

Studi e Ricerche socio-territoriali

ISSN: 2037-6340

* AMBIENTE * ECONOMIA * GEOGRAFIA * POLITICA

14-2024 Fasc. unico



Associazione Culturale



Studi e Ricerche socio-territoriali

Publicazione Semestrale

Registrazione presso il Tribunale di Napoli n. 16 del 26 Febbraio 2010

Editore

Associazione Culturale “Sviluppo e Benessere Onlus”

Via Posillipo, 69/28 - 80123 Napoli

Direttore Responsabile e Scientifico

Nicolino Castiello

Co-Direttori

Guido Lucarno, Dionisia Russo Krauss

Comitato Scientifico

Fabio Amato (Università di Napoli L'Orientale), Simone Betti (Università di Macerata), María Asunción Blanco-Romero (Universitat Autònoma de Barcelona), Salvatore Cannizzaro (Università di Catania), Claudio Cerreti (Università di Roma Tre), Egidio Dansero (Università di Torino), Elena Dell'Agnese (Università di Milano Bicocca), Maria Marize Duarte (Universidade do Estado do Pará - Belém), Alessandra Ghisalberti (Università di Bergamo), Marina Fuschi (Università di Chieti-Pescara), Anna Guarducci (Università di Siena), Ugo Leone (Università di Napoli Federico II), Jean-Pierre Lozato-Giotart (Università Sorbonne Nouvelle (Paris III)), Guido Lucarno (Università Cattolica di Milano), Flavio Massimo Lucchesi (Università di Milano), Elio Manzi (Università di Palermo), Ernesto Mazzetti (Università di Napoli Federico II), Leonardo Mercatanti (Università di Palermo), Claudio Milano (Universitat de Barcelona), Paolo Molinari (Università Cattolica di Milano), Andrea Riggio (Università di Cassino), Dionisia Russo Krauss (Università di Napoli Federico II), Michael Samers (University of Kentucky), Mauro Sciarelli (Università di Napoli Federico II), Paolo Sellari (Università di Roma La Sapienza), Luisa Spagnoli (ISEM-CNR), Domenico Trischitta (Università di Messina).

Comitato di Redazione:

Nadia Matarazzo, Federica Monteleone, Luca Salvati, Francesca Sorrentini.

Associazione Culturale “Sviluppo e Benessere onlus”

Studi e Ricerche socio-territoriali

14(2024), Fascicolo Unico

Ai fini della valutazione ANVUR, *Studi e Ricerche socio-territoriali* rientra tra le Riviste Scientifiche Italiane dell'area 11 (Geografia), Fascia B (classificazione provvisoria perché nata dopo il 2008).

Napoli, 12 Marzo 2025

Né il Direttore Responsabile né il Direttore Scientifico né gli Autori sono responsabili dell'uso che dovesse essere fatto delle informazioni contenute nel seguente fascicolo.

Gli scritti proposti in pubblicazione in Studi e Ricerche socio-territoriali, prima di essere accettati e inclusi nella sezione articoli, sono soggetti ad una duplice revisione scientifica, la prima da parte della redazione, per stabilirne la congruità col profilo editoriale, e la seconda da due revisori esterni a doppio cieco; i pareri espressi da questi ultimi sono vincolanti per la pubblicazione.

L'autore o gli autori, con l'atto della presentazione della ricerca da sottoporre al vaglio della redazione e dei referee per la pubblicazione in questa rivista, si assumono la responsabilità di quanto riportato nel testo, ne attestano l'originalità ed espressamente sollevano la Direzione da ogni responsabilità penale e civile nonché da quella relativa alla legge n. 633 del 22 Aprile 1941 scaturiente da plagio o da altri reati da essi commessi in materia di diritto d'autore. Allo stesso tempo, gli stessi autori liberano la Direzione dal compito di effettuare qualsivoglia indagine preventiva tesa ad accertare la paternità dello scritto.

Direzione: direzione@studiericerche.org

Redazione: redazione@studiericerche.org
redazionerivistastudi@gmail.com

ISSN cartaceo 2037-6340 ISSN on-line 2239-8236

Impaginazione: Melluso Anna
Via Comunale Vecchia, 79G - 80126 Napoli.

Viaggiare “vicino”: prodotti tipici, tradizioni enogastronomiche, comunità locali e pratiche turistiche sostenibili

DIONISIA RUSSO KRAUSS

Se dal 2020, nel contesto della crisi dovuta alla pandemia, nei mesi in cui più forti sono state le condizioni di incertezza dello scenario economico nazionale e internazionale, tanti sono stati coloro che hanno sperimentato la possibilità di stabilire un contatto autentico con luoghi più prossimi a quelli di residenza¹, apprezzandone in prima persona le peculiarità, numerosi continuano ad essere i visitatori che cercano di coniugare il piacere della scoperta di risorse territoriali meno note con la conoscenza più profonda di realtà vicine. Il consolidarsi di questa tendenza è andato traducendosi in dinamiche fruttive nuove, capaci di valorizzare i territori indipendentemente dalla stagionalità e favorire l'affermarsi della vacanza in chiave esperienziale².

1. La pandemia, oltre ad aver cambiato molti dei comportamenti abituali delle persone, ha riportato in primo piano il turismo cosiddetto “di prossimità”; concetto, questo, non univocamente definito – generalmente l'accento è posto sulla vicinanza geografica della meta prescelta e sulla durata del soggiorno (da un *weekend* a poche ore di permanenza nella destinazione), ma in altri casi si evidenzia anche l'utilizzo di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale – e fino a una dozzina di anni fa ancora poco studiato (Mangano, 2020).

2. “Esperienzialità” è, insieme ad “autenticità”, termine chiave delle teorie sul comportamento di consumo contemporaneo; il viaggio, infatti, è visto sempre più come l'occasione per imparare qualcosa, per arricchire il proprio bagaglio personale, ma anche per immergersi nella cultura dei luoghi vivendoli come residenti, seppur temporanei, e la componente esperienziale, ragione stessa del viaggio, ne costituisce anche il principale effetto positivo (Antonioli Corigliano, Bricchi, 2022). Parliamo, dunque, di un turismo che è possibile definire, a ragione, culturale, in cui si ha l'opportunità di conoscere, ma anche di stabilire un contatto profondo con il territorio e con chi vi abita; e si viene a configurare

Negli anni recenti, inoltre, nuova centralità ha assunto il patrimonio enogastronomico, diventando – da elemento accessorio che era, trasversale a più tipologie di turismo – la motivazione principale dello spostamento per alcune fasce di utenti (Garibaldi, 2023) e rivelandosi sempre più quale componente in grado di influenzare i comportamenti dei visitatori e accrescere il loro interesse verso destinazioni differenti, anche meno note. Quel *mix* unico di prodotti, elementi e valori (della natura ma anche della cultura, della storia, delle tradizioni) che in tale patrimonio è racchiuso è divenuto infatti un motivo di attrattiva per un numero sempre maggiore di persone per le quali il viaggio non è solamente l’occasione per provare le diverse varietà locali, ma rappresenta un momento di arricchimento del proprio bagaglio culturale³, oltre che un modo per ritrovare il proprio benessere fisico ed emotivo. L’importanza del comparto enogastronomico quale segmento ben definito di turismo è andata, perciò, progressivamente crescendo e prodotti tipici e tradizioni locali sono oggi elementi centrali di un’offerta che, in risposta alle nuove tendenze che sono andate riorientando le scelte dei turisti⁴, cerca di coniugare il piacere della scoperta con la conoscenza del territorio e la ricerca di esperienze autentiche.

L’enfasi crescente sulla componente intangibile del patrimonio culturale ha poi reso l’enogastronomia una leva di sviluppo territoriale (Richards, 2021). I prodotti tipici sono diventati l’emblema di una rinnovata relazione economica, culturale e identitaria tra territorio e consumo (Rabbiosi, 2016) e, grazie a ciò, le aree rurali marginali hanno acquisito la possibilità di riconsiderare la loro posizione in termini positivi. D’altra parte,

una vera e propria esperienza che permette a chi viaggia di entrare in comunione con la realtà del luogo e di instaurare un legame con le sue tradizioni, partecipando agli usi e alle abitudini della zona visitata e condividendone la cultura.

3. Le produzioni tipiche – veicolando identità, autenticità, sostenibilità – sono spesso considerate come uno degli strumenti più semplici ed immediati per conoscere una destinazione e le sue usanze; raccontano le vite, le storie delle comunità locali, sono espressione dei luoghi da cui traggono origine.

4. Oltre al crescente desiderio di esperienze autentiche e all’esigenza di un maggiore legame con la cultura del luogo visitato, tanto da poterne quasi esser considerati residenti (sia pur temporanei), vanno ricordati anche il più forte interesse per vacanze originali e “su misura” e la sempre più diffusa consapevolezza ambientale.

gli stessi caratteri prima visti come svantaggi possono ormai essere valutati come un’opportunità: l’isolamento e la lontananza sono elementi distintivi, sinonimo di pace e tranquillità; la ruralità è intesa quale modo per entrare in contatto con la natura; la vita e le tradizioni locali sono alla base di un’esperienza culturale (Salvatore ed Altri, 2018).

Prodotti tipici e tradizioni enogastronomiche hanno confermato, così, di avere delle potenzialità che, adeguatamente espresse, possono non solo consolidare l’attrattività di destinazioni già conosciute, ma accrescere altresì quella di aree “minori”, generando valore economico e sociale, anche in termini di aggregazione identitaria delle comunità locali. Il processo di sedimentazione delle conoscenze su risorse territoriali caratterizzanti, infatti, contribuisce ad arricchire il patrimonio culturale quale espressione di una data civiltà, testimonianza della storia di una comunità, rafforzando il senso di appartenenza e la coesione sociale⁵.

Partendo da queste considerazioni, il fascicolo 2024 di *Studi e Ricerche Socio Territoriali* ha voluto promuovere una riflessione sulle opportunità di sviluppo legate alla valorizzazione del patrimonio culturale di territori a noi “vicini” attraverso contributi – che fossero tanto di natura teorica quanto applicativi – sul tema, con particolare riguardo sia nei confronti di quelle che rappresentano nuove esperienze turistiche per lo sviluppo di contesti marginali, sia rispetto alla (ri)scoperta delle risorse locali (prodotti tipici in particolare) e alle pratiche turistiche sostenibili emergenti nelle tendenze attuali.

Nell’individuazione di risorse e potenzialità endogene, nel contributo alla valorizzazione del patrimonio esistente e nella strutturazione volta alla sua trasformazione in risorsa di interesse turistico, come pure nell’incoraggiamento della partecipazione della popolazione alla gestione del territorio, il turismo di prossimità sembra giocare un ruolo fondamentale. Il

5. Il territorio – come osserva Magnaghi – è “frutto di processi coevolutivi di lunga durata fra civiltà antropiche e ambiente, è un immane deposito stratificato di sedimenti materiali e cognitivi, (...) ‘oggettivato’ in paesaggi, culture e saperi, che si configurano come patrimonio collettivo” (2012, p. 16).

suo grande merito pare essere, infatti, quello di portare alla ribalta alcuni valori che, altrimenti, verrebbero tralasciati; valori che, così (ri)scoperti, possono finire col rafforzare l'identità territoriale⁶ (Díaz Soria, Llundés Coit, 2013). Da parte sua, la valorizzazione turistica del territorio, e in particolare quella di un territorio rurale, può di certo avere un ruolo nel preservare e sostenere quelle produzioni che – in quanto frutto di un processo di accumulazione di conoscenze condivise fondato su risorse territoriali specifiche, strettamente legate ad un determinato ambiente – possono essere riconosciute come tipiche, così come l'affermazione di queste produzioni al di là del più circoscritto ambito regionale può contribuire ad accrescere e a diversificare l'attrattività turistica di un'area, anche definibile come marginale, con conseguenze certamente positive sul sistema locale (Pollice, 2012). Le opportunità offerte dal turismo si rivelano, così, capaci di far compiere ad un determinato contesto quel salto di qualità necessario perché si possa portare avanti una vera azione di *marketing* territoriale⁷.

Se la tipicità viene a rappresentare un'opportunità, per attori e comunità locali, di ritrovare il legame di un prodotto con un certo contesto territoriale, mostrando quei caratteri di irripetibilità che conseguono dal suo essere – sia dal punto di vista della produzione che da quello della narrazione verso l'esterno – “situato”, geograficamente collocato (Bowen, 2010), particolarmente positivo è l'impatto che la tipicità può avere nel recupero di aree rurali interessate da marginalizzazione, declino demogra-

6. Se, come già da tempo è riconosciuto, il turismo di prossimità può svolgere un ruolo molto rilevante e se lo sviluppo endogeno si presenta come un'alternativa valida nella misura in cui incarna l'aspirazione delle comunità locali a un modello di sviluppo che non implichi la loro negazione, nel processo di identificazione dei propri valori non si tratta semplicemente di decidere quali aspetti proteggere, quanto piuttosto di individuare quali elementi siano sufficientemente specifici, autentici e particolari per poter resistere meglio alle “aggressioni” esterne (Hó, 1988; Díaz Soria, Llundés Coit, 2013).

7. A tal proposito, Salvatore, Chiodo e Fantini (2018) – nel ribadire che ogni prodotto turistico è un prodotto territoriale e che perciò la rete di relazioni tra tutti gli attori economici, compresi i cittadini, nonché tra i residenti locali e i visitatori assume un'importanza centrale – sottolineano la necessità di nuovi approcci alla pianificazione e alla gestione turistica che mirino a riorganizzare l'offerta turistica all'interno del sistema territoriale complessivo, prestando particolare attenzione all'attivazione delle componenti locali (quali appunto l'identità territoriale).

fico, perdita di valore. Parte integrante della storia di un territorio, il prodotto tipico rievoca infatti molteplici significati fortemente radicati nei luoghi, e ciò può rivelarsi essenziale sia ai fini del rafforzamento dei processi di identificazione delle comunità locali che sul piano delle politiche di promozione; quale agente di territorializzazione e di costruzione di paesaggi iconici, esso diviene centrale nel progetto di sviluppo e comunicazione del territorio, nel trasmettere la cultura e il patrimonio locale e, parallelamente, sostenere la preservazione dell’ambiente e della ruralità (Lazzeroni ed Altri, 2023). È indubbio perciò che, per un territorio marginale, il rilancio turistico dell’area, unitamente alla tutela e alla valorizzazione delle produzioni tipiche⁸ – espressione delle tradizioni locali, di un patrimonio di conoscenze sedimentatesi nel tempo, di un certo *milieu* insomma – possano rappresentare un’effettiva opportunità di sviluppo in grado di associare la crescita alla considerazione delle specifiche vocazioni e al recupero di quei valori (culturali e ambientali) che ne compongono l’identità.

Gli articoli accolti nel fascicolo affrontano tali questioni, riflettendo, a partire da casi concreti, proprio sulle possibilità di uno sviluppo territoriale che sia davvero culturalmente fondato; che metta in primo piano, cioè, l’individuazione delle specificità locali, che punti a tutelare e a utilizzare al meglio le risorse, e che si traduca in una serie di azioni che valorizzino le identità dei luoghi all’interno di un progetto complessivo per il territorio (Carta, 1999).

8. Le produzioni tipiche sono l’esempio più significativo di come si possa creare valore attingendo alle tradizioni produttive locali e reinterpretandole in un’ottica nuova, attenta alle tendenze evolutive della domanda, ma saldamente incentrata sulla qualità e sull’eccellenza (Pollice, 2012). Fondamentale, d’altra parte, è patrimonializzare quegli elementi che segnano il legame col territorio al fine di renderli coerenti, credibili e soprattutto distintivi; quella sorta di valore aggiunto, insomma, che contribuisce a rendere un prodotto riconoscibile dal punto di vista geografico e a differenziarlo dagli altri disponibili sul mercato. Una volta, dunque, posti al centro di strategie di sviluppo tese, da un lato, a creare circuiti turistici specializzati e, dall’altro, a dar vita a flussi di visitatori che, grazie al loro tramite, riescono ad entrare in contatto con i relativi contesti territoriali, i prodotti tipici possono essere capitalizzati in valore patrimoniale di tipo immateriale e dar vita ad ulteriori opportunità economiche (Matarazzo, Russo Krauss, 2022).

Donatella Carboni, Sonia Malvica, Mario Gesuino Masia, Nicoletta Pinna e Federico Rotondo, autori di *Prossimità oltre la costa: il nord-ovest della Sardegna come caso studio di sviluppo turistico del territorio*, muovendo dalla constatazione delle ottime potenzialità del turismo di prossimità in Sardegna – terra dal ricco patrimonio materiale e immateriale, anche nelle aree più interne o comunque vicine a quelle costiere – e dalla sua considerazione quale catalizzatore di coesione sociale ed economica, concentrano la loro attenzione sulla parte nord-occidentale della regione, indagando le possibilità di inserimento nel circuito turistico dei territori limitrofi all’Area Vasta del Parco Nazionale dell’Asinara e valutando la possibilità di implementare un itinerario basato sulla collaborazione sinergica tra le zone interessate⁹.

L’idea del patrimonio culturale e naturale come volano di sviluppo è centrale anche per Annamaria Bartolini e Giovanni De Santis, che nel loro articolo si soffermano sul possibile contributo dei prodotti a marchio IG nella promozione turistica di un’altra regione, l’Umbria, prendendo in esame un’area interna a vocazione agrosilvopastorale, quella della Valnerina, e avanzando quindi la proposta di un itinerario alla scoperta delle tradizioni enogastronomiche e delle emergenze naturalistiche locali.

Alberto Corbino dal canto suo, che pure insiste sulla valorizzazione dell’enogastronomia, integrata con un’offerta di tipo naturalistico-culturale, quale stimolo per il turismo di prossimità, illustra nel suo articolo (*Turismo di prossimità in Irpinia. La responsabilità sociale d’impresa come nuova identità*) il progetto sperimentale “Irpinia Terra Viva - Turismo sostenibile per un territorio di qualità”, teso a promuovere in alcuni piccoli comuni di una provincia quale quella di Avellino – che complessivamente, nonostante le potenzialità, stenta ad affermarsi come meta turistica, anche nel segmento del turismo di prossimità – una cultura dell’accoglienza e

9. Nello specifico, il caso di studio si concentra su tre comuni (Olmedo, Uri e Tissi), caratterizzati da una forte identità, oltre che da un patrimonio di tradizioni agroalimentari e storiche, e ritenuti in grado di attrarre un turismo più lento e consapevole.

dell’ospitalità capace di tener conto delle sfide ambientali, sociali ed economiche identificate dall’Agenda 2030.

All’idea di costruire narrazioni, in chiave geografica, di processi di attraversamento territoriale che sfidino le concettualizzazioni radicate nell’immaginario collettivo si rifà Pasquale Pennacchio, che nel suo lavoro prova a immaginare la possibilità di una risignificazione dell’idea di “Terra dei fuochi” attraverso la costruzione di percorsi turistici di comunità in grado di attivare il *milieu* locale in un percorso virtuoso di valorizzazione di luoghi di interesse storico-artistico poco considerati (quando non proprio abbandonati) rientranti nel territorio compreso tra la parte settentrionale del Napoletano e quella sud-occidentale del Casertano.

Il contributo successivo, invece, vale a dire quello di Michele Spagnuolo, analizza le potenzialità espresse – rispetto al percorso di crescita del turismo culturale come asse strategico di ripresa economica e sociale fondata sulle risorse endogene del territorio – dal processo di valorizzazione del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj di Tolentino attraverso il progetto Inluseum, esempio innovativo di riqualificazione museale secondo modalità sostenibili e inclusive.

Infine, chiude il fascicolo – distaccandosi dall’idea di “prossimità” ma comunque soffermandosi su una delle pratiche turistiche oggi attuali – lo studio di Kun Sang e Zixuan Yang, che si propone di esaminare l’influenza dei video di TikTok sulla percezione, da parte dei turisti, dei costumi tradizionali dei Dai¹⁰. L’indagine, nel ribadire l’impatto sostanziale delle piattaforme dei *social media* sulla comunicazione del patrimonio culturale, conferma come la partecipazione attiva dei visitatori nella creazione e condivisione di video rafforzi l’attrattiva di un’esperienza autentica; viene anche palesandosi, però, un dubbio relativamente alla capacità di tali video di perpetuare certi stereotipi: l’interattività dei contenuti proposti, strumento di *marketing* potente, solleva infatti alcune questioni rispetto alla sostenibilità e all’autenticità percepita.

10. I Dai sono un gruppo etnico thai concentrato nella prefettura autonoma di Xishuangbanna, nella provincia cinese sud-occidentale dello Yunnan.

Bibliografia

- ANTONIOLI CORIGLIANO M. - BRICCHI S., “Esperienzialità ed autenticità nel consumo turistico: come migliorare l’offerta dei borghi, anche attraverso l’enogastronomia”, MARASCO A. ed Altri (a cura di), *Rapporto sul turismo italiano*, XXV edizione 2020-2022, Roma, Cnr Edizioni, 2022, pp. 203-213.
- BOWEN S., “Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy”, *Rural Sociology*, 75(2010, 2, pp. 209-243, DOI: 10.1111/j.1549-0831.2009.00007.
- CARTA M., *L’armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*, Milano, FrancoAngeli, 1999.
- DÍAZ SORIA I. - LLURDÉS COIT J.C., “Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local”, *Cuadernos de Turismo*, 32(2013), pp. 65-88.
- GARIBALDI R., “Il ruolo dell’enogastronomia nei viaggi degli italiani”, MARASCO A. ed Altri (a cura di), *Rapporto sul turismo italiano*, XXVI edizione 2022-2023, Roma, Cnr Edizioni, 2023, pp. 313-319.
- HỒ P.N., “Le développement endogène comme alternative: potentialités et obstacles à son déploiement”, CAO TRI - HU’YNH (a cura di), *Développement Endogène: aspects qualitatifs et facteurs stratégiques*, Parigi, UNESCO, 1988, pp. 35-69.
- LAZZERONI M. ed Altri, “Discorsi e pratiche della tipicità. Il cibo come ambito di costruzione identitaria, patrimonializzazione e sviluppo locale”, *RGI*, 131(2023), pp. 91-109, DOI: 10.3280/oa16850.
- MAGNAGHI A. (a cura di), *Il territorio bene comune*, Firenze, Firenze University Press, 2012.
- MANGANO S., *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*, Canterano, Aracne, 2020.
- MATARAZZO N. - RUSSO KRAUSS D., “Il wine business nelle aree interne della Campania: tra sviluppo ‘lento’ e ricerca dell’eccellenza industriale”, SPADARO C. ed Altri, *Geografia e cibo: ricerche, riflessioni e discipline a confronto*, Memorie geografiche, Nuova Serie, n. 20, Firenze, Società di Studi Geografici, 2022, pp. 21-28.
- POLLICE F., *Le produzioni tipiche leva per lo sviluppo territoriale. Il caso della Campania*, Napoli, Unimpresa, 2012.
- RABBIOSI C., “Turismo e prodotti tipici: un approccio performativo alla patrimonializzazione. Note da Verucchio”, *RGI*, 124(2016), pp. 301-318.
- RICHARDS G., *Rethinking Cultural Tourism*, Cheltenham, Edward Elgar, 2021.
- SALVATORE R. ed Altri, “Tourism transition in peripheral rural areas: Theories, issues and strategies”, *Annals of Tourism Research*, 68(2018), pp. 41-51, DOI: 10.1016/j.annals.2017.11.003.

**Prossimità oltre la costa: il Nord Ovest della Sardegna
come caso studio di sviluppo turistico del territorio***

DONATELLA CARBONI** - SONIA MALVICA***
MARIO GESUINO MASIA**** - NICOLETTA PINNA*****
FEDERICO ROTONDO*****

Abstract

In the post-pandemic context, in response to issues related to overtourism and mass tourism, proximity tourism has gained significance, aligning with sustainable practices as it can help reduce the environmental impact associated with long-distance travel and support local economic development. A preliminary analysis of tourist flows suggests new trends in visitor behaviour in Sardinia, as well as the importance of active stakeholder engagement, including residents, in promoting proximity tourism as a catalyst for social and economic cohesion. The aim of this study is to leverage the principles of proximity tourism to integrate neighbouring territories into the tourism circuit of the Vast Area of the Asinara National Park, examining the possibility of

* Lo studio è parte dell'indagine del progetto di dottorato di ricerca di NP. Per l'attribuzione delle parti ai rispettivi autori, si segue il formato internazionale (indicando le iniziali di nome e cognome):

Conceptualization: DC, SM, FR; *Methodology*: DC, SM, NP; *Investigation*: DC, SM, NP; *Data curation*: SM, NP; *Visualization*: SM; *Writing - Original Draft*: SM, NP; *Writing-Review & Editing*: tutti gli autori; *Supervision*: DC, FR.

** Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari, e-mail: carbonid@uniss.it.

*** Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari, e-mail: smalvica@uniss.it (*corresponding author*).

**** Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari, e-mail: m.masia6@phd.uniss.it.

***** Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari, e-mail: n.pinnal@phd.uniss.it.

***** Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari, e-mail: frotondo@uniss.it.

implementing an itinerary based on synergistic collaboration between the areas involved. Specifically, the case study focuses on three municipalities that, according to the SNAI 2021-2027, are classified as “belt municipalities”; such collaboration would promote the extension of the destination to adjacent areas classified as internal. Through data collection targeted toward a specific category of stakeholders, the field study proposed here continues the activity of an ongoing research project in northwestern Sardinia. The findings suggest promoting long-term territorial enhancement interventions, achievable through conscious and sustainable inter-municipal communication of the territories.

Keywords: proximity tourism, internal areas, decentralization

1. Introduzione: perché il turismo di prossimità

Incluso tra i più importanti settori dell'economia mondiale [1], il turismo ha subito particolarmente l'impatto della crisi pandemica su differenti scale [2] (Angeloni, 2021; Škare ed Altri, 2020; Van der Borg, 2024; Venturella ed Altri, 2023), con restrizioni imposte dalle autorità locali e dai governi a livello nazionale e internazionale che hanno comportato una quasi totale sospensione dei flussi (Tozzi, 2020; Lupoli ed Altri, 2023). A fronte di ciò, è emersa l'esigenza di ripensare il concetto stesso di viaggio: in siffatto scenario si inseriscono le premesse positive del turismo di prossimità [3] (Lupoli ed Altri, 2023), a sostegno di una nuova modalità di spostamento che solleverebbe dalle problematiche concernenti il *mass tourism* e l'*overtourism*¹ correlati a un'eccessiva pressione sul territorio e alla diminuzione della qualità dell'esperienza (Koens ed Altri, 2018; Çelik ed Altri, 2024). Proponendosi, quindi, come una nuova tendenza post-pandemica (Malvica, Porto, 2024; Romagosa, 2020), il turismo di prossimità si riferisce a viaggi a corto-medio raggio, spesso all'interno della stessa regione o comune di residenza (Rantala ed Altri, 2020; Zhang ed Altri,

1. Benché il turismo di prossimità sia concepito come un valido strumento per la riscoperta di luoghi alternativi (contribuendo alla decongestione delle destinazioni maggiormente soggette a flussi turistici eccessivi), tale dinamica non è comunque da considerarsi automatica. Una simile eventualità esigerebbe delle accurate riflessioni che, tuttavia, nel presente contributo non troverebbero spazio sufficiente di analisi.

2024), con l'opportunità di rientrare tra le applicazioni di riduzione dell'impatto ambientale e di sviluppo economico delle comunità locali (Higgins-Desbiolles ed Altri, 2021; Zhang ed Altri, 2024). Per essere considerato tale, il turismo di prossimità deve dunque enfatizzare le risorse dei luoghi più vicini (Rantala ed Altri, 2020; Zhang ed Altri, 2024) ma non solo: il concetto va oltre la semplice vicinanza fisica, includendo una comprensione più ampia della distanza, proponendo delle riflessioni sulla nozione di "paesaggi locali" (Díaz Soria, Llurdés Coi, 2013) nonché considerando anche la percezione dei costi di viaggio, del tempo e della novità culturale di una destinazione (Hockert ed Altri, 2022). La comunità scientifica ha esplorato come la prossimità nel turismo possa anche riferirsi a un viaggio in cui la distanza è vissuta come un'esperienza caratterizzata da un ritmo lento, piuttosto che ridursi a una misurazione dei chilometri percorsi (Larsen ed Altri, 2013; Jeuring ed Altri, 2017a). Conseguenza è la ridefinizione della distanza come un costrutto complesso che incorpora aspetti culturali, temporali e personali, promuovendo così una visione del turismo più sostenibile e integrata (Mendieta-Aragón, 2024) e rispondendo anche all'emergenza evidenziata dalla limitata disponibilità di combustibili fossili (Becken ed Altri, 2007; Peeters ed Altri, 2010; Dubois ed Altri, 2011; Jeuring ed Altri, 2017a; Jeuring ed Altri, 2017b; Hollenhorst, 2014; Rantala ed Altri, 2020). Pertanto, si tratta di rivalutare e promuovere mete meno conosciute che, se gestite correttamente, possono diventare dei nuovi punti di riferimento.

Tali premesse trovano un fertile campo di applicazione in Sardegna, dimora di una ricca biodiversità e di un considerevole patrimonio materiale e immateriale inserito in un territorio che, sebbene spesso ricondotto alle sole aree balneari, può godere di rilevanti destinazioni anche nelle aree più interne o comunque limitrofe alle municipalità costiere. Pensare il turismo di prossimità in Sardegna significa prospettare una tipologia di intervento che tenga conto delle difficoltà logistiche a carico della Regione, penalizzata dallo *status* di realtà insulare i cui trasporti aerei risentono di riduzione dei collegamenti e limitazioni stagionali. Non solo: suggerire la

configurazione di destinazioni differenti dal circuito balneare della stagione estiva implicherebbe il beneficio dell'equilibrio di arrivi e presenze durante tutto l'anno, nell'ottica di uno sviluppo economico locale sostenibile e diffuso. La Sardegna, d'altronde, ha già dimostrato ottime potenzialità nelle logiche della prossimità, classificandosi al secondo posto in Italia come meta in tal senso concepita [4]. Allo stato attuale, nell'isola si sta lavorando per sviluppare e promuovere una tipologia di spostamenti in linea con i principi del turismo lento [5]: la fusione tra quest'ultimo e la mobilità verde sarebbe in grado di facilitare una transizione verso una "città di prossimità", dove gli spostamenti brevi soddisfano le esigenze di una tipologia di viaggio più consapevole (Piras ed Altri, 2024).

In accordo a quanto premesso, il presente lavoro si colloca nel solco tracciato dai precedenti *step* di una ricerca finanziata dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)², diretta alla valorizzazione dell'area Nord Occidentale della Sardegna a partire da un itinerario misto che, facendo leva sullo *storytelling* già proposto dall'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara, possa includere in una visione sinergica anche le municipalità limitrofe: il turismo di prossimità è incluso nella visione, in quanto modello di riferimento per un'esplorazione lenta dei comuni considerati.

Tale progettualità è stata inizialmente concepita pensando ai turisti stanziati nelle aree costiere dell'area di studio, di provenienza sia nazionale che internazionale: lo scopo principale sarebbe, pertanto, configurare un'estensione delle possibilità di narrazione tanto unitaria quanto rispettosa delle peculiarità di ciascuna municipalità. In accordo all'evoluzione del fenomeno turistico nell'isola negli ultimi anni, il presente contributo estende il ragionamento al turismo domestico (Mangano, 2020), consentendo ai residenti sia di accedere a una visione maggiormente identitaria del proprio comune, sia di inquadrarlo sinergicamente all'interno di un percorso integrato. In generale, si ritiene che le due azioni siano complementari, con la possibilità di effettuare ragionamenti coerenti con entrambe le applica-

2. Si fa riferimento al progetto di dottorato di ricerca dell'autrice NP.

zioni: è dalla consapevolezza della comunità locale, infatti, che si svilupperebbe un turismo coerente e consapevole, fruibile per i visitatori esterni.

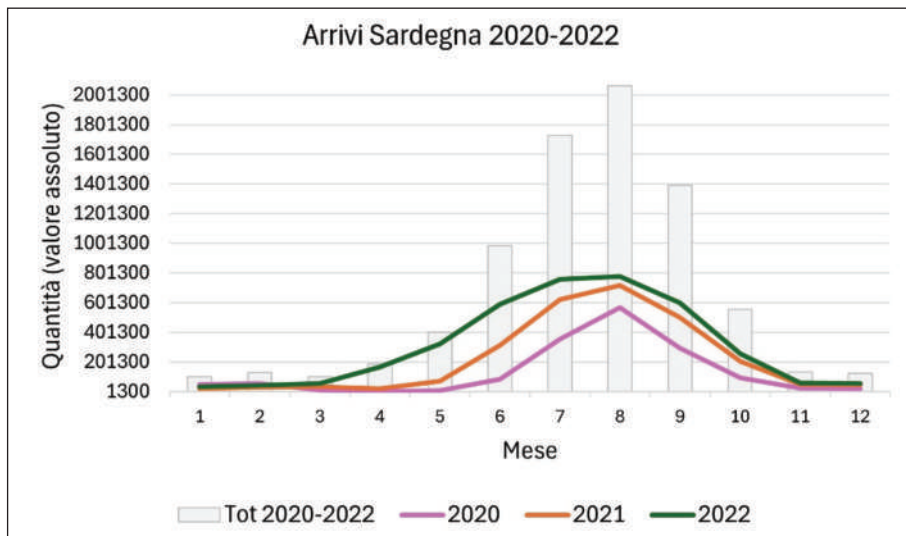
Di seguito si presentano i risultati preliminari relativi a tre comuni cintura (in accordo alla classificazione SNAI per il ciclo di programmazione 2021-2027): Olmedo, Uri e Tissi diventano, dunque, aree di indagine per l'inquadramento in un circuito turistico a promozione dell'estensione di una destinazione intercomunale diretta verso le aree interne.

2. Breve panoramica del turismo in Sardegna

È percezione condivisa quella dello *status* della Regione Sardegna quale esempio di turismo stagionale: isola principalmente collegata all'attrazione balneare, viene prediletta dai visitatori nel periodo estivo, comportando problematiche inerenti alla domanda e all'offerta, le quali esigerebbero una redistribuzione dei flussi durante tutto l'anno, favorendo lo sviluppo di tipologie turistiche differenti che il territorio sarebbe comunque in grado di offrire [6]. Tuttavia, un confronto degli arrivi e delle presenze mensili dal 2020 al 2022 dimostra non solo un aumento dei turisti, bensì una tendenza verso il picco dei mesi estivi più graduale, con una distribuzione maggiore nei mesi spalla; ciò è ravvisabile sia su tutta la Regione (figg. 1-2) che nella provincia di Sassari (figg. 3-4), di cui fanno parte le municipalità prese in considerazione per il progetto [7].

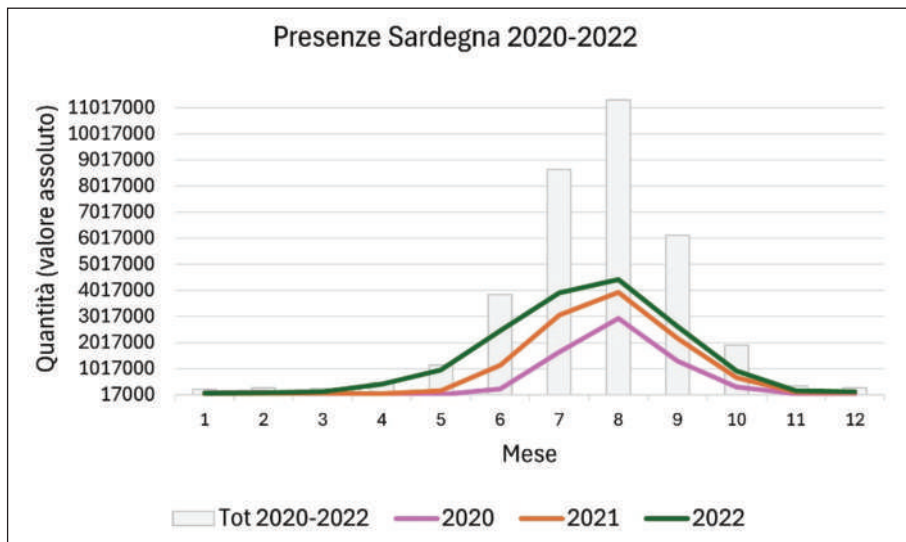
I numeri suggeriscono anche una precisa evoluzione del turismo nazionale: in particolare, la crescente presenza di turisti italiani dopo la pandemia da COVID-19 rappresenta certamente un indicatore significativo. I dati restituiscono, nel 2020, le conseguenze delle restrizioni internazionali, con un calo di arrivi e presenze pari a una variazione percentuale di circa il -56% rispetto all'anno precedente; nello specifico, la variazione 2020-2019 per i turisti stranieri è del -77,5% per arrivi e -78,2% per presenze, mentre per quelli italiani si rileva il -33,9% per arrivi, il -33,8% per presenze [8]; tale tendenza suggerisce un cambiamento significativo nelle abitudini di viaggio, con un aumento delle vacanze a breve distanza. Suc-

Fig. 1 - Arrivi turistici mensili nell'arco 2020-2022 in Sardegna; i dati complessivi della *dashboard* non sono disponibili su tutti i comuni



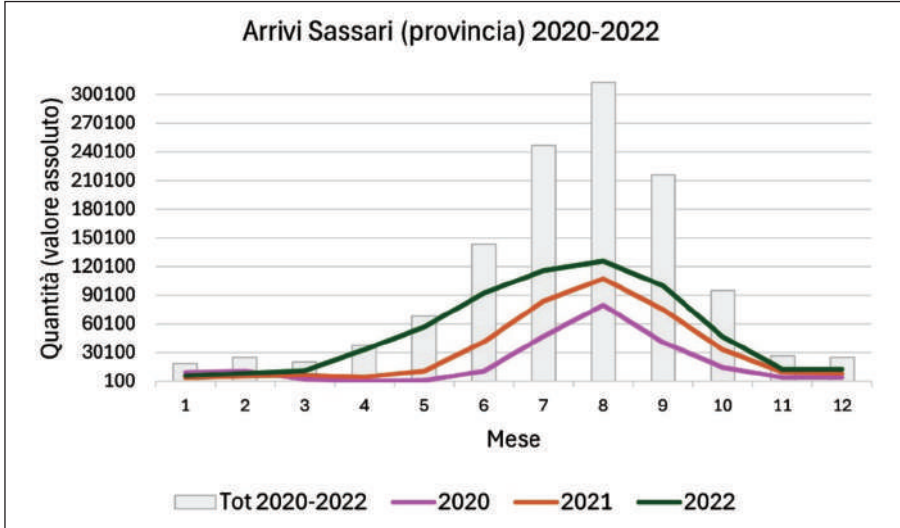
Fonte: elaborazione di SM da *open data* [7], valori più recenti disponibili per l'anno 2022

Fig. 2 - Presenze turistiche mensili nell'arco 2020-2022 in Sardegna; i dati complessivi della *dashboard* non sono disponibili su tutti i comuni



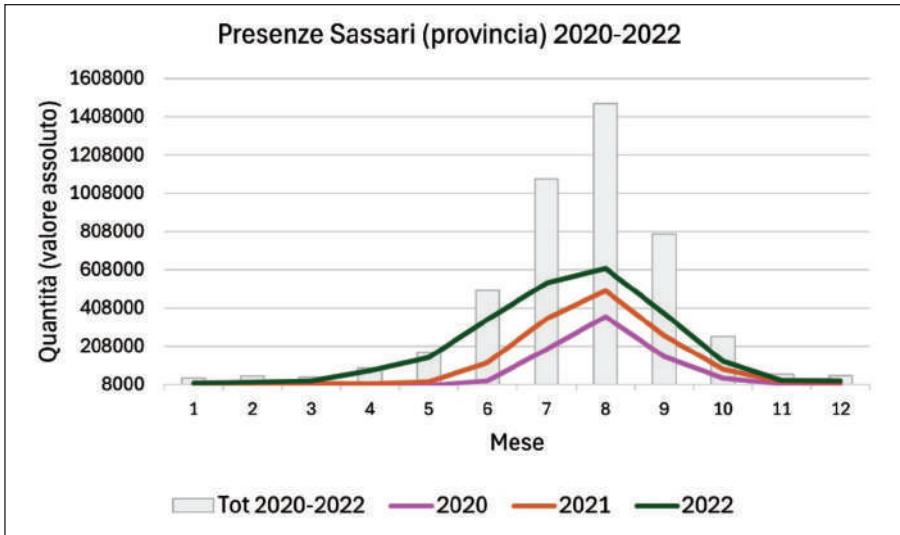
Fonte: elaborazione di SM da *open data* [7], valori più recenti disponibili per l'anno 2022

Fig. 3 - Arrivi turistici mensili nell'arco 2020-2022 nella provincia di Sassari (Sardegna); i dati complessivi della *dashboard* non sono disponibili su tutti i comuni



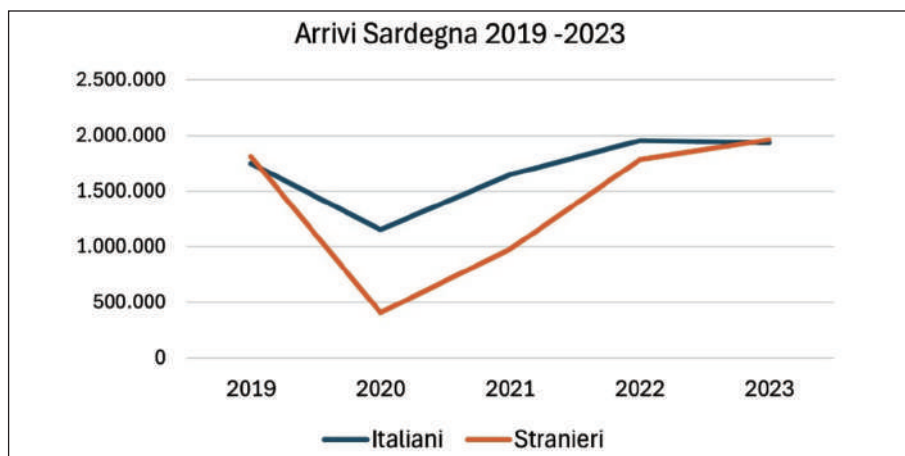
Fonte: elaborazione di SM da *open data* [7], valori più recenti disponibili per l'anno 2022

Fig. 4 - Presenze turistiche mensili nell'arco 2020-2022 nella provincia di Sassari (Sardegna); i dati complessivi della *dashboard* non sono disponibili su tutti i comuni



Fonte: elaborazione di SM da *open data* [7], valori più recenti disponibili per l'anno 2022

Fig. 5 - Arrivi turistici nell'arco 2019-2023 in Sardegna, distinguendo la provenienza dei visitatori

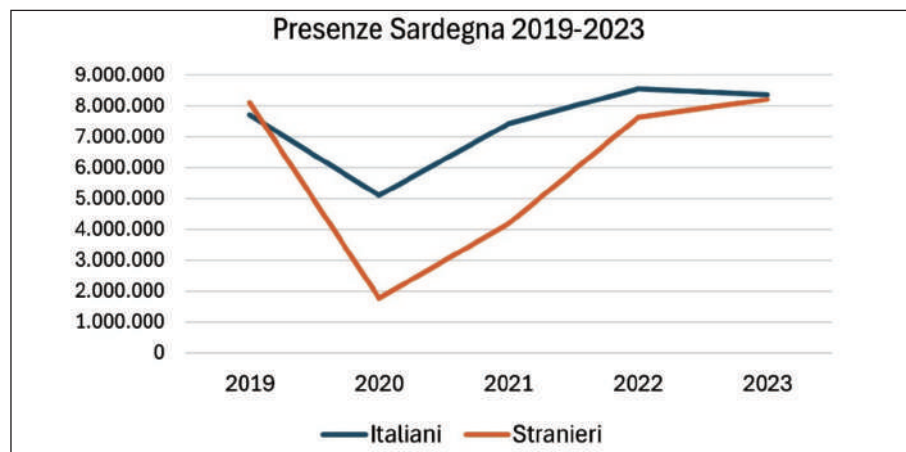


Fonte: elaborazione di SM da [8] [9] [10] [11]

cessivamente, il 2021 rappresenta un anno in cui l'isola ha registrato, per i turisti internazionali, una variazione percentuale 2021-2020 pari al +140,6% per arrivi e del +136,8% per presenze [9], e rispettivamente del +42,6% e del +45,5% per i visitatori nazionali; anche il confronto 2022-2019 registra, in totale, una variazione percentuale positiva, con +4,6% per arrivi e +3,5% per presenze [10]. Nel 2023 si segnala, per la variazione percentuale 2023-2022 [11], un valore positivo per i turisti stranieri (arrivi +10,1%; presenze +7,7%) e leggermente negativo per gli italiani (arrivi 0,8%; presenze -2,3%), denotando una ripresa dei flussi stranieri; in ogni caso, si riporta un totale di 3.902.458 arrivi quasi equamente distribuiti tra italiani (1.937.968) e stranieri (1.964.490), esattamente come per il totale di 16.585.664 presenze (8.364.836 italiani; 8.220.828 stranieri). Ciò che si è andato a implementare negli anni post-pandemici, quindi, è uno scenario di fertile riscoperta di luoghi più prossimi (sia per distanza che per cultura), potenziando, con siffatta aumentata percezione, il rinnovato interesse di portata internazionale (figg. 5 e 6)³.

3. Per quanto riguarda i *report* utilizzati, è necessario sottolineare la presenza di lievi variazioni numeriche. Ad esempio, il report relativo alla variazione percentuale 2020-2019

Fig. 6 - Presenze turistiche nell'arco 2019-2023 in Sardegna, distinguendo la provenienza dei visitatori



Fonte: elaborazione di SM da [8] [9] [10] [11]

Utilizzando le stesse fonti per la provincia di Sassari, da un confronto nell'arco 2019-2022 emerge che i viaggiatori italiani hanno contribuito in modo determinante, soprattutto durante la pandemia: la variazione percentuale 2022-2019 totale è positiva (arrivi +2,7%; presenze +1,6%), ma sono gli italiani a fare in tal senso la differenza, con +12,4% arrivi e +15,7% presenze, contro il -4,5% di arrivi e il -9,3% di presenze per gli internazionali. La variazione percentuale 2023-2022, invece, riporta incrementi maggiori per i visitatori stranieri, con valori positivi per arrivi (+9,0%) e presenze (+6,5%) internazionali e lievemente negativi per arrivi (-1,8%) e presenze (-0,7%) italiani. Per quanto concerne il turismo domestico, il territorio del sassarese riporta, per la variazione percentuale 2023-2022, un +2,5% di arrivi e +18,3% di presenze, mentre la provenienza dalla Lombardia (regione italiana che registra maggiore numero di visitatori italiani nell'isola, subito dopo i residenti sardi) ha subito una con-

[8] segnala, per il 2020 in Sardegna, un totale di 1.562.764 arrivi e 6.879.540 presenze, mentre il documento successivo relativo alla variazione percentuale 2021-2020 [9] riporta, per lo stesso anno, 1.564.042 arrivi e 6.882.762 presenze. Trattasi di normali aggiornamenti del dato (spesso dovuti a condizioni preliminari e/o definitive dello stesso o di rettifica delle fonti) che non influiscono sull'interpretazione ivi esposta.

trazione di $-4,5\%$ negli arrivi e di $-4,2\%$ nelle presenze. È fortemente auspicabile, dunque, configurare un modello tale da accogliere (come anticipato nel paragrafo precedente) la riscoperta internazionale anche a fronte di una rinnovata attenzione regionale.

