61	586
2011	1	20	50	457	151	1.139	1	21	1	24	0	0	3	73	53	271	260	2.005
2012	1	20	53	482	123	863	1	21	1	24	0	0	32	412	53	270	264	2.092
2013	1	20	52	479	120	845	1	21	4	97	0	0	30	353	55	275	263	2.090
2014	1	84	49	458	96	876	2	45	7	165	-	-	38	456	62	317	255	2.401
2015	1	84	58	570	94	874	2	45	7	150	-	-	40	485	66	344	268	2.552
2016	1	80	71	667	107	1.040	2	63	8	125	-	-	39	429	77	408	305	2.812

Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [06]

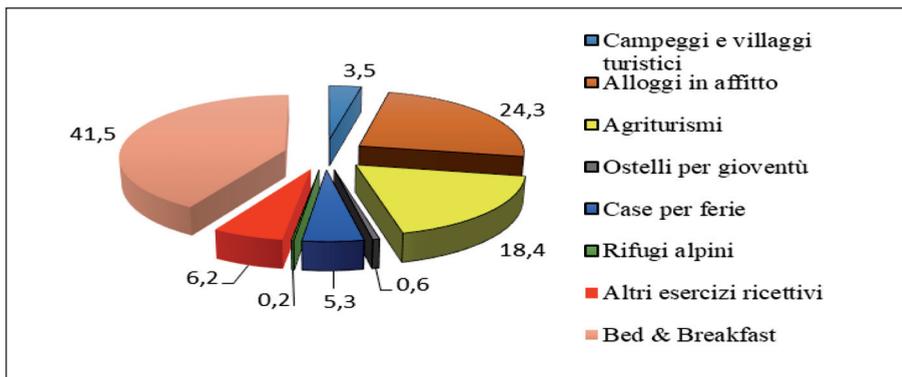
Fig. 3 - Distribuzione delle strutture ricettive extralberghiere per tipologia nella Provincia di Avellino (2016)



Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [06]

loggi in affitto e i *Be&B*, che costituiscono rispettivamente il 23,3% e il 25,2% del totale delle strutture complementari, a conferma della forte incidenza del turismo rurale ed enogastronomico che contraddistingue il comparto in Irpinia (figg. 3 e 4).

Fig. 4 - Distribuzione delle strutture ricettive extralberghiere per tipologia in Campania (2016)



Fonte: Nostra elaborazione dati ISTAT [06]

Sulla base di quanto sin qui osservato, appare evidente la necessità di qualificare l'offerta turistica che, pur costituita da risorse di qualità, non può considerarsi integrata. Si pensi alle produzioni artigianali artistiche¹⁸, che, sebbene rappresentino veri e propri attrattori, rimangono delle realtà chiuse nei propri ambiti territoriali. Nate per soddisfare i bisogni quotidiani del mondo rurale (utensili e oggetti per la casa, per l'abbigliamento o per il lavoro in campagna), e per questo non soggette alle tendenze della moda, esse diventano manufatti eccellenti per un mercato in espansione, ma che di fatto va sviluppato e modernizzato. Le iniziative da attuare sono varie e vanno dalla creazione di rapporti con il sistema dell'ospitalità e della ristorazione – compreso quello agriturismo – di alto livello, attraverso, ad esempio, la realizzazione di esposizioni temporanee o permanenti delle produzioni artistiche o la distribuzione all'interno delle strutture di materiale promozionale (*brochure*, cataloghi ecc.), alla creazione sia di itinerari alla scoperta delle botteghe artigiane irpine da inserire nei pacchetti turistici sia di eventi commerciali nei centri più interessanti (Meini, 2017).

Proprio al fine di incrementare la capacità innovativa e competitiva delle imprese va la proposta della Confartigianato Avellino, nell'ambito del Progetto Pilota Alta Irpinia¹⁹, che intende realizzare una *Rete territoriale degli artigiani di qualità*, per consentire alle aziende di collaborare, mantenendo la propria indipendenza, e di creare un *Marchio d'Area* dedicato al turismo e all'artigianato, il quale potrà divenire uno strumento di ge-

18. Tra le più note si ricordano le ceramiche di Ariano Irpino, le lavorazioni in pietra di Fontanarosa e Gesualdo, le produzioni in ferro battuto e in paglia rispettivamente di Montella e di Mirabella Eclano e i ricami, trini e tessuti di Nusco e Bagnoli Irpino.

19. Nell'ambito del Progetto Nazionale "Aree Interne" sono state selezionate Aree Pilota, nelle quali sostenere un'azione coordinata di sviluppo locale e di rafforzamento di servizi essenziali. La Regione Campania ha selezionato quattro aree obiettivo: Cilento Interno, Vallo di Diano, Terno-Tammara e Alta Irpinia. La DGR 600 del 1/12/2014 individua l'Alta Irpinia come area prototipale nella quale avviare la sperimentazione, ma prevede la possibilità di una seconda fase di selezione di ulteriori aree - progetto secondo criteri coerenti con l'Accordo di Partenariato, le linee guida del Comitato Aree Interne e con la programmazione regionale. La strategia sarà attuata attraverso quattro Investimenti Territoriali Integrati (ITI), uno per ciascuna delle aree selezionate. Nel 2017 i 25 Comuni appartenenti all'Area "Alta Irpinia" hanno sottoscritto un documento che definisce la Strategia per lo sviluppo dell'area (Lucatelli, 2016).

stione sostenibile del territorio e mezzo di promozione strutturata delle tipicità storiche, culturali, agroalimentari e industriali locali. Altrettanto opportuna sarebbe l'attuazione di stretti legami tra i musei e i prodotti locali, nella logica delle sinergie tra le varie componenti dell'attrattività turistica dei luoghi²⁰ (Meloni-Farinella, 2013).

Non meno importanti risultano le iniziative a sostegno del patrimonio storico-architettonico di rilevante valore intrinseco e utile per coniugare tradizione e innovazione, come i centri storici di impronta alto-medievale con strutture chiuse e compatte (ad esempio Ariano Irpino, Bagnoli Irpino, Calabritto) o con tessuto aperto (Montella, Montemarano, Zungoli); i borghi restaurati recentemente ai fini turistici (Castel Vetere sul Calore, la Ripa di Cassano Irpino, Quaglietta in Calabritto) e alcuni utilizzati anche come alberghi diffusi; i siti archeologici di Aequum Tuticum a Ariano Irpino, di Aeclanum, Ponte di Annibale, tra San Mango e Lapio, ponte della Lavandaia in agro di Montella, il parco archeologico di Conza della Campania, unitamente alle numerose strutture fortificate, i palazzi di valenza storica (ad esempio, Castello Lancillotti a Lauro, Castello-Carcere Borbonico a Montefusco, Castello dell'XI secolo a Zungoli) e gli edifici legati al culto religioso (come il Santuario di Materdomini a Caposele, il Santuario di Montevergine a Mercogliano, il Santuario di Santa Filomena a Mugnano del Cardinale, l'Abbazia del Goletto a Sant'Angelo dei Lombardi) [09].

In linea con gli obiettivi della Strategia Nazionale per le Aree Interne²¹ e, in particolare, al fine di evitare la concentrazione dei flussi soltanto sui

20. Infatti, si potrebbe arricchire l'offerta dei *bookshop* museali con oggetti ispirati al patrimonio artistico, sostituendo il *souvenir* con prodotti di qualità, oppure inserendo nei negozi dei musei gli oggetti di alto artigianato, anche se non immediatamente riferibili alle collezioni conservate nei musei stessi.

21. La SNAI, a differenza delle passate esperienze ispirate allo sviluppo locale (patti territoriali, progettazione integrata, *Leader*), sperimenta nuove modalità di governo del territorio, di tipo multilivello (nazionale, regionale, locale) che mettono al centro l'associazionismo tra i Comuni e che prevedono la possibilità di attivare *feedback* sulle politiche nazionali del livello locale. La suddetta strategia, avviata e governata dal Comitato Tecnico Aree Interne d'intesa con le Regioni e in cooperazione con Anci e Upi, utilizza come occasione e leva finanziaria e di metodo la programmazione dei fondi comunitari 2014-

più noti elementi di richiamo turistico, appare utile realizzare un censimento delle iniziative di riqualificazione urbanistica dei centri storici, dei borghi e di altri attrattori isolati, nonché la mappatura degli spazi pubblici e privati inutilizzati [11].

Va, altresì, sottolineato che il territorio si caratterizza per la presenza di risorse naturali (aree protette, vasto patrimonio forestale²² ecc.) suscettibili di ulteriore valorizzazione in termini di opportunità ambientali, produttive e occupazionali. Basti ricordare, in primo luogo, i possibili vantaggi derivanti dal recupero e dalla riqualificazione dei suoli abbandonati o dal miglioramento degli *standard* qualitativi delle produzioni agricole e agroalimentari locali (come il Grano/Foraggio di qualità e la pasta da semola di grano duro “Senatore Cappelli”, nonché la sperimentazione sul latte nobile) [12], senza trascurare che la tutela e la gestione attiva del patrimonio forestale non solo contribuirebbero a ridurre i costi di protezione, a fornire prodotti con mercato (legname ad uso industriale, legna per bioenergia ecc.), a conservare la biodiversità e a mitigare il dissesto idrogeologico, ma anche ad introdurre nelle aree di particolare pregio una fruizione turistico-ricreativa orientata alla sostenibilità, offrendo l’occasione per trascorrere il tempo libero in una dimensione meno conflittuale e con ritmi più lenti rispetto ai grandi centri urbani e per apprezzare i valori che il territorio è in grado di esprimere [13].

3. L'integrazione territoriale come fattore di sviluppo dell'offerta turistica

Trattandosi di risorse diffuse, frammentate, disorganizzate se non addirittura in concorrenza tra loro, il successo delle iniziative e delle politiche di sviluppo turistico in Irpinia è connesso al coinvolgimento delle co-

2020 combinati con le risorse dedicate in legge di stabilità per valorizzare progettualità specifiche nate dalla collaborazione di territori che fungono da “aree cerniera” con altri Comuni della Regione [10].

22. Fino ai 500 m prevalgono i boschi di leccio, tra i 500 e i 1.000 m si concentrano gli alberi di castagno, ampiamente sfruttati per produzioni di legnami e per i loro frutti, oltre i 1.000 e fino ai 1.400 m dominano le faggete.

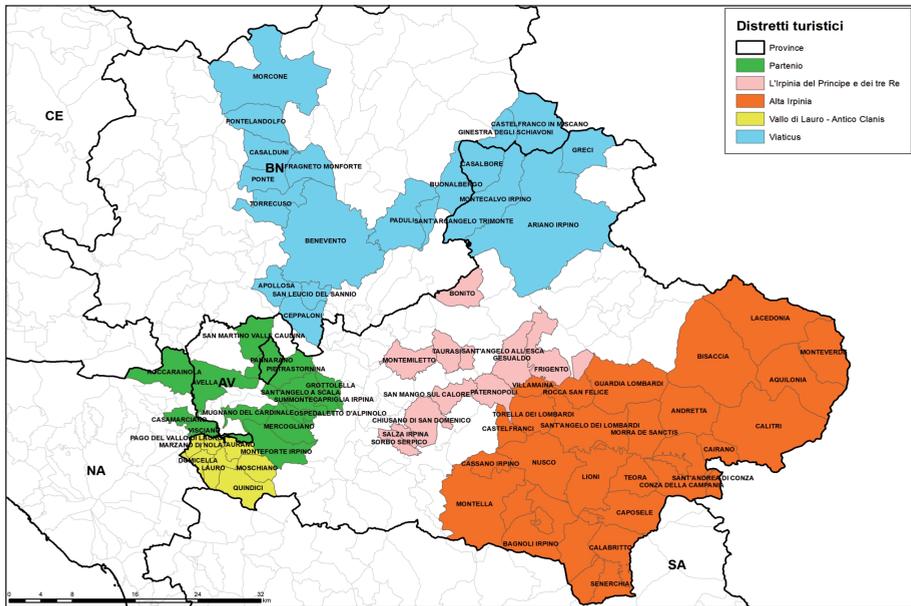
munità e degli *stakeholders* secondo un approccio multisettoriale e integrato. Il primo si riferisce alla necessità di creare le condizioni affinché il processo di crescita sia alimentato dalle diverse attività economiche, evitando la monoattività e i conseguenti rischi derivanti da eventuali crisi settoriali; il secondo presuppone la partecipazione delle parti (Istituzioni pubbliche, artigiani, agricoltori, operatori dei beni culturali, ristoratori ecc.) nella realizzazione di un prodotto turistico, che sia veicolato, venduto e percepito come prodotto unitario (Ciciotti, 2015).