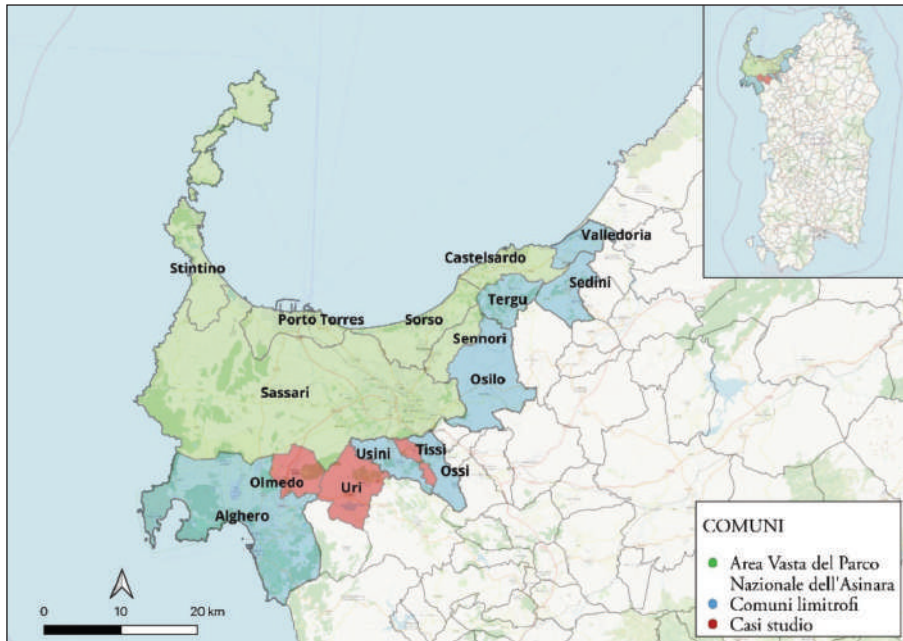
3. *Tre comuni cintura come caso studio: Olmedo, Uri, Tissi*

Il progetto sul Nord Ovest della Sardegna parte da una considerazione teorica centrata sullo *storyelling*, utilizzando l'attrattore già consolidato del Parco Nazionale dell'Asinara per fare dell'Area Vasta un complesso di municipalità collegabile alle aree limitrofe, partecipi così di una configurazione sì unitaria ma anche correlata alla specificità del territorio. A seguito dell'identificazione dei comuni inseribili nella pianificazione (fig. 7), il passo successivo richiede un'indagine di campo su ciascuno dei singoli casi, al fine di identificare il patrimonio da inserire nell'itinerario potenziale con il contributo degli *stakeholder* locali. In tale sede, sono evidenziati i casi di Olmedo, Uri e Tissi, municipalità della provincia di Sassari classificate come cintura nell'ultima revisione della Mappa delle Aree Interne del 2020; sono anche appartenenti all'Unione dei Comuni del Coros, ente che racchiude dodici paesi da cerniera tra il mare e le valli del Logudoro, e che funge da vetrina digitale per promuovere le principali attrazioni locali. Il sito *online* dedicato mira a creare un'offerta turistica complementare al turismo balneare, favorendo interazioni tra queste due realtà e supportando un turismo interno più diversificato e sostenibile [12] [13]. Si sostituiscono comunque realtà con una popolazione tendenzialmente anziana, con numero di nati inferiore ai deceduti (tabella 1), rispecchiando sostanzialmente il bilancio demografico complessivo regionale [14].

In generale, sono esempi dell'identità locale di una Sardegna distante dalla "visione di massa estiva".

Olmedo (33,7 km²) è un comune di 4.198 abitanti (1° gennaio 2024) che, oltre alle tradizionali attività economiche legate all'allevamento e all'agricoltura, si racconta come importante centro minerario: infatti, è qui

Fig. 7 - L'area Nord Ovest della Sardegna considerata per il progetto; si distinguono, in particolare, i comuni appartenenti all'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara e quelli limitrofi (incluso Alghero per la presenza dell'aeroporto), evidenziando (in rosso) i tre casi in tale sede focalizzati



Fonte: elaborazione di SM con software QGIS

Tab. 1 - Bilancio demografico dei comuni considerati, anno 2023

	Totale	Maschi	Femmine	0-14 anni	15-64 anni	65+ anni	Saldo naturale
Olmedo	4.187	2.123	2.064	504	2.799	884	-21
Uri	2.826	1.461	1.365	318	1.877	631	-6
Tissi	2.339	1.173	1.166	303	1.596	440	-8

Fonte: [14]

localizzata l'unica miniera di bauxite ancora attiva in tutta la Regione, materia prima estratta principalmente per l'industria metallurgica di Portovesme. Il territorio ospita da diversi anni la rassegna *Suoni e Sapori: Musiche, Folklore e Sapori della Tradizione Isolana*. Di particolare rilevanza sono

il Complesso Prenuragico di Monte Baranta, la chiesa romanica del XII secolo, il nuraghe Masala e il nuraghe Mannu [15] [16].

Con una popolazione di 2.840 abitanti al 1° gennaio 2024, Uri (56,8 km²) si distingue nella produzione di cereali, viti e olivi, nonché per il carciofo spinoso DOC a cui è dedicata una sagra ogni anno a marzo; il Comune può anche vantare i marchi di *Città dell'Olio* e *Città del Vino* [17]. In accordo a quanto riportato nella piattaforma del Coros [18], tra i beni figurano il Complesso nuragico di Santa Cadrina, Sa Pedra Longa, il Parco Sant'Antonio, la Funtana Manna, s'Iscola Ezza, la Casa Dettori, l'Antico Lavatoio Su Trogliu, la chiesa di Nostra Signora della Pazienza, la chiesa di Santa Croce e il Lago del Cuga.

Tissi (10,2 km²) ospita una popolazione di circa 2.343 abitanti (1° gennaio 2024), estendendosi su un altopiano calcareo di circa 1.000 ettari caratterizzato da profonde e fertili valli a nord e a sud, dove scorrono gli affluenti del Rio Mannu, in particolare il Rio Mascari. Nel territorio si trovano numerosi vigneti e oliveti collegati ai prodotti di alta qualità di una municipalità che si distingue come *Città del Vino*. Tra i beni culturali si ricordano il Complesso archeologico s'Attentu, la chiesa Santa Anastasia, la chiesa Santa Vittoria, l'Antico Lavatoio, l'ipogeo di Sas Puntas, l'oratorio Santa Croce [19] [20].

Da un punto di vista turistico, i comuni non registrano numeri elevati e, in particolare, non sono disponibili dati statistici su Tissi in riferimento ad arrivi e presenze [7]. In riferimento all'ultima raccolta di *open data* disponibile [7], come già fatto per la Sardegna e per la provincia di Sassari, è possibile confrontare i dati dal 2019 (prima della pandemia) al 2022 per Olmedo e Uri. Olmedo riporta le migliori performance in termini di flussi turistici, principalmente per due fattori principali: da un lato, il maggiore numero di abitanti, dall'altro la vicinanza alla città di Alghero, una delle principali mete turistiche sarde. Ciò rende Olmedo una destinazione strategica, specialmente quando l'offerta ricettiva di Alghero è limitata o i prezzi sono elevati, puntando invece su tariffe di alloggio più competitive e un ambiente meno caotico in una municipalità collegata al mare

e servita da mezzi di trasporto. La ripresa del 2021 non raggiunge le presenze del 2019 (1.426 contro 1.693), mentre gli arrivi sono aumentati (441 contro 403); nel 2022 si osserva un ulteriore incremento rispetto all'anno precedente, con 1.526 presenze registrate nel mese di agosto, mentre i 415 arrivi sono leggermente inferiori rispetto al 2021. Per quanto riguarda Uri, il 2019 non rileva alcun flusso turistico in termini di arrivi, molto basso nel 2020 (solo 6). Nel 2021 si nota un lieve aumento rispetto al 2020, con un picco durante i mesi estivi, in particolare a luglio (41) e agosto (73); nel 2022, gli arrivi sono aumentati notevolmente rispetto agli anni precedenti, osservando un picco molto pronunciato ad agosto (227), seguito da una contrazione nei mesi successivi. Non sono disponibili, invece, i dati delle presenze.

4. *Metodologia di ricerca*

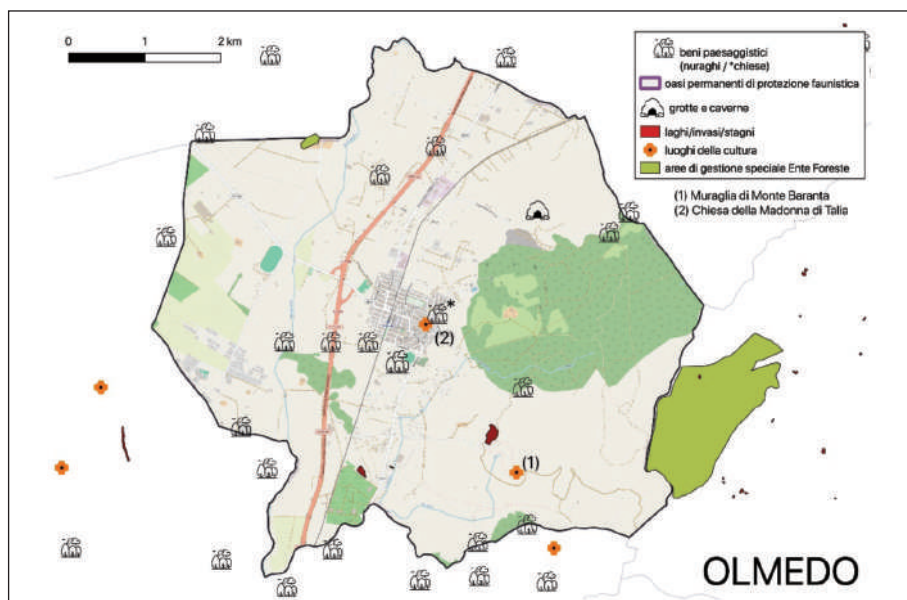
Nella prima fase della ricerca si è proceduto con una preliminare mappatura dei principali beni territoriali delle tre municipalità, diretta a identificare il patrimonio. Ciò rappresenta la base per avviare una gestione integrata del territorio, favorendo la collaborazione tra le istituzioni locali e il tessuto imprenditoriale nel valutare le risorse con un impatto significativo sullo sviluppo turistico, tenendo conto di accessibilità e fruibilità. Le categorie di beni principali sono state prelevate dai dati del Piano Paesaggistico Regionale del 2006 disponibili *online* sul Geoportale [21]; l'indicazione dei beni nelle aree limitrofe è stata volutamente compresa nella visualizzazione al fine di collocare territorialmente lo scenario del caso studio focalizzato (figg. 8-10).

La rappresentazione cartografica così prodotta è stata di supporto alle interviste dirette ai sindaci dei tre comuni presi in esame e svolte nel mese di agosto 2024: l'obiettivo è stato fornire un quadro preliminare delle esigenze locali, delle risorse disponibili e delle opportunità per lo sviluppo di un'offerta turistica integrata di cui possano beneficiare non solo i visitatori, ma anche le comunità locali. La configurazione delle interviste semi-strut-

Tab. 2 - Struttura dell'intervista

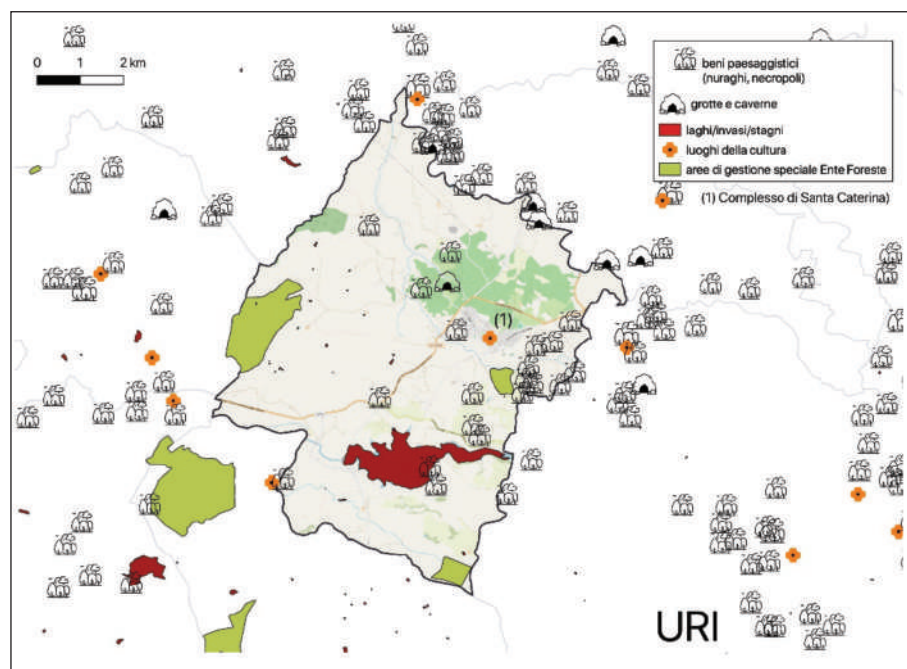
Indicatore	Items
1. Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> - Elementi distintivi del patrimonio naturale/culturale della Sardegna - Ruolo dei produttori locali e gli artigiani per la valorizzazione del patrimonio del Comune
2. Fotografia	Commento della carta: <ul style="list-style-type: none"> - Rappresentazione del patrimonio (naturale e culturale) - Riconoscimento di nuraghi accessibili/promuovibili - Elenco dei beni più significativi - Eventuali segnalazioni
3. Narrazione	<ul style="list-style-type: none"> - Ruolo della narrazione unificata nella valorizzazione patrimonio e le risorse locali - Narrazione veicolata ai portatori di interesse (clienti delle imprese locali, turisti e visitatori)
4. Turismo di prossimità	<ul style="list-style-type: none"> - Presenza di turismo nazionale - Ruolo del turismo nazionale nella valorizzazione comunale - Stima della durata di permanenza di un turista di prossimità - Stima della distanza massima (residenza-destinazione) percorribile da un turista di prossimità

Fig. 8 - Rappresentazione cartografica di Olmedo utilizzata per l'intervista



Fonte: elaborazione di SM con software QGIS da dati PPR 2006

Fig. 9 - Rappresentazione cartografica di Uri utilizzata per l'intervista

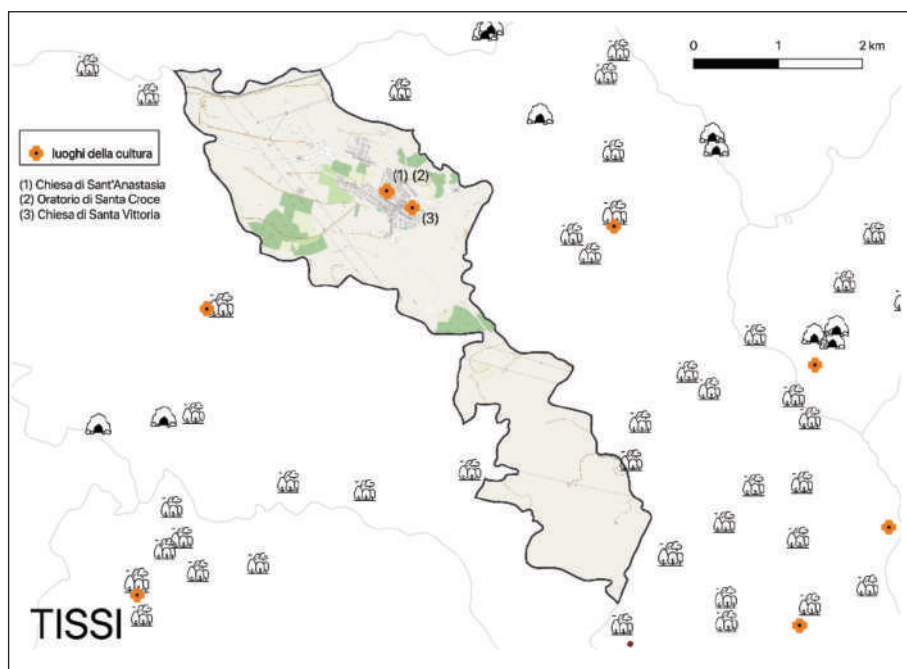


Fonte: elaborazione di SM con software QGIS da dati PPR 2006

turate è stata quindi progettata per raccogliere informazioni chiave sul patrimonio naturale/culturale e sulle opportunità di valorizzazione turistica a partire dalla consapevolezza territoriale dei sindaci. Le domande sono state incentrate sull'identificazione dei punti di forza del territorio e su come promuoverli in maniera più efficace. Inoltre, è stata discussa la creazione di potenziali sinergie tra i comuni del Nord Ovest della Sardegna, accennando anche collaborazioni già in corso di svolgimento. Sono state incluse, infine, alcune considerazioni relative al turismo di prossimità, partendo dal più ampio raggio di azione del turismo nazionale per poi ipotizzare permanenza e distanze percorribili per il turismo domestico (tab. 2).

I tre partecipanti hanno avuto libero accesso a un modulo di consenso informato, confermando la propria partecipazione volontaria alla ricerca, nel rispetto del codice etico applicabile alla ricerca scientifica.

Fig. 10 - Rappresentazione cartografica di Tissi utilizzata per l'intervista



Fonte: elaborazione di SM con software QGIS da dati PPR 2006

5. *Discussione dei risultati*

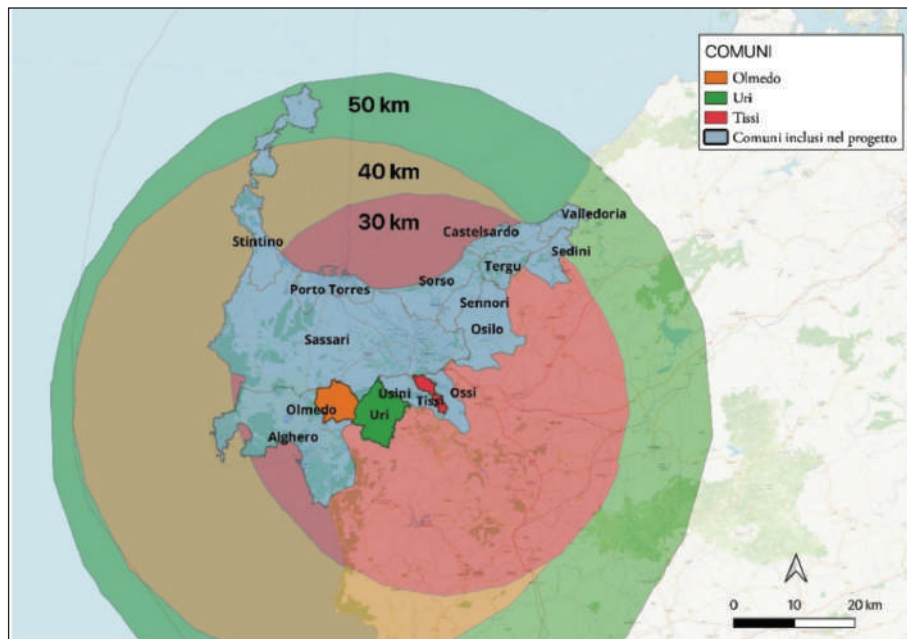
In generale, i sindaci hanno condiviso la rappresentatività del patrimonio naturale e culturale della Sardegna nel proprio Comune, ritenendo fondamentale il contributo dei produttori locali e degli artigiani per la configurazione di un'attrazione condivisa tra le diverse amministrazioni. Una risposta positiva si è registrata, quindi, in merito a una narrazione unitaria intercomunale ai fini della valorizzazione dei singoli territori, con la necessità di raggiungere la clientela della piccola e media realtà imprenditoriale oltre che i turisti. Se i sindaci di Olmedo e Uri sono totalmente d'accordo nel riscontrare la presenza di un turismo nazionale nei rispettivi territori, lo stesso non può dirsi nel caso di Tissi, che ha di conseguenza manifestato la necessità di condividere un impianto comunicativo con i

territori limitrofi, oltre che sottolineare il ruolo fondamentale del turismo domestico nella riuscita di uno *storytelling* locale. Complessivamente, la permanenza di un turista di prossimità è stata valutata per una durata di 1 notte/1 giornata; i sindaci hanno considerato differentemente le distanze massime percorribili, che oscillano dai 30 ai 50 km. Come osservabile in fig. 11, si distinguono tre raggi di prossimità, ciascuno corrispondente a un comune specifico, considerato come centro. In particolare, Uri (con 50 km) includerebbe nel ragionamento tutte le municipalità del progetto sul Nord Ovest; Olmedo (con 40 km) e Tissi (con 30 km), invece, potrebbero lasciare fuori dall'itinerario alcuni territori. Ciò non implica la mancanza di una volontà di rete con tutte le municipalità, bensì suggerisce la possibilità di considerare dei sub-itinerari, organizzando di conseguenza l'offerta turistica a partire dalle distanze spaziali e temporali. In ogni caso, è importante sottolineare che lo sviluppo grafico delle distanze coperte ivi proposto non tiene in considerazione la reale percorribilità stradale, che potrebbe comportare, nella pratica, un aumento dei km⁴: va da intendersi, dunque, come la base di un ragionamento di differenziazione per ciò che può significare il concetto di prossimità.

Nel caso specifico di Olmedo, il sindaco ha fin da subito sottolineato l'importanza dell'adesione alle *Perle del Coros*, progetto all'interno del quale si mirerebbe attualmente alla valorizzazione dei siti di interesse storico-archeologico nell'ottica di veicolare, con un'efficace comunicazione, i turisti dalla zona costiera all'entroterra. La promozione in corso punterebbe, in particolare, sul Monte Baranta, sito prenuragico già dotato di attrezzature specifiche a garanzia di un'accessibilità inclusiva e di illuminazione notturna con fonti energetiche sostenibili, oltre a essere sostenuto da un ser-

4. Il *buffering* restituisce un poligono a partire dalla traslazione dei punti traccianti i confini del comune di una distanza selezionata in direzione ortogonale alla geometria; non considera, quindi, la configurazione dei percorsi stradali disponibili. Per esempio, se, in accordo a tale riproduzione, Valledoria rientrerebbe ampiamente (di fatto spingendosi oltre il suo confine orientale) nel raggio di 50 km con centro Uri, nella realtà il percorso stradale (su macchina) visualizzato da Google Maps misurerebbe circa 60 km (circa un'ora di viaggio).

Fig. 11 - Distanza massima percorribile da un turista di prossimità secondo la visione dei sindaci dei tre casi studio. La creazione dei differenti *buffer* non tiene in considerazione gli effettivi collegamenti stradali disponibili



Fonte: elaborazione di SM con software QGIS

vizio di biglietteria e sentieristica; allo stesso è anche associata una progettualità di realtà aumentata, con un sistema di visori che, una volta implementato, permetterà al turista di osservare il paesaggio nelle vesti di migliaia di anni fa. Accessibilità e sfruttamento della comunicazione tecnologica sembrano rappresentare il piano di azione generale del Comune, avendo applicato le stesse attenzioni anche alla biblioteca (con supporti agli ipovedenti e ai dislessici). Un elemento particolarmente rilevante è la volontà di messa a sistema con la città di Alghero: in accoglimento di tale obiettivo, Olmedo fa parte del distretto rurale Alghero-Olmedo, sfruttando la vicinanza e l'affinità per fare di Olmedo la "porta per l'entroterra" in collaborazione anche con il vicino Tergu. Il sindaco ha dichiarato come uno dei prossimi obiettivi sia la realizzazione di un centro di servizi turi-

stici, dotato di sala congressi, di un palco esterno per delle manifestazioni esterne, di un'area di proiezione e di una galleria che unirebbe i due lati della piazza ospitante con collocazione centrale del Museo del pane (con attivazione di corsi aperti al pubblico) e laterale di altre attività di promozione delle eccellenze del territorio. L'analisi della carta ha evidenziato, tra i beni, la rilevanza del già citato Monte Baranta e della chiesa romanica, oltre che di un'oasi dell'acqua dotata di un piccolo parco e di aree ristoro per residenti e visitatori; la presenza delle Terme Romane si scontra, al contrario, con la non fruibilità. Una pianificazione più che interessante in una visione coerente con il turismo di prossimità sarebbe la valorizzazione della stazione ferroviaria: Olmedo, infatti, rappresenta un punto nevralgico di connessione tra area costiera e interna, collegandosi ad Alghero in pochi minuti per raggiungere, in altrettanto poco tempo, il capoluogo di provincia. Il sindaco ha sottolineato l'importanza strategica della vecchia tratta Olmedo-Sassari-Sorso, che presenterebbe lo stesso numero di viaggiatori sia in inverno che in estate, configurandosi, pertanto, come un ottimo non-luogo di veicolazione della comunicazione di un itinerario misto (con collocazione, su suggerimento dell'intervistato, di opportuni *totem* informativi). Il punto di vista del sindaco, in definitiva, manifesta il riconoscimento in Olmedo di un centro imprescindibile per l'applicazione di un itinerario di prossimità sul Nord Ovest della Sardegna:

“Desideriamo che Olmedo accolga i turisti provenienti da Alghero con un'offerta variegata dell'entroterra. Esiste l'idea di creare delle isole di informazione nelle più vissute zone costiere in grado di guidare il turista che, da lì, decide di spostarsi. Vogliamo creare delle reti (ancora da affinare) affinché il turista, andando da Alghero a Castelsardo, possa ricercare altre nuove esperienze, passando proprio da qui, posizione strategica. Con un servizio di biglietteria efficace non vendiamo solo l'eccellenza del pane e del Monte Baranta: vendiamo, ad esempio, anche Tissi, Osilo, le Domus de Janas di Ossi. In tutto questo, è necessario il coinvolgimento non solo di Alghero, bensì di Sas-

sari, Porto Torres, Stintino, centrali nel progetto in quanto vie di comunicazione. È fondamentale mettere in gioco una rete di operatori. Noi abbiamo la fortuna di essere vicini alla storia, alla memoria, alle arti, al verde della Sardegna, ma anche di essere vicini alle coste.”

Passando a Uri, durante l'intervista il sindaco ha ribadito l'importanza dell'adesione al progetto unificato del Coros, confermando la volontà di costruire un percorso turistico a partire dal collegamento tra Alghero e Sassari; è stata inoltre sottolineata una collaborazione con l'Unione dei Comuni dell'Anglona. In generale, il sindaco ha affermato che:

“Tutto quello che stiamo facendo è messo a sistema, non solamente in ragione di turismo ma anche di servizi. È stato già realizzato il 41% della progettazione di un collegamento tra tutti i paesi dell'*hinterland* di Sassari.”

La lettura della carta ha evidenziato la necessità di focalizzare maggiormente la natura dei beni: in particolare, il sindaco ha accennato al censimento condotto con *ArcheoUri Vagando*, associazione nota nel territorio per l'attenzione volta a siti precedentemente non considerati. Sui circa trenta nuraghi censiti e ricadenti nell'amministrazione del Comune, il sindaco ha dichiarato di puntare solo su tre casi specifici facilmente gestibili e non ricadenti in aree private (che necessiterebbero dell'interesse dei privati cittadini coinvolti). Un riconoscimento è avvenuto anche per la Grotta Sa Mandra e, a ridosso del lago di Cuga, per l'unica Domus de Janas scoperta recentemente, nonché soggetto di un murales realizzato in Piazza della Libertà, luogo di racconto degli insediamenti abitativi di Uri dall'età prenuragica. Si segnala anche l'area archeologica di Santa Cadrina, in prossimità di un parco: trattasi di un villaggio nuragico con evidenza di presenza umana in epoca bizantina. L'intervento auspicato, dunque, è la costituzione di un *infopoint* a valle del Comune, così da veicolare il visitatore verso il complesso archeologico: in quest'ottica, Uri potrebbe essere la partenza per un percorso nuragico, affiancando quello sulle Domus de Janas

da Ossi e quello medievale da Ittiri (concentrato su interventi dirette alle chiese romaniche). Nella pratica, la visione è mossa dalla consapevole necessità di intercettare le tipologie di turismo favorite su un territorio: mettere in comunicazione le varie municipalità a partire dai turismi, quindi, potrebbe essere la chiave di lettura più auspicabile. In aggiunta, si intende spronare la nascita del tessuto imprenditoriale di piccola e media entità a partire dalla gestione delle aree del Parco di Sant'Antonio, in cui l'Ente Foreste ha costituito un'area benessere. Il ruolo delle piccole e medie imprese sarebbe, inoltre, fondamentale per il restauro di un'antica casa storica in centro per valorizzare l'agricoltura e le produzioni locali. Siffatta vetrina dei prodotti rappresenterebbe la restituzione di uno spazio alla comunità, destinando l'area della cantina alle eccellenze di vini o oli:

“Abbiamo pochissime attività certificate, ma sono delle eccellenze: la cantina *Shardana* ha recentemente presenziato al Vinitaly, portando testimonianza della lavorazione dell'uva antica. Uri vanta il titolo di *Città del Vino*, possiede 1.000 ha di uliveti: se si mettesse a sistema anche solo un terzo di tutto questo, si otterrebbe già un grande risultato. Non dimentichiamo anche la tradizione della pasta fresca con grani selezionati. La nostra intenzione, quindi? Sfruttare anche il Centro Commerciale Naturale, attualmente non al massimo delle potenzialità.”

Per quanto riguarda, infine, Tissi, il sindaco ha subito presentato un territorio a vocazione vitivinicola: oliveti e vigne sono gli attrattori da valorizzare, volontà confermata da un festival enogastronomico che è proposto dall'anno scorso con la volontà di comunicare un'offerta in qualche modo esclusiva. Relativamente ad altri aspetti inseribili nella progettazione, Tissi è tuttavia una realtà atipica rispetto alle altre municipalità: si caratterizza per un incremento demografico considerevole rispetto alla popolazione storica per via della vicinanza a Sassari, che ne fa sostanzialmente un comune residenziale; l'identità locale è, quindi, parzialmente compro-

messa. Va comunque sottolineata l'appartenenza all'Unione dei Comuni del Coros, che quindi sosterebbe un ragionamento integrato fortemente raccomandato: a tal proposito, il sindaco ha ricordato un percorso di ip-povia di 35 km finanziato tramite un progetto Interreg, indirizzato ai Comuni del Coros che, tuttavia, non è mai stato concretizzato. Come patrimonio immateriale è degno di menzione il *Festival internazionale della Poesia*, attivo da diciassette anni nel raccontare Tissi come terra dei poeti dialettali: si tratta di una peculiarità che il Comune intende sostenere con un progetto culturale, presentando opportune richieste di finanziamento. In sostanza, il sindaco ha dimostrato forte sostegno a una sinergia Coros-Anglona, confermata da un dialogo in itinere volto alla programmazione territoriale. Conclude denotando, a malincuore, uno scarso interesse generale verso il turismo locale: ritiene che il turismo internazionale, da solo, non sia in grado di raccontare una realtà locale, né di destagionalizzare la destinazione Sardegna.

6. Conclusioni

Le conclusioni del lavoro intendono evidenziare come il turismo di prossimità possa rappresentare un'opportunità strategica per i comuni interni della Sardegna, in particolare per quelli analizzati nel presente lavoro. L'analisi condotta ha dimostrato una prospettiva condivisa di inserimento in un circuito turistico più ampio, basato su un'offerta diversificata e radicata nelle risorse locali nonché nel patrimonio materiale e immateriale. Le differenti visioni della prossimità suggeriscono delle interessanti considerazioni sia per il turismo domestico che per quello nazionale e internazionale: nella condivisa inclusione dei comuni centrali nella logistica dei trasporti (Alghero, Porto Torres), l'itinerario potrebbe svilupparsi in offerte differenziate spazialmente e, di conseguenza, temporalmente, consentendo al visitatore di configurare un intorno di ampiezza massima entro il quale vivere la propria esperienza e, allo stesso tempo, scegliere una realtà di riferimento centrale per siffatto calcolo. Ciò contribuirebbe sia a una desta-

gionalizzazione sia a una pratica turistica volta all'alleggerimento del carico nei territori suscettibili di sovraffollamento. È quindi raccomandabile il proseguimento di tale ragionamento, valutando le reali distanze percorribili con i vari mezzi di trasporto, apportando le dovute modifiche agli intorni di prossimità e ai territori in essi ricadenti.

Olmedo, Uri e Tissi, caratterizzati da una forte identità e da un patrimonio legato alle tradizioni agroalimentari e storiche, sarebbero in grado di attrarre un turismo più lento e consapevole, facendo diventare il patrimonio culturale e naturale un volano di sviluppo turistico e, di conseguenza, economico. La mappatura del territorio diventa cruciale, non solo per valorizzare i beni già noti, ma anche per scoprire nuove aree di interesse che potrebbero configurarsi come attrattori. Le interviste hanno confermato la necessità di sinergia tra i comuni, sia interni che costieri, per mezzo di una collaborazione tale da permettere non solo di distribuire in maniera più equilibrata i flussi di visitatori, bensì di promuovere un turismo sostenibile. Una prospettiva fortemente locale riscontrabile in tutti gli intervistati corrisponde a un approccio territorialista che, da un punto di vista teorico, rappresenta il terreno fertile per l'implementazione di un turismo di prossimità, oltre che di accoglimento di flussi internazionali più inclini alla mobilità dolce e lontani dalle dinamiche di massa.

È altresì raccomandabile una consapevolezza sistemica delle reti attualmente applicate all'area di interesse: i comuni inseriti nella proposta, infatti, sono parti del Coros e dell'Anglona, i cui progetti devono essere focalizzati nell'ottica di evitare scenari controproducenti e sovrapponibili, in conflitto. Il progetto, in definitiva, pone le basi per un modello di sviluppo turistico domestico integrato, con possibilità di replicabilità in altre aree con configurazione simile. I futuri passi della ricerca includono sia le interviste ai primi cittadini di tutti i comuni inseriti nello studio complessivo, sia il coinvolgimento diretto della popolazione locale e delle piccole e medie imprese (particolarmente consigliato dal primo cittadino di Tissi), ad esse verrà quindi indirizzata una raccolta dati specifica a partire dalle variabili isolate con le interviste già svolte, inserendo il discorso nell'attuale

esigenza di concepire una comunicazione interdisciplinare e partecipata attraverso le tecnologie digitali, delle quali il turismo di prossimità non potrebbe che beneficiare.

Ringraziamenti

Il gruppo di ricerca desidera ringraziare Mario Antonio Faedda (sindaco di Olmedo), Matteo Emanuele Dettori (sindaco di Uri) e GianMaria Budroni (sindaco di Tissi) per la disponibilità manifestata nei confronti della proposta di ricerca e per il cordiale benvenuto nelle rispettive municipalità.

Bibliografia

- ANGELONI S., “L’impatto del Covid-19 sul turismo in Italia: passato, presente e futuro”, *Impresa Progetto. Electronic Journal of Management*, 1(2021), pp. 1-23, DOI: 10.15167/1824-3576/IPEJM2021.1.1337.
- BECKEN S. - HAY E.J., *Tourism and Climate Change: risks and opportunities*, Clevedon, Channel View Publications, 2007.
- DÍAZ SORIA I. - LLURDÉS COI J.C., “Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local”, *Cuadernos de Turismo*, 32(2013), pp. 65-88.
- DUBOIS G. ed Altri, “The future tourism mobility of the world population: Emission growth versus climate policy”, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(2011), 10, pp. 1031-1042, DOI: 10.1016/j.tra.2009.11.004.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., “The “war over tourism”: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19”, *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2020), pp. 551-569, DOI: 10.1080/09669582.2020.1803334.
- HÖCKERT E. ed Altri, “Sensitive Communication with Proximate Messmates”, *Tourism, Culture & Communication*, (2022), pp. 181-192, DOI: 10.3727/109830421X16296375579624.
- HOLLENHORST S.J. ed Altri, “The trouble with tourism”, *Tourism Recreation Research*, 39(2014), 3, pp. 305-319, DOI: 10.1080/02508281.2014.11087003.
- JEURING J. - DIAZ-SORIA I., “Introduction: Proximity and intraregional aspects of tourism”, *Tourism Geographies*, 19(2017a), pp. 4-8, DOI: 10.1080/14616688.2016.1233290.
- JEURING J. - HAARTSEN T., “The challenge of proximity: the (un)attractiveness of near-home tourism destinations”, *Tourism Geographies*, 19(2017b), 1, pp. 118-141, DOI: 10.1080/14616688.2016.1175024.
- KOENS K. ed Altri, “Is Overtourism Overused? Understanding the impact of Tourism in a City Context”, *Sustainability*, 12(2018), 10, pp. 1-15, DOI: 10.3390/su10124384.
- LARSEN G.R. - GUIVER J.W., “Understanding tourists’ perceptions of distance: A key to reducing the environmental impacts of tourism mobility”, *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2013), 7, pp. 968-981, DOI: 10.1080/09669582.2013.819878.
- LUPOLI M. - RIMONDI T., “Il turismo di prossimità nel territorio Bolognese al tempo del Covid-19”, CASTRIGNANÒ M. - RIMONDI T. (a cura di), *Bologna dopo la pandemia. Impatto territoriale e scenari futuri*, Sociologia del territorio, Milano, FrancoAngeli, 2023, pp. 286-301.
- MALVICA S. ed Altri, “Turismo dei percorsi e identificazione della destinazione: il caso studio della Sardegna Nord Occidentale”, *Annali del Turismo*, 12(2023), pp. 1-18, DOI: 10.20373/2283-3102/158.
- MALVICA S. - PORTO C.M., “Paesaggi di prossimità e destinazioni marginali: confronti infraregionali sul turismo post-Covid”, CERUTTI S. ed Altri (a cura di), *Rapporto XVI “Territori in transizione. Geografie delle aree marginali tra permanenze e cambiamenti”*, Roma, Società Geografica Italiana, 2024, pp. 165-166.
- MANGANO S., *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*, Roma, Aracne, 2020.
- MENDIETA-ARAGÓN A. - ARGUEDAS-SANZ R., “Proximity Tourism in the New Normal: Toward a More Sustainable Tourism Behavior in Spain”, MAINGI S.W. ed Altri (a cura di), *Tourist Behaviour and the New Normal, Volume II*, Cham, Palgrave Macmillan, 2024, pp. 261-279, DOI: 10.1007/978-3-031-45866-8_14.

- NECATI ÇELİK M. - ÇEVIRGEN A., “Sustainable tourism policies and overtourism risk in destination management: the case of Alanya”, *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 12(2024), 1, pp. 48-64, DOI: 10.34623/pzhg-jt72.
- PEETERS, P. - DUBOIS, G., “Tourism travel under climate change mitigation constraints”, *Journal of Transport Geography*, 18(2010), 3, pp. 447-457, DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2009.09.003.
- PIRAS F. ed Altri, “Supporting tourism through the promotion of cycling: GIS model applied in the metropolitan area of Cagliari (Italy)”, *Case Studies on Transport Policy*, 17(2024), pp. 1-12, DOI: 10.1016/j.cstp.2024.101229.
- RANTALA O. ed Altri, “Envisioning Tourism and Proximity after the Anthropocene”, *Sustainability*, 10(2020), 12, pp. 1-16, DOI: 10.3390/su12103948.
- ROMAGOSA F., “The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism”, *Tourism Geographies*, 22(2020), 3, pp. 690-694, DOI: 10.1080/14616688.2020.1763447.
- ŠKARE M. ed Altri, “Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry”, *Technological Forecasting & Social Change*, 163(2021), pp. 1-14, DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120469.
- TOZZI L., *Dopo il turismo*, Roma, Nottetempo, 2020.
- VAN DER BORG J., “Destinations during and after the lockdown. Evidence from Venice, Italy”, PECHLANER H. ed Altri (a cura di), *From overtourism to sustainability governance. A new tourism era*, London, Routledge, 2024, pp. 23-39.
- VENTURELLA L. ed Altri, “The impact of COVID-19 crisis on Italian proximity tourism: an origin-destination matrix approach”, *DIEM*, 1(2024), pp. 105-120, DOI: 10.17818/DIEM/2024.1.7.
- ZHANG Y., “Easing of travel restrictions: Examining increased intention toward proximity tourism through quasi-experiments”, *International Journal of Tourism Research*, 26(2024), 1 e 12, DOI: 10.1002/jtr.2612.

Sitografia

- [01] <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420629.1> (Accesso del 1.10.24).
- [02] <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (Accesso del 1.10.24).
- [03] <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7?journalCode=wtobarometereng> (Accesso del 27.9.24).
- [04] https://www.ansa.it/sardegna/notizie/2020/04/23/ansa-boxturismo-di-prossimita-sardegna-seconda-in-italia_a021378e-64d2-418a-887b-606e027e7496.html (Accesso del 12.7.24)
- [05] <https://www.cicloviadellasardegna.it> (Accesso del 27.9.24)
- [06] <https://delibere.regione.sardegna.it/protected/68798/0/def/ref/DBR68454/> (Accesso del 30.9.2024).
- [07] <http://osservatorio.sardegnaturismo.it/it/dashboard/dati-2022> (Accesso del 30.9.2024).
- [08] http://osservatorio.sardegnaturismo.it/sites/default/files/2021-04/OsservatorioTurismo_Report2020_20210415_1.pdf (Accesso del 19.10.2024).
- [09] http://osservatorio.sardegnaturismo.it/sites/default/files/2022-06/OsservatorioTurismo_Report2021.pdf (Accesso del 19.10.2024).
- [10] http://osservatorio.sardegnaturismo.it/sites/default/files/2023-03/OsservatorioTurismo_Report2022-2019_20230328.pdf (Accesso del 19.10.2024).

- [11] http://osservatorio.sardegnaturismo.it/sites/default/files/2024-06/OsservatorioTurismo_Report2023_25052024.pdf (Accesso del 19.10.2024).
- [12] <https://www.unionecoros.it/perledelecoros/> (Accesso del 25.9.24).
- [13] <https://comune.uri.ss.it/contenuti/1606038/perle-coros-on-line-portale-web-bellezze> (Accesso del 25.9.24).
- [14] <https://demo.istat.it/> (Accesso del 30.9.2024).
- [15] <https://www.unionecoros.it/perledelecoros/olmedo/> (Accesso del 25.9.24).
- [16] <https://comune.olmedo.ss.it/> (Accesso del 25.9.24).
- [17] <https://comune.uri.ss.it/> (Accesso del 25.9.24).
- [18] <https://www.unionecoros.it/perledelecoros/uri/> (Accesso del 25.9.24).
- [19] <https://comune.tissi.ss.it/> (Accesso del 25.9.24).
- [20] <https://www.unionecoros.it/perledelecoros/tissi/> (Accesso del 25.9.24).
- [21] <https://www.sardegnaeoportale.it/webgis2/sardegnamappe/?map=ppr2006> (Accesso del 5.5.2024).

Résumé

Dans le contexte post-pandémique, face aux problématiques liées à l’overtourisme et au tourisme de masse, le tourisme de proximité gagne en importance puisqu’il peut contribuer à réduire l’impact environnemental des longs trajets et à soutenir le développement économique local. Une analyse préliminaire des flux touristiques révèle de nouvelles tendances dans le comportement des visiteurs en Sardaigne, ainsi que l’importance de la participation active des parties prenantes, y compris les habitants, pour promouvoir le tourisme de proximité en tant que catalyseur de cohésion sociale et économique. L’objectif de cette analyse est d’intégrer les territoires adjacents au périmètre touristique de l’Aire Élargie du Parc National de l’Asinara en s’appuyant sur les principes du tourisme de proximité, et d’explorer la possibilité de mettre en place un itinéraire fondé sur une collaboration synergique entre les zones concernées. L’étude de cas se concentre sur trois municipalités classées comme “communes de ceinture” dans la SNAI 2021-2027, et une telle collaboration favoriserait l’extension de la destination vers les zones adjacentes classées comme internes. L’enquête de terrain proposée ici poursuit l’activité d’un projet de recherche actuellement en cours dans le nord-ouest de la Sardaigne, et consiste en une collecte de données ciblée auprès d’une catégorie spécifique de parties prenantes. Les résultats suggèrent la promotion d’interventions de valorisation territoriale à long terme, réalisables grâce à une communication des territoires consciente et durable entre les municipalités.

Mots-clés: tourisme de proximité, zones internes, déconcentration.

Resumen

En el contexto post-pandémico, en respuesta a los problemas relacionados con el “overtourism” y el turismo de masas, el turismo de proximidad ha ido ganando relevancia, integrándose en las prácticas sostenibles, ya que puede contribuir a reducir el impacto ambiental asociado a los viajes largos y fomentar el desarrollo económico local. Un análisis preliminar de los flujos turísticos sugiere nuevas tendencias en el comportamiento de los visitantes en Cerdeña, así como la importancia de la participación activa de los actores involucrados, incluidos los residentes en la isla, en la promoción del turismo de proximidad como catalizador de cohesión social y económica. El objetivo de este trabajo es utilizar los principios del turismo de proximidad para integrar en el circuito turístico los territorios cercanos al Área Amplia del Parque Nacional de Asinara, examinando la posibilidad de

implementar un itinerario basado en la colaboración sinérgica entre las áreas implicadas. En concreto, el estudio de caso converge en tres municipios que, de acuerdo con la SNAI 2021-2027, se puede clasificar como "municipios periféricos"; dicha colaboración promovería la extensión del destino también hacia las áreas adyacentes clasificadas como internas. A través de una recopilación de datos dirigida a una categoría específica de actores interesados, la investigación de campo aquí propuesta prosigue la actividad de un proyecto de investigación actualmente en curso en el Noroeste de Cerdeña. Los resultados sugieren la promoción de intervenciones de valorización territorial a largo plazo, posibles mediante de una comunicación de los territorios consciente y sostenible entre los municipios.

Palabras clave: turismo de proximidad, áreas internas, desconcentración.

**Alla scoperta di antichi e nuovi sapori
tra scorci di paesaggi lungo le strade della Valnerina.
I prodotti IG della Valnerina volano del turismo in Umbria¹**

ANNAMARIA BARTOLINI* - GIOVANNI DE SANTIS**

Summary

Tourist flows denote a tendency to deseasonalise the presence of Italians in Umbria. Positive data are also beginning to be recorded for the Valnerina district, an inland area with an agro-forestry vocation and severely hit by the 2016 earthquake. Analysing the role that the gastronomic sector plays in the regional economy, the study focuses on the possible contribution of GI products in the promotion of tourism in Umbria and puts forward, by way of example, the proposal of an itinerary in the Valnerina itself.

Keywords: Umbria; tourism; typical products; Valnerina; gastronomy.

Premessa

L'Umbria, il cuore verde dell'Italia, pur con territorio e popolazione ridotti, è caratterizzata dalla presenza di innumerevoli paesaggi capaci di soddisfare le più svariate esigenze, riuscendo a far innamorare di sé chiun-

1. Il presente lavoro è il risultato della stretta collaborazione tra gli Autori anche se, nella stesura del testo, Giovanni De Santis ha curato la premessa e le conclusioni e Annamaria Bartolini i §§ 1, 2, 3.

* Dipartimento di Filosofia, Scienze Sociali, Umane e della Formazione dell'Università degli Studi di Perugia

e-mail: annamaria.bartolini@dottorandi.unipg.it.