L'orientamento all'aggregazione nasce dalla necessità di soddisfare la *Total Leisure Experience* richiesta dai turisti, che ambiscono alla riscoperta di valori tradizionali ed esperienze legate alla esclusività e alla genuinità del luogo turistico, vissuto più che visitato. Infatti, soltanto sviluppando una dimensione critica dell'offerta è possibile attuare strategie capaci di coagulare e rafforzare le vocazioni, le attrattive, le dotazioni e i servizi turistici insediati e, di conseguenza, di soddisfare le aspettative dei viaggiatori.

Strettamente indispensabili al perseguimento dell'obiettivo di cooperazione tra i primi responsabili e beneficiari dello sviluppo, quali gli Enti locali, gli operatori del comparto e la comunità locale, sono i Distretti Turistici (DT)²³ [14], ossia aggregazioni di territori in grado di esprimere omogenee o complementari potenzialità di attrarre visitatori (Trunfio, 2008). In altri termini, essi costituiscono un modello innovativo di sviluppo endogeno integrato di un'area delimitata, volti a valorizzarne il patrimonio naturale e culturale, attraendo nuovi flussi, rientrando in circuiti già sviluppati o promuovendone di nuovi, mettendo a disposizione delle imprese locali, o di quelle che decidono di insediarsi in loco, servizi efficienti e di qualità. Inizialmente previsti per i territori costieri, dal 2014 i

23. Il Distretto Turistico deriva dagli studi sul Distretto Industriale, inteso come concentrazione su spazi ben delimitati di piccole e medie imprese specializzate, in grado di competere in modo efficiente, realizzando vantaggi equivalenti a quelli offerti dalle economie di scala, grazie alle relazioni che si creano tra i diversi settori e le differenti aziende (Marshall, 1920; Beccattini, 1987; 2000). Dunque le caratteristiche principali dei distretti riguardano: 1) presenza di un'area territoriale circoscritta; 2) molteplici imprese di piccole e medie dimensioni; 3) condivisione di un sistema di valori.

Fig. 5 - I distretti turistici della provincia di Avellino



Fonte: Nostra elaborazione su dati ISTAT [16]

DT possono essere applicati anche alle aree interne²⁴, cosicché nella provincia di Avellino ne sono stati istituiti cinque²⁵, con lo scopo di rafforzare e riqualificare il sistema di offerta turistica e dell'accoglienza, attraverso l'attrazione di investimenti, l'accesso agevolato al credito, la semplificazione e l'accelerazione dei rapporti con le pubbliche amministrazioni²⁶ (Dallari-Mariotti, 2005; Cusimano-Parroco-Purpura, 2014) (fig. 5).

24. I Distretti Turistici sono istituiti con decreto del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (MiBACT) (d.l. 13 maggio 2011, n. 70 modificato con legge 12 luglio 2011, n. 106), su richiesta delle imprese del settore che operano nei territori interessati, previo accordo con la Regione. La Campania detiene il primato per numero, contando 24 distretti su un totale nazionale di 49. La delimitazione territoriale dei DT è decisa dalla Regione d'intesa con il MiBACT e i Comuni interessati, successivamente alla Conferenza di servizi (obbligatoriamente indetta se richiesta da imprese del settore turistico che operano nei medesimi territori) (Tommaso, 2010; Tripodi, 2013).

25. 1) *Partenio*; 2) *L'Irpinia del Principe e dei Tre Re*; 3) *Alta Irpinia*; 4) *Valle di Lauro-Antico Clanis*; 5) *Viaticus*.

26. Alle imprese operanti all'interno dei Distretti Turistici si applicano le disposizioni agevolative in materia amministrativa, finanziaria, per la ricerca e lo sviluppo di cui all'art.

Il primo DT ad essere stato istituito, nel 2016, è quello dell'*Alta Irpinia*, che consta di 25 circoscrizioni comunali²⁷, le quali intendono promuovere la fruizione del patrimonio culturale, integrandolo con le altre risorse territoriali (ad esempio, tradizioni agroalimentari, natura, paesaggio), al fine di intercettare non soltanto i flussi che originano dai grandi bacini di utenza dei territori limitrofi (Campania, Lazio, Puglia), e passare da destinazione ad “alto potenziale” a meta turistica riconosciuta. Per inserire il turismo tra gli *asset* importanti per il rilancio dello sviluppo socioeconomico locale, esso ha programmato i seguenti interventi: supporto all'adozione di servizi/sistemi innovativi per la conoscenza e la fruizione turistica del patrimonio culturale e naturale; qualificazione delle strutture ricettive; incentivazione alla creazione di alberghi diffusi; sostegno alla nascita di nuove imprese (o reti di imprese) gestite da giovani imprenditori; identificazione e messa in sicurezza del tratto alto irpino del cammino religioso “Via Francigena del Sud”²⁸. Naturalmente, per superare le difficoltà che l'area incontra nell'assumere una visione sistemica dello sviluppo turistico, è necessario inserire al centro dei processi di valorizzazione territoriale anche il patrimonio culturale materiale, rimasto in secondo piano rispetto alle immagini turistiche prevalenti (ad esempio ruralità, religione). Pertanto, in coerenza con quanto stabilito dalla Strategia dell'Area Pilota “Alta

1 della Legge 23 dicembre 2005, n. 266. I Distretti, inoltre, costituiscono Zone a Burocrazia Zero, di cui all'articolo 43 della Legge 30 luglio 2010, n.122, e godono di alcuni importanti vantaggi:1) in caso di coincidenza con le zone franche urbane, di cui alla Delibera CIPE dell'8 maggio 2009, le risorse stanziate per le medesime zone franche sono affidate al Sindaco territorialmente competente, ai fini della concessione dei contributi diretti alle nuove iniziative produttive; 2) nella realizzazione ed attuazione dei piani di presidio e di sicurezza del territorio deve essere assicurata assoluta priorità alle iniziative da assumere negli ambiti territoriali ricompresi all'interno dei DT (Del Baldo, 2014).

27. Bagnoli Irpino, Calabritto, Caposele, Cassano Irpino, Castelfranci, Montella, Nusco, Senerchia, Andretta, Aquilonia, Bisaccia, Cairano, Calitri, Conza della Campania, Guardia Lombardi, Lacedonia, Lioni, Monteverde, Morra De Sanctis, Rocca San Felice, Sant'Andrea di Conza, Sant'Angelo dei Lombardi, Teora, Torella dei Lombardi, Villamaina.

28. La Via Francigena del Sud, che si estende da Roma alla punta estrema della Puglia (S. Maria di Leuca), è come una finestra aperta sul Mediterraneo e verso Gerusalemme per i camminatori di tutto il mondo, che da Canterbury in Inghilterra possono raggiungere le coste pugliesi e imbarcarsi per la Terra Santa.

Irpinia”, appare fondamentale sostenere la creazione di una rete dei beni culturali (e naturali) che consenta di definire un modello unitario e programmato di conservazione, tutela e gestione degli attrattori diffusi e di individuare itinerari artistici-archeologici-naturali, capaci di trasmettere una narrazione storica del territorio e di offrire il prodotto turistico Alta Irpinia ben caratterizzato da elementi identitari e chiaramente riconoscibili.

Tratto comune ai DT irpini è l’integrazione, nel senso che le differenti identità vanno tutelate e messe in valore, senza fonderle o appiattirle, secondo nuove modalità organizzative e di fruizione. È il caso, ad esempio, del DT *L’Irpinia del Principe e dei tre re*, comprendente 11 comuni irpini²⁹, per i quali l’obiettivo è quello di proporre pacchetti per un turismo diffuso sul territorio, con particolare attenzione all’enoturismo, ma anche ad altre forme, come quello religioso, culturale, rurale e ambientale. Al fine di sviluppare una buona immagine dell’area sul mercato, sono previste candidature per ottenere certificazioni ambientali, come le Bandiere Arancioni, i Presidi del gusto *Slow Food*, e/o proponendo il paesaggio vitivinicolo e quello storico culturale, quale patrimonio da conservare e mantenere in stile Unesco³⁰.

La crescente ondata di turismo lento, esperenziale e relazionale è un punto di riferimento del DT *Viaticus*, nato su iniziativa di un gruppo di imprenditori, il cui intento è quello di recuperare la competitività dell’area a cavallo tra le province di Avellino (4 comuni) e di Benevento (15 comuni)³¹, connotata dalla presenza di borghi storici (come Greci, Casalbore e Montecalvo Irpino)³² e di ampi spazi rurali, che si prestano bene a un turismo

29. Bonito, Sant’Angelo all’Esca, Paternopoli, Montemiletto, Taurasi, Frigento, San Mango sul Calore, Salza Irpina, Chiusano San Domenico, Sorbo Serpico, Gesualdo.

30. Inoltre, l’attrazione turistica va migliorata attraverso la valorizzazione dei grandi giacimenti culturali, storici ed archeologici, risultato della presenza non solo di antichi popoli, ma anche di casate importanti, come quelle dei Gesualdo, dei Tocco, dei Caracciolo.

31. Apollosa, Ariano Irpino, Benevento, Buonalbergo, Casalbore, Casalduni, Castelfranco in Miscano, Ceppaloni, Fragneto Monforte, Ginestra degli Schiavoni, Greci, Montecalvo Irpino, Morcone, Paduli, Ponte, Pontelandolfo, San Leucio del Sannio, Sant’Arcangelo Trimonte e Torrecuso.

32. Greci è l’unico centro della Campania dove sopravvive una popolazione di lingua e cultura arbëreshë, Casalbore è tagliata dal Regio Tratturo Pescasseroli-Candela, Montecalvo Irpino risale all’epoca di Longobardi.

tipo *green*, ma nota, altresì, per la rete dei percorsi della Via Francigena del Sud. In relazione ai viaggi religiosi e ai pellegrinaggi, nel DT si intende promuovere un turismo lento, che richiede anche strutture ricettive piccole e a basso costo ed elevati *standard* di tutela del paesaggio e dell'ambiente.