** Dipartimento di Lettere, Lingue, Letterature e Civiltà antiche e moderne dell'Università degli Studi di Perugia

e-mail: giovanni.desantis@unipg.it.

que abbia l'avventura di poterla visitare. La molteplicità di ambienti e di paesaggi, le ricchezze artistiche e naturalistiche o le tracce di antiche civiltà raccolte in breve spazio ne impreziosiscono l'offerta, soprattutto turistica, con i suoi borghi antichi, le sue città ricche di storia, le sue tradizioni e i suoi ricordi, tanto da costituire quasi un crogiolo di culture e di molteplici attività che si integrano con le più svariate manifestazioni artistiche, religiose, culturali, rievocative lasciate in eredità, nei secoli, dalle varie dominazioni. Tutto ciò viene armonizzato dalla presenza di un ambiente in cui convivono i fitti boschi verdi e cupi che ammantano i rilievi, ora dolci ora scoscesi ora aspri, i vasti piani carsici ricchi di piante e di fiori pieni di colore, le valli e le morbide colline dove trovano ottimi terreni le coltivazioni agricole, i corsi d'acqua che scorrono con placidi meandri, come il Tevere, o di grande portata come il Nera, o impetuosi e rumorosi come il Sordo o il Corno, o l'ampia distesa del lago Trasimeno, a ragione considerato il "mare dell'Umbria". Nel dolce paesaggio umbro svettano gli antichi borghi carichi di storia, di tradizioni, di amicizia, saldamente uniti tra loro da un invisibile filo di sacralità o le tante "manciate" di case distese sui colli e "trasfigurate" dal sole al tramonto quando le investe di luce e ne indora gli antichi campanili slanciati o le vestigia di torri possenti: centri non di rado raffigurabili con poche pennellate, quali piccole e preziose gemme da presepe (De Santis, 2017). È questo il contesto che domina e permea ogni più riposta plaga di quest'area nella quale l'Umbria, oggi veramente e finalmente Umbria, si fa protagonista di una natura festosa.

Quanto finora accennato sta ponendo quest'area tra gli ambiti di maggior interesse tanto da trovare ampio riscontro nelle più recenti statistiche che vedono il turismo [01] in Umbria confermare il positivo *trend* in costante aumento dallo scorso 2021 sia per gli arrivi sia per le presenze. I risultati paiono ancor più significativi se si considera che i flussi turistici raggiungono, e soprattutto superano, in seguito alla riapertura delle attività ricettive dopo le restrizioni dovute alla pandemia da Covid-19, quelli relativi al 2019, anno di riferimento per il periodo pre pandemico. Trovano conferma, così, i valori positivi che il settore ha registrato nell'ultimo de-

cennio nonostante il protrarsi degli effetti negativi susseguenti al rovinoso sisma del 2016 che ha colpito una vasta area appena risolleatasi da quello disastroso del 1979 con epicentro appunto in Valnerina.

Come già visto, a giustificare ancor più l'interesse per il territorio regionale nel suo complesso, non c'è solo il patrimonio storico-artistico e religioso, la cui presenza è preponderante, ma anche, grazie alla sua storia geologica, la presenza di emergenze naturalistiche e di ambienti che, dagli albori delle prime comunità, hanno permesso lo sviluppo di un fiorente settore agrosilvopastorale e il consolidarsi di tradizioni ancora oggi in voga. In un tale contesto, potendo l'Umbria offrire una miriade di itinerari sia a livello territoriale che a tema specifico, si è inteso focalizzare l'interesse su un percorso che valorizzasse il territorio della Valnerina, soprattutto sotto l'aspetto enogastronomico, visto in sinergia con la presenza turistica e senza tuttavia dimenticare le tante splendide emergenze ambientali e storico-artistiche che la connotano come un ambito territoriale capace di emozionare il visitatore.

Il contributo, dunque, partendo innanzitutto da un sintetico quadro della consistenza del fenomeno turistico in Umbria, si propone di realizzare un *excursus* sulle principali produzioni vegetali e animali della regione evidenziandone l'apporto nelle dinamiche di *import* ed *export* rispetto al panorama nazionale. Tale contesto, inoltre, permette di prendere in considerazione l'importanza che può rivestire la presenza degli oltre trenta prodotti a marchio IG (DOP e IGP) che impreziosiscono le diverse manifestazioni agroalimentari loro connesse e rappresentano un importante volano di attrazione tanto da rendere possibile l'intento di studiarne l'eventuale interazione con i flussi turistici locali.

1. *Caratteri generali del turismo in Umbria*

L'importanza di un settore particolare come quello turistico si può individuare dall'esame dei dati relativi alla sua attrazione. Gli ultimi riferimenti statistici dimostrano che, tra gennaio e luglio del 2024, l'Umbria re-

gistra un incremento del 5,2% negli arrivi (1.514.450) e del 6,1% nelle presenze (3.831.692) rispetto ai primi sette mesi del 2023 [01]. La regione, con la sua costante crescita, conferma di essere particolarmente votata al settore turistico [02] tanto che, in termini di presenze generali, nell'ultimo decennio 2013-2023, tende a superare addirittura la media nazionale (tab. 1). Non va poi dimenticato che questo territorio, come anche altre aree, deve cercare di minimizzare le criticità collegate, da una parte, alla notevole recrudescenza, nel 2014, degli effetti della crisi economica del 2008-2009 che aveva determinato forti ripercussioni sul settore occupazionale [03] e, dall'altra, all'essere stata colpita dal sisma che nel 2016 (24 agosto M. 6; 26 ottobre M. 5.9; 30 ottobre M. 6.5) ha interessato l'Italia centrale con epicentro nei Comuni di Accumoli (RI) e Castel Sant'Angelo sul Nera (MC) e nella frazione nursina di Ancarano (PG) (Marincioni ed Altri, 2017; Bartolini, De Santis, 2022), senza parlare degli effetti disastrosi causati dalla pandemia da Covid-19 (Casti, Riggio, 2022) sull'intero tessuto economico nazionale.

Oggi l'Umbria si avvia con vigore a superare tutte le criticità sofferte ed appena elencate tanto che sta riacquistando, non senza fatica, quel ruolo che le compete nel contesto nazionale. Tutto ciò vale soprattutto a livello turistico, grazie al notevole recupero che, nel complesso, hanno registrato le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere in grado, così, di accogliere la crescente offerta turistica: nel 2023, infatti, tale attività si è gio-

Tab. 1 - Variazione arrivi e presenze nel decennio 2013-2023 in Italia e in Umbria

		ITALIA		UMBRIA	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Italia	2013	53.599.294	191.992.233	1.550.507	3.627.565
	2023	65.758.654	212.987.794	1.918.176	4.462.997
	Var. %	+22,69	+10,94	+23,71	+23,03
Paese di residenza dei clienti	2013	50.263.236	184.793.382	639.636	2.136.234
	2023	67.878.055	234.182.255	738.920	2.412.741
	Var. %	+35,04	+26,73	+15,52	+12,94
Mondo	2013	103.862.530	376.785.615	2.190.143	5.763.799
	2023	133.636.709	447.170.049	2.657.096	6.875.738

Fonte: Istat [05] (per l'Italia); Regione Umbria [06, 07, 08, 09] (per l'Umbria)

vata della presenza di 6.787 strutture/locazioni per un totale di 98.702 posti letto, garantendo l'ospitalità a 2.657.096 turisti, la cui permanenza è stata di 6.875.738 giorni [04].

Lo sviluppo turistico risulta incoraggiante in considerazione anche del lento ridursi dell'isolamento infrastrutturale da cui la regione si sta affrancando grazie sia all'implementazione dei collegamenti garantiti dall'aeroporto internazionale dell'Umbria "San Francesco d'Assisi", che nel 2023 si è posizionato al secondo posto – preceduto soltanto da quello di Trapani – per crescita di traffico di passeggeri (+44,1% rispetto al 2022; +142,9% rispetto al 2019) [10], sia al maggiore utilizzo del trasporto ferroviario² il cui indice, in Umbria, (+11,20% nel 2023 rispetto al 2022) cresce tanto da risultare superiore alla media nazionale (+9%) [11].

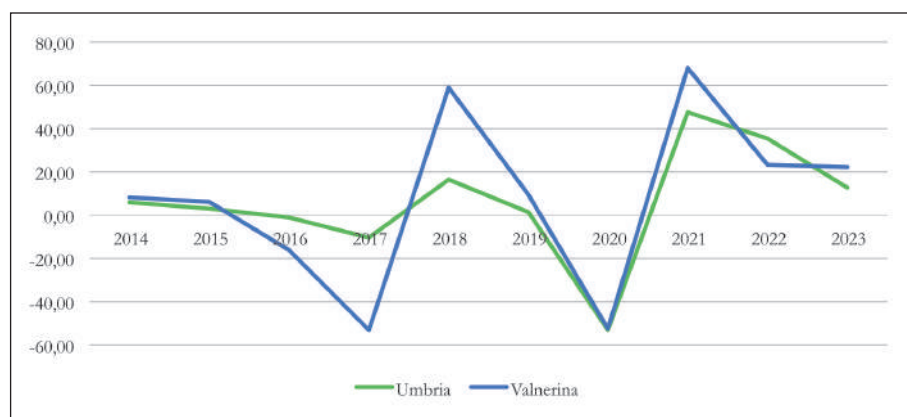
In relazione alle provenienze, i maggiori flussi turistici interessano la componente nazionale, in prevalenza dal Lazio (il 13,5% del totale e il 20,2% dall'Italia), dalla Lombardia (il 9,3% del totale e il 13,9% dall'Italia) e dalla Campania (il 7,3% del totale e il 10,9% dall'Italia), regioni che, da sole, costituiscono il 30% dei movimenti generali e il 45% di quelli interni. Dall'estero, invece, i turisti provengono soprattutto dagli Stati Uniti d'America (il 5,1% del totale e il 15,4% dai Paesi stranieri), dalla Germania (il 3,9% del totale e l'11,7% dai Paesi stranieri) e dai Paesi Bassi (il 3% del totale e l'8,9% dai Paesi stranieri) [06, 07]. I movimenti si concentrano – circa il 52% (3,6 mln di persone) – in estate, tra giugno e settembre: nel resto dell'anno, i turisti sono per lo più italiani (71%). È proprio in questo periodo, tra ottobre e maggio, tuttavia, che si registra il maggiore incremento di presenze (+25% contro il +15% dei mesi estivi) [12].

La meta preferita si conferma Assisi che, prima ancora che per il suo patrimonio artistico (come il ciclo pittorico affrescato da Giotto nella Basilica Superiore) ed architettonico, è nota per la sua tradizione religiosa. Prossima a celebrare nel 2026 l'ottavo centenario dalla morte di San Francesco, la città sta gestendo dal 2020 anche il crescente afflusso di pellegrini

2. L'indice si riferisce alle persone che hanno utilizzato il mezzo di trasporto almeno una volta nell'anno sul totale della popolazione di 14 anni e oltre.

(già qualche decina di migliaia al mese³) alla tomba del beato Carlo Acutis, canonizzato durante le celebrazioni giubilari del 2025. Nei primi sette mesi del 2024, infatti, è l'Assisano la prima realtà per numero di arrivi (24,4%) e di presenze (21,6%) seguita, a qualche punto percentuale di distacco, dal Perugino che assorbe il 18,9% degli arrivi e il 19,8% delle presenze [01]. Nello stesso periodo cominciano a leggersi pure i primi segnali incoraggianti (+20,14% negli arrivi e +18,14% nelle presenze rispetto ai primi sette mesi del 2023)⁴ da parte della Valnerina, il comprensorio umbro che più ha faticato, a causa del terremoto del 2016, per recuperare il precedente volume di flussi turistici e che chiude il *trend* dell'ultimo decennio con valori ancora in rosso sia per gli arrivi (-5%) sia per le presenze (-13%) [12]. Nei grafici che seguono (figg. 1 e 2) si può osservare come questa sia sempre rimasta in linea con i flussi turistici regionali, tuttavia, proprio in corrispondenza del terremoto ha subito un'ovvia e maggiore battuta di arresto rispetto al totale regionale (-1,06% per gli arrivi e il

Fig. 1 - Variazione percentuale degli arrivi in Umbria e in Valnerina nel periodo 2014-2023

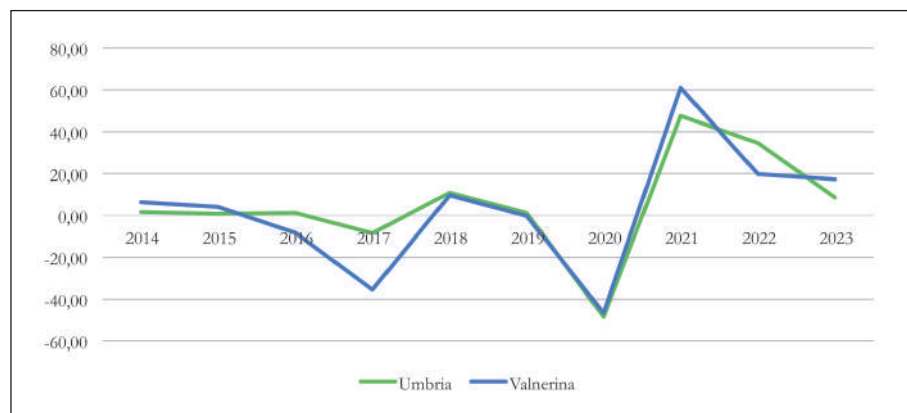


Fonte: Ns. elaborazione grafica su *database* "Movimento turistico comprensoriale" [13, 14, 15, 16]

3. Il dato è stato ricavato in via informale dal novero degli accessi presso il Santuario della Spogliazione in Assisi dove è custodito il corpo del Beato.

4. Statistiche elaborate sui dati disponibili in [01] nel *database* "Riepilogo mensile movimento comprensoriale 7 mesi 2024-23-22-19".

Fig. 2 - Variazione percentuale delle presenze in Umbria e in Valnerina nel periodo 2014-2023



Fonte: Ns. elaborazione grafica su *database* “Movimento turistico comprensoriale” [13, 14, 15, 16]

+1,28% per le presenze) dal momento che registra un decremento generalizzato segnando rispettivamente il -16,11% e il -8,9%.

Tale realtà, come appena descritta per la Valnerina, può essere ben compresa se si tiene conto che, oltre al già riconosciuto elevato grado di sismicità (zona 1) [17], si è in presenza di una delle più sfavorevoli Aree Interne della regione dove oltre il 50% del territorio è stato riconosciuto e classificato come tale: nella prima programmazione 2014-2020 si inserivano il Sud Ovest Orvietano, il Nord Est Umbria e la Valnerina, cui nella successiva programmazione 2021-2027 sono state aggiunte le aree ricadenti nell’Unione dei Comuni del Trasimeno e nella Media Valle del Tevere [18].

La Valnerina, nello specifico, è gravata pure da una massiccia orografia che la rende la subregione più montuosa, la sola dell’Umbria i cui rilievi superano quota duemila metri di altitudine (M.te Cima del Redentore, m 2.448, e M.te Argentella, m 2.201, entrambi nel gruppo del Vetore) e dove, di conseguenza, i nuclei abitativi, soprattutto nei centri frazionali, risultano difficilmente raggiungibili e chiusi in sacche di isolamento [19]. Nonostante ciò, è altrettanto necessario ricordare come i caratteri geologici dell’area (Barchi, Melelli, 2019) abbiano comunque per-

messo il fiorire di notevoli emergenze naturalistiche che vanno ad aggiungersi al patrimonio floro-faunistico della regione (Fatichenti, 2001) oggi tutelato con:

- 1 parco nazionale, Parco Nazionale dei Monti Sibillini (*ha* 71.437);
- 7 parchi regionali⁵, Parco del Monte Cucco (*ha* 10.480), Parco del Lago Trasimeno (*ha* 13.200), Parco del Monte Subasio (*ha* 7.186), Parco di Colfiorito (*ha* 338), Sistema Territoriale di Interesse Naturalistico Ambientale (S.T.I.N.A.) Monte Peglia e Selva di Meana (*ha* 4.535), Parco fluviale del Tevere (*ha* 7.295), Parco fluviale del Nera (*ha* 2.460);
- 2 oasi WWF, Oasi del Lago di Alviano, Oasi La Malcontenta e il Lupo;
- 102 siti Rete Natura 2000, di cui 5 ZPS (*ha* 29.123), 95 SIC-ZSC (*ha* 103.212) e 2 SIC-ZSC/ZPS (*ha* 18.121) per una superficie complessiva di *ha* 130.094 che, escludendo le sovrapposizioni tra i SIC-ZSC e le ZPS, interessa il 15,37% del territorio regionale [20].

2. Cenni sul patrimonio zootecnico e agroalimentare della Valnerina rispetto al quadro regionale

Come già visto, l'Umbria si giova di un interessante sistema di tutela del territorio che interessa la quasi totalità della regione; in un tale contesto, la stessa Valnerina, grazie anche alla sua morfologia, gioca un ruolo fondamentale tanto da ospitare due tra le più importanti aree protette come il Parco Nazionale dei Monti Sibillini e il Parco Fluviale del Nera. Qui, la natura calcarea dei rilievi, ai quali si alternano marne e selci, ha favorito un'abbondante circolazione sotterranea dell'acqua che tende poi a riaffiorare in polle o risorgive (De Santis, 2019) e che, nel corso dei secoli, ha consentito cospicue produzioni foraggere grazie alla formazione di marcite in grado di assicurare sei, o addirittura sette, sfalci all'anno, contribuendo allo sviluppo

5. Il primo approccio al sistema regionale dei parchi si ha con il relativo progetto realizzato dalla Regione Umbria "in accordo e con il concorso della Commissione delle Comunità Europee nell'ambito delle preparazioni del Programma Integrato Mediterraneo per l'Umbria" (Regione Umbria, 1989).

Tab. 2 - Variazione superfici produzioni nell'agroalimentare (2013-2023) in Italia e in Umbria

		ITALIA		UMBRIA	
		Superficie (ha)	Produzione (t)	Superficie (ha)	Produzione (t)
Cereali	2013	3.459.869	18.448.651	113.316	705.367
	2023	3.054.288	15.456.043	79.175	302.150
	Var. %	-11,72	-16,22	-30,13	-57,16
Ortaggi e legumi	2013	506.484	12.970.187	4.421	75.421
	2023	496.499	14.209.813	15.982	69.399
	Var. %	-1,97	+9,56	+261,50	-7,98

Fonte: Ns. elaborazione grafica da Osservatori RRN-ISMEA [22]

di un fiorente settore agrosilvopastorale (Desplanques, 2006). A ciò, inoltre, fanno riferimento le relative tradizioni annesse: ancora oggi, la persona che dopo aver ammazzato un maiale ne lavora le carni, viene chiamato “norcino”, il cui termine ha la sua origine proprio dalla città di Norcia. Tuttora, sebbene la maggior concentrazione di capi suini (7.067.945, pari all’87,9% del totale) si abbia nell’Italia settentrionale, è proprio l’Umbria la regione centromeridionale che più contribuisce all’offerta nazionale con 185.374 capi (di cui 184.745 maiali e 629 cinghiali) distribuiti tra 627 allevamenti, dei quali 1 è misto (maiali e cinghiali) e 23 con soli cinghiali. Non meno importante è l’allevamento ovicaprino, potendo contare su 2.985 strutture che, nonostante rappresentino poco più dell’1% del relativo patrimonio zootecnico nazionale, annoverano 80.316 ovini e 7.383 caprini, dei quali il 21% è allevato proprio in Valnerina⁶ [21].

Non sono trascurabili neppure le produzioni di cereali e leguminose; sebbene nell’ultimo decennio la loro produzione sia diminuita (-57,61% per il settore “cerealicolo” e -7,98% per quello di “ortaggi e legumi” [22]; tab. 2), il farro e la lenticchia costituiscono delle eccellenze produttive che rappresentano degnamente il patrimonio gastronomico di questa subregione umbra dal momento che, rispettivamente, possono fregiarsi del riconoscimento dei marchi DOP e IGP (tab. 3):

6. Tutti i dati sono al 30/06/2024. Nello specifico, in Valnerina, rispetto ai valori regionali, si hanno il 10,6% degli allevamenti, il 21% dei capi ovini e il 20,4% dei capi caprini.

Tab. 3 - Dati di dettaglio della produzione del Farro e della Lenticchia a marchio IG in Valnerina

	Farro di Monteleone di Spoleto (DOP)			Lenticchia di Castelluccio di Nordia (IGP)		
	2022	Variazione %		2022	Variazione %	
		2020	2021		2020	2021
Quantità certificata	13,31 (t)	+43,27	+99,25	381,77 (t)	-5,80	-2,23
Fatturato alla produzione	53,4 (.000 €)	+55,68	+121,58	2.099,7 (.000 €)	-8,30	-2,23
Fatturato al consumo nazionale	99,8 (.000 €)	+38,04	+74,78	4.581,2 (.000 €)	-5,80	-2,23
Quantità esportata	-	-	-	1.344,83 (kg)	-	+197,54
Percentuale export	-	-	-	0,40%	-	+300,00
Fatturato all'export	-	-	-	17,4 (.000 €)	-	+194,92

Fonte: Retefood DOP-IGP [23]; [24]

I dati riportati permettono di quantificare il contributo dato dalla Valnerina nel contesto dell'*export* italiano, confermando, così, l'importante ruolo giocato da tutti i distretti umbri che, nel primo trimestre del 2024, hanno fatto registrare, nel complesso, un'esportazione pari a 298,4 milioni di euro (+22,4% rispetto al 2023). La netta controtendenza di quest'area rispetto al negativo *trend* nazionale (-1,1%) [25], si deve in particolare all'apporto dei comuni di Cerreto di Spoleto, Sant'Anatolia di Narco e Scheggino (PG) (tab. 4):

Tab. 4 - Valore *export* per settore di produzione al 2023

Settore*	Cerreto di Spoleto	Sant'Anatolia di Narco	Scheggino
Prodotti dell'agricoltura, silvicoltura e pesca	fino a 300.000 €	da 300.000 a 600.000 €	fino a 300.000 €
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	fino a 2,5 milioni €	da 2,5 a 5 milioni €	fino a 2,5 milioni €
Prodotti tessili e abbigliamento	-	fino a 800.000 €	-
Sostanze e prodotti chimici	-	fino a 500.000 €	-
Metalli e prodotti in metallo	-	fino a 2 milioni €	fino a 2 milioni €

* Per completezza di informazioni, si riportano tutti i settori in cui i Comuni hanno un fatturato estero.

Fonte: AUR - Mappatura degli operatori esteri umbri [26]

Nel settore agroalimentare, la qualità dei prodotti è garantita dalla certificazione IG; nel 2022, in Umbria, il loro valore è stato di 123 milioni di euro, così ripartiti:

- 2,2 mln € da ortofrutta e cereali;
- 3,8 mln € da oli di oliva;

- 10 mln € da carni fresche (terzo valore assoluto in Italia);
- 33 mln € da prodotti a base di carne;
- 74 mln € da vino [27].

In Umbria, infatti, si contano ben 31 prodotti a indicazione geografica, quali:

Tab. 5 - Prodotti DOP e IGP dell'Umbria

DOP	Prodotti alimentari	Farro di Monteleone di Spoleto; Olio extra vergine di oliva Umbria; Pecorino Toscano; Salamini italiani alla Cacciatora
	ex DOCG	Sagrantino di Montefalco; Torgiano Riserva Rossa
	Vini	Torgiano; Orvieto; Montefalco; Amelia; Colli Perugini; Colli Martani; Colli del Trasimeno; Colli Alotiberini; Assisi; Lago di Corbara; Rosso Orvietano; Spoleto; Todi
IGP	Prodotti alimentari	Agnello del Centro Italia; Lentichia di Castelluccio di Norcia; Panpepato (o Pampetato) di Terni; Patata rossa di Colfiorito; Prosciutto di Norcia; Vitellone bianco dell'Appennino centrale
	Vini	ex IGT Umbria; Bettona; Cannara; Spello; Allerona; Terni

Fonte: Ns. elaborazione da Retefood DOP-IGP [28] e Assovini [29]

Ai riconoscimenti conseguiti dai prodotti appena segnalati, di devono poi aggiungere i dieci presidi Slow Food individuati: la Fava cottora dell'Amerino, il Fagiolo secondo del Piano di Orvieto; il Vinosanto da uve affumicate dell'Alta Valle del Tevere; il Grano saraceno della Valnerina; la Ricotta salata della Valnerina; il Mazzafegato dell'Alta Valle del Tevere; il Sedano nero di Trevi; la Roveja di Civita di Cascia; la Fagiolina del Trasimeno; il Cicotto di Grutti [30].

L'importanza di tali alimenti e bevande si evince anche dai marchi di cui le diverse aree di produzione sono state insignite, facendo distinguere nella regione:

- 16 Città del Bio: Bevagna, Campello sul Clitunno, Cannara, Foligno, Giano dell'Umbria, Gualdo Cattaneo, Gubbio, Montefalco, Nocera Umbra, Preci, Spello, Spoleto, Trevi, Umbertide, Valfabbrica (PG); Montecastrilli (TR);

- 13 Città del Vino [31]: Bevagna, Castel Ritaldi, Giano dell'Umbria, Montefalco, Spoleto, Todi, Torgiano, Umbertide (PG); Castel Viscardo, Ficulle, Monteleone d'Orvieto, Orvieto (TR);

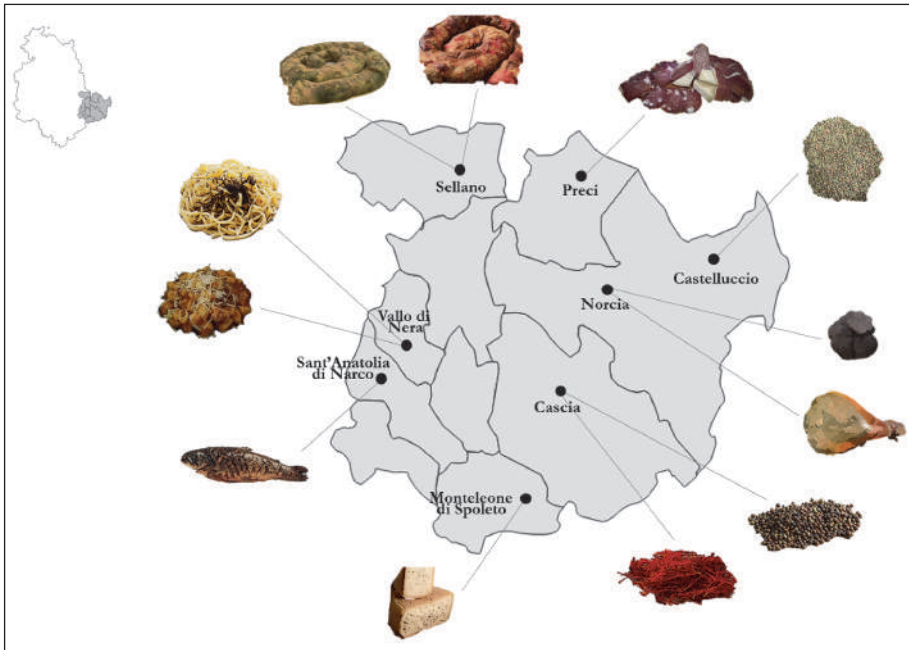
– 22 Città dell'Olio [32]: Bettona, Bevagna, Campello sul Clitunno, Castel Ritaldi, Foligno, Giano dell'Umbria, Magione, Montefalco, Paciano, Spello, Spoleto, Torgiano, Trevi, Vallo di Nera (PG); Arrone, Castel Viscardo, Ficulle, Giove, Lugnano in Teverina, Montecchio, Montefranco, Monteleone d'Orvieto (TR);

– 6 Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori [33]: Strade del Vino e dell'Olio dell'Umbria, Strada del Sagrantino, Strada del Vino Colli del Trasimeno, Strada dei Vini del Cantico, Strada dell'Olio extravergine di oliva Dop Umbria, Strada dei Vini Etrusco Romana.

3. Un itinerario gastronomico in Umbria: la proposta dalla Valnerina

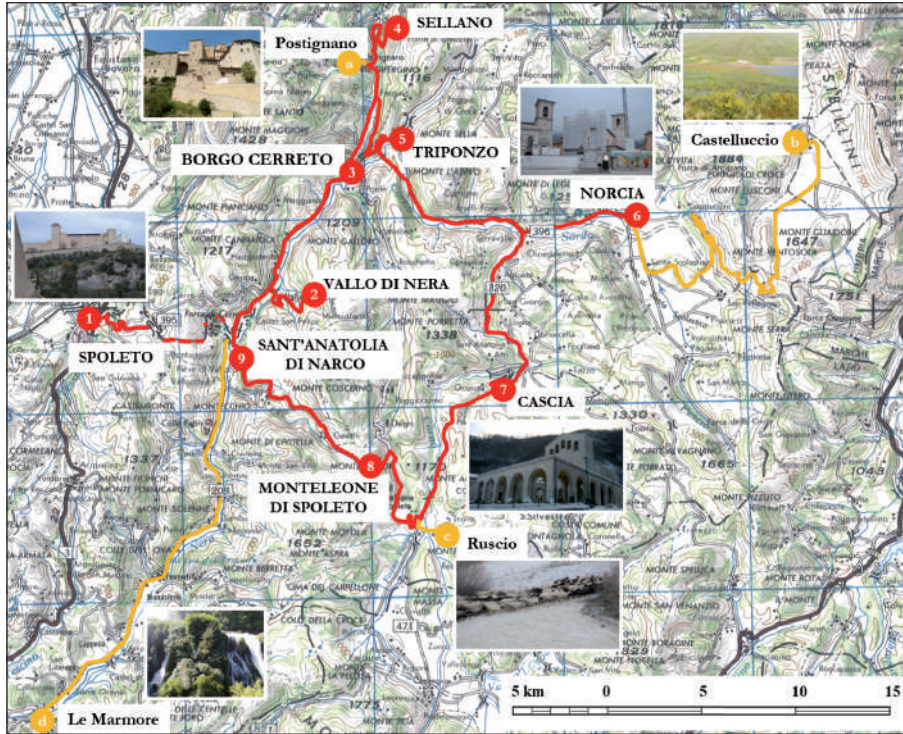
Alla luce di quanto considerato sinora, al fine di permettere una più attenta conoscenza e una migliore fruizione di quanto questo territorio

Fig. 3 - Carta dei prodotti tipici della Valnerina



Fonte: Ns. elaborazione grafica

Fig. 4 - Carta dell'itinerario gastronomico proposto



In rosso sono evidenziate le principali tappe; in giallo le possibili deviazioni.
Fonte: Ns. elaborazione su carta I.G.M. foglio NK 33-4 "Terni" declassificato

possa offrire, si ritiene utile redigere, come supporto per il turista, un itinerario enogastronomico lungo le strade della Valnerina⁷ volto alla scoperta degli autentici sapori locali che si mescolano alle interessanti emergenze naturalistiche più peculiari che, all'improvviso, possono mostrarsi agli escursionisti.

I destinatari della proposta sono coppie o famiglie; per gli spostamenti si suggeriscono veicoli motorizzati a due o quattro ruote. Alcuni tratti, tuttavia, possono essere percorsi anche in bicicletta. L'itinerario, che nel complesso si svilupperà per circa km 134 in sette giorni e sei notti, raggiungerà

7. Ci si limita, in questa sede, ai soli Comuni in provincia di Perugia.

diverse aree dei Comuni di Spoleto, Vallo di Nera, Sellano, Norcia, Cascia, Monteleone di Spoleto e Sant'Anatolia di Narco.

Giorno 1: Spoleto - Vallo di Nera (km. 17)

Il viaggio alla scoperta dei prodotti tipici locali della Valnerina parte dalla città di Spoleto.

Dall'autostrada del "Sole" A1, chi proviene da Nord prenda l'uscita "Valdichiana", da Sud "Orte", e prosegua lungo la E45. Volendo noleggiare un veicolo in loco, si può raggiungere la località con i mezzi pubblici che ne collegano il centro storico con la stazione ferroviaria. Treni e autobus consentono eventuali trasferimenti da e per l'aeroporto internazionale di Perugia "San Francesco d'Assisi" che dista appena una sessantina di chilometri.

A Spoleto, location scelta per le riprese della serie televisiva "Don Matteo", il visitatore potrà apprezzare, tra le varie bellezze, il teatro romano (I sec. a.C.), i mosaici ancora intatti della casa che vide i natali della madre dell'imperatore Vespasiano (I sec. d.C.), la Rocca Albornoziana e il Ponte delle Torri (foto 1). Dal 1958, inoltre, nelle due settimane a cavallo

Foto 1 - L'*unicum* architettonico particolare di Spoleto costituito dalla Rocca Albornoziana, il Ponte delle Torri e il Fortilizio dei Mulini



Fonte: foto dell'autrice (2024)

Foto 2 - La torre quadrata di Vallo di Nera



Fonte: foto dell'autrice (2024)

tra giugno e luglio, la città ospita il Festival dei Due Mondi, manifestazione di rilievo internazionale che ogni anno vede coinvolti i più rinomati artisti dello spettacolo.

Da qui si imbecca la SS3 “Flaminia”, si esce a “Cascia-Norcia” e si attraversa il valico Forca di Cerro: questo procede lungo una strada parallela al tracciato della dismessa ferrovia Spoleto-Norcia oggi percorribile a piedi o in bicicletta, purché dotati di torce per illuminare i tratti più bui delle gallerie. Superato il valico, percorrendo la SS685 “Tre Valli Umbre” e salendo lungo la SP472, si raggiunge Vallo di Nera (m 437 s.l.m.), uno de “I borghi più belli d’Italia” e prima tappa dell’itinerario.

Un tempo fortezza medievale, questo “paese castello” – come lo chiamano gli abitanti per le suggestive vie che incastonano le abitazioni – presenta ancora le due porte di ingresso, Portella e Portaranne, e la torre quadrata (foto 2) eretta in sua difesa. Le storie e i miti che, grazie alla tradizione orale, ne custodiscono la memoria sotto il nome di “Vallionate”, sono

Foto 3 - La chiesa delle "Immagini delle Forche": esterno (a) e interno (b)



Fonte: foto dell'autrice (2024)

oggi preservati ne “La casa dei Racconti”, una delle strutture dell’Ecomuseo della Dorsale Appenninica Umbra e che, dal 2005, ha cura di custodire il patrimonio immateriale (canti e trame popolari) del territorio.

Lasciando il veicolo parcheggiato in centro, si potrà fare una singolare escursione: avviandosi a piedi lungo i tornanti che riportano a valle, si imbicchi il sentiero che si incontra alla propria sinistra e che riporta le indicazioni per “Immagine delle Forche”. Al bivio, si prenda di nuovo la diramazione a sinistra: qualche metro più avanti, sulla destra, si scorgerà una piccola chiesetta che lascerà stupiti per la bellezza degli affreschi che la decorano (foto 3).

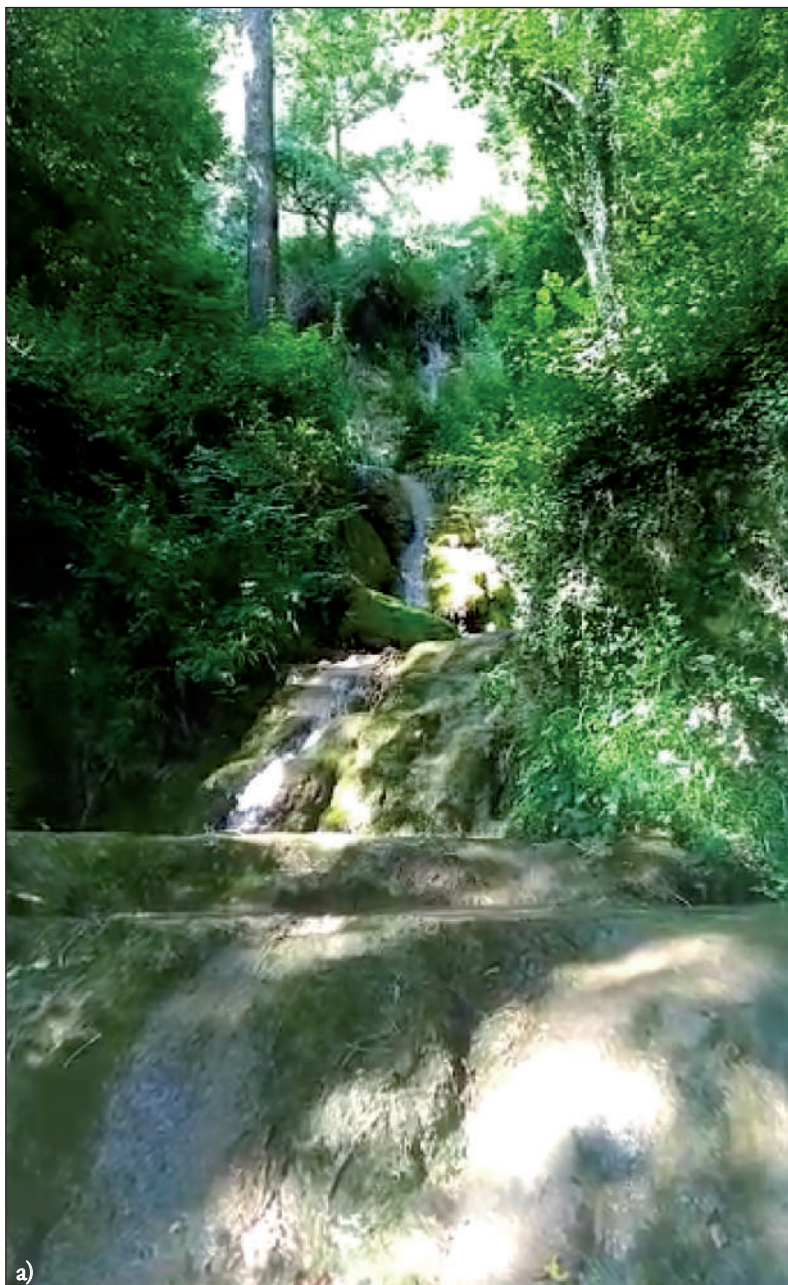
Il fiume Nera lambisce il versante sinistro del poggio su cui si erge Vallo di Nera e permette la pratica della pesca a mosca, escursioni in canoa o discese *rafting* (km 5) fino a Sant’Anatolia di Narco.

In giugno, il paese ospita la rassegna di formaggi “Fior di Cacio”, durante la quale si può partecipare a seminari di approfondimento e degustare i migliori latticini ricavati da pecore, capre e mucche. I sapori locali possono gustarsi anche in agosto, in occasione di “Festivallo”. Tra dicembre e gennaio, invece, ricorrono sia la tradizionale “Bisaccia di San Silvestro”, la mostra mercato di artigianato e prodotti tipici locali, sia “Nero del Nera”, la manifestazione dedicata al tartufo nero. Visitando Vallo di Nera, infatti, non potrà mancare di assaggiare gli “strengozi” con il tartufo, l’agnello locale tartufato, la trota di fiume cotta alla brace, gli gnocchi al castrato, il pecorino alla griglia e i dolci (come lo spumino) con la ricotta.

Giorno 2: Vallo di Nera - Borgo Cerreto - Sellano (km 22)

Dopo aver pernottato a Vallo di Nera, si prosegue per Sellano (m 640 s.l.m.). Dovendo riprendere la SS685 “Tre Valli Umbre”, si suggerisce una sosta al “Museo delle Mummie” di Borgo Cerreto: aperto tutti i giorni su prenotazione, permette di osservare da vicino i corpi mummificati di una giovane donna e di un soldato ucciso per le conseguenze di una ferita da arma da fuoco.

Foto 4 - Le cascate del fiume Vigi (a) e la zona adibita alla pesca sportiva (b) con ristorante annesso





Fonte: foto dell'autrice (2024a; 2020b)

Da qui, si prosegue per la meta della giornata: sede dello stabilimento in cui si imbottiglia l'acqua minerale Tullia che a m 550 sgorga dalla sorgente omonima in Località Sant'Angelo, Sellano sorge nella valle del fiume Vigi (foto 4). Questo, negli anni Sessanta del Novecento, è stato sbarrato per creare un bacino artificiale ora dedicato alla pesca sportiva: l'interesse per le specie faunistiche che lo abitano e le ampie coperture forestali che lo circondano, ne hanno determinato la classificazione come Sito di Importanza Comunitaria (SIC) [34]. Il fascino e la bellezza dell'intera vallata in cui scorre, si possono ammirare anche attraversando il ponte tibetano (m 517,5) inaugurato lo scorso 23 marzo 2024 che, con i suoi 175 m di massima altezza, è il più alto d'Europa.

Al termine dell'avventurosa escursione, ci si potrà rifocillare gustando la cucina tipica a base di porcini, tartufi, castagne, farro, lenticchie, trote, formaggi e carni di maiale o cinghiale. Tra tutti, però, si prediligano due piatti: la fojata salata (una torta salata dalla forma arrotolata e con il ripieno

di verdure) e la attorta dolce (una versione più leggera della tipica Rocciata umbra, con minore varietà di frutta secca nel ripieno e la sfoglia più sottile), alle quali, in agosto, è dedicata anche una sagra.

Giorno 3: Sellano - Triponzo - Norcia (km 34)

Nel riprendere il viaggio da Sellano, si potrà fare una deviazione per una passeggiata tra le vie del Castello di Postignano (foto 5). Sorto probabilmente intorno al IX sec. per difendere le vie di comunicazione che collegavano Spoleto e Norcia con Foligno, presenta un assetto abitativo costruito tra il XIV e il XV secolo. Tale è il suo fascino che nel 1979 l'architetto americano Norman F. Carver jr. gli dedicò la copertina del volume "Italian Hilltowns". Il borgo, seriamente danneggiato e abbandonato in seguito ai terremoti del 1979 e 1997, è stato oggi restaurato e trasformato in un elegante *relais* di lusso.

Dopo la sosta al borgo, si ripartirà percorrendo la SP209 lungo la quale sorge la località di Triponzo (m 420 s.l.m.). L'antica *Tres pontes*

Foto 5 - Il borgo di Postignano



Fonte: foto dell'autrice (2024)

Foto 6 - I bagni termali di Triponzo



All'esterno della struttura si può osservare la vasca che raccoglie le acque solfuree della fonte detta di "Virgilio".

Fonte: foto dell'autrice (2024)

prende il nome, appunto, dai tre ponti con cui gli abitanti superarono i corsi dei fiumi Nera e Corno e la loro confluenza (De Santis, 1995). Qui, chi desiderasse trascorrere qualche ora di *relax*, può approfittare dei ripristinati bagni termali (foto 6) alimentati dall'acqua solfurea, ricca di zolfo e magnesio, che tutto l'anno sgorga alla temperatura di 30°: "*Sulpurea Nar albus aqua*", scriveva nell'Eneide (VII, 517) il poeta latino Virgilio celebrandone le virtù.

All'esterno della struttura si può osservare la vasca che raccoglie le acque solfuree della fonte detta di "Virgilio".

Ormai nel pomeriggio, percorrendo la SP685, si arriverà a Norcia (m 684 s.l.m.). Epicentro nell'ottobre 2016 del violento sisma (M 6.5) che distrusse l'iconica basilica di San Benedetto e rase al suolo i paesi limitrofi di Campi e Castelluccio (foto 7), la città è immersa nel cuore del Parco Nazionale dei Monti Sibillini. Fondato nel 1990, si estende a cavallo tra l'Um-

Foto 7 - I danni del terremoto a Norcia: dettaglio di alcuni edifici nel centro storico



Fonte: foto dell'autrice (2021)

bria e le Marche, in un affascinante alternarsi di larghe dorsali, altipiani carsici e gole strette e profonde come quella di Biselli: chi scegliesse la discesa *rafting* lungo il fiume Corno (km 7, da Serravalle di Norcia a Nortosce), avrà la fortuna di attraversarla e ammirarla in tutta la sua maestosità!

All'interno del Parco, turisti e visitatori potranno dilettarsi in avventurose uscite in *mountain bike*, escursioni durante le quali poter imparare a tirare con l'arco, giocare una partita di *softair* e fare attività di *orienteeering* e *birdwatching*; per le famiglie sono previste esperienze di *survival* e di *trekking* con i muli. I più temerari potranno persino andare alla scoperta del Lago di Pilato, dove tradizione vuole sia stato gettato Ponzio Pilato dopo la crocifissione di Gesù, e dove sopravvive un piccolo crostaceo endemico, il *Chirocephalus marchesonii*. Tale è la ricchezza naturalistica del Parco - solo delle specie floreali ne sono state classificate 1.800 - che vi hanno trovato il proprio *habitat* l'orso marsicano, il lupo, il gatto selvatico e oltre 150 specie di avifauna.

A ciò si aggiunga il ricco patrimonio gastronomico che la città di Norcia offre, spesso esposto nelle vetrine delle botteghe: le carni di maiale ven-

gono lavorate per farne il Salame Norcino Reale, il Salame Corallina o gli insaccati (capocollo, lombetto, guanciale o barbozzo, coglioni di mulo, sanguinaccio). Tra tutte, però, spicca il Prosciutto di Norcia IGP dalla caratteristica forma tondeggianti a pera, senza piedino: le carni hanno una colorazione che tende dal rosato al rosso, il gusto risulta sapido ma non salato e il profumo è leggermente speziato [35].

Per la sua qualità, è protagonista della due giorni a Preci, Comune limitrofo alla città Nursina e altrettanto martoriato dal sisma del 2016: a “Pane, prosciutto & fantasia”, nel primo o secondo *weekend* di luglio, infatti, si può apprezzare la rievocazione degli antichi mestieri artigianali – tra cui la lavorazione del formaggio e del pane – accompagnata dalla degustazione dei prodotti tipici locali con particolare riguardo al Prosciutto di Norcia IGP. Insignito del marchio nel 1997 (il disciplinare è stato poi modificato e aggiornato nel 2008), nel 2022 se ne sono prodotte 3.827,74 t, pari a 32.956 (.000) €, ma la sua produzione è in netta crescita (+20%) grazie all’autorizzazione per essere esportato negli Stati Uniti ricevuta a giugno 2024 [36].

Altrettanto pregiata è la lenticchia IGP di Castelluccio di Norcia, prodotta anche a Castel Sant’Angelo sul Nera (MC) e inserita tra i 42 prodotti a indicazione IGP o DOP del Transatlantic Trade Investment Partnership: i suoi semi risultano più piccoli, appiattiti e tondeggianti. La buccia, dal colore variabile tra il verde screziato e il marroncino chiaro con presenza di semi tigrati, è talmente fine che non necessita dell’ammollo precottura. Il sapore, dolce e delicato, la rende adatta ad accompagnare i salumi (tipica è la zuppa con le lenticchie di Castelluccio e le salsicce di Norcia), mentre il basso contenuto di grassi ne facilita la digeribilità [37]. Tra maggio e luglio, inoltre, i fiori della lenticchia partecipano allo spettacolo cromatico di cui si tingono i pascoli nel Piano Grande e nel Piano Perduto (De Santis, 1991, pp. 235-237): sebbene i fattori meteorologici ne condizionino talora gli esiti, la festa della “Fiorita” (foto 8) si tiene tra la seconda e la terza domenica di giugno con possibilità di degustazione dei prodotti tipici locali.

Tra i formaggi eccellono la ricotta salata e il pecorino (detto “cacio”). Protagonista indiscusso delle tavole, tuttavia, è il *Tuber melanosporum* Vit-

Foto 8 - La Fiorita a Castelluccio di Norcia



Fonte: foto dell'autrice (2022)

tadini, il tartufo nero pregiato soprannominato “l'oro nero di Norcia”. Il suo sapore intenso lo rende adatto, crudo o cotto, a diverse cucine: il turista potrà assaporarlo grattugiato sugli “strangozzi” o sugli “umbrichelli” oppure accompagnato da un'acciuga, dell'aglio e dell'olio d'oliva a condimento degli spaghetti o, ancora, a insaporire una frittata o una bruschetta di pane caldo; addirittura, lo può gustare nell'impasto della caciotta.