Accrescere e diversificare l'offerta turistica, stabilendo una solida alleanza tra gli operatori e attribuendo un ruolo attivo alle amministrazioni nel creare opportunità di investimenti, è una delle finalità del DT *Vallo di Lauro - Antico Clanis* (7 comuni)³³, un'area ricca di beni storici, artistici e culturali (come la Villa Romana a Taurano, il Castello Lancillotti a Lauro e poi chiese, conventi e abbazie diffuse su tutto il territorio), ma anche un habitat perfetto per la ricca varietà di specie animali e vegetali che vi si sono sviluppate. Il territorio è costituito da paesaggi dissimili con monti (Pizzo d'Alvano, Monte Pizzone), depressioni carsiche, pendici, un grande altopiano carsico a 840 m adibito a riserva di pascolo. L'economia si basa soprattutto sull'agricoltura (anche con colture specializzate: castagneti, noccioleti, vigneti e uliveti), caratterizzanti fortemente il paesaggio e le attività boschive, che hanno consentito di avere gran parte dell'area coperta da boschi cedui e di alto fusto. Nell'intento di rafforzare il tessuto produttivo e imprenditoriale del Vallo di Lauro³⁴, i sindaci aderenti al DT si stanno dimostrando estremamente attenti a creare e a cogliere ogni occasione che consenta a giovani e meno giovani di avviare una nuova impresa o di consolidare quelle già operative. Obiettivo comune è di riqualificare

33. Domicella, Lauro, Marzano di Nola, Moschiano, Pago del Vallo di Lauro, Quindici, Taurano.

34. Di recente il DT si è accreditato come *partner* ufficiale di Invitalia (Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, di proprietà del Ministero dell'Economia) per la promozione dell'incentivo "Resto al Sud", che sostiene la nascita di nuove attività imprenditoriali avviate da giovani nelle Regioni del Sud Italia (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia). Si tratta di un'iniziativa promossa dal Ministero per la Coesione territoriale e il Mezzogiorno e gestito da Invitalia per finanziare interventi di ristrutturazione o manutenzione straordinaria di beni immobili (massimo 30% del programma di spesa), impianti, attrezzature, macchinari nuovi, programmi informatici e servizi TLC ed altre spese utili all'avvio dell'attività. Il DT *Vallo di Lauro Antico Clanis*, dunque, offre servizi di consulenza e assistenza nella predisposizione del progetto imprenditoriale.

e rilanciare l'offerta turistica del Vallo di Lauro a livello internazionale, nonché di accrescere lo sviluppo, migliorare l'efficienza nell'organizzazione e nella produzione dei servizi, assicurare garanzia e certezze giuridiche alle imprese.

Il modello distrettuale, dunque, si basa su un approccio globale votato alla valorizzazione sostenibile del territorio e capace di realizzare proficue sinergie tra sviluppo imprenditoriale e tutela dell'ambiente, recupero urbanistico, rivitalizzazione delle tradizioni locali. In particolare, a questi principi si ispira il DT del *Partenio*, che raccoglie enti, comunità e territori diversi (11 comuni irpini, 3 della provincia di Napoli, 1 del Sannio beneventano)³⁵ dal cui confronto potranno essere messe a sistema le risorse locali, a partire dal principale attrattore religioso costituito dall'Abbazia di Montevergine, che rientra nel Parco del Partenio, per continuare con le eccellenze ambientali, storiche e gastronomiche. Con la partecipazione dei principali Atenei campani, il DT opera per la realizzazione di infrastrutture e di strutture turistico-alberghiere, l'aggiornamento professionale del personale e l'utilizzo di nuove tecnologie, allo scopo di rivitalizzare l'area nell'ottica di un'animazione territoriale che incrementi la conoscenza e l'interesse sia degli abitanti sia dei visitatori verso le ricchezze locali e contribuisca a una stabile internazionalizzazione del distretto anche tramite la creazione di un marchio di qualità.

Considerato che l'Irpinia non è un territorio a forte vocazione turistica, il successo dei DT non è scontato, ma va fondato su percorsi solidi ed endogeni, capaci di integrare la fruizione di risorse differenti, associando ad esse prodotti distintivi, di combinare elementi come la disponibilità delle infrastrutture e dei servizi, l'accessibilità ai luoghi, la regolazione delle imprese e della concorrenza, e di creare potenziali complementarità tra sistemi di offerta appartenenti a distretti differenti.

35. Avella, Capriglia Irpina, Casamarciiano, Grottolella, Mercogliano, Monteforte Irpino, Mugnano del Cardinale, Ospedaletto d'Alpinolo, Pannarano, Pietrastornina, Roccarainola, San Martino Valle Caudina, Sant'Angelo a Scala, Summonte, Visciano.

4. Considerazioni conclusive

I DT in Irpinia possono aprire nuovi scenari di crescita per affrontare con efficacia problemi come la stagionalità, la frammentazione delle iniziative promozionali, la carenza dell'informazione turistica e l'assenza di una politica di *branding* unitaria. Saper cogliere tali opportunità significa concentrare l'attenzione su alcuni temi strategici, che vanno dal riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche alla creazione di nuovi prodotti, rimodulando quelli esistenti e inserendo proposte innovative, per presentare un'offerta complessiva di qualità che sia coerente e calibrata rispetto alle risorse endogene [15]. I percorsi di cooperazione tra operatori pubblici e privati risultano cruciali per rendere attrattivo il territorio irpino e, al fine di assicurare la reale partecipazione di tutti i portatori di interesse e la diffusione di una cultura turistica collettiva, tra le attività dei DT si ritiene utile la realizzazione di Club di Prodotto (CdP), ossia aggregazioni di imprese che offrono prodotti e servizi turistici rivolti a specifici segmenti motivazionali della domanda, garantendone l'omogeneità e la qualità attraverso la condivisione di una Carta dei Servizi o un Disciplinare di Prodotto, a cui può essere associata la creazione di un marchio (Citarella-Sorrentini, 2010). I vantaggi non si limitano alla formazione di reti di imprese per realizzare forme di promo-commercializzazione integrata e/o per migliorare la visibilità e la percezione della destinazione, ma soprattutto si sostanziano nell'adesione a un sistema di regole precise, al fine di attuare un meccanismo di protezione all'ingresso, che assicuri alti *standard* di beni e servizi distintivi. Allo stato attuale i prodotti turistici vanno concepiti, progettati, costruiti e venduti, in modo nuovo, per rispondere all'evoluzione del mercato e dell'intero sistema di relazioni tra domanda e offerta turistica: il consumatore manifesta con forza l'esigenza di forme più personalizzate nell'uso del tempo libero, mentre, per quanto riguarda l'offerta, si assiste ad un'elevata intercambiabilità e sostituibilità delle destinazioni e dei prodotti.

I CdP nell'area irpina possono rispondere alla forte ricerca di specificità che emerge dai cambiamenti dei modelli e della pratica di consumo,

puntando, ad esempio, sulla realizzazione di percorsi costruiti prevalentemente intorno all'*arte e alla cultura*, lungo i quali proporre attività, prodotti ed eventi centrati su specifici temi, come l'artigianato, l'architettura, l'archeologia, la religione. Tra i principali benefici vanno evidenziati la conservazione e la tutela attiva del patrimonio dei Comuni che aderiscono alle iniziative e la possibilità di frenare lo spopolamento rurale. Ancora ad esempio, un altro filone motivazionale di CdP potrebbe essere offerto dalle *produzioni enogastronomiche e agroalimentari*, attraverso l'individuazione di pacchetti turistici da parte sia degli operatori impegnati nell'ospitalità rurale e turistica sia di quelli attivi nel campo della produzione di specialità agroalimentari ed enogastronomiche, per offrire al turista un 'viaggio nel gusto' che gli faccia cogliere, assieme al prodotto, anche la valenza identitaria del territorio di produzione, partendo dai casi di eccellenza. In linea con la crescita globale della sensibilità verso l'ecoturismo, vanno valorizzate le *risorse ambientali e naturali*, rispetto alle quali possono essere create attrazioni volte a soddisfare i viaggiatori alla ricerca di esperienze autentiche, di natura intatta, di benessere psicofisico (turismo rurale, sportivo, termale). Pertanto, andranno sostenute le zone a forte valenza ambientale, come quelle comprese nelle aree protette e nei parchi, mediante mirati interventi di promozione e mettendo a punto proposte di visita arricchite da attività e approfondimenti, come laboratori didattico-ambientali, ecomusei ecc.

In sintesi, l'insieme delle forme di turismo di nicchia, dotate di una forte sostenibilità, possono perfettamente integrarsi sia tra di loro sia con altre tipologie non ancora sufficientemente valorizzate o mature, perché è evidente che quanto su esposto non esaurisce la varietà delle offerte intorno alle quali possono essere costruiti i CdP. L'obiettivo generale deve essere di facilitare la coesione sociale e la condivisione di valori comuni, grazie a un'efficace *partnership* tra i diversi attori che, per fronteggiare la sfida di un mercato in continua evoluzione, intendono ampliare, specializzare e migliorare la propria attività, mantenendo un proprio profilo chiaramente identificabile.

Parole chiave: aree interne, turismo, sviluppo locale.

Résumé

A la suite des tremblements de terre (1962 - 1980), l'Irpinia a subi de profondes transformations, qui ont effacé les mémoires historiques et les lieux naturels et altéré l'identité des endroits, tout en les dépossédant de leurs caractéristiques de manière à ne plus être reconnaissables par la collectivité elle-même. Néanmoins, face aux changements de l'environnement et du paysage, il ne manque pas d'exemples de récupération bien réussie;

L'Irpinia garde aussi dans son ensemble un paysage rural partiellement préservé des processus de croissance économique.

En effet il ya maintes ressources d'intérêt naturaliste, oenogastronomique, artisanal, folklorique, ainsi qu'une culture d'entreprise enracinée et une spécialisation manufacturière bien consolidée, qui offrent un remarquable potentiel de développement économique, surtout en ce qui concerne les activités touristiques à présent peu exploitées et valorisées.

Le développement de ces ressources dans un but touristique doit être poursuivi par des actions de renforcement et d'intégration des différentes typologies de tourisme qui, tout en qualifiant l'offre, puissent satisfaire des touristes toujours plus exigeants et qui sont à la recherche d'expériences insolites.

La finalité de la recherche est l'analyse des impacts touristiques et de ses différents créneaux, qui contribuent à freiner les phénomènes d'un progressif dépeuplement et de vieillissement de la population, tout en déclenchant des processus vertueux de développement local.

Mots-clé: territoires internes, tourisme, développement local.

Resumen

Tras los terremotos que ocurrieron en Irpinia en 1962 y 1980, en la región se han producido transformaciones importantes: la desaparición de lugares naturales y con ello de sus memorias históricas ha despojado el territorio de su identidad hasta el punto de ser difícilmente reconocible por sus propias

comunidades. Sin embargo, frente a dichas transformaciones, no faltan ejemplos de recuperaciones bien logradas.

Irpinia mantiene su paisaje rural esencialmente inmutado y poco alterado por los procesos recientes de crecimiento económico. De hecho Irpinia ofrece amplios recursos de interés natural, gastronómico, artesanal, folklórico así como una cultura empresarial arraigada a la especialidad manufacturera local, que ofrecen amplio potencial de desarrollo económico, sobretodo en el sector turístico que actualmente no es valorizado de forma adecuada.

El fomento con fines turísticos de dichos recursos debería realizarse mediante actividades que fortalezcan e integren distintas formas de turismo, con la finalidad de caracterizar la oferta para satisfacer las exigencias cada vez mas variadas de los turistas.

Este estudio se propone la finalidad de valorar cómo el turismo y sus ramas puedan contrarrestar los fenomenos de despoblación y de envejecimiento poblacional y desencadenar procesos virtuosos de desarrollo local.

Palabras clave: areas internas, turismo, desarrollo local.