Nel periodo di raccolta, tra novembre e marzo, si organizzano escursioni guidate alla raccolta di funghi e tartufi; nell'opzione offerta dal ristorante stellato della città (“Vespasia”), l'attività di ricerca del tubero è accompagnata da un piccolo corso di cucina per poterlo poi degustare al meglio. Nell'ultimo *weekend* di febbraio, invece, se ne tiene la mostra mercato “Nero di Norcia”.

Il turista non ancora soddisfatto delle prelibatezze locali, potrà infine optare per una tagliatella alla norcina o delle più saporite pappardelle al sugo di lepre o cinghiale.

Giorno 4: Norcia - Cascia (km 19)

Si consiglia di lasciare libera questa giornata per dedicarsi con calma alla scoperta di Norcia: oltre alle emergenze naturalistiche cui si è fatto riferimento, vi si potrà apprezzare il portico detto “delle misure” che nel XVI secolo costituiva una sorta di mercato coperto per la compravendita dei cereali. In piazza Palatina si ammirerà l’oratorio di Sant’Agostinuccio. In piazza Duomo si potrà visitare la Castellina, il fortilizio del XVI secolo fatto edificare da Papa Giulio III e che oggi ospita il Museo Civico e Diocesano, la Collezione Massenzi e la mostra archeologica “Partire per l’Aldilà”. Interessante, sarà anche la visita della basilica di San Benedetto da Norcia, andata distrutta nel 2016, ma parzialmente riaperta il 30 ottobre 2023 (foto 9). Solo a conclusione della giornata ci si trasferirà a Cascia scegliendo se ripercorrere la SP685 deviando a sinistra, allo svincolo per Serravalle, lungo la SS320 o, si fosse trascorsa una giornata a Castelluccio, imboccando la SP474.

Foto 9 - La piazza di Norcia e la basilica di San Benedetto in fase di ricostruzione



Fonte: foto dell'autrice (2024)

Giorno 5: Cascia - Monteleone di Spoleto (km 16)

La città di Santa Rita è meta religiosa consolidata e la pressione turistica che il Comune subisce è, in proporzione, superiore addirittura a quella di Assisi. Se, infatti, nella terra di San Francesco l'incidenza delle presenze annue per abitante è cresciuta nel 2023 del 50%, a Cascia il valore si attesta al 63,9% [12].

Qui si può visitare la basilica dedicata alla Santa, la cui festa ricorre il 22 maggio. I più devoti possono approfittare del pellegrinaggio urbano (km 4, difficoltà T) che, in cinque tappe, permette di vivere un'esperienza che coniuga la spiritualità alla scoperta delle meraviglie della città. L'itinerario comincia dal monastero di Santa Rita e tocca il santuario, Palazzo Santi, la Collegiata di Santa Maria della Visitazione e le chiese di Sant'Antonio, San Francesco e Sant'Agostino [38]. Disponendo di maggiore tempo e con un po' di allenamento in più, invece, si può optare per il sentiero (km 12, difficoltà E) che da Cascia conduce allo Scoglio di Roccaporena, la cima della montagna dove la Santa, per sentirsi più vicina a Dio, si ritiene si ritirasse in preghiera [39].

Desiderosi, poi, di gustare i sapori tipici locali, si apprezzeranno la roveja e lo zafferano. La prima è un legume simile al pisello, ma più piccolo e dalla colorazione che varia dal verde scuro al marrone, al grigio. Cresce in maniera spontanea ed è in grado di resistere alle basse temperature e alla mancanza di acqua. La sua coltivazione, faticosa per via della falciatura a mano, è stata quasi abbandonata ovunque, ma resiste nel Comune di Preci – dove sorge la fonte detta appunto dei “rovegliari” – e a Cascia: oggi è tutelata come presidio Slow Food [40] ed è ottima nelle minestre o nelle zuppe. Macinata, la sua farina è utilizzata per realizzare la tipica “farecchiata” o “pesata”, una polenta condita con battuto di acciughe, aglio e olio.

Lo zafferano purissimo di Cascia, invece, rientra tra i prodotti a marchio DOP: considerato “l'oro rosso” della zona, nella settimana a cavallo tra ottobre e novembre è protagonista di una mostra mercato che ne celebra il profumo e il sapore attraverso degustazioni, *show cooking*, laboratori

e convegni. Tra i piatti tipici che lo valorizzano, si suggeriscono i tozzetti e il “farrotto”, una zuppa di farro che può essere impreziosita da fiori di zafferano o arricchita con altri legumi locali.

Visitata la città e assaporatene le prelibatezze, ci si sposti a Monteleone di Spoleto. Il Comune offre la possibilità di praticare *trekking*, passeggiare a cavallo o uscire in *mountain bike*. Per gli interessati, sono previsti anche itinerari di archeologia industriale nei luoghi delle miniere di lignite, in località Scopa Gamberi, e di ferro sul fianco sud-orientale di Monte Birbone (sentiero CAI n. 8 “Strada delle Ferriere”) [41]. Affascinante, sebbene l’originale sia oggi conservato al Metropolitan Museum di New York, è anche la copia custodita nel complesso monumentale di San Francesco della biga, il carro ligneo da parata rinvenuto in una tomba etrusca e ricoperto di lamine bronzee decorate a sbalzo con intarsi in avorio.

Il prodotto tipico locale è il farro (Faticenti, 2012): l’unico, in Europa, a marchio DOP, è impiegato nell’impasto delle polpette o per arricchire minestre, zuppe di castagne o insalate fredde. La sua farina, l’unica dal colore simile al tabacco chiaro, è usata per la cucina di gallette, cialde, biscotti e focacce.

Al farro è associata l’antica usanza per cui il parroco della città, il 5 dicembre di ogni anno, prepara in un grande calderone la zuppa di “farro benedetto”. La condivisione di questa minestra è legata al miracolo con cui San Nicola, quando era Vescovo di Bari, trovandosi a passare nel paese, vide gli abitanti schiacciati dalla fame: donò loro un po’ del farro che aveva con sé e, nonostante la scarsità delle sue provviste, queste si moltiplicarono miracolosamente riuscendo a sfamare tutta la comunità. A questo evento tradizionale si collega oggi una mostra mercato dedicata al prodotto; in estate, invece, nella terza settimana di luglio, si potrà partecipare alla fiera di San Felice, dedicata al bestiame e ai cereali tipici della zona, mentre nel giorno di Ferragosto ci si combinerà con la contesa del Palio tra i terzi di Santa Maria, San Giacomo e San Nicola e la rievocazione del corteo rinascimentale dedicato al principe del castello, Cybo Malaspina.

Foto 10 - Ruscio: il gregge del pastore di Rescia al pascolo



Fonte: foto dell'autrice (2023)

Desiderando, infine, immergersi in un contesto più bucolico, il turista potrà raggiungere la frazione di Ruscio dove gli capiterà di imbattersi con le centinaia di pecore al pascolo (foto 10) del pastore che vive nella limitrofa località di Rescia.

Giorno 6: Monteleone di Spoleto - Sant'Anatolia di Narco (km 24)

Nell'ultima giornata, ci si dirige a Sant'Anatolia di Narco (m 328 s.l.m.): il Comune è famoso per ospitare il museo della canapa, la cui produzione contribuisce in modo virtuoso all'*export* regionale di spaghi, corde, funi e reti destinate soprattutto agli Stati Uniti d'America.

La piccola città è circondata da antiche mura trecentesche lungo le quali si possono ancora apprezzare due torri medievali. Tra le emergenze storico-artistiche si segnalano le abbazie dei Santi Felice e Mauro. Vi è l'opportunità di praticare del *trekking* lungo gli antichi sentieri della transumanza che da Vallo di Nera raggiungevano la vicina Scheggino dove oggi, in occasione della manifestazione "Neraviglioso" si può prendere parte ai laboratori "Come una volta i pastori..." dedicati alla lavorazione del formaggio.

Vi si possono gustare le saporite trote e le cucine a base di asparagi, formaggi e salumi locali, ma soprattutto tartufo che, proprio qui, ha nella “Urbani Tartufi” una delle più antiche (1852) industrie di trasformazione e commercializzazione.

Giunge, così, al termine l’itinerario. Il turista potrà ritornare a Spoleto passando per la SS685 “Tre Valli Umbre”. Disponendo ancora di un po’ di tempo libero, però, potrà proseguire per Ferentillo (TR) – dove c’è

Foto 11 - Le cascate delle Marmore



Fonte: foto dell’autrice (2022)

un secondo e rinomato “Museo delle Mummie” – e raggiungere le note Cascate delle Marmore (foto 11) alimentate dalle acque del fiume Velino alla confluenza col Nera.

Conclusioni

Cuore verde incontaminato, regione d’arte, territorio dai mille sapori antichi e moderni e dagli altrettanti scorci di splendidi panorami che appaiono all’improvviso, l’Umbria può fregiarsi, a ragione, dei presupposti necessari per un forte richiamo turistico non solo nazionale. Tra i settori trainanti per l’intera economia della regione, infatti, un posto di rilievo spetta proprio alle svariate attività turistiche che si possono avvalere della presenza di molteplici ambienti naturali protetti e ben conservati, di un ricchissimo patrimonio storico-culturale e, non ultimo, di una vasta offerta enogastronomica per gli innumerevoli riconoscimenti IGP.

L’Umbria, appunto, può ben essere ritenuta nel suo complesso area a spiccata potenzialità turistica in grado di soddisfare le richieste di ogni tipo di visitatore, riuscendo a far innamorare di sé chiunque abbia l’avventura di poterla visitare grazie ai suoi borghi antichi, alle sue città ricche di storia, alle sue tradizioni e ai suoi ricordi, tanto da costituire quasi un crogiolo di culture e di molteplici attività, che si intersecano tra loro fino ad integrarsi con le più svariate manifestazioni artistiche, religiose, culturali, rievocative lasciate in eredità, nei secoli, dalle varie dominazioni.

Le criticità sofferte a causa del sisma del 2016 e della pandemia di Covid-19 sembrano oggi abbandonare una regione che si avvia alla riconquista del ruolo che merita nel contesto nazionale, soprattutto nell’ambito turistico, grazie anche al notevole recupero delle strutture ricettive (6.787 strutture/locazioni per un totale di 98.702 posti letto) funzionali all’offerta [04]: il movimento turistico e la sua relativa economia si sono potuti avvalere, nel 2023, di una buona crescita del settore rispetto al 2022, grazie al contributo di visitatori italiani e stranieri che, a livello territoriale, hanno privilegiato soprattutto l’Assisano, seguito dal Perugino e dal Lago Trasimeno.

I già ricordati problemi (sisma e pandemia) hanno negativamente inciso anche sull'economia e sulle attività turistiche della Valnerina, condizionandone fortemente lo sviluppo. Tuttavia, la sua spiccata vocazione agrosilvopastorale può rappresentare la chiave di volta per la definitiva valorizzazione e trasformazione della produzione gastronomica, basata principalmente su prodotti locali, tale da rappresentare quel volano necessario per incuriosire e attirare turisti italiani e stranieri, e il cui apporto economico potrebbe essere riutilizzato per una sempre migliore offerta. Se ai prodotti alimentari che la terra e gli allevamenti offrono, si aggiunge la presenza di emergenze naturalistiche (Parco Nazionale dei Monti Sibillini, Parco Fluviale del Nera), non è impossibile neppure consolidare una de-stagionalizzazione del turismo stanziale, assicurando una presenza costante di visitatori e un valido sostegno economico agli impiegati nel settore.

Anche se la non grande estensione dei Comuni non consente di potersi giovare di una permanenza prolungata in uno solo di essi, purtuttavia, il problema dovrebbe essere risolto, senza creare campanilismi, interagendo in stretta sinergia così da valorizzarne le singole peculiarità e attrazioni di ogni territorio. Essendo queste, poi, legate al settore primario, non si deve dimenticare l'impatto positivo che un simile turismo potrebbe offrire agli allevatori e ai coltivatori della zona e, soprattutto, alla cura e alla valorizzazione dell'ambiente.

A conclusione dei molteplici aspetti collegati alla presenza turistica regionale, ma anche in relazione a quanto la Valnerina offre grazie alla sua ricchezza di emergenze storico-artistiche ed ambientali nonché alla persistenza di un ambiente dal ricco patrimonio zootecnico che sapientemente è stato capace di fornire gli elementi necessari allo sviluppo del settore agroalimentare, si è ritenuto opportuno ultimare questo studio realizzando un itinerario che ponesse in evidenza la grande ricchezza del territorio.

Il percorso suggerito, dunque, dovrebbe rappresentare la proposta di una concreta sinergia tra i curatori delle diverse emergenze (gastronomiche, naturalistiche e storico-artistiche) della Valnerina e gli albergatori tale da costituire un'opportunità di crescita e di fattiva collaborazione atta a ga-

rantire la fruizione continua dei beni locali. Quanto potrebbe scaturire dall'apporto finanziario determinato dalla presenza di un turismo alla ricerca dei sapori antichi e recenti e volto alla scoperta delle molteplici bellezze che caratterizzano il territorio, sarebbe fondamentale per un ulteriore miglioramento della stessa offerta turistica da cui potrebbero trarre maggiore profitto le comunità locali.

Bibliografia

- BARCHI M.R. - MELELLI A., "Il paesaggio geologico della Valnerina", ARCA PETRUCCI M. - CERRETI C. (a cura di), *Per una geografia della Valnerina. Pratiche e linguaggi del processo di territorializzazione*, Roma, Gangemi, 2019, pp. 179-192.
- BARTOLINI A. - DE SANTIS G., *Umbria fragile tra terremoti e ricostruzioni. Il caso della Valnerina*, Perugia, Morlacchi, 2022.
- CASTI E. - RIGGIO A. (a cura di), *Atlante Covid-19. Geografie del contagio in Italia*, Roma, A.Ge.I., 2022.
- DE SANTIS G., "Acqua e territorio in Valnerina", ARCA PETRUCCI M. - CERRETI C. (a cura di), *Per una geografia della Valnerina. Pratiche e linguaggi del processo di territorializzazione*, Roma, Gangemi, 2019, pp. 153-169.
- DE SANTIS G., "Itinerari turistici in Umbria: Lago Trasimeno e Piani di Castelluccio", *T.C.I. Guida d'Italia. Natura Ambiente Paesaggio*, (1991), pp. 232-237.
- DE SANTIS G., "Gole, viabilità, azione delle acque e loro utilizzazione a Tripunzo e dintorni", *Quaderni dell'Istituto di Policedra di Geografia*, 17(1995), pp. 85-102.
- DE SANTIS G. (a cura di), "L'Umbria tra marginalità e centralità", *Geotema*, 21(2017), 55.
- DESPLANQUES, H., *Campagne ombre. Contributo allo studio dei paesaggi rurali dell'Italia centrale*, MELELLI A. (a cura di), Perugia, Quattroemme, 2006 (ed. or. *Campagnes ombriennes*, Paris, Colin, 1969).
- FATICENTI F., *Ambiente, agricoltura e paesaggio nell'Umbria appenninica*, Napoli, ESI, 2001.
- FATICENTI F., "Biodiversità e cultura nella certificazione dei prodotti agroalimentari. Studi e ricerche per il Farro della Valnerina Dop", *Culture Territori Linguaggi*, 1(2012), pp. 17-100.
- MARINCIONI F. ed Altri, "Quarant'anni di terremoti nell'Italia centrale: influenze globali e problematiche locali alla base delle azioni di (s)radicamento territoriale", *Memorie geografiche*, 15(2017), pp. 243-248.
- REGIONE UMBRIA, *Piano-quadro del sistema parchi-ambiente della Regione Umbria*, Perugia, Regione Umbria, 1989.

Sitografia

- [01] REGIONE UMBRIA, *Flussi turistici nel periodo Gennaio-Luglio 2024*, <https://tinyurl.com/2esbkjn2> (Accesso del 26.10.2024).
- [02] COCO G., *Turismo in Umbria: i numeri della ripresa*, <https://tinyurl.com/5ebsjc7v> (Accesso del 26.10.2024).
- [03] BANCA D'ITALIA, *Economie regionali. L'economia dell'Umbria. Aggiornamento congiunturale. 2014*, <https://tinyurl.com/yywspwea> (Accesso del 26.10.2024).

- [04] REGIONE UMBRIA, *Flussi turistici in Umbria*, <https://tinyurl.com/mvpm4dvd> (Accesso del 21.11.2024).
- [05] ISTAT, *Esercizi ricettivi*, <https://tinyurl.com/4u6uxkbs> (Accesso del 26.10.2024).
- [06] REGIONE UMBRIA, *Provenienza dei turisti Italiani. Offerta ricettiva e flussi turistici per provenienza 2023*, <https://tinyurl.com/mrnej6na> (Accesso del 26.10.2024).
- [07] REGIONE UMBRIA, *Provenienza dei turisti Stranieri. Offerta ricettiva e flussi turistici per provenienza 2023*, <https://tinyurl.com/cv8rc4mx> (Accesso del 26.10.2024).
- [08] REGIONE UMBRIA, *Turisti Italiani anno 2013*, <https://tinyurl.com/3mrke4n9> (Accesso del 26.10.2024).
- [09] REGIONE UMBRIA, *Turisti Stranieri anno 2013*, <https://tinyurl.com/y6m8k9yc> (Accesso del 26.10.2024).
- [10] COCO G., *Aeroporto dell'Umbria: i dati del rilancio*, <https://tinyurl.com/5n7br99h> (Accesso del 26.10.2024).
- [11] ISTAT, *Trasporti e mobilità*, <https://tinyurl.com/munkwm6t> (Accesso del 26.10.2024).
- [12] CNA Umbria, *Artigianato nuovo attrattore per il turismo in crescita*, <https://tinyurl.com/776ezemr> (Accesso del 2.11.2024).
- [13] REGIONE UMBRIA, *Movimento turistico comprensoriale 2023-2019*, <https://tinyurl.com/4xk8upxy> (Accesso del 7.12.2024).
- [14] REGIONE UMBRIA, *Movimento turistico comprensoriale 2020*, <https://tinyurl.com/ys9csbuj> (Accesso del 7.12.2024).
- [15] REGIONE UMBRIA, *Movimento turistico comprensoriale 2018-2015*, <https://tinyurl.com/4bxd755v> (Accesso del 7.12.2024).
- [16] REGIONE UMBRIA, *Movimento turistico comprensoriale 2014-2013*, <https://tinyurl.com/bu6v6dr7> (Accesso del 7.12.2024).
- [17] DPC, *Classificazione sismica al 31 agosto 2024*, <https://tinyurl.com/2vysvfyh> (Accesso del 3.11.2024).
- [18] DPCOE, *Elenco aree SNAI 2021-2027*, <https://tinyurl.com/5xsn2y6d> (Accesso del 2.11.2024).
- [19] REGIONE UMBRIA, *Area interna Valnerina. Valnerina 14 Comunità una sola idea. Preliminare rafforzato di strategia d'area*, <https://tinyurl.com/2t2dnzsv> (Accesso del 10.9.2024).
- [20] M.A.S.E., *SIC, ZSC e ZPS in Italia*, <https://tinyurl.com/252s8pbs> (Accesso del 2.11.2024).
- [21] IZS, *Consistenza allevamenti e capi suini*, <https://tinyurl.com/2s3r6js6> (Accesso del 5.11.2024).
- [22] OSSERVATORI RRN-ISMEA, *Indicatori di competitività - Agroalimentare*, <https://tinyurl.com/3ermnfd> (Accesso del 2.12.2024).
- [23] RETEFOOD DOP-IGP, *Farro di Monteleone di Spoleto*, <https://tinyurl.com/56bjejx6> (Accesso del 15.10.2024).
- [24] RETEFOOD DOP-IGP, *Lenticchia di Castelluccio di Norcia*, <https://tinyurl.com/4645ddab> (Accesso del 15.10.2024).
- [25] INTESA SAN PAOLO, *Monitor dei distretti dell'Umbria*, <https://tinyurl.com/43suet7x> (Accesso del 15.10.2024).
- [26] CRIPPA A., *Export. Una mappatura degli operatori umbri*, <https://tinyurl.com/549293fy> (Accesso del 30.10.2024).
- [27] ISMEA, *Prodotti tipici - Report*, <https://tinyurl.com/3zncjmvv> (Accesso del 31.10.2024).
- [28] RETEFOOD DOP-IGP, *Elenco completo delle denominazioni*, <https://tinyurl.com/4fdykctk> (Accesso del 15.10.2024).
- [29] ASSOVINI, *I Vini della Regione Umbria*, <https://tinyurl.com/ar9w2zre> (Accesso del 15.10.2024).

- [30] FONDAZIONE SLOW FOOD, *Umbria*, <https://tinyurl.com/mr35rc9v> (Accesso del 20.10.2024).
- [31] CITTÀ DEL VINO, *Umbria*, <https://tinyurl.com/u9f76baa> (Accesso del 2.11.2024).
- [32] ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DELL'OLIO, *Scopri chi siamo*, <https://tinyurl.com/3y7aknxxn> (Accesso del 2.11.2024).
- [33] FEDERAZIONE ITALIANA DELLE STRADE DEL VINO, DELL'OLIO E DEI SAPORI, *Le strade*, <https://tinyurl.com/3x9c6zrk> (Accesso del 2.11.2024).
- [34] REGIONE UMBRIA, *IT5210045*, <https://tinyurl.com/mvrbcnb4> (Accesso del 30.10.2024).
- [35] MIPAAF (1997), *Disciplinare di produzione della indicazione geografica protetta "Prosciutto di Norcia"*, <https://tinyurl.com/ytx5xj5w> (Accesso del 15.11.2024).
- [36] PROSCIUTTO DI NORCIA IGP, *Prosciutto di Norcia IGP: via libera all'export negli Stati Uniti*, <https://tinyurl.com/mtzbntws> (Accesso del 2.12.2024).
- [37] DM 23/12/1998, *Disciplinare di produzione della Indicazione Geografica Protetta della Lenticchia di Castelluccio di Norcia*, <https://tinyurl.com/53surmuh> (Accesso del 5.11.2024).
- [38] MONASTERO SANTA RITA DI CASCIA, *Cascia, percorso urbano*, <https://tinyurl.com/m5yj25yx> (Accesso del 15.10.2024).
- [39] MONASTERO SANTA RITA DI CASCIA, *Sentiero di Santa Rita*, <https://tinyurl.com/38zfd689> (Accesso del 15.10.2024).
- [40] FONDAZIONE SLOW FOOD, *Roveja di Civita di Cascia*, <https://tinyurl.com/2r734svv> (Accesso del 30.10.2024).
- [41] PARCO GEOLOGICO DELLA VALNERINA, *Miniera di ferro di Terargo e ferriera di Ruscio (Monteleone di Spoleto)*, <https://tinyurl.com/yeyuxz8k> (Accesso del 20.10.2024).

Résumé

Les flux touristiques indiquent une tendance à la désaisonnalisation de la présence des Italiens en Ombrie. Des données positives commencent également à être enregistrées pour la région de Valnerina, une zone intérieure à vocation agro-forestière gravement touchée par le tremblement de terre de 2016. Analysant le rôle que joue le secteur gastronomique dans l'économie régionale, l'étude se concentre sur la contribution possible des produits IG à la promotion du tourisme en Ombrie et présente, à titre d'exemple, la proposition d'un itinéraire dans la Valnerina elle-même.

Mots clés: Ombrie; tourisme; produits typiques; Valnerina; gastronomie.

Resumen

Los flujos turísticos denotan una tendencia a desestacionalizar la presencia de italianos en Umbria. También empiezan a registrarse datos positivos en el distrito de Valnerina, una zona de interior con vocación agroforestal y gravemente afectada por el terremoto de 2016. Analizando el papel que desempeña el sector gastronómico en la economía regional, el estudio se centra en la posible contribución de los productos con IG en la promoción del turismo en Umbria y plantea, a modo de ejemplo, la propuesta de un itinerario en la propia Valnerina.

Palabras clave: Umbria; turismo; productos típicos; Valnerina; gastronomía.

**Turismo di prossimità in Irpinia.
La responsabilità sociale d'impresa come nuova identità**

ALBERTO CORBINO*

Abstract

Territorial identity constitutes the premise and condition of local development, when this is understood as strictly linked to the issues of sustainability and the contextualisation of development processes (Pollice, 2005). This is the theoretical assumption on which the case study proposed here is based, the project “Irpinia Terra Viva - Sustainable tourism for a quality territory”, co-financed by the Campania Region and promoted by three no profit organizations, which involves a total of sixteen small municipalities in the province of Avellino.

Despite the great potential, both on a naturalistic and cultural level, and the proximity of the urban centers of Salerno and Naples – of which neither the demand of residents nor the large flows of foreign presences are intercepted, but in an extremely episodic and fragmented manner (Sorrentini, 2021) – these territories struggle to be recognized as a local tourist destination.

In order to enhance their tourist attractiveness, the Project under analysis aims to structure a common denominator for these territories, a sort of new identity that enhances both the individual specific resources and the common resource of the innate culture of hospitality, through the progressive adoption of a “Protocol for responsible catering”, already adopted by individual businesses in the Sorrento Peninsula and in other territories, and implemented here on a larger scale.

Keywords: local tourism, Irpinia, Corporate Social Responsibility.

1. *Obiettivi del lavoro*

Il lavoro si pone l'obiettivo di presentare il progetto sperimentale “Irpinia Terra Viva – Turismo sostenibile per un territorio di qualità”, co-fi-

* Dipartimento di Scienze Politiche, Università degli Studi di Napoli Federico II, alberto.corbino@unina.it.

nanziato dalla Regione Campania e promosso da tre APS, che ha interessato sei piccoli Comuni nell'Alta Valle del Sabato, in provincia di Avellino, una terra che, nonostante le grandi potenzialità, stenta ad affermarsi come meta turistica, anche nel segmento del turismo di prossimità. Il progetto, qui "fotografato" nella sua prima fase di attuazione, intende implementare su quel territorio, come attrattore turistico, una nuova identità sovracomunale basata sui valori della Responsabilità Sociale d'Impresa, in particolare nel campo della ristorazione e della ricettività, affinché ciò costituisca un innovativo fattore di interesse per quella crescente fascia di viaggiatori sempre più informati e attenti alla qualità etica e ambientale di beni e servizi.

2. *Geografia, turismo, enogastronomia, prossimità*

Già fortemente radicato in molte culture, come la scandinava e la finnica, il turismo di prossimità ha globalmente ricevuto molta attenzione durante questi ultimi anni non solo per l'epidemia di Covid-19, che ci ha costretto a guardarci dentro e intorno, riscoprendo valori dimenticati e mete inusuali, ma anche per la crescente consapevolezza degli impatti del cambiamento climatico e dell'urgenza della crisi ambientale che stiamo affrontando (Salmela ed Altri, 2021). In tal senso il turismo di prossimità rientra tra quelle nuove forme di immaginare e concettualizzare il turismo in una visione post antropocentrica, richiesta dalla crisi ambientale (Rantala ed Altri, 2020), come anche suggerito dagli scienziati del clima e dai rapporti dell'IPCC - Intergovernmental Panel on Climate Change, che suggeriscono di investire nel turismo di prossimità consentendo così di affrontare la minaccia del cambiamento climatico e altre crisi ambientali (Higgins-Desbiolles, 2022). Allo stesso modo il turismo di prossimità può anche funzionare come strategia per affrontare alcune problematiche prominenti del settore come la stagionalità e la perdita o il disprezzo per il patrimonio culturale locale (Diaz-Soria, Llurdés-Coit, 2013). Anche in Italia le indagini a cura del Centro Studio TCI hanno evidenziato che nel 2020 il 94% degli intervistati avevano fatto esperienza di turismo dome-

stico, scegliendo destinazioni più vicine a casa rispetto all'anno precedente (72%), quota che però cala al 68% nel 2021 e al 34% nel 2022 (le prime vacanze post Covid).

Al di là di problematiche contingenti, è facilmente intuibile come il turismo di prossimità possa costituire un motore di sviluppo grazie al quale alcuni territori riescano a uscire dalla marginalità, concetto multidimensionale strettamente interconnesso con la perifericità, ma non sinonimo dalla stessa, in quanto incorpora diversi livelli, dalla sfera socioeconomica a quella culturale e politica, strettamente dipendente da processi congiunturali e, dunque, teoricamente arginabili (Cerutti ed Altri, 2023, p. 14).

Al di là di classificazioni ufficiali come quella proposta dalla SNAI - Strategia Nazionale Aree Interne, o dall'IVSM - Indice di Vulnerabilità Sociale e Materiale, la marginalità ha nello spopolamento dei territori una prima spia di allarme che denuncia inequivocabilmente un degrado socio-economico, a sua volta spesso causa di uno ambientale, così sintetizzabile:

- una morente, quando non assente, vitalità economica,
- scarse, quando non nulle, opportunità di lavoro,
- condizioni di vita poco attraenti non solo per i giovani oriundi ma anche per molte categorie di nuovi possibili residenti, quali i nomadi digitali (Pisanu, 2019) o i cosiddetti nomadi pensionati – espressione in verità inesatta in quanto questi ultimi tendono ad essere piuttosto stanziali – cioè individui che hanno raggiunto l'età pensionabile, e provengono da città ormai invivibili o da paesi in cui il costo delle vite, la tassazione o altre caratteristiche (per esempio il clima) rendono appetibile un cambio di residenza in mete più o meno prossime.

Vanno proprio in questa direzione alcune iniziative come il Festival della Restanza¹ di Roccabascerana o il Festival delle Radici² che si pone

1. Restanza, neologismo coniato dall'antropologo Vito Teti (2022) "significa sentirsi ancorati e insieme spaesati in un luogo da proteggere e nel contempo da rigenerare radicalmente" e sottende un diritto naturale a restare, che ha valore né più né meno di quello a partire. Il Festival della Restanza di Roccabascerana è promosso da alcune associazioni locali ed è alla terza edizione.

2. Patrocinato da MAE e MIBAC, il Festival itinerante delle Radici, il cui motto è – Par-

l'ambizioso obiettivo di funzionare come contenitore di idee per la riqualificazione e attrazione di alcuni comuni marginali tra la Ciociaria e l'Irpinia, proprio con la finalità di recuperare non solo un turismo ma anche una nuova residenzialità delle radici, immaginando che persone emigrate da quei paesi o i cui avi erano emigrati da quei paesi, abbiano voglia di (ri)tornare ad abitare, in maniera stabile, in quei luoghi di origine, portando linfa vitale anche in termini di eventuali investimenti a fini imprenditoriali.

E proprio l'Irpinia è il territorio del caso studio che qui si presenta.

Francesca Sorrentini (2021) ci ricorda che “la provincia di Avellino offre una grande diversità di aspetti fisici e antropici, che permettono la diffusione del turismo e il differente apprezzamento delle risorse, alcune delle quali sono inutilizzate, altre scarsamente valorizzate. ... Altri importanti fattori d'impulso del movimento turistico sono i manufatti artigianali e artistici ... e, soprattutto, le produzioni vitivinicole e agroalimentari che in quest'area, come in tutta la regione, rappresentano eccellenze di lunga tradizione ed elevato valore”. Nonostante questo, continua la Sorrentini, “allo stato attuale, mentre il settore agricolo sembra avviarsi verso un percorso virtuoso di modernizzazione qualitativa, condizioni non altrettanto incoraggianti si rilevano per il comparto turistico, che manifesta un andamento in controtendenza rispetto ai flussi nazionali e regionali, concentrati soprattutto nelle province di Napoli e Salerno”.

Difatti, la regione Campania nel triennio 2016-2018 si è classificata prima del Mezzogiorno per arrivi e presenze; Avellino, penultima tra le province campane, intercetta l'1,9% degli arrivi e soltanto l'1,1% delle presenze della regione (Cresta, 2021, p. 39).

Dal 2005 al 2019³ le presenze turistiche totali nella provincia di Avellino sono aumentate da 239.065 a solo 273.949, un incremento del

tiamo dalle Radici per esplorare le tradizioni e celebrare l'identità – è promosso dalla APS Glocal Think.

3. I dati, forniti dalla Regione Campania, si riferiscono alle presenze (italiani e stranieri) negli esercizi alberghieri e complementari (giornate). Si è ritenuto fare riferimento al 2019 e non al 2021 (ultimo dato disponibile, ma falsato dalla pandemia).

14,59% che è ben lontano dal 26,05 della media nazionale, dal 36,73 della provincia di Napoli e dal 70,53 del casertano, un valore di poco superiore al solo beneventano (12,47); e questo nonostante il fatto che la provincia di Salerno abbia registrato, nello stesso arco temporale, un decremento del 20,10%. Un dato rilevante, quest'ultimo, perché proprio da questa provincia e da quella di Napoli – due grandi sistemi urbani contigui alla provincia di Avellino – come da quello quasi contiguo di Caserta, potrebbe provenire un primo notevole flusso di turismo di prossimità, in attesa che un sistema integrato di *marketing* turistico regionale riesca a promuovere in maniera adeguata tutte le province campane favorendo la complementarità delle differenti offerte turistiche. Solo tre anni fa Angela Cresta (2021, p.38) ribadiva: “attualmente l’esperienza mi porta ad affermare con convinzione che in Irpinia non si può ancora parlare di turismo perché l’Irpinia non è un prodotto, né una destinazione turistica”. Siamo quindi in attesa che le risorse turistiche, sottoposte ad un processo di sostanza-zione, diventino attuali, e quindi bene idoneo a soddisfare la domanda dei vacanzieri, in quanto utilizzate (Castiello, 2004, p. 38).

3. *Il caso studio*

Nella sua prima fase, il caso studio qui illustrato ha interessato i sei comuni dell’Alta Valle del Sabato, un territorio di 85,98 kmq, con una popolazione totale di 19.150 residenti, per una densità residenziale media di 222,7 ab/kmq; comuni di collina la cui altitudine è compresa tra i 547 mt. slm di Santo Stefano del Sole e i 364 mt. slm di San Michele sul Serino, che permette una fiorente agricoltura e la coltivazione di vite e nocciole. Ci troviamo al confine da quell’Altra Irpinia in cui “il processo di spopolamento e desertificazione demografica e sociale diviene irreversibile” (Ricciardi, 2019, p. 219).

I Comuni su cui è stata implementata il progetto “Irpinia Terra Viva: turismo sostenibile per un territorio di qualità” sono stati scelti con un criterio che incrocia la contiguità territoriale – la sede l’associazione capofila

“APS Terra Viva project” ha sede a Santo Stefano del Sole – e la “consuetudine lavorativa” della stessa e del *partner* locale “La Rosamarina APS”. Queste due Associazioni di promozione sociale hanno infatti tra i loro obiettivi statutari la promozione di attività culturali, turistiche e di animazione territoriale, tra le quali rientra il “Raduno della Rosamarina”⁴ dell’Alta Valle del Sabato. Oltre ai citati Santo Stefano del Sole e San Michele di Serino, i restanti comuni coinvolti sono Aiello del Sabato, Cesinali, Santo Stefano Serina, Santa Lucia di Serino.

La prima fase progettuale ha previsto tre *steps* operativi: a) lo studio preliminare delle risorse turistiche, b) la ricerca di *partner* locali, ovvero degli imprenditori disponibili alla sperimentazione, c) la formazione degli stessi attraverso una serie di incontri.

Una volta ultimata la sperimentazione del progetto nell’area su menzionata è previsto che questo si estenda ad altri dieci comuni irpini (riportati in tab. 1, fase 2), con cui l’ente capofila ha già avviato una fase di catalogazione e di promozione delle risorse turistiche, e le cui dinamiche demografiche sono pure riportate nella tabella 1 e nella figura 1. L’attivazione di questa seconda fase di allargamento territoriale, si accompagnerà all’attuazione di una strategia di *marketing* territoriale, ed è al momento subordinata al reperimento delle risorse economiche necessarie, principalmente tramite la partecipazione a bandi pubblici, non essendo stato possibile reperire sufficienti risorse di tipo endogeno.

Il progetto si pone l’obiettivo di promuovere sul territorio irpino una cultura di accoglienza e di ospitalità che tenga conto delle sfide ambientali, sociali ed economiche europee sancite dall’Agenda 2030 dell’ONU, in particolare: a) diffondendo il turismo responsabile comprensivo di forme di turismo sostenibile, accessibile e sociale (Agenda 2030 Ob. 9); salvaguardando e valorizzando non solo le risorse enogastronomiche, naturali, culturali e storiche ma, anche, tutto il patrimonio culturale immateriale

4. La Rosamarina è un antichissimo rituale locale, che coinvolge l’intera comunità: canti, balli e musiche contadine itineranti, che portano per le contrade dei paesi l’augurio pasquale tramite un ramo d’albero addobbata con arance e limoni.

Tab. 1 - Popolazione residente del territorio del caso studio

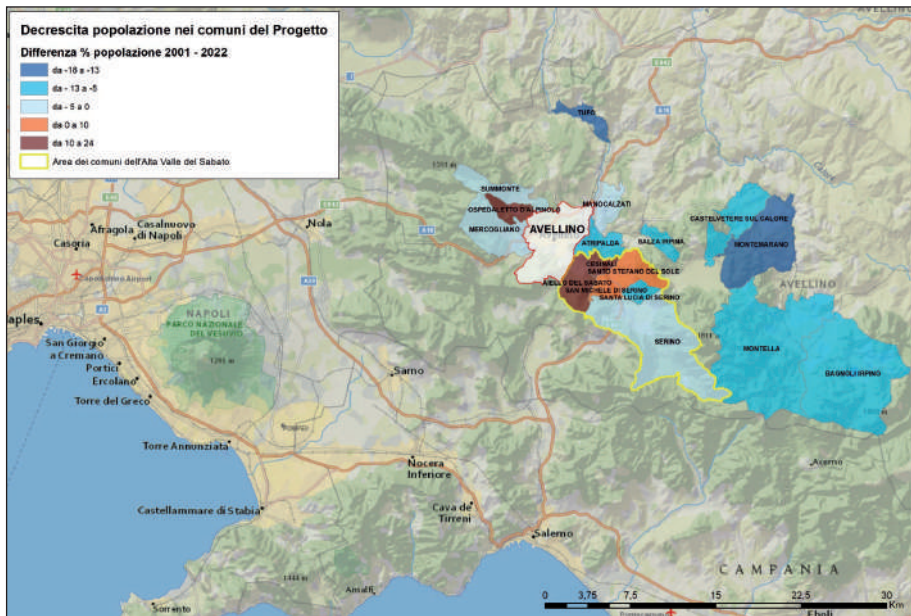
Comune	2001	2011	2011 - 2001	2022	2022 - 2011	2022 - 2001
Sud Italia	20.507.342	20.607.737	0,49	19.856.831	-3,64	-3,17
Campania	5.701.389	5.764.424	1,11	5.609.536	-2,69	-1,61
Avellino (provincia)	429.073	428.855	-0,05	398.932	-6,98	-7,02
Avellino (comune)	52.690	54.270	3,00	52.250	-3,72	-0,84
Comuni della I fase - Alta Valle del Sabato						
Aiello del Sabato	3.239	3.958	22,20	4.001	1,09	23,53
Cesinali	2.297	2.482	8,05	2.563	3,26	11,58
Santo Stefano del sole	1.935	2.184	12,87	2.069	-5,27	6,93
Serino	7.037	7.113	1,08	6.716	-5,58	-4,56
Santa Lucia di Serino	1.515	1.437	-5,15	1.382	-3,83	-8,78
San Michele di Serino	2.402	2.592	7,91	2.419	-6,67	0,71
Comuni II fase						
Atripalda	11.129	10.902	-2,04	10.402	-4,59	-6,53
Bagnoli Irpino	3.331	3.265	-1,98	3.028	-7,26	-9,10
Manocalzati	3.103	3.226	3,96	3.026	-6,20	-2,48
Mercogliano	11.757	12.392	5,40	11.557	-6,74	-1,70
Montella	7.759	7.864	1,35	7.320	-6,92	-5,66
Montemarano	3.029	2.993	-1,19	2.619	-12,50	-13,54
Ospedaletto D'Alpinolo	1.634	1.974	20,81	2.024	2,53	23,87
Salza Irpina	798	762	-4,51	719	-5,64	-9,90
Summonte	1.570	1.608	2,42	1.522	-5,35	-3,06
Tufo	944	915	-3,07	773	-15,52	-18,11

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Istat

che rappresenta l'identità stessa del territorio (Agenda 2030 Ob. 2); c) sensibilizzando ad un agire consapevole da parte delle imprese, facendo capo alla responsabilità sociale d'impresa per lo sviluppo di un'economia circolare (Agenda 2030 Ob. 10).

Menzionata in numerosi documenti e linee guida internazionali come parte fondamentale di una (ri)costruzione di nuove forme di solidarietà

Fig. 1 - Decrescita della popolazione residente nei comuni del Progetto



Fonte: elaborazione dell'autore su dati Istat

tra le imprese e il territorio, la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) è quindi lo strumento operativo eletto a sviluppare un "distretto della ristorazione responsabile". In questo caso le imprese coinvolte sono appunto quelle del settore della ristorazione e della ricettività, come anche quelle dell'indotto ad esso connesso. Il processo di "responsabilizzazione" finisce inevitabilmente per riguardare – e coinvolgere – l'intera comunità locale, perché, se è vero che ogni prodotto di qualità ha una storia da raccontare che fa riferimento alle tradizioni, alla cultura e all'ambiente di una particolare area, il turismo gastronomico può anche risultare uno strumento di promozione per lo sviluppo regionale a condizione che tutti gli *stakeholders* collaborino per integrare la loro offerta (Montanari, 2004, p. 28).

Come si evince dall'analisi dei dati, quattro dei sei comuni considerati, come anche il comune della fase II Ospedaletto D'Alpinolo, presentano dinamiche demografiche positive, in controtendenza col dato aggre-

gato provinciale e con la maggior parte dei comuni irpini, e confermando quanto affermato da Massimiliano Bencardino (2016, p. 30-32), cioè che “a partire dagli anni '80 nel sistema urbano di Avellino è in atto un processo di suburbanizzazione che non si è mai fermato. ... Avellino, dopo essersi sviluppata lungo la direttrice principale che va da Manocalzati e Atripalda a Monteforte Irpino, percorrendo l'asse est-ovest, ha incominciato ad espandersi sia nelle aree a nord-ovest, lungo l'asse Mercogliano-Summonte, destinatarie di una edilizia residenziale e di seconde case, sia verso sud, lungo due direttrici: la prima Bellizzi-Contrada e l'altra che va verso Santo Stefano del Sole e Serino. In questo angolo convesso formato dalle congiungenti Monteforte-Avellino-Santo Stefano si rileva lo *sprawl*⁵ maggiore del sistema urbano avellinese”. Si tratta quindi, di comuni riferibili allo *sprawl* urbano del capoluogo di provincia, che ha perso, come si diceva, l'0,84% dei residenti dal 2000 al 2022, a favore di questi comuni limitrofi, in una dinamica provinciale generale che ha perso, nello stesso arco temporale, il 7,02% della popolazione, dato di oltre 4 volte superiore al dato regionale (1,61%).

Che si sia interessati – diventando quello che potremmo definire una periferia dormitorio – o meno da questo fenomeno, e quindi che le dinamiche di spopolamento siano più o meno intense, resta evidente come tutti i comuni considerati abbiano un'impellente necessità di individuare, o quanto meno di rafforzare, una propria identità produttiva e propulsiva, che ne valorizzi le peculiarità e che dia la possibilità di prosperare indipendentemente dall'essere propaggine della città di Avellino.

Ciò detto, passiamo ad esaminare le potenzialità ai fini dello sviluppo turistico del territorio, risorse naturali e culturali che possono costituire la base su cui fondare un nuovo modello di sviluppo per queste comunità.

5. Nicolino Castiello (2020, p. 72) definisce lo *sprawl* come “la conseguenza di una pianificazione urbanistica comunale poco efficiente ed assai meno funzionale. Esso ha prodotto per le casse pubbliche un aggravio dei costi per l'erogazione dei servizi collettivi (ampliamento e gestione delle reti idrica, fognaria, elettrica, gas, realizzazione di nuove strade ecc.), nonché un consumo ingiustificato ed irrazionale di suolo agricolo, oltre a maggiori costi sociali”.

Tab. 2 - Le risorse turistiche dei comuni della fase I

Comune	Architettura; archeologia	Ambiente naturale	Enogastronomia e cultura immateriale
Aiello del Sabato	Chiesa di Santa Maria della Natività; Palazzo Ricciardelli (già proprietà dei monaci benedettini dell'Abbazia di Montevergine)	Il paese è circondato da varie catene montuose, tra cui il Cervialto e il Partenio; bosco di Aiello (faggi, castagni e querce secolari)	Piatto tipico: 'o sarapullo (frittelle al timo); vino fiano DOCG festival
Cesinali	Centro Storico Intatto; Palazzo Cocchia e Palazzo del Franco. Acquedotto augusteo (aperto durante giornate del FAI); chiesa di San Rocco di Montpellier	Parte media dell'Alta Valle del Sabato	Piatto tipico; cecatielli e fagioli, Sagra dei cecatelli e Cicci e del Maiale, in concomitanza con festa patronale per San Rocco; colline ricoperte da pregiati vitigni (fiano)
Santo Stefano del Sole	Frazione storica di Castelluccio; chiesa madre di Santo Stefano, Palazzo Baronale	Porta naturale del Parco Regionale dei Monti Picentini	Ciliegia imperiale (sagra della Ciliegia); rito pasquale 'A Rosamarina (impegna anche le settimane quaresimali)
Serino	Acquedotto del Serino; ruderi del Castello feudale; Castello dell'Orano	Sulle pendici nord-occidentali del Monte Terminio, abbraccia 4 aree protette riconosciute dal Progetto UE BioItaly	Mascarata serinese (festa in maschera); Castagna di Serino IGP
Santa Lucia di Serino	Resti acquedotto romano; monastero di Santa Maria della Sanità; chiesa SS. Apostoli Pietro e Paolo; palazzo Moscati (nonno di Giuseppe Moscati, medico oggi santo caro ai napoletani)	Monte Faggeto; Sorgenti di Aquaro	Nocciole, castagne, olive taggiasche; scarola di Santa Lucia, piatto tipico cui è dedicata una sagra gastronomica ad hoc; festa "chellu ca passa 'o Cummento" presso il rione Moscati
Santo Stefano di Serino	Paese distrutto interamente dal terremoto del 1980, e ricostruito ex novo; facciata di Palazzo Mariconda; chiesa di San Michele Arcangelo	Zone boschive di Cerreto e Macchie	Olio extra vergine di oliva

Fonte: elaborazione dell'autore su materiale del progetto "Irpinia Terra Viva" e altre fonti del web.

Nonostante le numerose risorse e le evidenti potenzialità, i sei comuni pilota del progetto non sono riusciti, come si diceva, a costruire o quanto meno a raccontare una singola identità forte, né tantomeno a tessere una trama comune di più identità che sia sufficientemente attrattiva per un turismo di prossimità consistente e costante. In un territorio caratterizzato da centri storici implosivi, ovvero centri minori caratterizzati da una perdita di capacità attrattiva a causa della pressione esercitata da forze esterne (Formica, 2004, p. 61) e un ambiente naturale privo di attrattori catalizzatori, le pregiate risorse enogastronomiche locali, offerte a residenti e turisti in oltre 60 esercizi ristorativi, costituiscono senza dubbio il principale fattore *pull*. Ma il territorio non riesce a vincere la concorrenza del settore ristorativo e ricettivo delle altre province campane, in particolare di Napoli e Salerno, che vantano un comparto turistico di lunga tradizione e di grande competitività, le cui punte di diamante sono costituite da un settore gastronomico di eccellenza e alcune tra le attrazioni più famose al mondo.

Dal punto di vista del *marketing* territoriale, ciò che raccontiamo rientrerebbe perfettamente in quei casi in cui “le precondizioni territoriali siano eccessivamente deboli, e sistemi di autogenerazione e auto produzione di tali risorse non siano in grado di agire in modo autonomo, è allora necessario definire un modello strategico di intervento che costituisca un’assoluta discontinuità rispetto ad un consolidato inefficace” (La Foresta, 2011, p. 322).

In questo caso il consolidato inefficace è tratteggiabile con qualche rapida istantanea: un tessuto micro imprenditoriale che non dialoga e non mette in comune progettualità e risorse, ma anzi, antico vizio meridionale, compete senza esclusioni di colpi; l’organizzazione di sagre e piccoli eventi enogastronomici, appuntamenti puntuali che non riescono a dare continuità al percorso turistico, a creare un senso di appartenenza a questi luoghi né tantomeno a restaurare un’identità sbiadita; amministrazioni affette da *ipercampanilismo* e “interventi parziali, rispetto a quelli presupposti, e a pioggia, in ambito territoriale e/o settoriale, che hanno ulteriormente aggravato la status quo ante” (Castiello, 2020, p. 270).

Il modello strategico che il progetto intende implementare non deve però consistere in un'azione puramente di facciata, ma al contrario deve e vuole provare "a dare valore al senso di appartenenza fondato sui tratti fisici del territorio, sulle varietà insediative, sulle produzioni, sui saperi contestuali e codificati, sull'identità «interna» e «lontana» di questi luoghi dell'Appennino meridionale (Arminio, 2013), ma anche sulle reti di attori e mediatori (società civile, azioni, istituzioni) costruitesi nel tempo" (Albolino, Sommella, 2019, p. 68).

Pertanto, il voler costruire qualcosa di autentico e in assoluta discontinuità con fallimentari esperienze precedenti, ha spinto le due APS locali sopra citate a coinvolgere un *partner* esterno, proveniente dal distretto turistico della penisola sorrentina, al fine di importare, adattandola al territorio, una componente d'innovazione.

L'idea alla base del progetto è l'adesione di alcune imprese della ristorazione, opportunamente selezionate tra quelle dei sei Comuni della Valle del Sabato, al Protocollo Zero Positivo (PZ+), che l'Istituto Mediterraneo della Cultura Gastronomica APS (IMCG)⁶ ha ideato nel 2015, sperimentandolo prima e diffondendolo poi in distretti turistici cosiddetti maturi, quali la penisola Sorrentina, Napoli e Bruxelles.

Il PZ+ oggi può essere sottoscritto da qualsiasi impresa che voglia impegnarsi a rispettarne i dieci principi, e a fornire quindi, sia all' IMCG per ragioni di audit che ai clienti per motivi di trasparenza, ogni informazione utile alla verifica, al monitoraggio e alla promozione di tale impegno. Il rispetto del PZ+ deve però essere considerato un percorso progressivo di RSI, costruito sulla singola impresa, e deve essere pertanto coerente e compatibile con la sostenibilità economica e con la fattibilità tecnica, perché lo sviluppo sostenibile, per essere tale anche dal punto di vista economico, ha bisogno dei necessari tempi di adattamento. Quindi, con cadenza annuale, l'IMCG verifica i progressi svolti e pianifica con l'azienda gli ulte-

6. Già UCMed - Università della Cucina Mediterranea APS.

riori passi da seguire, attribuendole infine un punteggio che ne sintetizza le performance.

In estrema sintesi, aderendo al PZ+ per la ristorazione responsabile, l'azienda si impegna a rispettare i seguenti principi:

1) Zero Illegalità, rispettando tutte le normative in materia di sanità, sicurezza, urbanistica, fiscalità, ambiente, rifiuti, lavoro e contribuzione, pari opportunità e non discriminazione. E questa la *condicio sine qua non*, che potrebbe sembrare un dato scontato, ma che invece le cronache di ogni giorno ci ricordano essere un tallone d'Achille di questo e di altri comparti produttivi;

2) Zero Equivoci, rendendo chiaro e dettagliato l'elenco degli ingredienti, la loro natura, l'origine geografica, l'apporto nutrizionale, le fasi di lavorazione. IMCG auspica l'utilizzo del menù trasparente, grazie al quale il cliente possa informarsi sulla provenienza e la qualità di prodotti e servizi, nonché dei relativi costi e ricavi;

3) Zero Chilometri – espressione oggi abusata, che però ribadisce l'importanza del legame col territorio, e che pone l'obbligo di servire prodotti freschi e stagionali, cercando di minimizzare la distanza dai luoghi di produzione e di trasformazione delle materie prime e dei prodotti utilizzati;

4) Zero Rifiuti, acquistando e servendo prodotti sfusi/alla spina, non utilizzando confezioni monouso né stoviglie in plastica usa e getta, preferendo materiale compostabile e riciclabile, anche queste pratiche da tempo oggetto di regolamenti comunali in altre realtà territoriali e, nel 2019, della cosiddetta direttiva SUP della UE, spesso disattesa;

5) Zero Spreco, minimizzando lo spreco di cibo, sia in fase di acquisto che di lavorazione, tema questo molto in voga presso alcuni guru della ristorazione come Massimo Bottura;

6) Zero Impatto, utilizzando prodotti (detersivi, lampadine, imballaggi ecc.) a basso impatto ambientale, un'indicazione che oggi trova molte soluzioni di prodotti cosiddetti “*eco-friendly*”, settore in forte crescita;

7) Zero Egoismo, stabilendo rapporti continuativi di solidarietà economica con le piccole aziende produttrici del territorio e con quelle che fanno impresa sociale, anche più distanti; in questa maniera si permette a soggetti produttivi più deboli di poter pianificare la propria attività almeno nel medio periodo;

8) Zero Manipolazione, preferendo materie prime integrali o poco trattate/raffinate;

9) Zero Violenza, acquistando da aziende che rispettano il benessere animale. Questi ultimi due punti risultano essere molto importanti proprio in chiave di *marketing* territoriale, considerando la maggior consapevolezza di un crescente numero di consumatori, attenti sia al rapporto cibo - salute che al rapporto cibo - etica;

10) Zero Cattive Compagnie, preferendo prodotti del commercio equo e solidale ed evitando l'acquisto di prodotti dalle aziende che non condividono i principi da 1 a 9, un esplicito invito a sostituire sulla tavola, ad esempio, noti marchi di bibite gasate con succedanei locali.

I valori di cui il PZ+ si fa manifesto non sono altro che l'espressione pratica di un approccio al consumo di beni e servizi che trova sempre più spazio in una crescente fascia di turisti consapevoli che, per soddisfare le proprie aspettative, sono disposti anche a viaggi di medio e lungo raggio e che quindi, a maggior ragione, sarebbero felici di poter fare queste esperienze in un ambito di prossimità geografica.

Rispetto ad altri progetti simili in fase di sperimentazione in Italia, l'elemento di innovazione del caso studio in oggetto è – come detto – aver puntato sulla creazione di un distretto della ristorazione responsabile, in cui le aziende identificate come *partner*-pilota (nella prima fase 10 sulle 63 identificate nell'Alta Valle del Sabato), si uniscono sotto la comune bandiera della RSI, e, con il loro esempio, possono guidare la comunità tutta, ivi inclusi i soggetti pubblici, a condividere questa visione di un'identità culturale nuova – senza ripudiare ma anzi rafforzando le radici – e di un futuro finalmente possibile e sostenibile. Condividere la visione, farla di-

ventare patrimonio comune a tutti gli attori del territorio, è un passo fondamentale per il successo di progetti come questi, perché esse sono e devono restare iniziative dal basso, volute e difese dalla comunità, in opposizione a sterili “pratiche” e certificazioni calate dall’alto.

Questo distretto, che potremmo definire sostanziale, potrebbe poi integrare un distretto formale di recente costituzione, il Distretto Diffuso del Commercio (DDC) “Alta Valle del Sabato”, riconosciuto ufficialmente dalla Regione Campania a inizio del 2023, uno strumento che consente a questo gruppo di comuni di aver accesso a fondi regionali e “fare del commercio il fattore di integrazione con altri settori produttivi quali attività artigianali, di servizi e turistico-ricettive nonché di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l’attrattività complessiva, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali”⁷. La ristorazione responsabile potrebbe auspicabilmente diventare parte del cosiddetto accordo di distretto, uno strumento con cui i soggetti proponenti sono chiamati sia a definire gli obiettivi che si intendono conseguire a medio e lungo termine che la relativa programmazione strategica triennale.

Si tratterebbe quindi, una volta completato, di un progetto pionieristico simile – sia nei valori a cui si ispira che nel modello gestionale – ad altre iniziative sperimentate con successo in Italia, il caso più noto dei quali è probabilmente Castel del Giudice, un piccolo paese montano di 320 anime della provincia di Isernia, facente parte della SNAI dell’Alto Medio Sannio e situato vicino al fiume Sangro, che segna il confine con l’Abruzzo. Negli ultimi quindici anni questo comune è divenuto luogo di sperimentazione di forme di sviluppo locale e di *governance* partecipata, incentrate sulla valorizzazione del territorio al fine di disinnescare le dinamiche dello spopolamento. Tra le iniziative più rilevanti, che hanno favorito il rilancio del paese, c’è la Castel del Giudice *Green Community*, uno dei quattro pilastri del Piano del Cibo lanciato nel 2019: ovvero la comunità che adotta

7. Si vedano: Testo unico sul commercio, L.R. n. 7/2000, Regione Campania, e successivi decreti.

condotte, in tutti gli ambiti di vita, a spreco zero, *plastic e carbon free*, realizzando un nuovo *welfare* di comunità (Curcio ed Altri, 2022, p. 81).

4. Conclusioni

Guardando con fiducia e ammirazione a Castel del Giudice e alle tante esperienze che in Italia e all'estero impegnano comunità, terzo settore, imprese e amministrazioni in una visione diversa della relazione cibo-abitare-turismo, sottolineiamo che il vero punto di forza del progetto per rilanciare l'Alta Valle del Sabato è l'agire a scala sovracomunale, quindi su un ambito sì più complesso ma allo stesso tempo dimensione necessaria a fare massa critica e creare economie di scala, non fosse altro l'opportunità di essere raccontato come il primo distretto turistico totalmente basato sulla ristorazione responsabile e, più in generale, sui valori della cooperazione economica, della solidarietà sociale e della tutela ambientale. I vantaggi in termini di *marketing* sarebbero difatti innegabili, poiché si riuscirebbe a trovare un nuovo *storytelling* per raccontare l'insieme del territorio e la sua identità in un complesso e lungo lavoro tra scenografia e sceneggiatura (Amodio, 2020, p. 65), con grande gioia dei *food blogger* che affollano i *social media* e delle tante riviste specializzate. Come detto, ci si aspetta che questo *storytelling* sia solo la cristallina rappresentazione di una credibile ricetta di sviluppo locale sostenibile.

Il Progetto "Irpinia Terra Viva: turismo sostenibile per un territorio di qualità" è ancora ai primi passi, e i secondi sono legati non solo a una capacità progettuale dei soggetti promotori ma anche a una visione di lungo periodo degli enti pubblici erogatori dei fondi. È pertanto presto per tracciare un bilancio che vada oltre l'entusiasta partecipazione dei *partner* locali alle attività implementate. Gli incontri con le comunità locali e una più approfondita conoscenza delle potenzialità del territorio hanno comunque permesso di confermare l'ipotesi di partenza: a) la valorizzazione dell'enogastronomia, integrata con un'offerta turistica di tipo naturalistico-culturale, è una delle leve per incrementare sia qualitativamente

che quantitativamente il turismo di prossimità; b) a sua volta il turismo di prossimità può diventare una fase di passaggio per qualcosa di più, che potremmo definire come un ritorno stabile alla qualità della vita in luoghi di armonia con la natura, da godersi ad un ritmo lento che può diventare il ritmo di vita di nuove comunità di residenti.

D'altronde non è un mistero che, nei piccoli centri della penisola, sia in forte aumento l'acquisto di abitazioni da parte di stranieri e non (solo) a fini speculativi. Anzi, come evidenziano Margot Delon e Teresa Graziano (2023) sul caso siciliano di Troina, dove una svendita di case a un euro promossa dall'amministrativa comunale avrebbe potuto innescare processi di tipo fortemente speculativo, "quasi tutti gli acquirenti dichiarano di non avere obiettivi di tipo speculativo o di estrazione della rendita, ma di voler acquistare la casa come residenza secondaria da utilizzare per periodi dell'anno più o meno lunghi o al massimo da prestare ad amici e familiari". È evidente che alcune aree della penisola, in particolare nel Meridione, restano più ambite di altre, per il clima mite, la vicinanza alla costa, il centro storico ben conservato. In altri casi i territori devono invece provare a reinventarsi attorno a nuovi paradigmi di vivibilità, universalmente riconosciuti e oggi più che mai richiesti, facendo anche leva su una ristorazione più attenta alla tutela dell'ambiente e alla solidarietà economica. Ed è proprio questa la strada che si sta cercando di intraprendere nell'Alta Valle del Sabato.

Bibliografia

- ALBOLINO O. - SOMMELLA R., "L'Alta Irpinia tra progetti di sviluppo e identità territoriale", *Geotema*, 22(2018), 57, pp. 66-77.
- AMODIO T., "Consumo di suolo, implicazioni e prospettive di rilancio", *Geotema*, 24(2020), 63, pp. 55-67.
- ARMINIO F., *Geografia commossa dell'Italia interna*, Milano, B. Mondadori, 2013.
- BENCARDINO M., "Un'analisi comparativa dello sprawl nei sistemi urbani di Avellino e Benevento", *BAIC*, 157(2016), pp. 27-40, DOI: 10.13137/2282-572X/13569.
- CASTIELLO N., "Turismo e geografia: il turismo culturale", CASTIELLO N. (a cura di), *Atti delle Giornate di Studio su "Il turismo culturale in Campania"*, Quaderni del Dipartimento di Analisi dei processi economico-sociali, linguistici, produttivi e territoriali, Napoli, Università di Napoli Federico II, 2004, pp. 19-50.
- CASTIELLO N., "Mitigazione del rischio ambientale nella Campania appenninica: sedi umane e terremoti", *Atti del Convegno Mitigazione del rischio ambientale nelle aree interne campane: sedi umane, rischio sismico, urban sprawl e rilancio socio-economico, Studi e Ricerche socio-territoriali*, Napoli, 10(2020), pp. 23-86.
- CERUTTI S. ed Altri, "Introduzione. Geografie delle aree marginali tra permanenze e cambiamenti", in AA.VV., *XVI Rapporto Società Geografica, Territori in transizione Geografie delle aree marginali tra permanenze e cambiamenti*, Roma, Società Geografica Italiana, 2023, pp. 13-22.
- CRESTA A., "L'emergenza Covid-19 e il riposizionamento del turismo nelle aree interne: prime riflessioni sull'Irpinia", *Documenti geografici*, 2(2020), pp. 29-51, DOI: 10.19246/DOCUGEO2281-7549/202002_02.
- CURCIO F. ed Altri, "L'implementazione di un Piano del Cibo: il caso di Castel del Giudice", *ReCibo Rivista della Rete Italiana Politiche Locali del Cibo*, 2(2022), pp. 78-86, DOI: 10.13135/3034-834X/7905.
- DELON M. - GRAZIANO T., "L'iniziativa "case a un euro" contro la marginalità territoriale in Italia: mercificazione o rivitalizzazione?", *BSGI*, Serie XIV, 1(2023), pp. 17-29, DOI: 10.36253/bsgi-7464.
- DIAZ-SORIA I. - LLURDÉS COIT J.C., "Thoughts about proximity tourism as a strategy for local development", *Cuadernos De Turismo*, 32(2013), pp. 303-305.
- FORMICA C., "Ambiente e paesaggio come presupposti per la valorizzazione dei piccoli centri storici della Campania interna", CASTIELLO N. (a cura di), *Atti delle Giornate di Studio su "Il turismo culturale in Campania"*, Quaderni del Dipartimento di Analisi dei processi economico-sociali, linguistici, produttivi e territoriali, Napoli, Università di Napoli Federico II, 2004, pp. 53-78.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., "Subsidiarity in tourism and travel circuits in the face of climate crisis", *Current Issues in Tourism*, 26(19), Routledge, 2022, pp. 3091-3101, DOI: 10.1080/13683500.2022.2116306.
- JEURING J.H.G., "Discursive contradictions in regional tourism marketing strategies: The case of Fryslân", *The Netherlands. Journal of Destination Marketing & Management*, 5-2(2016), pp. 65-75, DOI: 10.1016/j.jdmm.2015.6.002.
- LA FORESTA D., "L'approccio geografico alle politiche di sviluppo urbano: il marketing territoriale", MUSELLA M. (a cura di), *La fine è l'inizio. Storia e attualità della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Federico II di Napoli*, Torino, Giappichelli Editore, 2011, pp. 319-324.
- MONTANARI A., "Turismo gastronomico e territorio. Dalla geografia del gusto al gusto della geografia", *Turistica*, Serie XIII, 3(2004), pp. 19-30.
- PISANU V., "Il nomade digitale tra radicamento e sguardo cosmopolita", ZANOLIN G. (a cura di), *The Diversity of Geographis, A plurality of approaches and research themes in*

- a complex world*, *Geography Notebooks*, v. 2, n. 1(2019), Milano, LED Ed. Universitarie, p. 79-91.
- POLLICE F., “Il ruolo dell’identità territoriale nei processi di sviluppo locale”, *BSGI*, Serie XII, 1(2005), pp. 75-92.
- RANTALA O. ed Altri, “Envisioning tourism and proximity after the Anthropocene”, *Sustainability*, 12(2020), pp. 3948-3964, DOI: 10.3390/su12103948.
- RICCIARDI T., “Spopolamento e desertificazione nell’Appennino meridionale: il caso dell’Alta Irpinia”, MACCHI JANICA G. -PALUMBO A. (a cura di), *Territori spezzati. Spopolamento e abbandono nelle aree interne dell’Italia contemporanea*, Roma, CISGE - Centro Italiano per gli Studi Storico-Geografici, 2019, pp. 215-220.
- SALMELA ed Altri, “Proximity tourism: A thematic literature review”, *Matkailutkimus*, 17(2021), pp. 46-63, DOI: 10.33351/mt.107997.
- SORRENTINI F., “L’offerta turistica in Irpinia tra tutela delle produzioni enogastronomiche e rilancio delle economie rurali”, *Geotema*, 25(2021), Supplemento, pp. 214-224.
- TETI V., *La Restanza*, Torino, Giulio Einaudi Editore, 2022.

Sitografia

- [01] CENTRO STUDI TOURING CLUB ITALIANO, “Survey Touring Vacanze degli italiani nel 2022,” <https://www.touringclub.it/notizie/altre-iniziative/come-sono-andate-le-vacanze-2022-degli-italiani> (Accesso del 29.10.2024).

Parole chiave: turismo di prossimità, Irpinia, RSI

Résumé

L’identité territoriale constitue la prémisses et la condition du développement local, lorsque celui-ci est compris comme strictement lié aux questions de durabilité et de contextualisation des processus de développement (Pollice, 2005). C’est l’hypothèse théorique sur laquelle repose l’étude de cas proposée ici, le projet “Irpinia Terra Viva - Tourisme durable pour un territoire de qualité”, cofinancé par la Région Campanie et promu par trois organisations à but non lucratif, qui implique un total de seize petites municipalités de la province d’Avellino. Malgré le grand potentiel, tant au niveau naturaliste que culturel, et la proximité des centres urbains de Salerne et de Naples – dont ni la demande des résidents ni les flux importants de présences étrangères ne sont interceptés, sauf de manière extrêmement épisodique et fragmentée (Sorrentini, 2021) – ces territoires peinent à être reconnus comme destination touristique locale. Afin de renforcer leur attractivité touristique, le projet analysé vise à structurer un dénominateur commun pour ces territoires, une sorte de nouvelle identité qui valorise à la fois les ressources spécifiques individuelles et la ressource commune de la culture innée de l’hospitalité, à travers l’adoption progressive de un «Protocole pour une restauration responsables», déjà adopté par des entreprises individuelles de la péninsule de Sorrente et d’autres territoires, et mis en œuvre ici à plus grande échelle.

Mots clés: tourisme de proximité, Irpinia, Responsabilité sociale des entreprises.

Resumen

La identidad territorial constituye premisa y condición del desarrollo local, cuando éste se entiende estrictamente vinculado a las cuestiones de sostenibilidad y contextualización de los procesos de desarrollo (Pollice, 2005). Este es el supuesto teórico en el que se basa el estudio de

caso propuesto aquí, el proyecto “Irpinia Terra Viva - Turismo sostenible para un territorio de calidad”, cofinanciado por la Región de Campania y promovido por tres organizaciones sin fines de lucro, que implica un total de dieciséis pequeños Municipios de la provincia de Avellino. A pesar del gran potencial, tanto a nivel naturalista como cultural, y de la proximidad de los centros urbanos de Salerno y Nápoles – de los cuales ni la demanda de los residentes ni los grandes flujos de presencia extranjera son interceptados, salvo de manera extremadamente episódica y fragmentada (Sorrentini, 2021) – estos territorios luchan por ser reconocidos como destino turístico local. Para potenciar su atractivo turístico, el Proyecto analizado pretende estructurar un denominador común para estos territorios, una especie de nueva identidad que potencie tanto los recursos específicos individuales como el recurso común de la cultura innata de la hospitalidad, a través de la adopción progresiva de un “Protocolo para una restauración responsables”, ya adoptado por empresas individuales en la península de Sorrento y en otros territorios, y aplicado aquí a mayor escala.

Palabras clave: turismo local, Irpinia, Responsabilidad social corporativa.

**Risignificare la Terra dei Fuochi?
Mappe e percorsi turistici di comunità
per la valorizzazione del territorio**

PASQUALE PENNACCHIO*

Abstract

The term «Terra dei Fuochi», which became popular about twenty years ago starting from the investigations conducted by Legambiente in a report dedicated to the ecomafias, has now become a semantic term to conceptually frame the environmental degradation that characterises a significant portion of the territory between North Naples and South Caserta, a constant object of an unbalanced practice connected to the illegal waste disposal cycle. Starting from this premise, the contribution intends to imagine a re-signification of the idea of the «Terra dei Fuochi» through community tourism itineraries that can activate the local milieu in a virtuous process to valorise places of historical and artistic interest that are scarcely considered, if not actually abandoned. The focus of the research concerns the densely populated municipality of Giugliano in Campania, which well summarises the contradictions between enhancement needs and environmental degradation.

At the methodological level, the research includes an empirical phase of interviews with residents and interviews with privileged witnesses such as representatives of civic associations, sector operators and institutional stakeholders in order to intersect the cognitive dimension, linked to personal and collective visions of the area, with the organisational dimension of analysing governance strategies. The objective is to arrive at possible visions of community-based tourism through the elaboration of ideal maps, propaedeutic to the creation of itineraries respectful of the needs and aspirations of the people living in the areas concerned. As a support to the research, thematic cartographies will be produced with the aim of conceptually

* Università degli Studi di Napoli Federico II, pasquale.pennacchio@unina.it

representing options for involvement in the complex issues connected to territorial regeneration and sustainable tourism.

Keywords: environmental justice; community-based tourism; Terra dei Fuochi; territorial resignification.

1. Introduzione. Deterritorializzare la mente dallo stigma

“Di notte i camion scaricavano rifiuti e con le pale meccaniche vi si gettava sopra un po’ di terreno. Tutto questo per una profondità di 20-30 metri: nelle zone di Parete o di Casapesenna, in cui la falda acquifera è più bassa, vi sono punti che si trovano a 30 metri. [...] Anche sulla Domitiana, vicino Varcaturo, dove c’erano delle antiche fosse di sabbia: scaricavano anche là, quindi l’inquinamento riguarda tutta la costiera. [...] Si tratta di milioni e milioni di tonnellate di rifiuti. [...] Parliamo della provincia di Caserta arrivando fino a Giugliano”.

Questi appena citati sono alcuni stralci delle dichiarazioni che Carmine Schiavone (1997), collaboratore di giustizia, autodefinitosi “amministratore” del *clan* dei Casalesi, rilasciò nel corso di un’audizione dinanzi alla Commissione parlamentare di inchiesta sul ciclo dei rifiuti. Era il 1997 e già da un decennio, almeno, stava accadendo qualcosa che avrebbe per sempre segnato uno dei territori più densamente popolati del Paese. La collaborazione di Schiavone, iniziata nei primi anni Novanta, diede avvio a una lunga fase di pentitismo che portò poi al processo *Spartacus*, che ha rivelato una lunga pagina di quella che è stata definita *competing territorialisations* (De Rosa, 2018) tra lo Stato e la Camorra, ove quest’ultima si è posta, per decenni, su un terreno di sfida nella governance del territorio, entrando direttamente nella gestione della crisi (Amato V., 2009).

Nel 1992 Nunzio Perrella, altro *boss* di camorra, riferendosi al PM che lo interrogava, esclamò “la monnezza è oro, dottò” per specificare come i *clan* si fossero appropriati di un mercato nuovo, diverso da quelli su cui i magistrati avevano fino ad allora indagato: quello dei rifiuti. Per comprendere le origini di questo fenomeno bisogna però fare un passo in-

dietro di dieci anni, quando nel 1982, in attuazione delle direttive europee, venne imposta una nuova regolamentazione dei rifiuti in Italia, da allora classificati in due distinte categorie: urbani e speciali. Questi ultimi, a loro volta, vennero classificati in tossici e nocivi (DPR n. 915 del 1982). Un atto che, come descritto negli atti parlamentari (2018a), mutò radicalmente la gestione dei rifiuti industriali in Italia, dando origine a una filiera di smaltimento che trovò in breve tempo una profittevole direttrice nord/sud. Tra il 1987 e 1988 il *clan* dei casalesi entrò prepotentemente in questo mercato potendo vantare una capacità di controllo territoriale¹ acquisita negli anni precedenti con il mercato della fornitura di cemento e della compravendita delle terre derivanti dal *boom* urbanistico della ricostruzione post-terremoto (Martone, 2014). La cordata di “imprenditori” rappresentata da Cipriano Chianese² divenne, così, la principale interlocutrice dello smaltimento dei rifiuti che dal Nord finivano illegalmente nelle discariche legali di Giugliano, Pianura, Caserta, o direttamente nei terreni (Commissione parlamentare, 1997).

La tassonomia Terra dei Fuochi, introdotta nel dibattito pubblico da Legambiente (2003), ancora non si era apprestata a segnare concettualmente il vasto e demograficamente denso territorio che si estende tra Napoli nord e Caserta sud, la cui designazione si andava a sovrapporre a quella di *Campania felix*. Prima l'esplosione edilizia, poi la territorializzazione dei rifiuti, rende talvolta difficile immaginare cosa fosse prima della devastazione ambientale (Di Gennaro, 2008; 2009). Il dopo, invece, è quel che resta da indagare, partendo dagli importanti contributi già realizzati. Una questione su cui è importate fare chiarezza è proprio il concetto stesso

¹ Dalla lettura delle dichiarazioni di Carmine Schiavone (1997), tenute segrete fino al 2013, emerge chiaramente la visione di controllo territoriale del *clan*, la sua propensione a farsi *governance* attraverso il controllo camorristico di diverse amministrazioni comunali, nonché una lucida geografia dei confini territoriali entro cui le attività del *clan* si estendevano.

² Considerato l'ideatore del sistema delle ecomafie per conto del clan dei casalesi, è stato riconosciuto responsabile del disastro ambientale della Resit di Giugliano e dell'avvelenamento della falda acquifera.

di Terra dei Fuochi, oggi concepito quasi come assioma. Dalla sua introduzione ad oggi è divenuto un ampio contenitore capace di sussumere fenomeni e fasi distinte e distinguibili rispetto alla frattura metabolica (Foster, 1999) determinatasi in Campania, causata dallo sfruttamento capitalistico del territorio e rintracciabile nell'interstizio di due cicli integrati: il ciclo integrato del calcestruzzo; il ciclo integrato dei rifiuti (Commissione Parlamentare, 2018b). Da questi interstizi emergono diverse fasi di degradazione ambientale riconducibili a strategie di accumulazione per contaminazione, cioè organizzate su processi di socializzazione dei costi di contaminazione (D'Alisa, Demaria, 2024): la fase dell'urbanizzazione non pianificata, i cui possibili effetti erano stati prefigurati (Manzi, 1974); la fase dei veleni derivanti dai rifiuti interrati; la fase dei fuochi di rifiuti per la saturazione delle discariche; la fase dell'emergenza dei rifiuti; la fase dei roghi tossici. Parliamo di fasi che da un lato scandiscono la scala temporale con cui si sono succeduti ed evoluti i fenomeni di degradazione ambientale, dall'altro delineano una concatenazione di fattori talvolta sovrapposti. È corretto riunirle tutte queste sotto il *mot valise* di Terra dei Fuochi?

In questo senso, la fortuna che questo termine si è guadagnato nel senso comune restituisce un singolare, significativo, ambito di giustizia ambientale per chi vive quotidianamente sotto il cappello dello stigma. L'inquinamento del suolo, dell'acqua e dell'aria ha travalicato perfino i confini del reale ed è giunto a inquinare anche la dimensione concettuale, segregando una vasta area e la sua popolazione prima nello stereotipo, poi nel pregiudizio (Di Gennaro, 2015). Su questi presupposti, il lemma Terra dei Fuochi rappresenta un "simbolo poroso" per la molteplicità di significati che incorpora, assumendo tanto i caratteri di un dispositivo narrativo, quanto di una piattaforma simbolica, capace di prefigurare non solo il complessivo contesto di crisi ecologica, ma anche le ragioni stesse della crisi in un processo di profonda contestazione (Alliegro, 2017).

Sono ancora varie le questioni intorno a cui è utile costruire interrogativi in grado di generare nuovi filoni di indagine socio-territoriale nella Terra dei Fuochi, contribuendo ad arricchire il dibattito sul tema. Ciò, so-

prattutto perché la molteplicità di forme di giustizia ambientale, dopo la lunga stagione di conflitti (Armiero, 2014; Armiero, D'Alisa, 2012; D'Alisa ed Altri, 2012; D'Alisa ed Altri, 2017, De Rosa, 2018), mai cessati del tutto, sono ancora da disvelare. Proprio a partire da quest'ultima considerazione, il presente lavoro intende indagare una possibile risignificazione dello spazio, andando oltre il neologismo imperante di Terra dei Fuochi, attraverso l'immaginazione di percorsi turistici di comunità. Una riconcettualizzazione dell'orizzonte di senso spaziale, oltre la dimensione semantica (Alliegro, 2017; Altamura, 2023), rispetto a quanto finora questa etichetta stigmatizzante ha significato in termini di abitare, vivere e attraversare questi luoghi.

2. Turismo di comunità nella Terra dei Fuochi: un frammento di giustizia ambientale?

Che cosa rappresenta, dunque, la Terra dei Fuochi in questo quadro concettuale? Si configura come un luogo paesaggisticamente snaturato, il cui *genius loci* risulta annientato e la cui immagine mediatica è talvolta ricondotta a fenomeni negativi fortemente connotativi (Siniscalchi, 2013). Trattasi, in altre parole, di una frattura le cui crepe possono essere indagate attraverso le categorie concettuali di *identità dei luoghi*, ovvero attraverso le rappresentazioni condivise a livello di comunità, e *identità di luoghi*, in cui il discorso identitario si articola invece a livello individuale (Banini, 2013; Bonnes ed Altri, 2009).

Viene così a chiarirsi l'obiettivo di questo lavoro, pensato e strutturato nell'ipotesi di costruire narrazioni, in chiave geografica, di processi di attraversamento territoriale che sfidano le concettualizzazioni sedimentate nell'immaginario collettivo. In questo senso, la prospettiva della territorialità (Turco, 2010) rappresenta il terreno epistemologico su cui si fonda l'intero impianto di ricerca. Le fondamenta discorsive costruite dagli attori locali, come singoli e come comunità, vengono qui a rappresentare un tentativo di risignificazione del reale. Un tentativo, in altre parole, di de-

strutturazione e ristrutturazione della concettualità analitica che fa da sfondo alle narrazioni dominanti del territorio.

In questo senso, il luogo viene inteso come elemento resistente alle relazioni spaziali dominanti, che talvolta possono determinare condizioni di invivibilità e inospitalità. Magnaghi (2005; 2012) parla di produzione di territorialità per indicare quei processi che, in posizione antitetica, esercitano una valorizzazione delle identità locali, generando attraverso la partecipazione pratiche di cura e sentimenti di appartenenza verso i luoghi stessi. Il luogo diviene, quindi, il *focus* dell'osservazione entro cui si scardinano le esaltazioni delle mappe assoggettate ai principi della geometria descrittiva, facendosi al contempo contenitore di circuiti, percorsi e itinerari da ricercare (Magnaghi, 2001).

Ma in che modo è possibile superare la trappola concettuale di Terra dei Fuochi? E che ruolo può svolgere la comunità in questo processo? La ricerca indaga intorno a questi quesiti facendo emergere le costruzioni discorsive che giungono dall'interno della comunità, e che in prospettiva futura definiscono nuove forme di legame con il territorio (Calandra, 2018) attraverso la possibile sperimentazione di percorsi turistici di comunità.

In questa prospettiva, il turismo di comunità viene inteso come insieme di pratiche responsabili esercitate a livello locale, in cui la dimensione turistica rappresenta una delle variabili connesse alla valorizzazione del territorio. Si tratta di una prospettiva diversa da quella offerta dal turismo sostenibile, intorno a cui sono state fatte varie riflessioni critiche in letteratura (Garrod, Fyal, 1998; Liu, 2003; Jamal ed Altri, 2013; Wheeler, 1991). Il turismo di comunità viene inteso come prospettiva adottata da gruppi di persone che abitano uno specifico territorio con l'obiettivo di rendere attraversabile non lo spazio commercialmente prodotto, ma il luogo nella sua dimensione socio-culturale, in cui si verifica uno scambio equo tra visitatori e persone del posto (Jamal, Getz, 1995). Il *focus* si sposta dall'attività economica in quanto tale allo sviluppo della comunità, entro il cui processo assume una funzione determinante il coinvolgimento della stessa nei processi decisionali (Allen *et al.*, 1988; Keogh, 1990) e il

beneficio che essa ne trae in termini di emancipazione (Dangi, Jamal, 2016).

Ancorché le questioni ambientali non siano direttamente connesse alle pratiche turistiche di comunità, come invece accade per l'ecoturismo (Stronza ed Altri, 2019), fortemente basato sulla gestione delle risorse naturali, il turismo di comunità può dunque essere visto come un processo che, in base alle caratteristiche contraddittorie del contesto, in bilico tra importanti risorse naturali e archeologiche e forte degrado ambientale, può contribuire a esercitare rivendicazioni connesse alla giustizia ambientale.

La giustizia ambientale viene qui concepita come ambito materiale attraverso cui si esercita la giustizia sociale in riferimento a quei contesti in cui le ingiustizie sociali e i processi di degradazione ambientale rappresentano due facce della stessa medaglia (Alier, 2002; Armiero, 2008), e in cui si interconnettono fattori come l'esternalizzazione di costi sociali e ambientali, politiche classiste e politiche di segregazione spaziale in rapporto all'inquinamento e al degrado ambientale (Mohai ed Altri, 2009). Al contempo, viene considerato un terreno di giustizia ambientale quel contesto di emergenza lenta, in cui si dispiega una violenza lenta, dai tempi gradualmente e dalle forme spesso latenti, dispersa nel tempo e nello spazio, non percepita come tale e per questo logorante, come accade nel caso della Terra dei Fuochi (Pellizzoni, 2023).

Sebbene esista un *corpus* consistente di letteratura sul tema degli effetti negativi e "ingiusti" del turismo, la riflessione sul turismo come strumento di giustizia (Higgins-Desbiolles, 2010; 2018) o, ancora, come strumento di giustizia ambientale (Lee, Jamal, 2008) è meno strutturata. Secondo Scheyvens (2002) le forme del "turismo della giustizia" incorporano pratiche che concepiscono gli abitanti come protagonisti nel racconto delle storie di oppressione passata, mentre i turisti apprendono i problemi, intraprendono attività di conservazione e sviluppo volontario. Attraverso il suo lavoro di ricerca azione e di osservazione etnografica partecipante negli Stati Uniti, Pezzullo (2007) ha dimostrato che il turismo può rappresentare uno strumento per i sostenitori della giustizia ambientale attraverso

la partecipazione a “*tour tossici*” presso luoghi inquinati, disvelando come queste pratiche utilizzino il turismo per informare sulle ingiustizie ambientali e attivare percorsi di solidarietà e attivismo territoriale.

3. Giugliano e la sua fascia costiera. Un caso studio che bagna la Terra dei Fuochi

Giugliano si trova nella zona nord-occidentale dell’entroterra napoletano, il cosiddetto Agro-giuglianese, e confina a nord con il Casertano e a sud con i Campi Flegrei. Il tratto costiero, basso e sabbioso, si estende sul Litorale Domitio per circa 2,5 km, dalla Marina di Varcaturò a Licola Mare. Giugliano in Campania è portatore di un significativo primato demografico italiano: dei 7.896 comuni (Istat, 2024a) è al primo posto come popolazione tra quelli non capoluogo di provincia con una popolazione residente di 123.998 (Istat, 2024b) in 94,63 km². In Campania si posiziona al terzo posto dopo Napoli e Salerno.

Le caratteristiche geografico territoriali di questo contesto, e le peculiari trasformazioni urbane che lo hanno riguardato, sono da decenni oggetto di osservazione, indagine e illustrazione (Amato F., 2007; Amato V., 1994; Manzi, 1970; 1974; Mazzetti, 1966; Talia, 2007). Già cinquant’anni fa Manzi (1974) illustrava i punti di forza e di frattura della Piana Campana compresa tra Napoli e Caserta, in cui insiste Giugliano e la sua fascia costiera, evidenziandone da un lato la fertilità del suolo, dall’altro il rischio di una speculazione edilizia irrazionale e incontrollata che, nel suo concretarsi, ha poi messo a dura prova le caratteristiche ambientali del territorio, dando vita alla prima grande fase di degradazione connessa alle dinamiche della capacità di carico territoriale (Amato V., 1994).

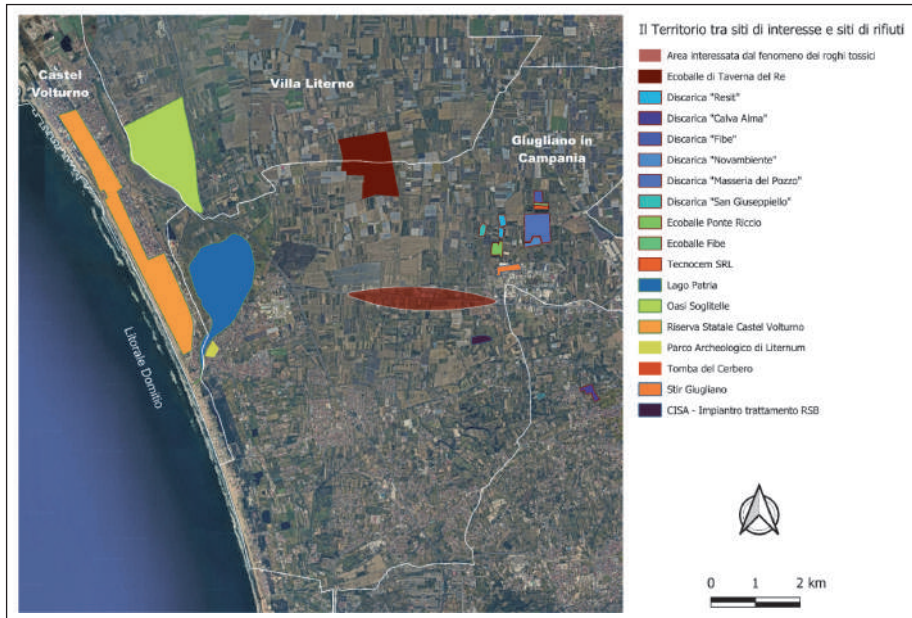
Una vasta distensione territoriale che oggi presenta, al suo interno, tratti di morfologia urbana distinti e distinguibili. Come osservato da Sammarco e Terracciano (2023), nel territorio del comune di Giugliano possiamo distinguere tre grandi aree urbane, ognuna con peculiarità paesaggistiche e insediative differenti: il centro urbano; l’estesa pianura agricola;

la fascia costiera. Il centro urbano si struttura intorno al nucleo storico, diramandosi lungo le principali vie di comunicazione che si irradiano verso i confini e la sua grande fascia costiera. La piana agricola è caratterizzata da una pianura fertile scarsamente abitata, che forma un paesaggio di campi coltivati e produzioni intensive in serra, ancorché minacciati dalla pervasione antropica dell'inquinamento dei suoli e delle acque. La fascia costiera, invece, presenta particolari caratteristiche naturali e storico-insediative. È qui che, tra le altre, insistono le principali risorse naturalistiche, archeologiche e storico-architettoniche in un continuum territoriale che confina a sud con la costa di Pozzuoli e di Bacoli e a nord con Castelvoturno. I resti archeologici di *Liternum* e il suo parco naturalistico, antica città romana poco distante da Cuma, il Lago Patria, il mare la sua costa bassa e sabbiosa, l'oasi naturale dei Variconi, la pineta di Castelvoturno, la riserva statale di Ischitella, la riserva naturale Soglitelle, sono i luoghi che connotano fortemente il paesaggio e l'identità storico-naturalistica del territorio, rappresentando il contraltare ai fenomeni di degrado ambientale descritti nell'introduzione di questo lavoro.

La fase dell'urbanizzazione non pianificata ha probabilmente rappresentato il processo in cui sono state gettate le basi della lenta, e talvolta lampante, degradazione ambientale del territorio. Giugliano vede raddoppiare la sua popolazione da 50.000 del 1985 agli oltre 120.000 attuali, con la conseguente urbanizzazione di quattro aree, tutte fuori dal centro urbano storico. Una, Casacelle, situata immediatamente fuori il centro storico verso la piana agricola. Tre, invece, situate lungo gli assi che portano alla fascia costiera: Lago Patria, Varcaturò e Licola. Aree che, data la grande costellazione di insediamenti abusivi, risultano inadeguate sul piano dei servizi e delle infrastrutture (De Biase ed Altri, 2019).

Un territorio, questo della fascia costiera, che si presenta oggi come risultante della combinazione di fattori territoriali, talvolta contraddittori tra loro, che ben sintetizzano le contrastanti spinte tra valorizzazione e degrado ambientale, e in cui appare evidente l'esigenza di tutelare l'area di interesse naturalistico e archeologico in modo definitivo. L'istituzione della

Fig. 1 - Il territorio quale risultante di spinte contraddittorie tra valorizzazione e degrado ambientale



Fonte: elaborazione propria

Riserva naturale Foce Volturno - Costa di Licola, Lago Falciano, estesa su una superficie di circa 1.550 ettari comprendente porzioni dei comuni di Castelvolturno, Pozzuoli e Giugliano in Campania (Palmentieri, 2007), rappresenta un passo importante nella direzione auspicata. L'Ente regionale posto alla sua tutela sta sperimentando un processo di collaborazione interistituzionale con le associazioni e le realtà che operano sul territorio, come emerge dall'intervista "I1", sintetizzata nel paragrafo seguente.

Non meno importante, poi, rilevare che il territorio in questione ricade nell'ex Sito di Interesse Nazionale (SIN) "Litorale Domitio Flegreo e Agro Aversano", poi declassato a Sito di Interesse Regionale (SIR) nel 2013 e, ancora nel 2020, riclassificato come SIN sotto la denominazione di "Area Vasta di Giugliano". Da allora è stata avviata una fase di interlocuzione tra il Ministero dell'Ambiente e la Regione Campania per la nuova

perimetrazione che, ad oggi, ancora non ha ancora portato a una precisa definizione geografica dell'area da bonificare. Ne consegue che, dei 42 SIN oggi riconosciuti sul piano legislativo, quello di Giugliano risulta l'unico non perimetrato.

4. *Metodologia e risultati della ricerca*

Le relazioni dialettiche fra soggetti e oggetti si annullano per formare combinazioni di realtà e narrazioni; in questa circostanza, l'*output* di mappatura di percorsi turistici di comunità, quale esito dell'indagine, altro non rappresenta che un tentativo di inchiesta territoriale compiuto per disvelare e valorizzare l'identità paesistica. La rappresentazione delle percezioni ancorate nelle utopie e nelle eterotopie diviene così strumento per comprendere un paesaggio in movimento, in continua trasformazione (Quiaini, 2006). Non un disegno politico, ma un processo socioculturale che comporta il ripensamento dei contorni di senso entro cui si forma la rappresentazione della realtà (Calandra, 2018) e che la geografia sociale interroga nell'esercizio delle sue più intime ambizioni: quella di non limitarsi a descrivere la società nelle sue articolazioni spaziali, ma interrogare, per tentare di comprendere, i processi che si dispiegano sul territorio e configurarsi come strumento operativo in grado di contribuire alla qualità del processo territoriale (Amato F., 2016).

Per compiere questo percorso, il presente lavoro è stato strutturato su un impianto metodologico quali-quantitativo. La combinazione di entrambi gli approcci è risultata funzionale a cogliere la profondità dei fenomeni geografici analizzati (Yeager, Steiger, 2013), le percezioni connesse all'identità dei luoghi e le criticità connesse al districato rapporto con i processi di degradazione ambientale menzionati.

In una prima fase, è stata condotta un'indagine campionaria di rilevazione della percezione critica, attraverso cui è stato possibile ricavare le principali criticità territoriali e il consenso della comunità verso ipotesi di turismo di comunità. Nella parte introduttiva del questionario è stato de-

Fig. 2 - Diagramma di indagine mixed methods per la rappresentazione geografica



Fonte: elaborazione propria

scritto cosa si intendesse per turismo di comunità al fine di porre i partecipanti nella posizione di poter collocare concettualmente il senso dei quesiti rispetto alle dinamiche territoriali. La seconda fase della ricerca si è basata su un'indagine qualitativa, con interviste semi-strutturate a interlocutori privilegiati che, per il ruolo sociale che ricoprono, posseggono conoscenze specifiche sugli oggetti di indagine. Da questa fase sono emersi gli elementi discorsivi attraverso cui sono stati narrati gli orizzonti di attraversamento alternativo del territorio; percorsi turistici di comunità che, nel tentativo di opporsi alla degradazione ambientale come processo costituente della struttura territoriale, si presentano come il contraddittorio che incorpora il bisogno di promuoverne la valorizzazione, a partire dai luoghi di interesse naturalistico e archeologico, senza negare né il disastro ecologico, né i necessari investimenti per la bonifica. La terza fase ha riguardato la rappresentazione cartografica delle narrazioni emerse recanti itinerari ideali per un turismo di comunità che intende sfidare la "trappola concettuale di Terra dei Fuochi".