Bibliografia

- ARZENI A., ESPOSTI R., SOTTE F. (a cura di), *Politiche di sviluppo rurale tra programmazione e valutazione*, Milano, FrancoAngeli, 2003.
- BASILE G., DIANA P., VITALE M.P. (a cura di), *La definizione identitaria di un territorio rurale. Benessere e antichi mestieri nell'Alta Irpinia*, Milano, FrancoAngeli, 2016.
- BECCATTINI G. (a cura di), *Mercato e forza locali: il distretto industriale*, Bologna, il Mulino, 1987.
- BECCATTINI G., *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di un'idea*, Torino, Bollati Boringhieri, 2000.
- BECCHI COLLIDÀ A., CICIOTTI E., MELA A. (a cura di), *Aree interne, tutela del territorio e valorizzazione delle risorse*, Milano, FrancoAngeli, 1989.
- BENCARDINO F., MAROTTA G. (a cura di), *Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione. Prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania*, Milano, FrancoAngeli, 2004.
- BILLI S., "Gli ingredienti del turismo enogastronomico", *La Rivista del Turismo*, 7(2005), 2, pp. 26-29.
- BIONDI G., *Mezzogiorno produttivo: il modello solofrano*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 1984.
- BIONDI G., "La recente evoluzione territoriale dell'industria in Campania", SEGRE A. (a cura di), *Regioni in transizione. Aspetti e problemi della nuova geografia urbana e industriale*, Milano, FrancoAngeli, 1985, pp. 217-248.
- BRAMWELL B., LANE B., "Sustainable Tourism: an Evolving Global Approach", *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1993), 5, pp. 1-5.
- CAMERA DI COMMERCIO AVELLINO (a cura di), *Rapporto Avellino 2014. L'economia locale dal punto vista della Camera di commercio*, Avellino, CCIAA, 2015.
- CARLUCCI C., LOCATELLI S., "Aree interne: un potenziale per la crescita economica del Paese", *Agriregionieuropa*, 9(2013), 34, pp. 17-19.
- CASTIELLO N., "L'industria in Irpinia dal 1960 al 1990", *Economia Irpina*, 31(1993), pp. 1-26.

- CATTURI G., DI PIETRA R. (a cura di), *Il turismo rurale come fattore di sviluppo socio-economico*, Padova, Cedam, 2004.
- CAVAZZANI A., GAUDIO G., SAVINI S. (a cura di), *Politiche, governance e innovazioni per le aree rurali*, Napoli, Inea-Esi, 2006.
- CAWLEY M., "Rural tourism", THRIFT N.J., KITCHIN R. (a cura di), *The International Encyclopedia of Human Geography*, London, Sage, 2009, pp. 313-317.
- CIAPPEI C. (a cura di), *La valorizzazione economica delle tipicità locali tra localismo e globalizzazione*, Firenze, Firenze University Press, 2006.
- CICIOTTI E., "Quali politiche per le aree interne. Alcune considerazioni generali", MELONI B. (a cura di), *Aree interne e progetti d'area*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2015, pp. 107-140.
- CITARELLA F., SORRENTINI F., *Il club di prodotto come sistema integrato di qualità*, Napoli, Loffredo Editore, 2010.
- CRESTA A., GRECO I. (a cura di), *Luoghi e forme del turismo rurale, Evidenze empiriche in Irpinia*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- CUSIMANO G., PARROCO A.M., PURPURA A. (a cura di), *I distretti turistici: strumenti di sviluppo dei territori. L'esperienza della regione Sicilia*, Milano, FrancoAngeli, 2014.
- DALLARI F., MARIOTTI A., "L'Italia tra distretti industriali e sistemi turistici locali", *Ambiente, Società, Territorio. Geografia nelle scuole*, 50(2005), 4-5, pp. 26-32.
- DEL BALDO M., "Contratto di rete e turismo: la collaborazione aziendale come «driver» della competitività del settore e del territorio", *Rivista di Scienze del Turismo*, 5(2014), 1, pp. 71-116.
- DE MATTEIS G., GOVERNA F., *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, Milano, FrancoAngeli, 2005.
- FONDI M., FRANCIOSA L., PEDRESCHI C., RUOCCO D. (a cura di), *La casa rurale nella Campania*, Firenze, LEO s. OLSCHKI, 1964.
- FORMICA C., "La morfologia geoeconomica delle zone interne", *Quaderni della Cassa per il Mezzogiorno*, 3(1981), pp. 41-60.

- GIUNTARELLI P., *Parchi, politiche ambientali e globalizzazione*, Milano, FrancoAngeli, 2008.
- GOVERNA F., *Tra geografia e politiche. Ripensare lo sviluppo locale*, Roma, Donzelli, 2014.
- LANDINI P., SALVATORE F. (a cura di), *I sistemi locali delle regioni italiane (1970-1985)*, Roma, Società Geografica Italiana, 1989.
- LEMMI E., *Turismo e management dei territori. I Geoitinerari, fra valori e progettazione turistica*, Bologna, Pàtron, 2015.
- LUCATELLI S., “Strategia Nazionale per le Aree Interne: un punto a due anni dal lancio della Strategia”, *Agriregionieuropa*, 12(2016), 45, pp. 4-9.
- MADDALONI D., DIANA, P., “Tra stagnazione, crisi e sviluppo locale. L’area irpina secondo i testimoni privilegiati”, BASILE G., DIANA P., VITALE M.P. (a cura di), *La definizione identitaria di un territorio rurale. Benessere e antichi mestieri nell’Alta Irpinia*, Milano, FrancoAngeli, 2016, pp. 29-54.
- MAGNAGHI A., *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Torino, Bollari Boringhieri, 2010.
- MANTINO F., LUCATELLI S., “Le aree interne in Italia: un laboratorio per lo sviluppo locale”, *Agriregionieuropa*, 12(2016), 45, pp.1-3.
- MARCHETTI M., PANUNZI S., PAZZAGLI R. (a cura di), *Aree interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2017.
- MARSHALL A., *Principles of Economics*, Londra, Macmillian, 1920.
- MAZZOLENI D. - SEPE M. (a cura di), *Rischio sismico, paesaggio, architettura: l’Irpinia, contributi per un progetto*, Napoli, Università degli Studi di Napoli Federico II - CRDC-AMRA, 2005.
- MEINI M. (a cura di), *Turismo al plurale. Una lettura integrata del territorio per un’offerta turistica sostenibile*, Milano, FrancoAngeli, 2012.
- MEINI M., “Le potenzialità turistiche delle aree interne. Nuova attrattività e ritrovate sfide”, MARCHETTI M., PANUNZI S., PAZZAGLI R. (a cura di), *Aree interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2017, pp. 95-101.