L'indagine quantitativa. Ancorché il questionario standardizzato sia principalmente adatto a raccogliere informazioni su dati fattuali o grandezze materiali, data la sua struttura e le modalità di somministrazione, con la dovuta accortezza può essere funzionale anche alla raccolta di dati cognitivi (Loda, 2008). Al tal fine, la fase di somministrazione è stata preceduta dalla fase di strutturazione del *desk research* e del *database target* in

Tab. 1 - Le interviste realizzate per località territoriale

Località	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulativa
Castel Volturno	25	8,1	8,1
Giugliano centro	62	20,2	28,3
Lago Patria	98	31,9	60,3
Licola	49	16	76,2
Varcaturò	73	23,8	100
Totale	307	100	100

Fonte: elaborazione propria

linea con il disegno della ricerca, ed è stata stratificata la localizzazione e l'età dei partecipanti. La distribuzione territoriale della popolazione coinvolta nell'indagine quantitativa è illustrata nella tabella 1, mentre le domande sono state organizzate in cinque dichiarazioni: qualità dell'ambiente; infrastrutture e servizi pubblici; accesso alle risorse territoriali; valorizzazione delle risorse territoriali; possibili impatti del turismo di comunità. Ci si è avvalsi di questionari somministrati *online* presso un campione casuale di 307 persone residenti presso le località di Lago Patria, Licola, Varcaturò e Giugliano centro situate nel comune di Giugliano in Campania e nel comune di Castel Volturno.

Ogni determinazione è stata organizzata su tre quesiti, per un totale di quindici domande strutturate che consentissero di raccogliere dati utili alla valutazione della percezione in linea con il disegno della ricerca. Le domande sono state codificate attraverso un sistema di risposta vincolato di tipo *Likert*, con cinque livelli di scelta: totale disaccordo; parziale disaccordo; neutrale; parziale accordo; totale accordo.

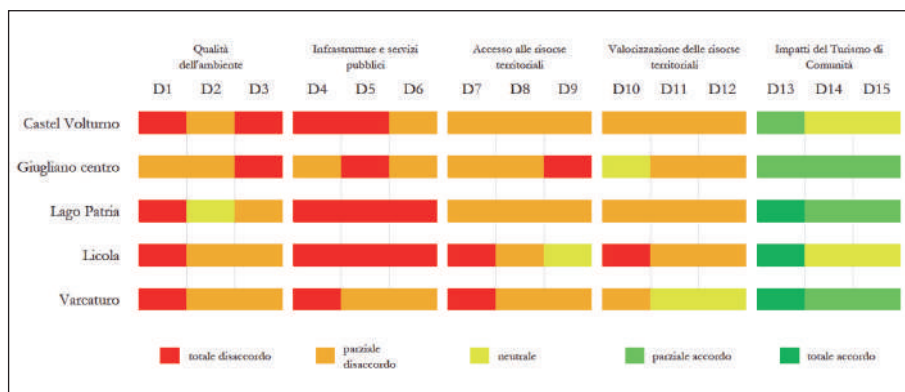
I risultati dell'indagine possono essere visualizzati nella fig. 3, dove a ogni colore è stata associata una prevalenza di giudizio che va dal rosso per il "totale disaccordo" al verde per il "totale accordo", con sfumature di colore per posizioni intermedie o di neutralità. A ogni zona considerata, e per ogni domanda somministrata, accorpate in gruppi di tre per ogni dichiarazione, viene illustrata la percezione raccolta fra i rispondenti.

Tab. 2 - Dichiarazioni e domande somministrate con la tipologia *Likert*

Dichiarazione	Cod.	Domanda
Qualità dell'ambiente	D1	La qualità dell'ambiente è salubre
	D2	La qualità della vita è buona
	D3	Il territorio è pulito
Infrastrutture e servizi pubblici	D4	Vi è un buon livello di infrastrutture
	D5	Vi è un buon livello di servizi pubblici
	D6	Vi è un buon livello di sicurezza
Accesso alle risorse territoriali	D7	L'accesso alla spiaggia pubblica è agevole
	D8	L'accesso ai lidi privati è economico
	D9	La spiaggia pubblica è ben attrezzata
Valorizzazione delle risorse territoriali	D10	Il mare è ben valorizzato
	D11	Il Parco Archeologico di Liternum è ben valorizzato
	D12	Il Lago Patria è ben valorizzato
Possibili impatti del turismo di comunità	D13	Percorsi turistici di comunità valorizzano il territorio
	D14	Percorsi turistici di comunità aiutano a superare il degrado ambientale
	D15	Percorsi turistici di comunità comportano più giustizia ambientale

Fonte: elaborazione propria

Fig. 3 - Distribuzione delle risposte prevalenti per località



Fonte: elaborazione propria

Dai risultati relativi alla determinazione dedicata alla qualità dell'ambiente (D1, D2, D3) emerge la forte influenza nella percezione del campione, la cui analisi stratificata per luogo di residenza mostra le significative differenze tra le località. Rispetto a D3, ad esempio, è significativo come l'impatto dei fenomeni ascrivibili alla Terra dei Fuochi venga percepito maggiormente negativo dal campione di Giugliano centro rispetto a quelli della sua fascia costiera. Una plausibile spiegazione potrebbe risiedere nella memoria storica degli abitanti, dove le comunità costiere sono di più recente formazione rispetto a quelle che risiedono a ridosso del nucleo urbano storico³. Significative sono, poi, le risposte al blocco di domande su infrastrutture e servizi pubblici (D4, D5, D6), da cui emerge una percezione drasticamente negativa nella località di Licola e Lago Patria, seguite poi da Castel Volturno e Vercaturato.

In generale, il campione di Giugliano centro mantiene una posizione più neutrale, riscontrabile anche dal successivo blocco di domande (D7, D8, D9), dove si manifesta una significativa differenza dalle altre aree quando si analizza il livello di attrezzature delle spiagge pubbliche. Questo si potrebbe spiegare con il fatto che, soprattutto in fascia costiera, i lidi vengano percepiti principalmente nella loro funzione di sviluppo economico per il territorio. In generale, emergono forti criticità connesse all'accesso alle risorse comuni soprattutto a Licola e Vercaturato, con valori prossimi nelle altre località.

Discorso analogo per il blocco di domande sulla valorizzazione delle risorse (D10, D11, D12), dove si registra la maggiore neutralità tra tutte le località. Un forte accordo, invece, viene riscontrato rispetto alla percezione che percorsi turistici di comunità potrebbero avere sulla valorizzazione del territorio (D13, D14, D15). Valori particolarmente significativi si riscontrano nelle località di Lago Patria e Vercaturato, più neutrali a Castel Vol-

3. Nel corso delle interviste semi-strutturate, l'intervista "I3" avvalorava questa ipotesi affermando che *in questo tessuto sociale manca una comunità in grado di resistere e protestare contro processi di aggressione esterna. Sulla fascia costiera c'è gente che per lo più viene a dormire e questo non aiuta a creare una identità territoriale. Qui manca una vera identità di comunità.*

turno e Licola, mentre a Giugliano centro un sostanziale accordo su tutte le questioni poste. Ai partecipanti è stata poi riservata un'ultima domanda con opzione di risposta binaria si/no: "Saresti disposto a far parte di eventuali progetti di turismo di comunità?". La risposta alla domanda, differenzialmente da quelle organizzate secondo il sistema *Likert*, non era obbligatoria. Hanno risposto 127 persone, di cui il 71,7%, pari a 91 persone, affermativamente.

L'indagine qualitativa. La comprensione degli elementi di criticità connessi alla percezione dei luoghi è risultata estremamente utile per la costruzione delle interviste semi-strutturate realizzate con alcuni interlocutori privilegiati. Per questo lavoro si è scelto di intervistare persone che, al momento in cui è stata svolta l'indagine, svolgessero un ruolo socialmente o istituzionalmente rilevante nel contesto rispetto ai processi di protezione ambientale e valorizzazione del territorio⁴.

Nella tabella 3 sono state riportate le parti ritenute rilevanti ai fini degli obiettivi della ricerca. Lo strumento delle interviste semi-strutturate ha permesso di realizzare degli approfondimenti su alcune grandi questioni, lasciando spazio agli interlocutori di aggiungere nuovi e ulteriori elementi che potessero risultare utili per arricchire la comprensione dei fenomeni indagati. Le interviste sono prima state codificate, poi organizzate in tre ambiti: criticità ambientali; attività di protezione e valorizzazione territoriale; percorsi turistici di comunità.

4. *Giovanni Sabatino* è presidente dell'Ente Riserve Volturmo Licola Falciano, ente regionale che si occupa di vigilare sul rispetto delle norme di salvaguardia nell'area protetta attraverso il rilascio di pareri e raccomandazioni.

Alessandro Gatto è coordinatore regionale delle Guardie Giurate del WWF. Per intervistarlo è stato necessario inviare preventivamente una richiesta di autorizzazione al WWF regionale.

Vincenzo Ammaliato è presidente dell'Associazione Domitia, nata nel 2020 per tutelare la tartaruga marina. Ad oggi l'associazione conta 82 volontari e si occupa di tante altre questioni territoriali.

Lucia D.C. e *Giovanni C.* sono due fondatori dell'Associazione L'Eco della fascia costiera. Tra le loro attività si occupano di mappare le discariche e gli sversamenti sul territorio.

Giovanni P. e *Raffaele P.* sono due fondatori del Comitato Kosmos, che si occupa di promuovere attività sociali e istituzionali per perseguire la giustizia ambientale nella Terra dei Fuochi.

Tab. 3 - Tematiche emerse dalle interviste semi-strutturate raggruppate per contenuti emersi

Cod. Int.	Criticità ambientali	Attività di prot. e valoriz.	Turismo di Comunità
I1	L'ecosistema del lago è seriamente compromesso. Il problema principale sono gli scarichi abusivi, domestici e industriali, che vengono riversati dal canale Vena e dal canale Amore. In estate qualcuno ostruisce in modo illegale il canale di foce non favorendo la fuoriuscita dell'acqua dal lago al mare. In questo caso io ho fatto denunce perché devo tutelare il lago e la sua acqua. Il suo ecosistema non deve essere compromesso e per questo, spesso, mi scontro con i proprietari dei lidi.	I risultati degli ultimi studi che abbiamo commissionato ci dicono che l'ecosistema del lago è ancora recuperabile. Bisogna valorizzare al massimo le caratteristiche del paesaggio del Litorale Domitio. Abbiamo avviato un percorso di dialogo con i rappresentanti degli imprenditori balneari, alcuni sono molto collaborativi. Stiamo lavorando a tavoli di concertazione comuni.	Tutto deve partire dalle comunità locali che devono essere educate verso ciò che il territorio offre. Proposta: un possibile itinerario potrebbe partire dall'Oasi dei Variconi, attraversare la Pineta di Castelvoturno, poi recarsi alla Riserva statale di Ischitella, all'Oasi Naturale Soglitelle per giungere al Lago Patria. Da lì iniziare un con giro in canoa fino al Parco naturalistico di Litternum; dopo il quale si può visitare il Parco archeologico di Litternum.
I2	Sulla fascia costiera negli ultimi anni mi salta all'occhio, oltre all'abbondono di qualsiasi tipo di rifiuto, una concentrazione di cavi elettrici e pezzi di automobili tagliate, quasi sicuramente rubate. Probabilmente vengono portati qui per una questione logistica connessa alla viabilità e lo scarso controllo del territorio.	Questo territorio ha dei caratteri ecologici molto simili a quelli della Maremma toscana. Tra l'altro, la biodiversità e la natura che c'è in questo territorio è qualcosa di fantastico e meraviglioso. Le nostre iniziative di promozione, come "urban nature," e di protezione, come la pulizia delle spiagge, devono essere moltiplicate.	Un progetto simile mi coglie completamente favorevole, potrebbe essere il volano per rilanciare il territorio. Proposta: sarebbe bello lavorare intorno a questo progetto utilizzando come titolo di questo percorso "turismo di comunità nella Maremma Litternina".
I3	Da noi dal 2001 c'erano stati solo 4 nidi di tartaruga marine mentre si contavano circa 60 tartarughe morte all'anno. Era un conto che non tornava, soprattutto perché non c'era una rete a supporto della stazione zoologica. Si è deciso di sfollare i terremotati in quest'area senza pianificare, poi è diventata una discarica di tutti i problemi sociali e ambientali.	Qualche anno fa chiamai a raccolta diverse associazioni ambientaliste. Nacque un gruppo che sin dal principio ha visto la partecipazione di ERPA, WWF, LEGAMBIENTE, LIPU e altre associazioni, con l'innesto di professionisti ed esperti della comunicazione. Pensai che aiutando le tartarughe avremmo aiutato a superare il pregiudizio verso il territorio, soprattutto per i danni ambientali del secolo scorso. Da tutto quello che ancora troviamo sulle spiagge è nato il Museo del Danno, che si trova a Varcaturò e in cui esponiamo opere realizzate con i rifiuti.	Ben vengano percorsi turistici di questo tipo. Noi di <i>Domitia</i> crediamo anche che si potrebbe creare una buona nicchia di mercato per generare economia. Un percorso turistico che sia anche economicamente sostenibile. Autofinanziandosi, o anche con attività sociali in forma di impresa che sia ecosostenibile. Proposta: oltre alle bellezze che abbiamo, porterei i turisti a visitare il Museo del Danno e i nidi di tartaruga marina che si trovano sulle nostre spiagge.

I4, I5	<p>Uno dei problemi maggiori è il continuo rimpallo di responsabilità tra le diverse istituzioni. Un caso emblematico è quello di uno sversamento a Lago Patria, che è stato denunciato, ma ha richiesto ben sette mesi prima che le autorità intervenissero. Questa lentezza istituzionale spesso demotiva chi, come noi, lotta per proteggere il territorio. Talvolta sembra che le autorità siano distanti dalle conseguenze reali delle loro azioni (o mancanze).</p>	<p>Il nostro obiettivo è valorizzare a pieno il potenziale ambientale, storico e culturale. Immaginiamo un territorio dove il benessere della popolazione è strettamente legato alla tutela dell'ambiente e alla rigenerazione del patrimonio naturale. Vivendo in una fascia costiera, siamo consapevoli delle risorse straordinarie di cui disponiamo, come il mare e i beni archeologici. Il nostro impegno si concentra sulla creazione di spazi verdi, la piantumazione di alberi e la realizzazione di parchi urbani</p>	<p>Per dare un senso profondo a percorsi che parlano di giustizia rispetto a tutto quello che abbiamo vissuto, quando personalmente sono stata manganelata dalle forze dell'ordine a Taverna del Re, chi viene a visitare il territorio deve vedere con i propri occhi cosa ha significato e significa ancora oggi l'ingiustizia ambientale.</p> <p>Proposta: il percorso turistico di comunità dovrebbe avere tra le sue tappe Taverna del Re, dove sono stoccate le ecoballe.</p>
I6, I7	<p>Qui brucia tutto in continuazione. I roghi tossici sono diventati parte del paesaggio, ci siamo abituati (!). Ogni sera nelle nostre case arriva la puzza acre dei rifiuti dati alle fiamme. Ormai è un fenomeno gigantesco che crea delle vere e proprie "terre intossicate", interi terreni diventati neri dai residui di copertoni e altri rifiuti dati continuamente alle fiamme.</p>	<p>Noi abbiamo dato avvio, dopo diverse manifestazioni popolari, a un percorso dal basso che ha coinvolto oltre 40 sindaci tra Napoli e Caserta e i vescovi di Aversa e di Acerra. È nata la Consulta intercomunale e interistituzionale, in cui portiamo continuamente il nostro grido di dolore. Nel corso di quest'anno abbiamo partecipato, come osservatorio civico giuglianese, anche a diversi incontri che la Consulta ha avuto con il Prefetto di Napoli.</p>	<p>Le ingiustizie ambientali sono forti da queste parti, bisogna fare tutto quello che è necessario. Le persone sono assuefatte dai problemi ambientali, ma una proposta del genere potrebbe aiutare a riaccendere entusiasmo per valorizzare il territorio.</p> <p>Proposta: i sopralluoghi che realizziamo per monitorare lo stato dell'ambiente potrebbero diventare dei veri e propri tour tra le discariche e i rifiuti tossici.</p>

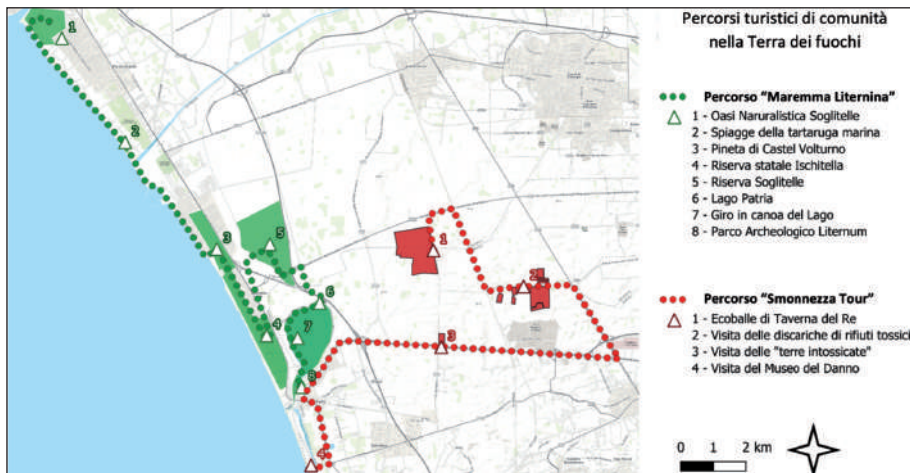
Fonte: elaborazione propria

I contenuti delle interviste semi-strutturate sono parsī estremamente coerenti con i dati emersi dal questionario rispetto alla percezione delle principali criticità presenti sul territorio. Inoltre, di fronte a ipotesi di percorsi turistici di comunità sono emerse posizioni favorevoli da parte di tutti gli intervistati. L'ultima domanda rivolta ad ognuno degli intervistati è stata pensata per stimolare la creatività nell'immaginare percorsi basati sulla comunità, organizzati dalla comunità per narrare la connessione tra l'ingiustizia ambientale e le prospettive di riscatto socio-territoriale. Da queste narrazioni emergono nuovi spazi di partecipazioni basati sui presupposti della

giustizia ambientale; nuove piattaforme simboliche che si pongono su un terreno di aperta critica con la significazione imperante di Terra dei Fuochi e, al contempo, nuove forme di radicamento nello spazio, basate sull'identità e l'appartenenza ai luoghi. In definitiva, potremmo affermare che la risignificazione territoriale emerge come specifico bisogno *per andare oltre la Terra dei Fuochi* (I6), attraverso il protagonismo della comunità: *gli abitanti di questi luoghi sono i veri deputati a promuovere questo percorso, chi viene da fuori a fare solo economia non riesce a coglierne la sofferenza* (I1).

La rappresentazione cartografica. La terza fase della ricerca è consistita nell'elaborazione cartografica degli itinerari emersi, sottoforma di aspirazioni, dalle interviste realizzate. Sono state integrate le proposte dei diversi attori, dalle quali sono stati sintetizzati due percorsi: *Maremma Litternina*, concetto espresso dall'intervista I2 ed esplicitamente rivolto al toponimo presente nel lavoro di Andrea Cantile (1994)⁵, nato dall'integrazione delle

Fig. 4 - Rappresentazione dei percorsi turisti di comunità emersi dalla narrazione degli intervistati



Fonte: elaborazione propria

⁵ Nel corso dell'intervista "I2", l'interlocutore introduce il concetto di «Maremma Litternina» per riferirsi al territorio di *Litternum* e alla sua ricchissima biodiversità, citando a sua volta il toponimo riportato da Andrea Cantile in *Dall'agro al comprensorio: principali ele-*

interviste I1, I2 e I3; *Smonnezza Tour*, nato dall'integrazione delle interviste I3, I4, I5, I6 e I7. Tali percorsi, al fine di dare forma a una fedele rappresentazione degli immaginari emersi dalle interviste, sono stati tassonomicamente identificati a partire dalle formulazioni originali emerse dalle interviste.

5. Conclusioni

In questo articolo è stata esplorata la possibilità di uscire fuori da quella che ho qui definito “trappola concettuale di Terra dei Fuochi” attraverso uno specifico quadro analitico, costruito a partire dai profondi legami che legano le ingiustizie sociali a quelle ambientali. La previsione di percorsi turistici di comunità, che promuovano la valorizzazione del territorio attraverso il protagonismo sociale, ha permesso di disvelare le potenzialità territoriali inespresse, segnate soprattutto dalla presenza di risorse culturali, ambientali e storiche nel Comune di Giugliano in Campania e nei comuni limitrofi come Castelvoturno. Partendo dall'analisi di un contesto complesso, caratterizzato da gravi problemi di degrado ambientale e da una forte stigmatizzazione, la ricerca ha evidenziato come il turismo di comunità possa fungere da strumento per attivare nuove forme di giustizia ambientale. I risultati ottenuti indicano che questo approccio può fornire un contributo significativo per perseguire la giustizia ambientale, aprendo nuove prospettive per la futura ricerca sul campo.

Inoltre, le diverse fasi dell'indagine hanno disvelato un insieme di interessi che la comunità locale nutre verso modelli di territorializzazione dal basso. I percorsi turistici di comunità emersi dalle narrazioni si presentano, dunque, come un campo di sintesi che si colloca esattamente al centro tra le utopie e le eterotopie degli intervistati. Il forte consenso degli intervistati verso forme di turismo che non siano meramente commerciali, ma

menti della dinamica urbana e territoriale di Aversa e del suo antico agro. Istituto geografico militare, 1994.

che riflettano l'identità territoriale dei luoghi, ha contribuito significativamente a generare due percorsi turistici ideali: il primo, denominato *Marremma Litternina* da uno degli intervistati, facente esplicito riferimento al toponimo già utilizzato decenni prima (Cantile, 1994), attraverso le bellezze paesistiche getta uno sguardo lungimirante sul futuro di questi luoghi; il secondo, denominato *Smonnezza Tour*, prevede di attraversare le "terre intossicate" per offrire una prospettiva trasformativa dei luoghi di degrado in spazi di consapevolezza. Percorsi che, lontano da ipotesi di marketing turistico, tenterebbero di ribaltare la stigmatizzazione attraverso nuove forme di cognizione spaziale.

A cavallo tra le due interpretazioni emerse si colloca il senso più profondo di questo lavoro. A monte della realizzazione di quanto ideato in questo studio, attraverso le narrazioni della comunità, si colloca invece la restituzione della ricerca alla comunità stessa e agli attori potenzialmente coinvolti dai processi descritti. Questa previsione, strutturata a partire dalle vocazioni più profonde della geografia sociale, si pone indiscutibilmente dentro i processi socio-territoriali, e per il ricercatore si traduce ancora una volta in campo di ricerca e ricerca di campo. Non una progettualità territoriale già esistente, dunque, ma un'ipotesi di lavoro strutturata sulla giustizia ambientale e recante un principio di restituzione, in previsione, che aprirebbe a nuove ipotesi di indagine affinché il sapere costruito dalla comunità, nella comunità, torni alla comunità sottoforma di processo trasformativo. In questo senso, il prosieguo di questo lavoro abbraccia ipotesi di ricerca partecipata per connettere, in definitiva, le aspirazioni emerse con il processo territoriale in corso.

Bibliografia

- ALLEN L. ed Altri, "The impact of tourism development on residents' perceptions of community life", *Journal of travel research*, 27(1988), 1, pp. 16-21.
- ALLIEGRO E.V., "Simboli e processi di costruzione simbolica. La "Terra dei Fuochi" in Campania", *EtnoAntropologia*, 5(2017), 2, pp. 175-240.
- ALTAMURA G., "Risemantizzare il concetto di degrado ambientale: la 'Terra dei Fuochi' da Gomorra a oggi", *ECHO*, 5(2023), pp. 26-37.
- AMATO F. ed Altri, "Pre-visioni di geografia sociale", *RGI*, 124(2016), pp. 461-464.
- AMATO F., "Dall'area metropolitana di Napoli alla Campania plurale", VIGANONI L. (a cura di), *Il Mezzogiorno delle città: tra Europa e Mediterraneo*, vol. 22, Milano, FrancoAngeli, 2007, pp. 175-218.
- AMATO V., "Conflitti ambientali e territorio. Alcune evidenze dalla crisi dei rifiuti in Campania", AMATO V. (a cura di), *Il cavallo di Troia. Disagio sociale, politiche carenti, marginalità diffusa nello sviluppo territoriale della Campania*, Roma, Aracne, 2009, pp. 87-106.
- AMATO V., "Degrado ambientale, popolazione e dinamica territoriale: il caso Napoli", *Ambiente Risorse Salute*, 13(1994), 29, pp. 36-41.
- ARMIERO M. - D'ALISA G., "Rights of resistance: the garbage struggles for environmental justice in Campania, Italy", *Capitalism Nature Socialism*, 23(2012), 4, pp. 52-68.
- ARMIERO M., "Seeing Like a Protester: Nature, Power, and Environmental Struggles", *Left History*, 13(2008), 1, pp. 59-76.
- ARMIERO M., *Teresa e le altre: Storie di donne nella Terra dei Fuochi*, Milano, Jaca Book, 2014.
- BANINI T., "Introduzione. Proporre, interpretare, costruire le identità territoriali", *Nuove geografie. Strumenti di lavoro*, 7(2013), pp. 9-27.
- BONNES M. ed Altri, "Spazio, luoghi e identità locali nelle tendenze recenti della psicologia ambientale", *Identità territoriali. Riflessioni in prospettiva interdisciplinare*, *Geotema*, 13(2009), 37.
- CALANDRA L.M., "Il territorio dei miei sogni. Idee di turismo sostenibile tra ricerca e partecipazione nel territorio del Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga", *Documenti geografici*, 2(2018), pp. 45-74.
- CANTILE A., *Dall'agro al comprensorio: principali elementi della dinamica urbana e territoriale di Aversa e del suo antico agro*, Firenze, Istituto Geografico Militare, 1994.
- COMMISSIONE PARLAMENTARE di inchiesta sulle attività illecite connesse al ciclo dei rifiuti e su illeciti ambientali ad esse correlati, "Audizione del collaboratore di giustizia Carmine Schiavone." *XIII Legislatura, parte segreta*, (1997).
- COMMISSIONE PARLAMENTARE di inchiesta sulle attività illecite connesse al ciclo dei rifiuti e su illeciti ambientali ad esse correlati, "Relazione sulle «navi dei veleni» i traffici internazionali di rifiuti negli anni '80 e '90." *XVII legislatura, Disegni di legge e relazioni, Documenti*, Doc. XXIII n. 51, (2018).
- COMMISSIONE PARLAMENTARE di inchiesta sulle attività illecite connesse al ciclo dei rifiuti e su illeciti ambientali ad esse correlati, "Relazione territoriale sulla regione Campania." *Disegni di legge e relazioni, Documenti* (2018), *XVII legislatura, Disegni di legge e relazioni, Documenti*, Doc. XXIII n. 52, (2018).
- D'ALISA G. ed Altri, "Political ecology of health in the Land of Fires: a hotspot of environmental crimes in the south of Italy", *Journal of Political Ecology*, 24(2017), pp. 59-86.

- D'ALISA G. - DEMARIA F., "Accumulation by contamination: Worldwide cost-shifting strategies of capital in waste management", *World Development*, 184(2024), 106725.
- DANGI T.B. - JAMAL T., "An integrated approach to "sustainable community-based tourism", *Sustainability*, 8(2016), 5, pp. 1-32.
- DE BIASE C. ed Altri, "Informal settlements: the potential of regularization for Sustainable Planning. The case of Giugliano, in the Metropolitan city of Naples", *New Metropolitan Perspectives: Local Knowledge and Innovation Dynamics Towards Territory Attractiveness Through the Implementation of Horizon/E2020/Agenda2030 - Volume 1*, New York, Springer International Publishing, 2019, pp. 264-271.
- DE ROSA S.P., "A political geography of 'waste wars' in Campania (Italy): Competing territorialisations and socio-environmental conflicts", *Political Geography*, 67(2018), pp. 46-55.
- DI GENNARO A., "Crisi dei rifiuti e governo del territorio in Campania", *Meridiana: rivista di storia e scienze sociali*, 64(2009), pp. 1000-1016.
- DI GENNARO A., *La terra ferita: cronistorie dalla terra dei fuochi*, Napoli, Clean, 2015.
- FOSTER J.B., "Marx's theory of metabolic rift: Classical foundations for environmental sociology", *American journal of sociology*, 105(1999), 2, pp. 366-405.
- GARROD B. - FYALL A., "Beyond the rhetoric of sustainable tourism?", *Tourism management*, 19(1998), 3, pp. 199-212.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., "Justifying tourism: justice through tourism", *Tourism and inequality: Problems and prospects*, Wallingford UK, Cabi, 2010, pp. 194-211.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., "The potential for justice through tourism", *Via Tourism Review*, 13(2018), p. 7.
- ISTAT, *Codici statistici delle unità amministrative territoriali, novità per l'anno 2024*, (2024).
- ISTAT, *Popolazione residente per età e sesso al 1° gennaio 2024*, (2024).
- JAMAL T. ed Altri, "Critical omissions and new directions for sustainable tourism: A situated macro-micro approach", *Sustainability*, 5(2013), 11, pp. 4594-4613.
- JAMAL T. - GELZ D., "Collaboration theory and community tourism planning", *Annals of tourism research*, 22(1995), 1, pp. 186-204.
- KEOGH B., "Public participation in community tourism planning", *Annals of tourism research*, 17(1990), 3, pp. 449-465.
- LEE S. - JAMAL T., "Environmental justice and environmental equity in tourism: Missing links to sustainability", *Journal of Ecotourism*, 7(2008), 1, pp. 44-67.
- LEGAMBIENTE, *Rapporto Ecomafia 2003*, Pozzuoli (NA), Sistemi Editoriali, 2003.
- LIU Z., "Sustainable tourism development: A critique", *Journal of sustainable tourism*, 11(2003), 6, pp. 459-475.
- LODA M., *Geografia sociale. Storia, teoria e metodi di ricerca*, Roma, Carocci, 2008.
- MAGNAGHI A., "Una metodologia analitica per la progettazione identitaria del territorio", MAGNAGHI A. (a cura di), *Rappresentare i luoghi. Metodi e tecniche*, Firenze, Alinea, 2001, pp. 13-51.
- MAGNAGHI A., *Il territorio bene comune*, Firenze, University Press, 2012.
- MAGNAGHI A., *La rappresentazione identitaria del territorio*, Firenze, Alinea, 2005.
- MANZI E., "Lo sviluppo recente dell'insediamento sul litorale della Pianura Campana", *RGI*, 77(1970), 1, pp. 47-75.
- MANZI E., *La Pianura Napoletana*, Napoli, Istituto di Geografia Economica dell'Università di Napoli, 1974.
- MARTONE, V., "State, Markets, and Mafias: Political-criminal networks and local governance in the Campania Region", *The European Review of Organised Crime*, 2(2014), 1, pp. 57-78.

- MAZZETTI E., *Il nord del mezzogiorno: sviluppo industriale ed espansione urbana in provincia di Napoli*, Napoli, Edizioni di Comunità, 1966.
- MOHAI P. ed Altri, "Environmental justice", *Annual review of environment and resources*, 34(2009), 1, pp. 405-430.
- PALMENTIERI S., "The Neapolitan Plains (Campania)", BRYANT C.R. - GRILLOTTI DI GIACOMO M.G. (a cura di), *Proceedings of the International Colloquium Quality Agriculture: Historical Heritage and Environmental Resources for the Integrated Development of Territories*, Genova, Brigati, 2007, pp. 731-740.
- PELLIZZONI L., "Ecologia politica e teoria sociale", PELLIZZONI L. (a cura di), *Introduzione all'ecologia politica*, Bologna, il Mulino, 2023, pp. 57-77.
- PEZZULLO P.C., *Toxic tourism: Rhetorics of pollution, travel, and environmental justice*, Tuscaloosa, University of Alabama Press, 2009.
- QUAINI M., "Quale paesaggio per la Liguria del nuovo millennio? Riflessioni in margine a paesaggio e geografia culturale", VARANI N. (a cura di), *Atti del Convegno La Liguria, dal mondo mediterraneo ai nuovi mondi. Dall'epoca delle grandi scoperte alle culture attuali*, Genova, Brigati, 2006, pp. 481-504.
- SAMMARCO F. - TERRACCIANO A., "Networks, Cycles and Urban Metabolism. Mapping Critical Environment: Giugliano in Campania (Naples) as a Case Study", *Journal of Mediterranean Cities*, 3(2023), 1, pp. 101-118.
- SCHEYVENS R., *Tourism for development: Empowering communities*, London, England, Pearson Education Limited, 2002.
- SINISCALCHI S., "L'identità capovolta: il caso di Scampia", BANINI T. (a cura di), *Identità territoriali. Questioni, metodi, esperienze a confronto*, Milano, FrancoAngeli, 2013, pp. 109-127.
- STRONZA L. ed Altri, "Ecotourism for conservation?", *Annual Review of Environment and Resources*, 44(2019), 1, pp. 229-253.
- TALIA I., "Spazio e città del Mezzogiorno nella politica territoriale europea", VIGANONI L. (a cura di), vol. 22, *Il Mezzogiorno delle città: tra Europa e Mediterraneo*, Milano, FrancoAngeli, 2007.
- TURCO A., *Configurazioni della territorialità*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- WHEELER B., "Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer", *Tourism management*, 12(1991), 2, pp. 91-96.
- YEAGER C.D. - STEIGER T., "Applied geography in a digital age: The case for mixed methods", *Applied Geography*, 39(2013), pp. 1-4.

Résumé

Le terme «Terra dei Fuochi», devenu populaire il y a une vingtaine d'années à partir des enquêtes menées par Legambiente dans un rapport consacré aux écomafias, est maintenant devenu un terme sémantique pour encadrer conceptuellement la dégradation environnementale qui caractérise une partie importante du territoire entre le nord de Naples et le sud de Caserta, objet constant d'une pratique déséquilibrée liée au cycle d'élimination illégale des déchets. À partir de cette prémisse, la contribution entend imaginer une re-signification de l'idée de «Terra dei Fuochi» à travers des itinéraires de tourisme communautaire qui peuvent activer le milieu local dans un processus vertueux de valorisation des lieux d'intérêt historique et artistique qui sont rarement considérés, voire même abandonnés. La recherche se concentre sur la municipalité densément peuplée de Giugliano in Campania, qui résume bien les contradictions entre les besoins de mise en valeur et la dégradation de l'environnement.

Sur le plan méthodologique, la recherche comprend une phase empirique d'entretiens avec des résidents et des entretiens avec des témoins privilégiés tels que des représentants d'associations civiques, des opérateurs du secteur et des acteurs institutionnels afin de croiser la

dimension cognitive, liée aux visions personnelles et collectives du territoire, avec la dimension organisationnelle de l'analyse des stratégies de gouvernance. L'objectif est de parvenir à des visions possibles du tourisme communautaire à travers l'élaboration de cartes idéales, propices à la création d'itinéraires respectueux des besoins et des aspirations des personnes vivant dans les zones concernées. Pour soutenir la recherche, des cartographies thématiques seront produites dans le but de restituer conceptuellement les options d'implication dans les questions complexes liées à la régénération territoriale et au tourisme durable.

Mots clés: justice environnementale; tourisme communautaire; Terra dei Fuochi; resignification territoriale.

Resumen

El concepto de «Terra dei Fuochi», que se popularizó hace unos veinte años a partir de las investigaciones llevadas a cabo por Legambiente en un reportaje dedicado a las ecomafias, se ha convertido en la actualidad en un término semántico para enmarcar conceptualmente la degradación ambiental que caracteriza a una porción significativa del territorio comprendido entre el norte de Nápoles y el sur de Caserta, objeto constante de una práctica desequilibrada relacionada con el ciclo ilegal de eliminación de residuos. Partiendo de esta premisa, la contribución se propone imaginar una resignificación de la idea de la «Terra dei Fuochi» a través de itinerarios de turismo comunitario que puedan activar el medio local en un proceso virtuoso de valorización de lugares de interés histórico y artístico poco considerados, cuando no realmente abandonados. La investigación se centra en el densamente poblado municipio de Giugliano in Campania, que resume bien las contradicciones entre las necesidades de valorización y la degradación del medio ambiente.

En el plano metodológico, la investigación incluye una fase empírica de entrevistas con los residentes y entrevistas con testigos privilegiados, como representantes de asociaciones cívicas, operadores del sector y agentes institucionales, a fin de entrecruzar la dimensión cognitiva, vinculada a las visiones personales y colectivas de la zona, con la dimensión organizativa de análisis de las estrategias de gobernanza. El objetivo es llegar a visiones posibles del turismo comunitario mediante la elaboración de mapas ideales, propedéuticos para la creación de itinerarios respetuosos con las necesidades y aspiraciones de las personas que viven en las zonas en cuestión. Como apoyo a la investigación, se elaborarán cartografías temáticas con el fin de restituir conceptualmente las opciones de implicación en las complejas cuestiones relacionadas con la regeneración territorial y el turismo sostenible.

Palabras clave: justicia medioambiental; turismo comunitario; Terra dei Fuochi; resignificación territorial.

Incluseum, la (ri)scoperta del patrimonio culturale locale per un nuovo sviluppo territoriale

MICHELE SPAGNUOLO*

Abstract

This paper examines the potential expressed by the enhancement process of the Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj in Tolentino, within the framework of cultural tourism development as a strategic axis for the economic and social recovery of the area. Following the pandemic, the internal areas of the Macerata province, already severely impacted by the consequences of the 2016 earthquake, faced the significant challenge of initiating a recovery characterized as a genuine renaissance.

This renaissance is rooted in the endogenous resources that narrate the sense of belonging and identity of the communities that have chosen to remain in places where marginality can transform into a strength.

Inaugurated in November 2023, Incluseum represents an innovative model of museum requalification that weaves together culture and technology in a sustainable and inclusive framework. It highlights the virtuous relationship that can be established between museums, cultural tourism, and local development. The new exhibition design translates the traditional language of archaeological museums into a series of tactile and digital pathways that offer diverse narratives, facilitating understanding and interpretation for a genuinely plural audience.

The introduction of cutting-edge digital technologies and the creative use of analog tools enable a museum experience that fosters the engagement of those often excluded from cultural content consumption. Thus, accessibility and interactivity have become the Cartesian coordinates of a space where discovery and learning are, for everyone and anyone, grounded in a generative process of sensory empiricism. The

* Università degli Studi di Messina - Dipartimento di Scienze Cognitive, Psicologiche, Pedagogiche e Studi Culturali, Via Concezione, 6/8, Messina, michele.spagnuolo@studenti.unime.it.

rediscovery of local cultural heritage, through experimental archaeology, has thereby evolved into a sustainable tourism practice.

Keywords: territorial development, tourist destination, cultural heritage, musealization, accessibility.

1. *Introduzione*

Nel 1995, a Lanzarote (Canarie, Spagna) si tiene la prima conferenza mondiale sul turismo sostenibile. Le riflessioni, gli spunti e i risultati sono sintetizzati nella Carta del turismo sostenibile [01] – poi confermati nel 2008 anche dalla Carta di Rimini per un turismo (ancora) sostenibile e (anche) competitivo [02] – e tra i punti del Piano d’Azione viene esplicitata l’esigenza di dare priorità ad alcune specificità quali piccole isole, aree costiere, zone di alta montagna, città e centri storici in una elencazione, si ritiene, più esemplificativa che esaustiva. Una relazione, quella tra sostenibilità e turismo, che, a partire dalla fine degli anni ’80, pur nell’ambito di un dibattito spesso frammentato e sconnesso (Liu, 2003), era diventata un campo di ricerca sempre più popolare, ma che, definita come un approccio positivo inteso a ridurre le tensioni create dalle complesse interazioni tra industria del turismo, visitatori, ambiente e comunità ospitanti (Bramwell, Lane, 1993), a distanza di un paio di decenni ha mostrato il fianco a più di una critica da parte di chi, nonostante la crescente consapevolezza pubblica circa le problematiche legate alla sostenibilità (Moscardo, Hughes, 2018), ha concluso come lo sviluppo turistico sostenibile fosse un obiettivo non realizzabile (Sharpley, 2020), inafferrabile (Boluk ed Altri, 2019).

Nel frattempo a Santiago del Cile, nel 1999, nel corso della tredicesima Assemblea Generale dell’UNWTO (United Nations World Tourism Organization), viene adottato il Codice Mondiale di Etica del Turismo [03] che, sottolineando, all’articolo 7, come la possibilità di accedere direttamente e personalmente alla scoperta e al godimento delle ricchezze del pianeta sia un diritto di cui tutti gli abitanti del mondo devono poter usufruire in modo paritario, raccomanda esplicitamente l’incoraggiamento e la facilitazione del turismo per le persone con disabilità, rappresen-

dolo quale fattore di sviluppo (di nuovo) sostenibile, mezzo privilegiato di soddisfazione individuale e collettiva e contributo all'arricchimento del patrimonio culturale dell'umanità. Del turismo, questa volta, vengono sottolineati l'aspetto culturale e quello inclusivo. Nel primo caso, è inteso come ogni viaggio attraverso il quale i viaggiatori ricevono informazioni sulla storia, sul patrimonio culturale e le pratiche quotidiane della vita di altri popoli (McIntosh, Goelner, 1986) e, se ne possiamo ritrovare una forma embrionale nel Grand Tour nato nel XVI secolo in Gran Bretagna (Feifer, 1985), per alcuni studiosi, comunque, tutto il turismo è già cultura (MacCannell, 1993) ed esperienza culturale (Urry, 1990). Lontano, dunque, dall'essere un fenomeno postmoderno, cambia però nella portata culturale del suo consumo (Richards, 1996).

Il riferimento all'inclusività parla invece di una forma di turismo trasformativa il cui intento è superarne le tendenze escludenti e garantire la partecipazione di più persone, affrontando le disuguaglianze, sfidando gli stereotipi e aprendosi alla comprensione della situazione delle minoranze (Scheyvens, Biddulph, 2018). L'ideale è ambizioso ma l'interesse a generare impatti socioeconomici più ampi, per risultati più equi e sostenibili, è autentico. Occorre eliminare le barriere all'accesso dei gruppi svantaggiati al turismo sia come produttori sia come consumatori, renderne effettiva la partecipazione nei processi decisionali e cambiare la mappa del turismo per coinvolgere, insieme a nuove persone, nuovi luoghi (Gillovic, McIntosh, 2020). E di questi ultimi si occupa, nel 2006 la Convenzione sui diritti delle persone con disabilità [04] che, dichiarando come la partecipazione alla vita sociale sia un diritto fondamentale dell'uomo (McCabe, Diekmann, 2015), evidenzia l'importanza di rispettare il concetto di accessibilità anche, e più specificamente, negli spazi culturali (Michopoulou ed Altri, 2015), segnando così un cambio di passo nell'accesso alla cultura e imprimendo un nuovo ritmo nell'adozione e nella sperimentazione, da parte delle istituzioni museali, di strategie volte a soddisfare il bisogno di narrazioni (più) inclusive di quel segmento della popolazione portatrice di disabilità fisiche, visive, uditive e intellettive, troppo spesso 'presenze inaspettate' (Hetherington, 2000).

Il 2014 è l'anno del *World Summit Destinations for All*, tenutosi a Montreal con il coinvolgimento dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), e, al termine di questa prima edizione, viene adottata la Dichiarazione "*A World for Everyone*" [05]. Oltre 360 partecipanti, provenienti da 31 Paesi, condividono conoscenze ed esperienze e gli importanti contributi forniti allo sviluppo e alla promozione del Turismo e della 'Destinazione per Tutti' (per 'tutti' [i visitatori] intendendo persone con disabilità, anziani e famiglie con bambini) e si impegnano a mettere in comune le proprie competenze a beneficio della comunità internazionale, comprendendo che i cittadini locali sono i primi a trarre vantaggio da tali sforzi.

Nel 2015 le Nazioni Unite approvano l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile [06], piano di azione globale per le persone, il Pianeta e la prosperità, tra i cui 17 *Sustainable Development Goals*, al numero 11, trova spazio l'obiettivo di rendere le città inclusive, sicure, durature e sostenibili, sottolineando ulteriormente, come specifico traguardo, il potenziamento di insediamenti umani partecipativi e integrati.

È evidente come il filo conduttore di tutta questa serie di interventi sia il turismo, nelle sue diverse declinazioni, ma protagonista ne è il territorio inteso come costituito da beni materiali e immateriali, capace di rispondere ai bisogni, anche questi materiali e immateriali, di popolazioni e individui che contribuiscono al suo continuo divenire e che ne vengono, a propria volta, influenzati (Manti, 2021). Un territorio concepito come ambiente, spazio, fisico e mentale, tridimensionale e, per questa stessa natura, includente.

Sostenibilità e inclusività si fanno, dunque, ordito e trama di una tensione verso questa valorizzazione proiettata alla tutela e alla conservazione dell'esistente, ma in una prospettiva di sviluppo qualitativo, alla promozione di un'immagine, purché non effimera, e al rispetto di un'eredità culturale e paesaggistica (Pileri, 2020) che non risulti mero esercizio retorico.

Ed è esattamente questo il contesto nel quale si è inserito il processo di valorizzazione del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj al quale il Comune di Tolentino, in provincia di Macerata, nelle Marche,

ha deciso di dare l'avvio partecipando al bando PNRR finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU – Missione 1 – Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura Misura 1 “Patrimonio culturale per la prossima generazione” Componente 3 – Cultura 4.0 (M1C3-3) Investimento 1.2 “Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura”, con il progetto “Incluseum: inclusive museum Aristide Gentiloni Silverj”.

Risultato aggiudicatario del bando, Incluseum si è concretizzato nel riallestimento museale (fig. 1) che, inaugurato nel novembre 2023, è oggetto di studio del presente contributo che intende esplorarne le poten-

Fig. 1 - Realizzazione del progetto “Incluseum: inclusive museum Aristide Gentiloni Silverj” aggiudicatario del bando PNRR finanziato dall’Unione europea - NextGenerationEU - Missione 1 - Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura Misura 1 “Patrimonio culturale per la prossima generazione” Componente 3 - Cultura 4.0 (M1C3-3) Investimento 1.2 “Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura”



Fonte: archivio PlayMarche srl

zialità nell’ambito della scelta della città di Tolentino di intraprendere un percorso di crescita e di sviluppo del turismo culturale come asse strategico della ripresa economica e sociale del proprio territorio (Corsale, Iorio, 2010) che deve la propria specificità alla posizione geografica che occupa, agli accadimenti della contemporaneità che lo hanno ‘investito’ e al carattere delle popolazioni che qui insistono (a restare e a vivere).

2. *Tolentino: dalla memoria archeologica all’identità contemporanea*

“Luogo multiplo, geografico e storico, mitologico e religioso” (Ferretti, Arminio, 2019), la regione Marche, unica declinata al plurale, è una rappresentazione crasica di opposti – mare e montagna, industria e agricoltura, dinamismo e tradizione, storia e futuro – di cui deve però tener conto per rispondere contemporaneamente alle diverse esigenze ordinando le altrettanto diverse azioni da una prospettiva complessa per un risultato complessivo.

Da nord a sud, i tredici bacini fluviali dagli Appennini all’Adriatico disegnano una struttura geomorfologica ‘a pettine’, perpendicolare alla costa, mentre gli strapiombi argillosi e rocciosi delle ‘ripe’ movimentano il paesaggio spezzando le linee tracciate delle colline. Delle cinque marchigiane la provincia di Macerata, la più estesa, fa da mediana tra quelle di Pesaro-Urbino e Ancona a nord e quelle di Fermo e Ascoli Piceno a sud. “Disteso come un vecchio addormentato” cantava un tempo Jimmy Fontana, il territorio maceratese proprio per la sua posizione geografica è stato in realtà luogo di contatti e di scambi favoriti dagli insediamenti umani presenti sin dalla preistoria.

È proprio a Tolentino (*Tolentinum*), incastonata tra vette e litorale lungo la riva sinistra del Chienti, che infatti sono state ritrovate le più antiche, e le più significative d’Europa, testimonianze di arte mobile – e quindi di frequentazione della zona – risalenti al Paleolitico superiore (fig. 2)¹.

1. Il manufatto, oggi conservato al Museo Archeologico Nazionale delle Marche di Ancona, è stato ritrovato durante gli scavi aperti e guidati dall’erudito Aristide Gentiloni Silverj nel 1884.

Fig. 2 - Replica del ciottolo in fanite rinvenuto nel 1884 da Aristide Gentiloni Silverj. Reperto presente all'interno del nuovo allestimento del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj di Tolentino



Fonte: archivio PlayMarche srl

Gli scavi tra fine Ottocento e primi Novecento, hanno portato poi alla luce le necropoli picene (quelle di Settedolori e Bura nella parte ovest dell'attuale centro storico e quelle Benaducci e Sant'Egidio nella parte est, oltre a quelle più distanti di Salcito e Rotondo Casone), individuate e scavate dal Conte Aristide Gentiloni Silverj negli anni compresi tra il 1879 e il 1883 e i cui reperti, oggi esposti nell'omonimo Museo Civico Archeologico, raccontano le trasformazioni economiche e sociali e le pratiche, fortemente rivolte alla guerra, della civiltà picena che ha occupato parte del territorio marchigiano tra il IX e il III secolo a.C. alla fine del quale risalgono anche le prime attestazioni romane a Tolentino, anche se i ritrovamenti più significativi sono riferiti al I secolo a.C. e anch'essi opera di Gen-

tiloni Silverj che ha individuato sotto Palazzo Parisani Bezzi un edificio pubblico oltre a numerose epigrafi a carattere funerario.

Figura centrale per la storia dell'archeologia marchigiana a cavallo tra Ottocento e Novecento (Xavier de Silva, 2024), quindi, quella di Aristide Gentiloni che, nato in una famiglia appartenente a pieno titolo alla nobiltà feudale dell'odierna provincia anconetana fin dal XII secolo (Gentiloni, 1936; Pancaldi, 1998), si sposta a Tolentino dopo le nozze con Adele Silverj, unica figlia, e femmina, dell'illustre famiglia torentinate, ma oramai estinta in linea maschile e, proprio per consentirne la prosecuzione, aggiunge al proprio casato il nome e lo stemma della moglie. Uomo dai molteplici interessi che spaziano dalla numismatica all'araldica all'archeologia, è Ispettore degli Scavi, autore di una scrupolosa attività di documentazione che, tra carteggi, manoscritti e disegni, ha consentito di ricavare informazioni fondamentali circa le operazioni di scavo, la disposizione degli oggetti ritrovati e i defunti nelle tombe rinvenute e fondatore e Direttore del Museo Archeologico, a lui intitolato, dal 1880 al 1936, prima allestito all'interno degli spazi espositivi del complesso monumentale della Basilica di San Nicola di Tolentino, e oggi ospitato, su due piani, nell'ala nord di un altro simbolo della città, il Castello della Rancia. La costruzione deve il proprio nome al termine francese *grange*, fattoria fortificata per la difesa delle derrate agricole, e infatti originariamente è utilizzata dai Monaci Cistercensi della vicina Abbazia di Chiaravalle di Fiastra (Pallotta, 1933; Bedini, 1964, p. 33), eretta nel sec. XII, come magazzino per la conservazione dei cereali. Ibrida la propria funzione a partire dalla metà del XIV secolo quando si trasforma, almeno per alcuni periodi dell'anno, in dimora signorile divenendo così palazzo-castello la cui posizione consente di controllare la maggiore arteria che da Roma e dal mare porta nel cuore della penisola. Nel tempo, passa più volte di proprietà, dai Varano allo Stato Pontificio, da possesso dei Gesuiti fino alla soppressione dell'Ordine a concessione in enfiteusi al marchese Caucci, prima, e Bandini dopo (Alimenti, Pasquali, 2014), e nel 1815 diventa l'ultima difesa di Gioacchino Murat contro gli austriaci in un battaglia, quella di Tolentino appunto,

ogni anno protagonista di un'imponente rievocazione storica che vede, per due giorni, oltre cinquecento figuranti, provenienti da tutta Europa, allestire i propri accampamenti, indossando le divise dell'epoca e regalando a visitatori e turisti un'esperienza immersiva unica. Nel 1973 il castello è acquistato dal Comune di Tolentino dalla famiglia Giustiniani Bandini e riconvertito in un contenitore culturale che, oltre a ospitare il Museo Civico Archeologico "Aristide Gentiloni Silverj" all'interno del quale, insieme ai ritrovamenti di origine picena e romana, sono conservati, in una nuova sezione preistorica, reperti del Mesolitico rinvenuti tra il 2019 e il 2020, è anche sede di un'esposizione dedicata ai musical e agli spettacoli teatrali della Compagnia della Rancia² e location per concerti, festival e rassegne.

Una matrisoka, dunque. Esso stesso patrimonio della comunità vede infatti i propri elementi identitari, di natura ritrosi e difensivi, trasfigurarsi in spazi compiacenti e ospitali in cui le tracce, i segni, le impronte e le memorie del passato si fondono con il presente di una comunità in grado di mettere in discussione i costrutti retorici della perifericità (Carta, 1999).

3. *Restare per ricostruire*

"Ma presto chiuderò, tanto qui non viene più nessuno", dice il titolare del Bora Caffè, accanto alla stupenda Basilica di San Nicola, patrono di Tolentino.

Gli eventi sismici del 2016 hanno colpito profondamente Tolentino che, flagellata da crolli, cedimenti e crepe in molti edifici, anche storici, è

2. Fondata nel 1983, è la prima compagnia teatrale specializzata nella produzione di musical in Italia. Oltre 40 le produzioni all'attivo (tra cui *Grease*, *Frankenstein Junior*, *Cats*, *La piccola bottega degli orrori*, *A Chorus Line*, *West Side Story*, *Sette spose per sette fratelli*, *Cantando sotto la pioggia*, *Jesus Christ Superstar*, *Hello, Dolly!*, *A qualcuno piace caldo*) la cui qualità artistica è stata riconosciuta negli anni da un sempre crescente successo di pubblico e di critica, oltre che dall'assegnazione di prestigiosi premi, tra i quali i "Biglietti d'Oro Agis", il "Premio Fondi La Pastora/Protagonisti", il "Premio per il Musical Bob Fosse", l'IMTA (Italian Musical Theatre Award), il "Premio Tani per le Arti dello Spettacolo", il Premio ETI "Olimpici del Teatro", il Premio "I Teatranti dell'anno Vittorio Gassman" l'"Italian Musical Awards" e il "Tim Music Awards 2023" all'Arena di Verona.

stata tra le città più danneggiate della regione. Molti se ne sono andati. Ma molti sono anche rimasti. Un restare che non è stato immobilismo, inerzia, nostalgia, ma presa di posizione, nucleo fondativo di nuovi progetti e nuove aspirazioni, motore della riconfigurazione di luoghi ed esistenze. È stata una *restanza* (Teti, 2022).

Dopo un terremoto, a cambiare non sono solo i luoghi, le cose e le persone. La concezione del tempo cambia e tutto si fa più lento. C'è un prima e un dopo nel modo di relazionarsi e di esprimersi e di alcune parole, sebbene conservino lo stesso suono, si può immediatamente percepire il nuovo senso. Il diverso peso. Come 'restare', anche 'tornare', infatti, non avrà più lo stesso significato per chi se ne è dovuto andare dalla propria casa, dal proprio borgo, dalla propria città. È una nuova lingua, condivisa, ma profondamente personale ed emotiva. Un fenomeno mimetico per accorgersi del quale serve un ascolto attento. Le dimensioni fisiche del territorio si fanno spesso 'invisibili' e ora devono essere ricordate, riempite, ma anche rilette e ribaltate. Occorre ripartire, ricostruire, riattivare. Forse dove era. Ma non più come era (De Cunto, Pasta, 2022), perché "I Paesi vanno ricostruiti, ma non come presepi"³.

E a suggerire il nuovo uso del mondo (Matthey, 2008) è stata proprio la prospettiva interna delle comunità locali che, controbilanciando immaginari stereotipati e rappresentazioni spesso distorte, o comunque, in contrasto con l'identità dei luoghi, hanno scardinato quella concettualizzazione monolitica di fragilità e di emarginazione che rischiava di compromettere, alla base, il processo di valorizzazione, anche turistica di questi territori (Pollice, 2012) perché «[...] ciò che muove il turista e ne orienta le decisioni di viaggio non è l'attrattiva in sé dei luoghi ma l'immagine che di essi il turista si è costruito» (Albanese, 2016, p. 420). Si intravede la luce. Covid 19. Di nuovo buio.

Dopo la pandemia, l'entroterra maceratese, già così provato dalle conseguenze del terremoto si trova a dover affrontare l'enorme sfida di una ul-

3. Leonardo Sciascia per *Il Mattino di Napoli* il 5 dicembre del 1980.

teriore ripartenza che doveva avere però le caratteristiche di un vero e proprio rinascimento. Il panorama infatti era nuovamente cambiato, le esigenze, di tutti, si erano modificate (Bulchand-Gidumal, 2022). Se l'urgenza è quella di viaggiare, i nuovi desiderata collettivi ora sono lentezza (Cerutti, 2023), perifericità e isolamento (Valacchi ed Altri, 2020).

Il risorgimento, a questo punto, poteva, e doveva, allora affondare le proprie radici in quelle risorse endogene che avevano saputo raccontare il senso di appartenenza e di identità delle comunità che avevano scelto di continuare ad abitare luoghi in cui l'essere marginali sarebbe potuto diventare una ricchezza. Così è stato. E sono diventati avanguardia.

4. *Patrimonio culturale e innovazione: il progetto Incluseum*

Le proposte, a questo punto, concentrate sulla valorizzazione di un modo di vivere e di un rapporto, etico-estetico-poetico, con gli spazi geografici (Frémont, 2009), hanno condotto a un approccio reattivo e proattivo nei confronti di quello che si stava profilando come uno *Spatial e Cultural (Re)Turn* (Buttimer, 2003).

Ai blocchi di partenza per la costruzione di una realtà turistica sostenibile, in questo momento storico, ci sono tutti perché la pandemia è stata una livella. La differenza possono farla le scelte e i territori marginali, che oramai sanno di poter essere competitivi, decidono di promuovere le proprie ricchezze attraverso l'offerta di esperienze interculturali veicolate dal dialogo costante tra adattamento e anticipazione, concetti che si erano rivelati evidentemente tutt'altro che dicotomici, il cui alfa e omega fossero inclusione e accessibilità.

L'occasione è data dal bando PNRR finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU – Missione 1 – Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura Misura 1 “Patrimonio culturale per la prossima generazione” Componente 3 – Cultura 4.0 (M1C3-3) Investimento 1.2 “Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura”, al quale

nell'agosto 2022 partecipa il Comune di Tolentino, aggiudicandoselo, con il progetto "Incluseum: inclusive museum, Aristide Gentiloni Silverj" perché se "ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità e di godere delle arti" [07], i musei troppo spesso solo ambienti in cui raccogliere, conservare ed esporre oggetti, hanno il dovere imperativo e categorico di reinventarsi come luoghi di disseminazione, diffusione e divulgazione del patrimonio culturale – nella massima estensione espressiva – echi che ne dovrebbero propagare le prospettive molteplici, implicitamente infinite, e farsi antesignani di un modello sociale di disabilità e di rigenerazione sociale (Coxall, 2006) che fornisca opportunità di co-creazione e di partecipazione.

Dopo quasi un anno di lavori, il nuovo allestimento, realizzato a cura di PlayMarche srl, primo *spin off* dell'Università degli Studi di Macerata e con il coordinamento scientifico dello stesso Ateneo, è stato inaugurato nel novembre 2023 e fin da subito si è presentato come modello innovativo di riqualificazione museale che annoda i fili di cultura e tecnologia in una trama sostenibile e inclusiva, testimonianza della relazione virtuosa che può instaurarsi tra musei, turismo culturale e sviluppo locale (Buhalis, Amaranggana, 2015).

Lo spazio fisico che già ospitava il Museo Archeologico Aristide Gentiloni Silverj è stato interamente riprogettato, ridefinendo la percezione dello spazio espositivo. La sala, posta al primo piano del castello, è stata divisa concettualmente in due ambienti, uno dedicato al percorso museale vero e proprio l'altro trasformato in laboratorio, spazio di condivisione e sperimentazione. Due quinte scenografiche definiscono le aree. La prima, lunga diciotto metri e alta due e settanta, percorre, tagliandolo trasversalmente, l'intero spazio espositivo, lo duplica e crea una segnaletica di orientamento forte. La seconda, un quadrato di tre metri per tre metri sospeso da terra, è posizionata di taglio rispetto alla precedente e pilota il visitatore nella zona laboratoriale.

Anche le scelte cromatiche sono state essenziali nell'esprimere il nuovo progetto. Il colore è, infatti, il principale agente indicatore dei co-

Fig. 3 - *Web app* per la fruizione di contenuti in realtà aumentata all'interno del nuovo allestimento del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj di Tolentino. *Skyphos* ricostruito in 3D



Fonte: archivio PlayMarche srl

dici narrativi scelti, quello informativo e quello emozionale. A fare da fondale estetico della narrazione didascalica è il grigio, declinato in due diversi toni che si alternano nella lunga parete, mentre pannellature rosso mattone, anche queste quadrate e appese in sospensione alle pareti della stanza, costituiscono ulteriori elementi visivi che connotano il percorso, segnalando al pubblico le varie esperienze, tattili e digitali, fruibili. Dalle scenografie alle didascalie, la grafica d'ambiente è stata pensata e disegnata per facilitare la comprensione dei contenuti e l'orientamento degli utenti. L'obiettivo dell'effettivo coinvolgimento di ogni visitatore è stato raggiunto attraverso una narrazione del percorso espositivo declinata a più livelli (Spagnuolo, 2024). Un museo che, in virtù del *design* tipografico ad alta leggibilità, del linguaggio Braille e dei testi in EtR è divenuto facile da leggere e un *exhibition* che, grazie alla *web app* per tablet (fig. 3), appositamente

mente creata, confeziona visite su misura per diverse tipologie di utenti (den Brok, Sterkenburg, 2014).

A questo fine un ‘facilitatore’, inteso come uno dei “fattori nell’ambiente di una persona che, attraverso l’assenza o la presenza, migliorano il funzionamento e riducono la disabilità” [08], è proprio la tecnologia digitale che aiuta a moltiplicare i livelli di comunicazione dei contenuti, generando quella stratificazione di sensi che rende le visite ‘multilivello’. Fondamentali quindi per dar vita a una buona pratica di accessibilità complessiva e progettare una gamma di formati alternativi che sappia tener conto delle esigenze e delle aspettative differenziate di un più ampio pubblico di visitatori (Cook, Polgar, 2014) le ICT, declinate secondo i principi dell’*Universal Design*, non solo consentono di immaginare e realizzare

Fig. 4 - Fedele riproduzione 3D della cosiddetta Hydria del Signore dei Cavalli all’interno del nuovo allestimento del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj di Tolentino



Fonte: archivio PlayMarche srl

prodotti e servizi in grado di offrire indipendenza nella fruizione anche ai visitatori con disabilità, ma, coinvolgendoli attraverso esperienze interattive, complete e appaganti, forniscono loro altresì motivazioni alla visita degli spazi museali, che, con queste premesse, si trasformano in ambienti dinamici e veri e propri epicentri di una questione di giustizia sociale.

E così sono state studiate una serie di strategie di comunicazione innovative per l'archeologia (Ripanti, Distefano, 2013). Una proiezione riproduce in scala aumentata il modello *wireframe*, e cioè convenzionalmente per contorni di entità, della cosiddetta Hydria del Signore dei Cavalli (Xavier de Silva, 2024) da Tolentino, offrendo in questo modo una visione trasparente della struttura, mentre una sua fedele riproduzione 3D consente di esperirne la forma anche attraverso il tatto (fig. 4).

Fig. 5 - Quattro postazioni audio che riproducono l'universo sonoro del villaggio piceno all'interno del nuovo allestimento del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj di Tolentino



Fonte: archivio PlayMarche srl

Quattro postazioni audio riproducono l'universo sonoro del villaggio piceno (fig. 5) – a cura del *foley artist* Mauro Eusepi vincitore di due David di Donatello⁴ – immergendo l'ascoltatore in un tempo e in uno spazio immaginifico.

Contenuti V/R e A/R simulano l'interazione con oggetti e ambienti: un visore All-in-one Meta Quest 3, con maschera standard regolabile preinstallata, consente di rivivere l'esperienza del ritrovamento e dello scavo della Tomba nel podere Settedolori – poi chiamata appunto Tomba Settedolori 23 – narrata attraverso uno *storyboard* che parte con una visione dall'alto della necropoli e arriva alla tomba, scavata, con scheletro, armi, oggetti del corredo funerario, tutti ricostruiti; attraverso diversi marker QR code, collocati in vari punti del museo, si possono aumentare, appunto, le informazioni relative a oggetti preselezionati dal comitato scientifico dell'Università di Macerata – un'anforetta attica a figure nere, uno *skyphos* a figure nere, un cratere a colonnette a figure rosse, un *hydria* in bronzo e uno *stamnos* etrusco a figure rosse – che in mostra ma chiusi all'interno delle vetrine possono essere visionati a 360° e ingranditi in tutti i loro particolari in una strategia espositiva che beneficia del contrasto con il resto della collezione fisica.

La postazione aptica, posizionata nel Laboratorio, offre l'opportunità di interagire con le riproduzioni virtuali di alcuni reperti archeologici restituendone un *feedback* tattile di forme e superfici con alto livello di realismo. Ed essendo molto numerosi i fattori dinamico-strutturali e di carattere espressivo che possono originare proprio, e a volte solamente, dalla percezione aptica (pensiamo a ruvidezza o scivolosità, durezza, morbidezza, lunghezza e brevità, levigatezza, spigolosità) il livello di indagine si sposta da una prospettiva legata a determinate categorie verso un problema di valore universale (Tiberti, 2020) (fig. 6).

4. Mauro Eusepi, che ha all'attivo circa cento crediti tra film e fiction, ha fatto parte del *team* che ha vinto due David di Donatello nel 2019 per il miglior suono con "Dogman" di Matteo Garrone ripetendo il successo con "Il Primo Re" di Matteo Rovere.

Fig. 6 - Postazione aptica all'interno del laboratorio del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj



Fonte: archivio PlayMarche srl

L'attitudine a indagare, con le nuove tecnologie, frammenti e interstizi temporali ha poi fecondato l'idea di creare un'installazione in cui sonoro e visivo si fondono in un'unica performance. La protagonista è un'epigrafe romana che, mappata, prende vita con un coro di due voci che, in contemporanea, leggono e traducono l'iscrizione latina mentre le parole incise sulla pietra vengono, a una a una, illuminate da una proiezione.

Il Laboratorio, frontiera di integrazione tra analogico e digitale, è spazio mutevole che accoglie e raccoglie esperienze e funzioni. Un sistema modulare di sedute, appositamente realizzate, diviene tavolo per giocare con un macro *puzzle* interattivo che riproduce in stile pop art l'immagine del Signore dei Cavalli (fig. 7). Sulla superficie creata dalle panche unite vengono, infatti, proiettati i bordi dei singoli pezzi così da tracciare la griglia che aiuta nel riposizionamento delle coloratissime e giganti tessere in

Fig. 7 - Nuovo allestimento multimediale all'interno del laboratorio del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj; macro *puzzle* interattivo che riproduce in stile *pop art* l'immagine del Signore dei Cavalli e video in *animation graphic* con il Conte Aristide Gentiloni Silverj da bambino in versione *cartoon*



Fonte: archivio PlayMarche srl

poliespanso. La fantasia nel mescolare i colori fa poi il resto. Un processo di comprensione e di appropriazione del patrimonio culturale territoriale che viene favorito ancora attraverso il linguaggio dell'*edutainment* con le due realizzazioni in *animation graphic* che raccontano la storia del Conte Aristide Gentiloni Silverj e delle vicende che portarono alla fondazione del Museo nel 1882. Due le diverse postazioni cronologiche: quella del fondatore adulto che accoglie il pubblico all'ingresso con immagini e documenti storici che contestualizzano il racconto nel ricco panorama culturale e storico delle Marche dell'epoca e quella del piccolo archeologo (fig. 7) che, nello spazio laboratoriale, mostra ai più piccoli gli strumenti del mestiere e li stupisce con curiosità e domande guidandoli così alla scoperta di un mondo affascinante e misterioso (Moscatelli, 2015).

È stato inoltre installato un dispositivo di gestione del flusso di visitatori del nuovo allestimento per consentirne una quantificazione numerica. L'intenzione era infatti quella di verificare la capacità del progetto di essere attrattivo e di monitorarne l'andamento giornaliero, settimanale, mensile e stagionale ai fini di una comprensione complessiva della sua riuscita non solo come *driver* di sviluppo del turismo culturale ma anche come asse strategico di destagionalizzazione delle presenze sul territorio in un'ottica di diversificazione dell'offerta.

5. Conclusioni

Questi i molti capitoli che compongono il racconto di "Incluseum", ritratto di un museo che, in una dimensione d'uso contemporanea, è riuscito a rendere ergonomica l'interazione della cultura con i prodotti digitali. Il nuovo allestimento traduce il linguaggio tradizionale dell'archeologia museale in una serie di percorsi, tattili e digitali, che offrono una varietà di narrazioni facilitandone la lettura e la decodifica da parte di un pubblico realmente plurale.

Purtroppo, agli inizi di aprile 2024, il Castello della Rancia ha chiuso i battenti per far fronte ai lavori di riparazione, miglioramento sismico e restauro della struttura a seguito del sisma del 2016. Un progetto di circa 1 milione e 200mila euro, finanziato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, che dovrebbe concludersi entro la fine dell'anno in corso. Il primo stralcio dei lavori non ha interessato l'intero edificio, mentre la seconda fase si è occupata del recupero statico del castello che aveva subito danni a livello delle murature in elevazione, specialmente nelle torri nord e sud, avendo queste una più elevata vulnerabilità dovuta alla 'snellezza'. La chiusura del maniero ha comportato la chiusura delle sale museali ivi ospitate, compreso il Museo Civico Aristide Gentiloni Silverj e il suo neonato allestimento, circostanza questa che ha evidentemente inciso sui numeri del turismo della stagione estiva. Ma proprio dai numeri di cui oggi è possibile disporre grazie al sensore PC2SE è possibile ricavare una serie

di dati che ci consentono qualche riflessione conclusiva. Il dispositivo, infatti, a partire dal giorno inaugurale, 18 novembre 2023, fino a quello di chiusura, 31 marzo 2024, entrambi compresi, ha rilevato le presenze di coloro che hanno visitato la sala dedicata a *Incluseum* indicando il totale di 3.407 visitatori. Il dato mensile invece riportato, sempre nell'arco di tempo di apertura considerato (18 novembre 2023 - 31 marzo 2024) è di:

- 1.114 visitatori dal 18 novembre 2023 al 30 novembre 2023;
- 578 visitatori dal 1° dicembre 2023 al 31 dicembre 2023;
- 391 visitatori dal 1° gennaio 2024 al 31 gennaio 2024;
- 402 visitatori dal 1° febbraio 2024 al 29 febbraio 2024;
- 670 visitatori dal 1° marzo 2024 al 31 marzo 2024.

Nel 2023, fino appunto al 18 novembre, si sono svolti i lavori per l'allestimento di *Incluseum*, mentre il dato aggregato, l'unico al momento fornito dal Comune di Tolentino, per i dodici mesi 2022 mostra un numero di presenze pari a complessivamente di 6642 visitatori.

È dunque evidente come il nuovo allestimento del Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj, nei suoi pochi mesi di apertura, abbia già registrato un numero di presenza pari a oltre la metà di quelle registrate nell'intero anno 2022. Sebbene il *trend* di netta crescita sia stato purtroppo interrotto dall'esigenza di chiudere la struttura per i lavori resi necessari dal terremoto del 2016 – circostanza che ha fatto perdere al maniero, peraltro, l'intera stagione estiva – si tratta comunque di un risultato molto importante che dimostra come l'introduzione delle più avanzate tecnologie digitali insieme all'impiego creativo di strumenti analogici consentano di creare un'esperienza museale più attrattiva e capace di favorire anche il coinvolgimento di coloro che spesso sono costretti ai margini della fruizione di contenuti culturali. E così, come accessibilità e interattività si sono fatte coordinate cartesiane di uno spazio in cui scoperta e apprendimento hanno, per chiunque e per tutti, la propria matrice generativa in un processo empirico sensoriale, la riscoperta del patrimonio culturale locale, attraverso l'archeologia sperimentale, è diventata pratica turistica sostenibile.

Bibliografia

- ALBANESE V., “Sentiment Analysis per analizzare gli effetti del cinema sulla percezione dei luoghi. Il caso pugliese”, NICOSIA E. (a cura di), “La città di celluloidi tra vocazione turistica ed esperienze creative Atti della giornata di studio” (Macerata, 26 marzo 2015), *Il Capitale Culturale, Studies on the Value of Cultural Heritage*, Supplementi, 4(2016), pp. 420-429, DOI: 0.13138/2039-2362/1416.
- ALIMENTI G. - PASQUALI S., *Fondazione Giustiniani Bandini. Cronache di 40 anni*, Macerata, Biemmegraf, 2014.
- BEDINI G., *Breve prospetto delle abazie cistercensi d'Italia: dalla fondazione di Citeaux (1098) alla metà del secolo decimoquarto*, Casamari, Tip. Casamari, 1964.
- BOLUK K. ed Altri, “A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, 27(2019), pp. 847-864, DOI: 10.1080/09669582.2019.1619748.
- BRAMWELL B. - LANE B., “Sustainable tourism: An evolving global approach”, *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1993), pp. 1-5, DOI: 10.1080/09669589309450696.
- DEN BROK W.L.J.E. - STERKENBURG P., “Self-controlled technologies to support skill attainment in persons with an autism spectrum disorder and/or an intellectual disability: a systematic literature review”, *Disability and Rehabilitation Assistive Technology*, 10(2014), 1, pp. 437-443, DOI: 10.3109/17483107.2014.921248.
- BUHALIS D. - AMARANGGANA A., “Smart tourism destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services”, TUSSYADIAH I. - INVERSINI A. (a cura di), *Information and communication technologies in tourism 2015. Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015*, Cham, Springer, 2015, pp. 377-389, DOI: 10.1007/978-3-319-14343-9_28.
- BULCHAND-GIDUMAL J., “Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework”, *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(2022), 2, pp. 16-29, DOI: 100689. 10.1016/j.jdmm.2022.100689.
- BUTTNER A., Cultural (Re) “Turning in geography: retrospect and prospect”, *The cultural turn in geography. Proceedings of the Conference, 18-20th of September 2003 Gorizia Campus*, Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste, 2003, pp. 23-32.
- CARTA M., *L'armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*, Milano, FrancoAngeli, 1999 (2ª ed. 2002).
- CERUTTI S., “Il ruolo delle dinamiche slow nei processi di valorizzazione degli spazi marginali”, MARENGO M. (a cura di), *La «rinascita» dei territori marginali. Dalla desertificazione socio-demografica e funzionale alla gentrificazione rurale e le lifestyle migrations*, Genova, Genova University Press, 2023, pp. 13-24.
- COOK A.M. - POLGAR J.M., *Assistive technologies. Principles and practice* (4th ed.), St. Louis, MO, Elsevier, 2014.
- CORSALE A. - IORIO M., “I musei di identità: un'opportunità per lo sviluppo locale e turistico delle aree marginali. Esperienze in Sardegna, Romania e Marocco”, *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2010), 4, pp. 555-568.
- COXALL H., “Open minds: Inclusive practice”, GENOWAYS H.H. (ed.), *Museum philosophy for the twenty-first century*, Walnut Creek, Altamira Press, 2006, pp. 139-149.
- DE CUNTO G. - PASTA F., “Non salvate le aree interne”, FLORA N. ed Altri (a cura di), *Sperimentare per riabilitare le aree interne. Con sperimentazioni progettuali per il dismessio nei piccoli comuni molisani di Riccia, Jelsi e Gambatesa*, Siracusa, LetteraVendite Edizioni, 2022, pp. 37-46.
- FEIFER M., *Tourism in History. From Imperial Rome to the Present*, New York, Stein and Day, 1985.

- FERRETTI L.G. - ARMINIO F., *L'Italia profonda. Dialogo dagli Appennini*, Roma, GOG, 2019.
- FRÉMONT A., *La région, espace vécu*, Paris, Flammarion, 2009.
- GENTILONI A., *Genealogia della famiglia Gentiloni*, Tolentino, Tip. Filelfo, 1936.
- GILLOVIC B. - MCINTOSH A., "Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda", *Sustainability*, 12(2020), pp. 1-15, DOI: 10.3390/su12229722.
- HETHERINGTON K., "Museums and the visually impaired: The spatial politics of access", *Sociological Review*, 48(2000), pp. 444-463, DOI: 10.11/1467-954X.00225.
- LIU Z., "Sustainable Tourism Development: A Critique", *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2003), pp. 459-475, DOI: 10.1080/09669580308667216.
- MACCANNELL D., *Empty Meeting Grounds; the Tourist Papers*, London, Routledge, 1993.
- MANTI F., "La valorizzazione dei territori come responsabilità sociale", MARENGO M. - BERNARDINI E. (a cura di), *I territori locali. Fra valorizzazione endogena e fruizione turistica sostenibile*, Quaderni di TeTusLab, Genova, Genova University Press, 2021, pp. 13-21.
- MATTHEY L., "Quand la forme témoigne. Réflexion autour du statut du texte littéraire en géographie", *Cahiers de géographie du Québec*, 52(2008), pp. 401-417, DOI: 10.7202/029868ar.
- MCCABE S. - DIEKMANN A., "The rights to tourism: Reflections on social tourism and human rights", *Tourism Recreation Research, Tour. Recreat. Res.*, 40(2015), pp. 194-204, DOI: DOI: 10.1080/02508281.2015.1049022.
- MCINTOSH R. - GOELDNER C., *Tourism principles, practices, philosophies* (5th Ed.), New York, John Wiley and Sons, 1986.
- MICHHOPOULOU E. ed Altri, "Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have", *Journal of Tourism Futures*, 1(2015), pp. 179-188, DOI: 1. 10.1108/JTF-08-2015-0043.
- MOSCARDO G. - HUGHES K., "All aboard! Strategies for engaging guests in corporate responsibility programmes", *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2018), pp. 1257-1272, DOI: 10.1080/09669582.2018.1428333.
- MOSCATELLI U., "Per piacere a tutti: mediazioni dell'archeologo nel vivere contemporaneo", VII Congresso Nazionale di Archeologia Medievale (Palazzo Turrisi, Lecce, 9-12 settembre 2015), ARTHUR P. - IMPERIALE M.L. (a cura di), *VII Congresso Nazionale di Archeologia Medievale*, vol. 1, Firenze, All'Insegna del Giglio, 2015, pp. 61-64.
- PANCALDI M.G., "L'archivio Gentiloni Silverj di Tolentino: riflessioni per una ricerca", *La nobiltà della Marca nei secoli XVI-XVIII: patrimoni, carriere, cultura, Atti del XXXII Convegno di Studi Maceratesi*, (Abbadia di Fiastra, Tolentino, 24-25 novembre 1996), Tolentino, Centro Studi Maceratese, 1998, pp. 513-522.
- PALLOTTA G., *Note sull'arte marchigiana del medioevo*, Roma, Arti grafiche e fotomeccaniche Sansaini, 1933, p. 60.
- PILERI P., *Progettare la lentezza*, Busto Arsizio, People, 2020.
- POLLICE F., "Il cinema nella costruzione dello spazio turistico", NICOSIA E. (a cura di), *Cineturismo e territorio: un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Bologna, Pàtron, 2012, pp. 11-16.
- RICHARDS G., *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford, CAV International, 1996, pp. 99-115.
- RIPANTI F. - DISTEFANO M.S., "Ricostruzioni, 3D e narritività: strategie diversificate per la comunicazione dell'archeologia", *ArcheoFOSS, Free, Libre and Open Source Software e Open Format nei processi di ricerca archeologica. Atti del VII Workshop*

- (Roma, 11-13 Giugno 2012), *Archeologia e Calcolatori*, Supplemento, 4(2013), pp.174-180.
- SCHEYVENS R. - BIDDULPH R., "Introducing inclusive tourism", *Tourism Geographies*, 20(2018), pp. 583-588, DOI: 10.1080/14616688.2018.1486880.
- SCIASCIA L., *Il Mattino di Napoli* il 5 dicembre del 1980.
- SHARPLEY R., "Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on", *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2020), pp. 1932-1946, DOI: 10.1080/09669582.2020.1779732.
- SPAGNUOLO M., "Inclusione e tecnologia nei musei del XXI secolo: il progetto 'Incluseum' come modello di accessibilità e innovazione", *Catalogo Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj*, Loreto, Gruppo Editoriale Eli, 2024, pp. 46-49.
- TETI V., "La restanza", *Scienze del Territorio*, 7(2019), pp. 20-25.
- TIBERTI V., *Il museo sensoriale. L'accessibilità culturale e l'educazione artistica ed estetica per le persone con minorazione visiva nei musei del comune di Roma*, Roma, Sapienza Università Editrice, 2020, pp. 48-64.
- URRY J., *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage, 1990.
- VALACCHI F. ed Altri, "Fuori dalla crisi. Ricerca scientifica e comunicazione / Out of the crisis. Scientific research and communication", *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 11(2020), pp. 17-32, DOI: 10.13138/2039-2362/2575
- XAVIER DE SILVA L., "Il Museo Civico Archeologico "Aristide Gentiloni Silverj": dalla collezione ottocentesca a museo di tutti", *Catalogo Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj*, Loreto, Gruppo Editoriale Eli, 2024, pp. 6-15.
- XAVIER DE SILVA L., "Il Signore dei Cavalli", *Catalogo Museo Civico Archeologico Aristide Gentiloni Silverj*, Loreto, Gruppo Editoriale Eli, 2024, p. 112.

Sitografia

- [01] https://www.airt.org/_files/ugd/3296d0_c8d5998a7f8449d4a8cb4baca8f3363f.pdf, consultato 26 Settembre 2024.
- [02] <https://www.a21italy.it/medias/AA98D81CB4923DF7.pdf>, consultato il 26 Settembre 2024.
- [03] https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/sanmarino_0.pdf, consultato 2 Ottobre 2024.
- [04] <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/disabilita-e-non-autosufficienza/focus-on/Convenzione-ONU/Documents/Convenzione%20ONU.pdf>, consultato 8 Gennaio 2025.
- [05] <https://isto.international/wp-content/uploads/2022/02/declaration-montreal-final-eng.pdf>, consultato 16 Settembre 2024.
- [06] https://asvis.it/public/asvis2/files/Pubblicazioni/Fatti_%26_Cifre_2020.pdf, consultato 16 Settembre 2024.
- [07] https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/itn.pdf, consultato 29 Agosto 2024.
- [08] <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>, consultato 2 Ottobre 2024.

Résumé

Cette contribution explore les potentialités offertes par le processus de valorisation du Musée Civique Archéologique Aristide Gentiloni Silverj de Tolentino, dans le cadre de la

croissance et du développement du tourisme culturel en tant qu'axe stratégique de relance économique et sociale du territoire. Après la pandémie, les zones intérieures de la province de Macerata, déjà éprouvées par les conséquences du séisme de 2016, se sont retrouvées face à l'énorme défi de redémarrer avec les caractéristiques d'une véritable renaissance. Celle-ci s'enracine dans les ressources endogènes capables d'exprimer le sentiment d'appartenance et d'identité des communautés qui ont choisi de rester dans des lieux où la marginalité peut se transformer en richesse.

Inauguré en novembre 2023, *Incluseum* représente un modèle innovant de réhabilitation muséale qui, en tissant les fils de la culture et de la technologie dans une trame durable et inclusive, illustre la relation vertueuse pouvant s'établir entre musées, tourisme culturel et développement local. La nouvelle scénographie traduit le langage traditionnel de l'archéologie muséale en une série de parcours, tactiles et numériques, qui offrent une pluralité de narrations, facilitant leur lecture et leur décryptage par un public véritablement diversifié.

L'introduction des technologies numériques les plus avancées et l'utilisation créative d'outils analogiques permettent en effet une expérience muséale favorisant l'inclusion de ceux qui, souvent, sont marginalisés dans l'accès aux contenus culturels. Ainsi, à mesure que l'accessibilité et l'interactivité deviennent les coordonnées cartésiennes d'un espace où découverte et apprentissage trouvent, pour chacun et pour tous, leur matrice génératrice dans un processus empirique et sensoriel, la redécouverte du patrimoine culturel local, grâce à l'archéologie expérimentale, s'affirme comme une pratique touristique durable.

Mots-clés: développement territorial, destination touristique, patrimoine culturel, muséalisation, accessibilité.

Resumen

Este trabajo explora las potencialidades expresadas por el proceso de valorización del Museo Cívico Arqueológico Aristide Gentiloni Silverj de Tolentino en el camino hacia el crecimiento y el desarrollo del turismo cultural como eje estratégico de la recuperación económica y social del territorio. Después de la pandemia, las áreas interiores de la provincia de Macerata, ya afectadas por las consecuencias del terremoto de 2016, se enfrentaron al enorme desafío de una reactivación que tuviera las características de un verdadero renacimiento, cuyas raíces se basaran en aquellos recursos endógenos capaces de narrar el sentido de pertenencia e identidad de las comunidades que han optado por permanecer en lugares donde la marginalidad puede convertirse en una riqueza.

Inaugurado en noviembre de 2023, *Incluseum* representa un modelo innovador de revalorización museística que, tejiendo los hilos de cultura y tecnología en una trama sostenible e inclusiva, testimonia la relación virtuosa que puede establecerse entre museos, turismo cultural y desarrollo local. La nueva disposición traduce el lenguaje tradicional de la arqueología museística en una serie de itinerarios, táctiles y digitales, que ofrecen una variedad de narrativas, facilitando su lectura y decodificación por parte de un público verdaderamente plural.

La introducción de las tecnologías digitales más avanzadas y el uso creativo de herramientas analógicas permiten, de hecho, una experiencia museística que fomenta la participación de aquellos que a menudo se ven relegados a los márgenes del acceso a contenidos culturales. Así, mientras la accesibilidad y la interactividad se convierten en coordenadas cartesianas de un espacio en el que el descubrimiento y el aprendizaje tienen, para todos y cada uno, su matriz generadora en un proceso empírico sensorial, el redescubrimiento del patrimonio cultural local, a través de la arqueología experimental, se ha transformado en una práctica turística sostenible.

Palabras clave: desarrollo territorial, destino turístico, patrimonio cultural, musealización, accesibilidad.

**La percezione turistica dei costumi tradizionali:
il caso delle aree dei Dai in Cina***

KUN SANG** - ZIXUAN YANG***

Abstract

With the growing use of social media, the impact of the Internet on tourists' perceptions of the culture of ethnic minority remains unclear. This paper applies the Stimulus-Organism-Response (SOR) model to examine how TikTok videos affect tourists' perceptions of traditional Dai costumes during their travels in ethnic minority settlements. Employing a quantitative questionnaire approach, the study investigates variables such as video content, interactivity, value perception, and tourists' intentions. Statistical methods include regression and mediation analysis to quantify these relationships. The findings reveal that both video content and user interaction on TikTok positively influenced tourists' perceptions, which enhanced their understanding of traditional costumes and increased their interests in visiting the Xishuangbanna, China. It underscores the significant role of engaging and informative video content in shaping tourist perceptions and behavior. Thus, social media platforms have substantial impacts on cultural heritage and tourism communication, serving as insightful tools for further cultural education and communication.

Keywords: social media; Tik Tok; Dai costume; cultural heritage.

* Questo progetto è stato supportato dal Fondo di ricerca dell'Università di Xiamen, Malesia (XMUMRF/2024-C14/IART/0023).

** Facoltà di Comunicazione, Università di Xiamen, Malesia, kun.sang@xmu.edu.my.

*** Facoltà di Comunicazione, Università di Xiamen, Malesia, adt2109066@xmu.edu.my.

1. *Introduzione*

Nell'era digitale, le modalità di diffusione delle informazioni hanno avuto trasformazioni profonde, con l'integrazione delle tecnologie informatiche e dei dispositivi mobili che ha radicalmente alterato il ruolo dell'industria della stampa (Feng, 2014; Empler, 2014). I *social media* e i video brevi¹, in particolare, sono emersi come canali cruciali per la condivisione delle esperienze degli utenti e la pubblicazione di contenuti diversificati, offrendo nuove prospettive per la protezione, la diffusione e lo sviluppo del bene culturale (Cao, 2022). Per esempio, Bonacini (2011) esplora l'uso dei *social media* nella valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale, analizzando le tecnologie virtuali e le etichette intelligenti per i musei italiani. E il Museo dell'Università di Bologna sta utilizzando i *social media* per migliorare l'esperienza dei visitatori e la comunicazione con il pubblico (Zingone, 2024). Tra questi, l'influenza dei video brevi è cresciuta costantemente. TikTok², grazie alla sua interfaccia intuitiva e alla sua popolarità, ha attirato l'attenzione di centinaia di milioni di utenti in tutto il mondo [01], considerato uno spazio virtuale per eccellenza dei giovani. Nel 2022, in Italia, il numero di utenti attivi di TikTok era di 19,7 milioni, posizionandosi tra i primi tre Paesi in Europa [02].

Parallelamente, la relazione tra il turismo e i *social media* è diventata più stretta. Dopo la pandemia di Covid-19, la crescita demografica ed economica, l'aumento della motivazione e delle aspettative di viaggio, insieme ai progressi nelle tecnologie della comunicazione, hanno reso le attività turistiche legate al patrimonio culturale più dinamiche (Bhatta ed Altri, 2023). I *social media* diventano un motore di rinascita culturale, civile, sociale ed economica dei posti antichi e delle città turistiche (Carpentieri, 2020). Alla fine del 2021, la piattaforma Tik Tok aveva caricato oltre 140 milioni di video relativi al turismo del patrimonio culturale, con più di 60 miliardi di visualizzazioni [03]. Nel caso di Siviglia, l'integrazione dei

1. In genere una durata compresa tra 15 secondi e un minuto.

2. Douyin in cinese, è una app di *video sharing* lanciata nel 2016.

media digitali nell'educazione al patrimonio promuove una memoria culturale condivisa all'Università (Giorgi ed Altri, 2021). Grazie al *live streaming* e ai video brevi, l'economia degli *influencer* ha generato un impatto significativo. Sono diventati propri biglietti da visita, contribuendo a preservare e promuovere le tradizioni e i costumi locali (Casu, 2023).

Dall'altro lato, tuttavia, l'interpretazione e la rappresentazione degli elementi culturali attraverso i video potrebbero perpetuare stereotipi, portando a una comprensione distorta della cultura o degli eventi (Diawara ed Altri, 2023). In qualche caso, le donne possono essere rappresentate in modo stereotipato, come oggetti sessuali, rafforzando visioni distorte e limitate dei ruoli di genere nella società (Arendt, 2023). Inoltre, la globalizzazione ha spinto i gruppi etnici a ridefinire la propria identità in termini di mercato. Questa trasformazione è interpretata sia come una strategia di sopravvivenza nell'economia globale, sia come una risposta alla crescente domanda di esperienze "autentiche" dai consumatori. L'etnicità³ nei gruppi minoritari è diventata un elemento marchiato, trasformando l'identità in una sorta di prodotto. In alcune aree, le comunità confezionano le proprie pratiche culturali in prodotti destinati al mercato, allo scopo di generare benefici (Comaroff ed Altri, 2009).

1.1. *Territorio della minoranza Dai in Cina*

La minoranza Dai (Thai) è un gruppo etnico thailandese presente fuori della Thailandia, come circa 1,5 milioni in Cina e 1,8 milioni in Vietnam, e così via. Il territorio dove vivono è un luogo unico sotto influenze culturali thailandesi, cioè la Prefettura Autonoma Dai di Xishuangbanna (21°10' E, 99°55' N), nella provincia dello Yunnan, Sud della Cina (fig. 1). Considerata la Thailandia della Cina, è una regione famosa per la cultura etnica e l'eccezionale bellezza naturale, che vanta la più

3. L'etnicità si riferisce all'identità culturale di un gruppo che condivide caratteristiche comuni.

Fig. 1 - Xishuangbanna



Fonte: elaborazione di YUNNAN da Google Earth [04][05]

ricca concentrazione di biodiversità della Cina e la foresta pluviale tropicale più settentrionale del mondo (Myers ed Altri, 2000).

1.2. *Cultura dei Dai*

I Dai hanno una lingua appartenente al ramo della Thailandia e un sistema di scrittura che utilizza caratteri derivati dal sanscrito. La letteratura include storie epiche, poesie e racconti popolari che riflettono la loro connessione con la natura e i valori sociali. Una festa nota è il Festival dell'Acqua, che coincide con il capodanno dei Dai ed è celebrato ad aprile. Durante l'evento, praticano rituali di abluzione, considerati un segno di purificazione e benedizione. Poi, i villaggi sono spesso caratterizzati da case su palafitte, costruite in legno e paglia, che aiuta a mantenere le abitazioni fresche nel clima tropicale. La loro arte è visibile nei templi e nelle sculture buddiste, spesso decorate con elementi naturali come fiori e foglie [6]. Si può osservare una fusione culturale nella lingua in questa area. Per esem-

pio, i templi di Xishuangbanna spesso presentano tetti dorati e intricate decorazioni a forma di drago. Offre un'esperienza rustica e autentica, con attrazioni come il Giardino Tropicale e i villaggi tradizionali. Ad eccezione del Sud-Est asiatico, in Europa, ci sono anche immigrati Dai. Mantengono legami con la Thailandia e partecipano attivamente alle attività culturali thailandesi. Mostrano anche fiducia nelle loro interazioni con le organizzazioni locali (Thongsawang, 2017).

Nel 2023, Xishuangbanna ha ricevuto 38 milioni di turisti. Ma il turismo ha comportato importanti cambiamenti sociali e numerosi problemi ambientali (Sturgeon, 2010; Chen ed Altri, 2016; Zhang ed Altri, 2019). Lo sviluppo delle infrastrutture turistiche porta a danni ecologici, in particolare nelle aree con una ricca biodiversità. Spesso manca la consapevolezza e le misure per la protezione ecologica durante lo sviluppo rapido del turismo. Inoltre, la commercializzazione della cultura etnica porta alla messa in scena e all'impacchettamento degli elementi culturali per soddisfare le aspettative dei turisti, comportando una perdita di autenticità e una rappresentazione distorta della cultura locale. Il governo locale cerca di migliorare la soddisfazione, l'esperienza e la conoscenza dei turisti riguardo alle attrazioni, coinvolgendo attivamente le parti interessate, inclusa la comunità locale, nella pianificazione del turismo, e conducendo ricerche attraverso indagini scientifiche sulla conservazione del patrimonio culturale e sulla protezione ambientale.