- MELONI B., FARINELLA D. (a cura di), *Sviluppo rurale alla prova. Dal territorio alle politiche*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2013.
- MELONI B. (a cura di), *Aree interne e progetti d'area*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2015.
- MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI (a cura di), *Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022*, Roma, 2017.
- POLLICE F., RINALDI C., “La valenza attrattiva del paesaggio rurale: riflessioni teoriche e applicative”, DE IULIO R. (a cura di), *Agricoltura, Paesaggio e Sviluppo Locale. Nuove frontiere per il turismo delle aree interne del Mezzogiorno*, Benevento, Kat, 2008, pp.185-198.
- SAXENA G., ILBERY B., “Integrated Rural Tourism. A Border Case Study”, *Annals of Tourism Research*, 35(2007), Issue 1, pp. 233-254.
- SHARPELY R., ROBERTS L., “Rural Tourism-10 Years On”, *International Journal of Tourism Research*, 6(2004), pp. 119-124.
- SORRENTINI F., “Le eccellenze enogastronomiche della Campania le opportunità di Expo 2015”, *Annali del turismo*, 3(2014), pp. 161-179.
- SORRENTINI F., “La valorizzazione del turismo enogastronomico nelle aree protette della Campania”, *Geotema*, 49(2015), pp. 195-199.
- SORRENTINI F., “Le strategie regionali per lo sviluppo del turismo in Campania”, ROMAGNOLI L. (a cura di), *Studi in onore di Emanuele Paratore*, vol. 1, Roma, EDIGEO, 2016, pp. 319-337.
- TOMMASO S. (a cura di), *Distretti e reti di imprese. Evoluzione organizzativa, finanza innovativa, valutazione mediante rating*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- TRIPODI E. M., “Incentivi alle Reti di impresa nel settore del turismo”, *Disciplina del Commercio e dei servizi*, 12(2013), 2, pp. 17-30.
- TRUNFIO M., *Governance e sistemi turistici locali*, Torino, Giappichelli, 2008.
- UNICREDIT, TOURING CLUB ITALIANO (a cura di), *Rapporto sul turismo 2017*, Milano, Centro Studi TCI, 2017.
- VERDEROSA A. (a cura di), *Il recupero dell'architettura e del paesaggio in Irpinia*, Roma, De Angelis Editore, 2005.
- ZILLI I. (a cura di), *Il turismo tra teoria e prassi*, Napoli, NIS, 2007.

Sitografia

- [01] www.comuni-italiani.it (Accesso del 1 Febbraio 2018).
- [02] www.planum.net/download/giuseppe_mazzeo-pdf (Accesso del 15 Marzo 2018).
- [03] http://www.agricoltura.regione.campania.it/PSR_2014_2020/GAL/SSL_ATS_AISL.pdf (Accesso del 30 Marzo 2018).
- [04] <http://www.av.camcom.gov.it/files/Statistica/commento%20II%20trimestre%202016.pdf> (Accesso 16 Marzo 2018).
- [05] www.av.camcom.gov.it/index.phtml?Id_VMenu=1033 (Accesso del 1 Febbraio 2018).
- [06] dati.istat.it/ (Accesso 15 Gennaio 2018).
- [07] http://d46404.u57.ttserver.it/wp-content/uploads/2014/04/Rapporto-di-Indagine_MESOGHEA_Prospettive-evolutive-del-settore-produttivo-enogastronomico.pdf (Accesso del 5 Aprile 2018).
- [08] www.iborghisrl.it/new/wp-content/uploads/2013/02/Irpinia_Programma_di_azioni_ALL_Documento_per_Irpinia_27_12_2012.pdf (Accesso del 20 Febbraio 2018).
- [09] http://www.cittalia.it/images/file/dossier_7_picc-comuni.pdf?phpMyAdmin=95af31fc7e586d80e7d664a36f07b8b6&phpMyAdmin=3dc56f06dc02f3f7ac2bf9bdd4ec9b2f (Accesso del 31 Marzo 2018).
- [10] regione.campania.it/assets/documents/ell2015-giugno-2014-report-aree-interne-missione-dps.pdf (Accesso del 15 Marzo 2018).[11] http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/STRATEGIE_DI_AREA/Preliminare_di_strategia/preliminare_alta_irpinia_-_comitato.pdf (Accesso del 20 Febbraio 2018).
- [12] http://www.agricoltura.regione.campania.it/PSR_2014_2020/GAL/SSL_ATS_AISL.pdf (Accesso del 12 Marzo 2018).
- [13] www.agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/45/le-foreste-delle-aree-interne-potenzialita-di-sviluppo-delleconomia-locale-e (Accesso 16 Marzo 2018).

- [14] http://www.aci.it/fileadmin/documenti/studi_e_ricerche/monografie_ricerche/Rapporto_turismo_2001_sintesi.pdf (Accesso del 31 Marzo 2018).
- [15] <http://www.incampania.com/uploads/2017/09/AVELLINO-E-PROVINCIA.pdf> (Accesso del 30 marzo 2018).
- [16] <http://www.provincia.avellino.it:8080/AlboOnline/allegato/in-line/274015> (Accesso del 10 Marzo 2019).