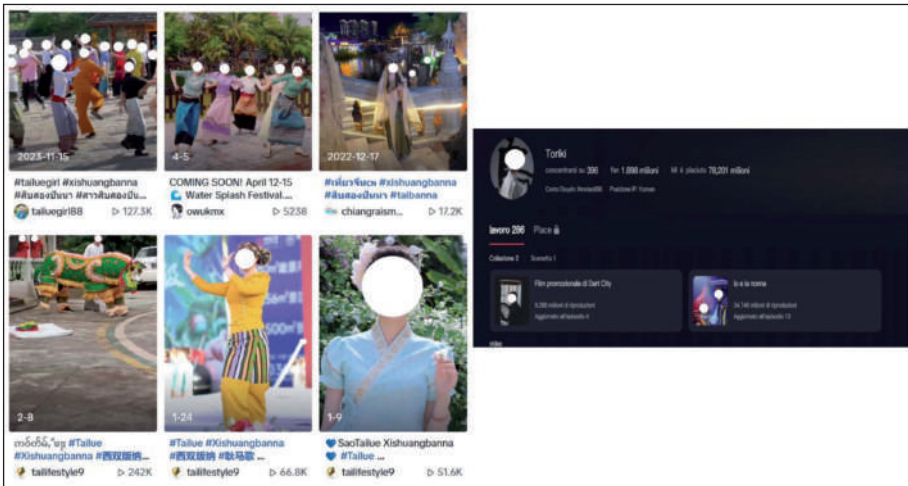
1.3. *Costumi Dai*

Tra i numerosi beni culturali thailandesi, i costumi tradizionali dei Dai sono speciali. I turisti sono attratti dall'offerta di Xishuangbanna, in cui la cultura Dai è spesso confezionata in modi sicuri e accattivanti per i consumatori, come un punto culminante (McCarthy, 2009). Nelle loro tradizioni, festival e cerimonie, i costumi locali sono un esempio significativo di patrimonio immateriale. Caratterizzati da colori vivaci, ricami elaborati e disegni tradizionali, riflettono le credenze religiose, lo stile di

vita e lo *status* sociale del popolo Dai, svolgendo un ruolo cruciale, come matrimoni, celebrazioni del capodanno e rituali religiosi, assumono significati simbolici diversi a seconda delle occasioni (Qu ed Altri, 2020). E la conservazione dei costumi Dai è fondamentale sotto vari aspetti: coinvolgendo le giovani generazioni nella produzione, nell'indossare e nel mostrare questi costumi, si facilita una comprensione e un rispetto più profondi delle tradizioni culturali locali. Inoltre, i costumi esercitano un forte richiamo turistico. I visitatori non vengono solo per ammirare i paesaggi, ma anche per indossare i costumi tradizionali durante le loro visite, incrementando così l'attrattiva della destinazione turistica e favorendo lo scambio culturale. Infine, i costumi tradizionali costituiscono un patrimonio culturale di grande valore economico. Lo sviluppo dell'industria dei costumi tradizionali, integrata con il turismo, l'industria creativa, e l'economia degli alloggi, può portare a una prosperità condivisa (Bian ed Altri, 2023).

Su TikTok, un numero crescente di utenti sta creando contenuti legati ai costumi tradizionali, una tendenza particolarmente evidente nel mercato turistico dello Yunnan (fig. 2). La cultura Dai rappresenta una

Fig. 2 - Costumi Dai su Tik Tok e l'influencer "NiaoMu"



Fonte: elaborazione di costumi Dai da [7]

delle principali attrazioni turistiche della regione di Xishuangbanna, richiamando turisti interessati alla cultura e alle tradizioni locali. Molti turisti o *influencer* mostrano sui *social media* foto o video di loro stessi vestiti con i costumi Dai, offrendo non solo un'esperienza culturale diretta, ma attirando anche un vasto pubblico. Ad esempio, un *influencer* noto come "NiaoMu" (@Nmxiao666) ha ottenuto numerosi *like*, condivisioni e commenti pubblicando contenuti che spaziano dai costumi Dai, alla cucina e allo stile di vita. Con l'aumento dei contenuti, spettatori di diverse regioni sono stati attratti e hanno deciso di visitare la zona Dai in Cina.

Sulla percezione culturale e TikTok, uno studio (Jung ed Altri, 2022) mostra che i contenuti di TikTok sono popolari perché creano un senso di curiosità e aspettativa. TikTok aiuta ad aumentare la familiarità e le emozioni positive tra le culture. Molti spettatori si sono sentiti orgogliosi e felici nel vedere commenti positivi sulla cultura locale, e alcuni hanno espresso il desiderio di imparare nuove lingue e ridurre i loro pregiudizi. Lo scambio di contenuti culturali anche aiuta ad approfondire la comprensione e l'apprezzamento reciproco tra le diverse culture, contribuendo alle relazioni internazionali. Tuttavia, la precisione e l'impatto delle rappresentazioni culturali Dai su Tik Tok rimangono ancora incerti, sollevando preoccupazioni tra gli studiosi. Vi è il dubbio se questi video contribuiscano positivamente alla tutela e alla diffusione del bene culturale o se invece perpetuino determinati stereotipi di genere o vestiti (Portanova ed Altri, 2022) (fig. 3). Inoltre, il turismo legato al bene culturale può avere un impatto sociale significativo nelle aree delle minoranze etniche, ma limitate ricerche hanno cercato di distinguere l'unicità del turismo etnico dagli effetti della modernizzazione regionale (Vasadze ed Altri, 2022).

Pertanto, è necessario esplorare se il pubblico sia un consumatore passivo delle immagini culturali o se partecipi attivamente alla profonda esperienza culturale offerta da Xishuangbanna. Questo studio si propone di esaminare come i contenuti dei video brevi su TikTok influenzino la comprensione e l'apprezzamento dei costumi Dai da parte del pubblico in Cina e di valutare il loro impatto sulla volontà di visitare Xishuangbanna. I ri-

Fig. 3 - Stereotipi di genere



Fonte: [08]

sultati della ricerca possono fornire un valido supporto al turismo culturale Dai, dimostrando che i contenuti culturali sui *social media* possono far conoscere e apprezzare la diversità culturale, favorendo la comunicazione e l'interazione tra culture diverse.

2. *Revisione della letteratura*

Precedenti studi hanno discusso la relazione tra turismo e *social media* da molteplici prospettive, tra cui il comportamento dei turisti, la gestione delle destinazioni e il *marketing* (Chen ed Altri, 2015). Hanno condotto ricerche sull'immagine delle destinazioni turistiche legate al patrimonio, analizzando fattori influenti e classificazione delle destinazioni. Negli ultimi anni, le principali aree di ricerca si sono concentrate sugli effetti delle caratteristiche sociodemografiche dei turisti, delle fonti di informazione (immagini, video, testi, e così via), delle motivazioni di viaggio e

delle esperienze sulle destinazioni turistiche (Garibaldi ed Altri, 2011; Cinti ed Altri, 2023; Casetti, 2024).

Tra questi, il modello Stimolo-Organismo-Risposta (SOR) è una teoria rilevante nello studio delle decisioni turistiche (Woodwort, 1929). È un quadro concettuale utilizzato per comprendere il comportamento umano, che estende il tradizionale modello Stimolo-Risposta aggiungendo un fattore intermedio. S rappresenta l'evento o *input* esterno che può influenzare l'organismo; O include i processi interni e le caratteristiche dell'individuo; R è la reazione o il comportamento dell'individuo in risposta allo stimolo (Buxbaum, 2016). È stato ampiamente utilizzato per analizzare i consumatori, le decisioni di acquisto e le risposte emotive agli stimoli ambientali¹. Nel contesto del *marketing*, può aiutare a comprendere come le pubblicità influenzano le emozioni e le percezioni dei consumatori, portando a decisioni di acquisto (Ul Islam ed Altri, 2017; Kim ed Altri, 2020).

Precedenti studi hanno utilizzato questo modello per esaminare l'impatto dei *social media* sulla scelta delle destinazioni di studio all'estero, dimostrando che i contenuti pubblicati sui *social media* sono un fattore determinante per l'attrattiva della destinazione e possono influenzare positivamente o negativamente le impressioni degli studenti sulla destinazione (Shu ed Altri, 2014). Pahrudin ed Altri (2023) hanno applicato questa teoria per prevedere il comportamento dei turisti dopo una catastrofe, offrendo un concreto supporto al settore turistico indonesiano, agli *stakeholder*, ai professionisti del *marketing* turistico e ai responsabili politici, evidenziando il meccanismo con cui il passaparola elettronico influenza le decisioni di viaggio dei turisti dopo un terremoto. Yadav ed Altri (2022) hanno studiato il ruolo regolatore dell'interazione dei consumatori e della preferenza per la destinazione sull'intenzione di viaggio. Kamboj ed Altri (2018) hanno esplorato i fattori che influenzano il *brand* turistico, come il coinvolgimento sui *social media*, le motivazioni legate al *brand*, la fiducia o la fedeltà al *brand*.

Basandosi su ricerche precedenti, questo studio utilizza il SOR per esplorare come i video su TikTok agiscano come stimoli influenzando le

percezioni e i comportamenti dei turisti che si recano a Xishuangbanna per vivere l'esperienza dei costumi tradizionali Dai. Nel modello, lo stimolo si riferisce ai contenuti presentati nei video di TikTok, che mostrano i costumi Dai. Questi video possono fungere da fonte di informazioni e ispirazione per i potenziali turisti, ad esempio attraverso l'estetica visiva dei costumi tradizionali, le descrizioni e le narrazioni. L'organismo rappresenta i turisti o i potenziali turisti che guardano questi video su TikTok; quando sono esposti a questi stimoli, elaborano le informazioni e formano percezioni di valore. Infine, la risposta si riferisce ai comportamenti e alle decisioni successive dei turisti, come l'intenzione di condividere, la scelta della destinazione, ecc. (Hua ed Altri, 2019). Prima di tutto, Chen ed Altri (2023) hanno esplorato l'impatto dei video brevi sulle percezioni delle destinazioni turistiche, indicando che i contenuti accattivanti e informativi possono migliorare significativamente la percezione del valore di una destinazione. Inoltre, Liu ed Altri (2023) hanno studiato come i video brevi influenzino l'intenzione di viaggio, trovando che i contenuti possono aumentare l'attrattiva percepita della destinazione e stimolare l'intenzione di viaggio. Quindi, questa ricerca propone:

H1a: I contenuti di Tik Tok hanno un impatto positivo significativo sulla percezione del valore dei turisti.

H1b: I contenuti di Tik Tok hanno un impatto positivo significativo sull'intenzione di viaggio dei turisti.

L'interattività è un elemento chiave che può migliorare l'esperienza sui *social media*. Wang ed Altri (2022) hanno esaminato gli effetti della qualità delle informazioni sui *social media* sull'intenzione, trovando che l'interattività può aumentare il coinvolgimento degli utenti e migliorare la percezione del valore. Jiang ed Altri (2022) hanno dimostrato che l'interattività dei video può rendere i contenuti più informativi, influenzando positivamente sia la percezione del valore. Jiang ed Altri (2022) hanno esplorato come la percezione dei turisti influenzi l'intenzione di viaggio, evidenziando che una percezione positiva del valore può aumentare significativamente l'intenzione di viaggio. Quindi, questa ricerca propone:

H2a: L'interattività di Tik Tok ha un impatto positivo significativo sulla percezione del valore dei turisti.

H2b: L'interattività di Tik Tok ha un impatto positivo significativo sull'intenzione di viaggio dei turisti.

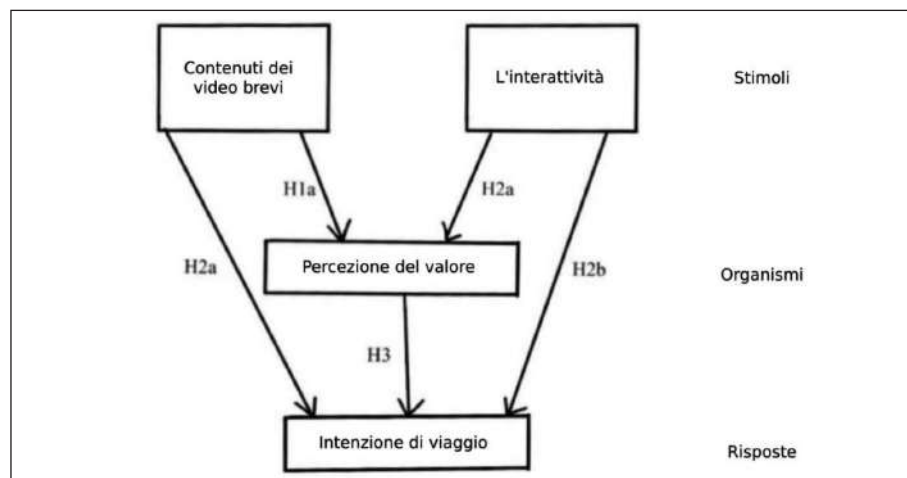
H3: La percezione del valore da parte dei turisti ha un impatto positivo significativo sull'intenzione di viaggio.

Nguyen ed Altri (2022) hanno studiato l'impatto dei contenuti sull'intenzione di selezionare una destinazione, trovando che la percezione del valore media l'effetto dei contenuti sui comportamenti dei consumatori. Wang ed Altri (2022) hanno dimostrato che la percezione del valore può mediare l'influenza dell'interattività dei video sull'intenzione di viaggio, poiché i turisti valutano il valore delle informazioni ricevute prima di prendere decisioni. Quindi, questa ricerca propone:

H4: La percezione del valore dei turisti ha un ruolo di mediazione nella relazione tra i contenuti di Tik Tok e l'intenzione di viaggio.

H5: La percezione del valore da parte dei turisti ha un ruolo di mediazione nella relazione tra l'interattività di Tik Tok e l'intenzione di viaggio (fig. 4).

Fig. 4 - Struttura del SOR



Fonte: elaborazione degli autori

3. Dati e metodologia adottata

Questo studio ha utilizzato un metodo di indagine quantitativa tramite questionario per raccogliere e analizzare i dati da TikTok. Seguendo il principio del campionamento di convenienza, i questionari sono stati distribuiti sui *social media* invitando alla partecipazione all'indagine. Il questionario è stato progettato facendo riferimento alla teoria SOR e a studi precedenti (tab. 1), con ogni variabile latente misurata attraverso una scala Likert a 5 punti, includendo 2-3 variabili osservate. Gli attributi demografici comprendevano età, genere e tempo di utilizzo giornaliero. Un'indagine pilota ha raccolto 31 questionari, utilizzati per testare l'affidabilità del questionario (l'alfa di Cronbach $>0,80$), indicando una buona af-

Tab. 1 - Popolazione residente del territorio del caso studio

Variabili	Questioni	Riferimenti
Contenuto del Video (X1)	1. Su TikTok è possibile cercare i brevi video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna.	Lu ed Altri, 2023
	2. Ci sono molti <i>influencer</i> che girano video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna.	
	3. I video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna su TikTok includono informazioni ricche sul turismo e la cultura.	
Interattività (X2)	4. I video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna su TikTok mi interessano.	Davis ed Altri, 1989; Weber ed Altri, 2014
	5. Guardo e mi piacciono i video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna su TikTok.	
	6. Condivido i video sul costume tradizionale Dai di Xishuangbanna con gli altri su TikTok.	
Percezione di Valore (M)	7. I video sul costume tradizionale di Xishuangbanna hanno valore di diffusione.	Guo, 2022
	8. I video sul costume tradizionale di Xishuangbanna hanno valore educativo.	
Intento (Y)	9. Continuerò a esplorare ulteriori destinazioni turistiche correlate ai Dai a Xishuangbanna.	Liu ed Altri, 2023
	10. Continuerò a guardare i video sul costume dei Dai di Xishuangbanna sulla piattaforma TikTok.	

Fonte: elaborazione degli autori

fidabilità del questionario progettato, mentre il test KMO e Bartlett per la validità ha ottenuto un valore di 0,85, soddisfacendo i requisiti.

L'indagine formale si è svolta da ottobre a novembre 2023, durante la quale sono stati distribuiti 140 questionari e ne sono stati recuperati 122. Per garantire la qualità e la rappresentatività dei dati, i questionari incompleti, duplicati o contenenti valori anomali sono stati eliminati durante il processo di pulizia. Il numero finale di questionari validi è stato di 102, con un tasso di validità del 72,8%. Successivamente, sono stati eseguiti test di affidabilità e validità, analisi fattoriale e test di mediazione. La relazione tra i contenuti su TikTok, l'interattività, la percezione del valore e l'intenzione di viaggio dei turisti è stata valutata mediante la regressione a minimi quadrati ordinari utilizzando il *software* SPSS 27.0.

4. Risultati della ricerca

Come la tab. 2, tra i partecipanti, il 54,9% erano femmine e il 45,1% erano maschi. La maggior parte dei rispondenti aveva tra i 18 e i 30 anni (37,25%), il 35,29% erano più anziani di 30 anni e il 27,45% erano più giovani di 18 anni. La distribuzione dell'età e del sesso soddisfa sostanzialmente le caratteristiche demografiche. Alla domanda sul tempo di uti-

Tab. 2 - Informazioni degli utenti

Domanda	Categoria	Quantità	Percentuale %
Sesso	Femminile	56	54.90
	Maschile	46	45.10
Età	18-25	28	27.45
	26-34	38	37.25
	> 35	36	35.29
Utilizzo di Tik Tok (ore/giorno)	< 0.5	9	8.82
	0.5 -2	33	32.35
	> 2	60	58.82

Fonte: elaborazione degli autori

Tab. 3 - Validità e affidabilità

ID	Media	Deviazione Standard	alfa di Cronbach	alfa di Cronbach (Totale)	KMO
1	3.86	1.044	0.87	0.934	Validità: 0.906 df: 45 sig.0.00. Chi-Square:765.581
2	3.73	1.162			
3	3.72	1.222			
4	3.81	1.15	0.835		
5	3.72	1.093			
6	3.79	1.146			
7	3.75	1.132	0.721		
8	3.52	1.216			
9	3.8	1.135	0.700		
10	3.75	1.166			

Fonte: elaborazione degli autori

lizzo giornaliero di TikTok, l'8,8% ha indicato di utilizzare TikTok per meno di mezz'ora al giorno, mentre la maggior parte delle persone (58,8%) ha indicato di utilizzare TikTok per più di due ore al giorno. I risultati del questionario hanno superato sostanzialmente i test di affidabilità e validità, con un'affidabilità complessiva di 0,934 e una validità complessiva di 0,906 (Wu, 2010).

Tab. 4 - Analisi fattoriale

Elementi	Fattore 1	Fattore 2	Fattore 3	Fattore 4	Comunanza
1	0.626	0.513	0.395	0.355	0.937
2	0.388	0.782	0.192	0.139	0.818
3	0.648	0.322	0.198	0.327	0.67
4	0.458	0.603	0.146	0.361	0.725
5	0.187	0.856	0.298	0.138	0.875
6	0.609	0.487	0.26	0.218	0.724
7	0.329	0.272	0.811	0.086	0.847
8	0.794	0.217	0.36	0.056	0.81
9	0.26	0.193	0.224	0.875	0.92
10	0.243	0.235	0.725	0.404	0.803

Fonte: elaborazione degli autori

4.1. *L'analisi fattoriale*

Il passo successivo della ricerca prevedeva l'utilizzo di SPSS per l'analisi fattoriale, e i risultati sono mostrati nella tab. 4. Nelle quattro dimensioni della scala, ogni fattore aveva un carico maggiore di 0,3 e la comunanza era maggiore di 0,6. Pertanto, le dimensioni e la progettazione delle domande di questo questionario erano razionali ed efficaci, e si poteva continuare con l'analisi successiva.

4.2. *Regressione multipla*

La ricerca continuava a utilizzare l'analisi di regressione multipla per determinare la relazione tra le variabili. Il primo passo dell'analisi di regressione stabiliva l'impatto delle variabili indipendenti (contenuti di TikTok e interattività) sulla variabile intermedia (valore percepito). La seconda analisi di regressione determinava l'impatto complessivo delle variabili indipendenti e della variabile intermedia sulla variabile dipendente (intenzione di viaggio). L'effetto diretto era il coefficiente di correlazione della variabile indipendente sulla variabile dipendente nella seconda regressione, e l'effetto totale era la somma dell'effetto diretto e dell'effetto indiretto. Pertanto, i risultati dell'analisi di regressione e i coefficienti dei fattori erano come mostrato nella tab. 5; ad eccezione dei valori P nella seconda regressione di X1-Y e X2-Y, tutti gli altri valori p erano significativi (< 0,05 o 0,01).

Tab. 5 - Risultati dell'analisi di regressione

Percorso	Coefficiente	Valore t	Valore p	R ²	R ² Aggiustato	Valore F
X1-Y	0.539	4.099	0.00**	0.613	0.605	F (2,97) = 76.761
X2-Y	0.322	2.348	0.021*			
X1-M	0.510	3.817	0.00**	0.576	0.567	F (2,97) = 65.898
X2-M	0.300	2.157	0.034*			
X1-Y	0.091	1.425	0.157	0.921	0.919	F (3,96) = 373.730
X2-Y	0.058	0.913	0.364			
M-Y	0.879	19.372	0.00**			

Fonte: elaborazione degli autori

5. *Discussione*

5.1. *Relazioni tra variabili*

Lo studio utilizzava l'analisi di regressione per quantificare l'impatto dei video di TikTok sulla percezione dei turisti e sulle successive intenzioni di viaggio, basandosi sui partecipanti, dimostrando l'impatto positivo del contenuto e dell'interattività di TikTok nel plasmare la percezione dei turisti. Il test dell'effetto di mediazione confermava che la percezione dei turisti aveva un ruolo di mediazione nella relazione, cruciale per comprendere la dinamica dell'impatto dei *media* digitali sul turismo. Si poteva vedere che la partecipazione attiva dei turisti nella ripresa e diffusione dei video dei costumi Dai sui *social media* derivava dal contenuto interattivo e dal valore percepito nella relazione. I risultati fornivano supporto dati per il *marketing* turistico, specialmente in aree etniche con una cultura tradizionale ricca come Xishuangbanna.

I contenuti interattivi su TikTok influenzavano positivamente le percezioni e le intenzioni di viaggio dei turisti. Coerente con lo studio di Zhu ed Altri (2022), rilevava che i video di TikTok con celebrità miglioravano l'autenticità percepita della destinazione e le intenzioni. Allo stesso modo, Wang (2022) osservava che le funzionalità interattive di TikTok influenzavano le decisioni di destinazione, specialmente tra la Generazione Z. Confermava che la percezione dei turisti mediava la relazione tra i contenuti di TikTok e le intenzioni di viaggio. Questo effetto di mediazione era supportato anche da studi precedenti. Ad esempio, Zhu ed Altri (2022) rilevava che l'autenticità mediava la relazione tra il coinvolgimento delle celebrità nei video e le intenzioni di turisti. Si concentrava sulla partecipazione attiva dei turisti nella condivisione di video dei costumi Dai, evidenziando il ruolo dei contenuti culturali nella promozione turistica. Questo era in linea con i risultati dello studio sull'impatto di TikTok sulla percezione dell'immagine della destinazione da parte dei turisti, che sottolineava l'importanza dei contenuti culturali e architettonici nell'influenzare le intenzioni di viaggio. L'enfasi sul turismo etnico e culturale era cru-

ciale per le regioni con un ricco patrimonio tradizionale, come notato nello studio. Come nel turismo culturale di Zibo, nord in Cina, in cui era stato stabilito un gruppo speciale di *feedback* dei video brevi di TikTok, con personale assegnato per monitorare e rispondere ai commenti e ai *feedback* sui video. La strategia aumentava la partecipazione dei visitatori e creava fiducia e buona volontà tra i viaggiatori. Risposte tempestive ed attente ai commenti degli spettatori aiutavano a coltivare un senso di comunità e potevano influenzare il processo decisionale dei potenziali turisti (Zhao & Mou, 2023).

D'altra parte, l'uso dei *social media* come TikTok, per la promozione del turismo etnico, può anche sollevare questioni legate alla commercializzazione dell'identità culturale (Comaroff ed Altri, 2009). Le comunità Dai, in un contesto globalizzato, si trovano a reinterpretare e confezionare le proprie pratiche culturali per attrarre un pubblico più vasto, trasformando così l'etnicità in un prodotto. Il fenomeno osservato nello studio sui costumi tradizionali Dai di Xishuangbanna illustra questa dinamica: la partecipazione attiva dei turisti nella creazione e condivisione di video rafforza l'attrattiva di un'autenticità costruita, rispondendo al desiderio dei consumatori di esperienze vere. Tuttavia, confezionare la cultura come contenuto interattivo per *app* come TikTok anche distorcere o semplificare simbolismi complessi, adattandoli alle preferenze del mercato (Yang, 2022). In questo contesto, l'interattività dei contenuti sui *social media* rappresentano strumenti di *marketing* potenti, ma sollevano anche questioni sulla sostenibilità e sull'autenticità percepita, cruciali per comprendere come i *media* digitali stiano trasformando il turismo etnico durante la globalizzazione.

5.2. *Social media e turismo in Italia*

Ci sono anche altri casi studio in Italia. La popolazione digitale italiana è in continua crescita e come le piattaforme *social* influenzino vari aspetti della vita quotidiana. Paiano ed Altri (2017) mostra che i *social media* sono diventati strumenti fondamentali per la promozione turistica e

per la condivisione delle esperienze di viaggio. Analizza l'impatto dell'*overtourism* in Italia, evidenziando come i *social media*, in particolare Instagram, abbiano trasformato molte destinazioni italiane in semplici sfondi per *selfie*. Questo ha portato a un deterioramento della qualità della vita dei residenti e ha influenzato negativamente l'esperienza dei turisti, che spesso visitano i luoghi solo per scattare foto senza apprezzarne realmente la cultura e la storia. Pasquinelli ed Altri (2023) discute le strategie adottate dall'Italia per rilanciare il turismo nell'era post-Covid. Sottolinea l'importanza dei *social media* nel promuovere le destinazioni turistiche e attrarre visitatori. Le campagne digitali e l'uso creativo delle piattaforme *social* sono stati cruciali per mantenere l'interesse dei turisti e per supportare la ripresa del settore turistico dopo la pandemia.

Simile a Xishuangbanna, anche l'Europa ha alcune destinazioni famose con gruppi etnici minoritari e il loro patrimonio culturale unico. Per esempio, l'Alto Adige è noto per la sua popolazione di lingua tedesca e la sua distinta identità culturale. La regione offre paesaggi mozzafiato, tra cui le Dolomiti, e un ricco *mix* di influenze italiane e austriache nella sua architettura, cucina e tradizioni; la Valle d'Aosta ospita una minoranza di lingua francese. La Valle d'Aosta è rinomata per i suoi scenari alpini, i castelli medievali e le rovine romane. La cultura locale riflette un *mix* di influenze italiane e francesi. Friuli-Venezia-Giulia, nel nord-est, è culturalmente diversificata, con comunità che parlano lingue diverse. È noto per i paesaggi pittoreschi, le città storiche e una ricca tradizione culinaria che fonde varie influenze culturali. L'industria turistica locale può rimanere al passo con i rapidi cambiamenti e sviluppi delle piattaforme di contenuti digitali. Adattarsi alle tendenze e sperimentare diversi tipi di contenuti video, come eventi in diretta, *tour* dietro le quinte e sessioni di domande e risposte interattive, può mantenere i contenuti freschi e coinvolgenti. Può sfruttare piattaforme come TikTok per creare un ciclo continuo di coinvolgimento interattivo. Incoraggiando la creazione di contenuti da parte degli utenti e la partecipazione attiva tramite commenti e *feedback*, l'industria può costruire una comunità *online* vivace. È fondamentale con-

centrarsi sulla produzione di contenuti di alta qualità, innovativi e diversificati che mettano in risalto il bene culturale unico dell'Italia.

5.3. *Percezione del turismo e implicazioni per l'industria*

Come si può vedere, le percezioni positive, influenzate da contenuti coinvolgenti e interazioni su piattaforme come TikTok, possono migliorare l'apprezzamento dei turisti per gli elementi culturali, come i costumi tradizionali. Questo, a sua volta, aumenta il loro desiderio di visitare e sperimentare queste culture di persona. Essenzialmente, come i turisti percepiscono una destinazione può influenzare significativamente le loro decisioni di viaggio e la loro soddisfazione complessiva, rendendolo un fattore chiave per il successo dell'industria turistica. Quindi, l'industria del turismo potrebbe adottare questo modello di SOR, creando un ciclo continuo di coinvolgimento interattivo tramite la piattaforma, attirando il pubblico con contenuti di alta qualità, innovativi e diversificati, e mantenendo un alto livello di partecipazione e attività grazie a meccanismi come i commenti e il *feedback*. I contenuti da presentare dovrebbero mettere in risalto il patrimonio culturale unico dello Yunnan, gli splendidi paesaggi naturali, la gastronomia locale e le arti tradizionali, trasmessi in modo efficace tramite brevi video visivamente ricchi e coinvolgenti su piattaforme *social* come TikTok. È altrettanto importante mantenere un'elevata qualità dei video, poiché una buona qualità visiva e una narrazione creativa possono migliorare significativamente l'esperienza degli spettatori, portando più utenti potenziali a considerare Xishuangbanna come una destinazione. Inoltre, è necessario notare che le piattaforme di contenuti digitali stanno subendo rapidi cambiamenti e sviluppi. Per mantenere una posizione competitiva positiva, l'industria turistica dello Yunnan deve adattarsi ai cambiamenti dei tempi e seguire le tendenze della creazione e del consumo di contenuti digitali, includendo la sperimentazione di diversi tipi di video, come eventi in diretta, visite dietro le quinte o sessioni interattive di domande e risposte, per aggiornare e diversificare i contenuti mantenendo una qualità di diffusione elevata.

5.4. *Limitazioni e ricerca futura*

Una delle principali limitazioni di questo studio è la dimensione relativamente ridotta del campione, che potrebbe non riuscire a catturare pienamente le diverse opinioni e i comportamenti dell'intero gruppo di utenti di TikTok. L'uso di campionamento casuale presenta limitazioni che potrebbero comportare *bias* di selezione. Le ricerche future mireranno ad ampliare ulteriormente la base di partecipanti, utilizzando una combinazione di indagini *online* e visite sul campo per intervistare più turisti e utenti di Tiktok. Lo studio ha scelto di concentrarsi solo sulla piattaforma, trascurando altri *social media* popolari che potrebbero influenzare la percezione e il comportamento dei turisti, come Red Book, Twitter, e Instagram. Pertanto, le ricerche dovrebbero ampliare le fonti del campione e considerare se le differenze tra le piattaforme possano generare effetti diversi. Inoltre, le ricerche future prenderanno in considerazione anche l'influenza di fattori esterni, come le condizioni economiche e le restrizioni di viaggio, che potrebbero influenzare la relazione tra l'uso dei *social media* e le decisioni dei turisti come fattori di moderazione.

6. *Conclusioni*

In sintesi, questo studio esplora in profondità come i video brevi di Tik Tok influenzano le intenzioni dei turisti, specialmente la percezione e l'intenzione verso i costumi tradizionali dei Dai. Con il SOR e utilizzando un questionario per metodi quantitativi, lo studio analizza i dati del campione, confermando che il contenuto interattivo e coinvolgente su Tik Tok plasma significativamente la percezione degli spettatori dei costumi Dai, stimolando il loro desiderio di visitare. Inoltre, lo studio utilizza il test dell'effetto di mediazione per enfatizzare il ruolo di mediazione del valore percepito dei turisti tra la partecipazione al contenuto di Tik Tok e le intenzioni di viaggio. Basandosi sui risultati, fornisce alcuni suggerimenti per lo sviluppo del turismo del patrimonio culturale nelle aree etniche, e le future ricerche continueranno a esplorare in profondità le relazioni com-

plesse tra i *social media*, il bene culturale e le decisioni dei turisti, contribuendo allo sviluppo teorico ed al progresso del settore turistico. I *social media* forniscono una piattaforma per consentire a individui e comunità di confermare, esprimere e celebrare la propria identità culturale. Tuttavia, è necessario considerare anche le sfide e i rischi, come l'enfasi eccessiva sull'identità culturale e la diffusione di informazioni inesatte. È anche necessario adottare un approccio attento e critico nell'uso dei *social media* per mantenere e rafforzare l'identità culturale in una società sempre più digitalmente connessa.

Bibliografia

- ARENDE F., "Media stereotypes, prejudice, and preference-based reinforcement: toward the dynamic of self-reinforcing effects by integrating audience selectivity", *Journal of Communication*, 73(2023), pp. 463-475.
- BHATTA K.D. ed Altri, "Sustainable Tourism and Community Benefits: Experiences from Yunnan Province, China", *State, Society and Development: PMPD Perspectives*, 1(2023), pp. 137-153.
- BIAN L. ed Altri, "Research on the Contemporary Value of Traditional Costumes", *Western Leather*, 45(2023), pp. 141-143.
- BONACINI E., *Nuove tecnologie per la fruizione e la valorizzazione del patrimonio culturale*, Roma, Aracne, 2011.
- BUXBAUM O., *The S-O-R-Model. In: Key Insights into Basic Mechanisms of Mental Activity*, Springer, Cham, 2016.
- CAO Z., "Study of Creatively Popular Short Videos for Chinese Intangible Cultural Heritage", *Proceedings of the International Conference on Social Sciences and Humanities and Arts*, Serie: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, [09], pp. 103-106, DOI: 10.2921/assehr.k.220401.021.
- CARPENTIER P., "Digitalizzazione, banche dati digitali e valorizzazione dei beni culturali", *Aedon, Rivista di arti e diritto*, 3(2020), pp. 263-271.
- CASETTI P., "Dai luoghi che curano alla cura dei luoghi: un itinerario esperienziale nel turismo delle radici", *Turismo e Psicologia*, 17(2024), pp. 3-18.
- CASU C., *Short video cinesi: come cavalcare l'onda del successo, Proposta di traduzione per rilanciare il turismo e la cultura*, Venezia, Università Ca' Foscari Venezia, 2023.
- COMAROFF J.L. ed Altri (a cura di), *Ethnicity*, Chicago, University of Chicago Press, 2009.
- CHEN H. ed Altri, "Pushing the limits: The pattern and dynamics of rubber monoculture expansion in Xishuangbanna, SW China", *PLoS one*, 11(2016), p. 0150062.
- CHEN H. ed Altri, "Impact of short video marketing on tourist destination perception in the post-pandemic era", *Sustainability*, 15(2023), p.10220.
- CHENX Q. ed Altri, "Research Status and Review of Tourism Application of Social Media", *Tourism Tribune*, 30(2015), pp. 35-43.
- CINTI M. ed Altri, "Dalla Internet Revolution Al Turismo Virtuale: Pratiche, Casi Studio Ed Implicazioni", LAZZERONI M. (a cura di), *Geografia e tecnologia: transizioni, trasformazioni, rappresentazioni, Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici*, [10], pp. 441-447.

- DAVIS D. ed Altri, "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", *Management Science*, 35(1989), pp. 982-1003.
- DIAWARA L. ed Altri, "TIKTOK, A TICKING POLITICAL TIMEBOMB?" *Journal of Business and Social Sciences*, 22(2023), pp. 1-15.
- EMPLER T., "Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nella divulgazione dei Beni Culturali. La Galleria prospettica di Palazzo Spada.", *Prospettive architettoniche, Conservazione digitale, divulgazione e studio*, 1(2014), pp. 887-916.
- FENG J., "New Media Impact on the Dilemma and Development of Traditional Media", *Journal of News Research*, 5(2014), pp. 161-162.
- GARIBALDI R. ed Altri (a cura di), *Facebook in tourism. Destinazioni turistiche e Social Network*, Milano, FrancoAngeli, 2011.
- GIORGI P. ed Altri, "Chiavi metodologiche per migliorare la democrazia: sistema scolastico, media education e uso formativo del patrimonio culturale", *IUL Research*, 2(2021), pp. 166-176, DOI: 10.57568/iulres.v2i3.112.
- GUO M., "The impacts of service quality, perceived value, and social influences on video streaming service subscription", *International Journal on Media Management*, 24(2022), pp. 65-86.
- HUA C.G. ed Altri, "Research on the Influence of Tourism Information Service Experience in the Mobile Internet Era on Travel Decision Making", *Tourism Tribune*, 34(2019), pp. 51-65.
- JIANG X. ed Altri, "How tourists' perception affects travel intention: Mechanism pathways and boundary conditions", *Frontiers in Psychology*, [11], p. 821364.
- JUNG N. ed Altri, "A Study on Experiencing Chinese Culture Through TikTok - Focusing on Cultural Exchange in the COVID-19 Era from the Perspective of a User with 500,000 Followers", BRUYNS G. ed Altri (a cura di), *With Design: Reinventing Design Modes*, Milano, IASDR, 2021, pp. 381-390.
- KAMBOJ S. ed Altri, "Examining Branding Co-Creation in Brand Communities on Social Media: Applying the Paradigm of Stimulus-Organism-Response", *International Journal of Information Management*, 39(2018), pp. 169-185.
- KIM M.J. ed Altri, "Exploring consumer behavior in virtual reality tourism using an extended stimulus-organism-response model", *Journal of Travel Research*, 59(2020), pp. 69-89.
- LIU J. ed Altri, "How do short videos influence users' tourism intention? A study of key factors", *Frontiers in Psychology*, 13(2023), p. 1036570.
- LU Y. ed Altri, "Unpacking Multimodal Fact-Checking: Features and Engagement of Fact-Checking Videos on Chinese TikTok (Tik Tok)", *Social Media + Society*, 9(2023), p. 205630512211504, DOI: 10.1177/20563051221150406.
- MCCARTHY S., *Communist multiculturalism: Ethnic revival in southwest China*, Washington, University of Washington Press, 2011.
- MYERS N. ed Altri, "Biodiversity hotspots for conservation priorities", *Nature*, 403(2000), pp. 853-858.
- NGUYEN T.T.T. ed Altri, "The impact of user-generated content on intention to select a travel destination", *Journal of Marketing Analytics*, 11(2022), pp. 443-457.
- PAHRUDIN P. ed Altri, "The Role of Information Sources on Tourist Behavior Post-Earthquake Disaster in Indonesia: A Stimulus-Organism-Response (SOR) Approach", *Sustainability*, 15(2023), p. 8446.
- PASQUINELLI C. ed Altri, "Sustainability in Overtouristified Cities? A Social Media Insight into Italian Branding Responses to Covid-19 Crisis", *Sustainability*, 13(2023), p. 1848.
- PORTANOVA S. ed Altri, "I cultural studies e la mediazione tecnologica", *Studi culturali*, 19(2022), pp. 55-71.

- PAIANO A.P. ed Altri, "Social Media Tools and (E)Destination: An Italian Case Study", KATSONI V. ed Altri (a cura di), *Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy, Proceedings in Business and Economics*, Switzerland, Springer, 2017, pp. 251-272, DOI: 10.1007/978-3-319-47732-9_18.
- QU Y. ed Altri, "Countering Youth's Negative Stereotypes of Teens Fosters Constructive Behavior", *Child Development*, 91(2020), pp. 197-213.
- SHU M. ed Altri, "Influence of Social Media on Chinese Students' Choice of an Overseas Study Destination: An Information Adoption Model Perspective", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(2014), pp. 286-302.
- STURGEON J.C., "Governing minorities and development in Xishuangbanna, China: Akha and Dai rubber farmers as entrepreneurs", *Geoforum*, 41(2010), pp. 318-328.
- THONGSAWANGS S., "Immigration, New Media, and Sense of Belonging of Thais in Berlin", *Transcience: A Journal of Global Studies*, 8(2017), pp. 1-11.
- UL ISLAM J. ed Altri, "The impact of online brand community characteristics on customer engagement: An application of Stimulus-Organism-Response paradigm", *Teleomatics and Informatics*, 34(2017), pp. 96-109.
- VASADZE M.V.M. ed Altri, "The Transnational Impact of Pop Culture on Tourist Destination", *Economics*, 105(2022), pp. 221-225.
- WANG Z., *The influence of TikTok on tourism destination decision in the post-pandemic era*, Master's thesis, Lisbao, Instituto Universitário de Lisboa, 2022.
- WANG H. ed Altri, "Effects of social media tourism information quality on destination travel intention: Mediation effect of self-congruity and trust", *Frontiers in Psychology*, 13(2022), p. 1049149, DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1049149/full.
- WEBER R. ed Altri, "Measuring interactivity in video games". *Communication Methods and Measures*, 8(2014), pp. 79-115.
- WOODWORTH R.S. (a cura di), *Psychology*, New York, Henry Holt & Co, 1919.
- WU M.L., *Questionnaire Statistical Analysis Practice: SPSS Operation and Application*, Chongqing, Chongqing University Press, 2010.
- YADAV N. ed Altri, "eWOM, Destination Preference and Consumer Involvement - A Stimulus-Organism-Response (SOR) Lens", *Tourism Review*, 77(2022), pp. 1135-1152.
- YANG Y., "TikTok/Douyin Use and Its Influencer Video Use: A Cross-Cultural Comparison Between Chinese and US Users", *Online Media and Global Communication*, 1(2022), pp. 339-368.
- ZHANG J.Q. ed Altri, "After the rubber boom: good news and bad news for biodiversity in Xishuangbanna, Yunnan, China", *Regional Environmental Change*, 19(2019), pp. 1713-1724.
- ZHAO J.J. ed Altri, "Integration, Presence, Presentation: The Construction Path of Short Video on Zibo City Image", *All Media Exploration*, 10(2023), pp. 37-39.
- ZHU C. ed Altri, "How does celebrity involvement influence travel intention? The case of promoting Chengdu on TikTok", *Information Technology & Tourism*, 24(2022), pp. 389-407.
- ZINGONE M., "Comunicare e valorizzare il patrimonio culturale durante la pandemia. Uno studio sull'uso dei social media nei musei universitari a partire dal caso del profilo Instagram del Sistema Museale dell'Università di Bologna", *CHAIN 2022 Crisis and Cultural Heritage*, Catania, Duetredue Edizioni, 2024, pp. 117-127.

Sitografia

- [01] <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10821.html>. (Accesso del 18.3.2024).
- [02] <https://www.ccmapp.cn/news/deDail?id=5426b774-1726-409f-9254-3f3f075a9e6a>. (Accesso del 18.3.2024).

- [03] <https://www.socialmediatoday.com/news/tiktok-reports-users-region-eu-part-new-dsa-reporting/698120/>. (Acceso del 18.3.2024).
- [04] <http://www.yn.xinhuanet.com/20240720/48590077988b44b4ba8b0d37df29a90b/c.html> (Acceso del 4.11.2024).
- [05] https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_22827458 (Acceso del 4.11.2024).
- [06] <https://www.travelchinaguide.com/intro/nationality/dai/>. (Acceso del 4.11.2024).
- [07] <https://www.tiktok.com/search?lang=zh-Hans&q=xishuangbanna&t=1730628150150> (Acceso del 4.11.2024).
- [08] https://statenews.com/article/2023/09/students-discuss-gender-stereotypes-in-clothing?ct=content_open&cv=cbox_latest. (Acceso del 4.11.2024).
- [09] <https://www.atlantis-press.com/proceedings/ssha-22/125972536> (Acceso del 4.11.2024).
- [10] <https://art.torvergata.it/handle/2108/381010> (Acceso del 4.11.2024).
- [11] www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.821364/full (Acceso del 4.11.2024)

Résumé

Dans le contexte de l'influence croissante des médias sociaux, le modèle stimulus-organisme-réponse est utilisé pour explorer l'impact des vidéos courtes sur TikTok sur la perception des touristes des costumes traditionnels Dai à Xishuangbanna. Les variables de conception incluent le contenu des vidéos, l'interactivité, la perception de la valeur et l'intention des touristes. Des méthodologies telles que l'analyse de régression avec SPSS et le test des variables médiatrices ont été utilisées pour quantifier les relations entre ces variables. Les résultats montrent que le contenu des vidéos et l'interaction des utilisateurs sur TikTok influencent positivement la perception des touristes, améliorent leur compréhension des costumes traditionnels et augmentent leur désir de visiter Xishuangbanna, soulignant le rôle du contenu vidéo participatif et informatif dans l'influence sur les touristes. Il est clair que les plateformes de médias sociaux comme TikTok exercent une large influence dans les domaines de la protection du patrimoine culturel et de la promotion du tourisme, et qu'elles deviendront un outil puissant pour l'éducation et la diffusion culturelle.

Mots clés: médias sociaux; TikTok; costume Dai; patrimoine culturel.

Resumen

Con el creciente uso de las redes sociales, el impacto de Internet en las percepciones de los turistas sobre la cultura de las minorías étnicas sigue siendo incierto. Este artículo aplica el modelo Estimulo-Organismo-Respuesta (SOR) para examinar cómo los videos de TikTok afectan las percepciones de los turistas sobre los trajes tradicionales Dai durante sus viajes a asentamientos de minorías étnicas. Empleando un enfoque cuantitativo mediante cuestionarios, el estudio investiga variables como el contenido de los videos, la interactividad, la percepción de valor y las intenciones de los turistas. Los métodos estadísticos incluyen análisis de regresión y mediación para cuantificar estas relaciones. Los hallazgos revelan que tanto el contenido de los videos como la interacción de los usuarios en TikTok influyeron positivamente en las percepciones de los turistas, lo que mejoró su comprensión de los trajes tradicionales y aumentó su interés en visitar Xishuangbanna, China. Esto subraya el papel significativo del contenido de video atractivo e informativo en la formación de las percepciones y comportamientos de los turistas. Así, las plataformas de redes sociales tienen un impacto sustancial en la comunicación del patrimonio cultural y el turismo, sirviendo como herramientas perspicaces para la educación y comunicación cultural.

Palabras clave: medios sociales; TikTok; traje Dai; patrimonio cultural.

Studi e Ricerche socio-territoriali ha periodicità semestrale ed è disponibile gratuitamente *on line* sul sito www.studiericerche.org

I contributi volontari dei sostenitori sono impiegati esclusivamente per le finalità statutarie.

Se apprezzate il nostro lavoro, aiutateci con una donazione di qualsiasi importo.

Ai sensi dell'art. 14 D.L. 35/2005 e L. 156/2005, l'importo della donazione è deducibile ai fini fiscali.

Forma di pagamento accettata:

Bonifico Bancario: IBAN IT29 P030 6903 4871 0000 0003 045 intestato a Castiello Nicolino, **indicando chiaramente la causale.**

Finito di stampare il 12 Marzo 2025

La stampa della Rivista è resa possibile dalle donazioni di Enti e di privati cittadini.

SOMMARIO

Dionisia Russo Krauss, <i>Viaggiare “vicino”: prodotti tipici, tradizioni enogastronomiche, comunità locali e pratiche turistiche sostenibili</i>	3
Donatella Carboni - Sonia Malvica - Mario Gesuino Masia - Nicoletta Pinna - Federico Rotondo, <i>Prossimità oltre la costa: il Nord Ovest della Sardegna come caso studio di sviluppo turistico del territorio</i>	11
Annamaria Bartolini - Giovanni De Santis, <i>Alla scoperta di antichi e nuovi sapori tra scorci di paesaggi lungo le strade della Valnerina. I prodotti IG della Valnerina volano del turismo in Umbria</i>	39
Alberto Corbino, <i>Turismo di prossimità in Irpinia. La responsabilità sociale d'impresa come nuova identità</i>	73
Pasquale Pennacchio, <i>Risignificare la Terra dei Fuochi? Mappe e percorsi turistici di comunità per la valorizzazione del territorio</i>	93
Michele Spagnuolo, <i>Incluseum, la (ri)scoperta del patrimonio culturale locale per un nuovo sviluppo territoriale</i>	119
Kun Sang - Zixuan Yang, <i>La percezione turistica dei costumi tradizionali: il caso delle aree dei Dai in Cina</i>	143

In copertina: Vigneti a Taurasi, zona di produzione dell'omonimo vino, una delle quattro DOCG campane. Sullo sfondo il borgo di Sant'Angelo all'Esca (AV).
Foto di Dionisia Russo Krauss (2024).