

Quanto è importante il turismo nelle aree interne italiane? Un'analisi sulle aree pilota

di

Maria Giovanna Brandano, GSSI – Social Sciences, L'Aquila

Alessia Mastrangoli, GSSI – Social Sciences, L'Aquila

(i) Introduzione

Negli ultimi anni l'attenzione verso le aree interne e le regioni periferiche è cresciuta sia da parte dell'accademia sia del dibattito politico. In Italia, grazie alla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) promossa nel 2012, sono state individuate quelle aree che sono caratterizzate da un forte declino demografico di lungo periodo e dalla lontananza fisica dai principali poli che offrono servizi di interesse primario, come ad esempio ospedali, scuole e ferrovie. Tuttavia, occorre ricordare che le aree interne italiane sono anche contraddistinte da una ricchezza naturale e culturale significativa che le rende uniche ed attrattive allo stesso tempo. Non è un caso dunque che, come anche affermato dalla stessa SNAI, uno dei settori chiave identificati per lo sviluppo locale di queste aree sia proprio il turismo (Lucatelli, 2016). Questo settore, che secondo i recenti dati dell'Organizzazione mondiale del turismo ha registrato una rapida crescita negli ultimi decenni ed è destinato a crescere esponenzialmente anche nei prossimi anni, è considerato un *driver* essenziale per la crescita economica, perché crea posti di lavoro e ricchezza (OCSE, 2016).

Il caso delle aree interne italiane è un interessante esempio di come aree che non sono considerate delle vere e proprie destinazioni turistiche, intendano però investire in un processo di cambiamento e decidano di puntare sullo sfruttamento delle loro risorse naturali e culturali che sono state finora delle potenzialità inesprese e poco valorizzate. Per queste ragioni, il presente studio analizza le strategie delle prime aree pilota che hanno approvato i loro progetti, al fine di fornire una classificazione che tenga conto della domanda e dell'offerta turistica così come anche della tipologia di turismo in cui ciascuna area presenta dei vantaggi comparati.

(ii) Il caso di studio

Oggetto della presente analisi sono 20 aree definite "pilota" (una per ciascuna regione italiana) e 2 aree cosiddette "sperimentali" (Val Simeto in Sicilia e Valchiavenna in Lombardia) che hanno terminato la terza fase delle quattro previste dalla SNAI. Le loro principali caratteristiche sono esposte nella Tabella 1. Come si può notare, esiste una forte eterogeneità tra le aree, sia in termini di numero di comuni che ne fanno parte (da un minimo di 3 a un massimo di 33), sia di struttura della popolazione.

Anche per quanto riguarda gli indicatori turistici si può evincere una certa eterogeneità fra le aree (v. Tabella 2). Ad esempio, l'area del Sud – Ovest Orvietano in

Umbria presenta il maggior numero di siti culturali (28), mentre al contrario nell'area del Tesino in Trentino – Alto Adige se ne registra solamente uno. L'Alta Valtellina in Lombardia spicca per l'incidenza di superficie dedicata alle aree protette, pari al 65%, dato notevolmente superiore alla media delle altre aree e dell'Italia. Inoltre, sei aree (Appennino Reggiano, Alta Marmilla, Casentino – Valtiberina, Sud – Ovest Orvietano, Bassa Valle, Spettabile Reggenza dei Sette Comuni) sono caratterizzate da un'incidenza di imprese per produzioni DOP e IGT superiore alla media italiana, a conferma del fatto che in alcune specifiche aree è già sviluppato un settore agroalimentare di alta qualità che ben si può intersecare con uno sviluppo del turismo enogastronomico. La capacità delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere (espressa in posti letto) conferma la vocazione turistica di alcune aree, mentre evidenzia i limiti di altre. Proprio tra queste ultime si segnalano, ad esempio, l'area della Montagna Materana in Basilicata, quella del Reventino – Savuto in Calabria, dei Monti Dauni in Puglia e della Val Simeto in Sicilia, con livelli molto ridotti di capacità ricettiva.

Tabella 1. Caratteristiche generali e demografiche delle aree pilota

Aree interne	Regione (provincia)	N° di comuni	Popolazione (2011)	Popolazione >65 (2011, %)	Declino demografico (1971-2011, %)	Declino demografico (2001-2011, %)
Basso Sangro – Trigno	Abruzzo (CH)	33	22.568	32	-43,8	-13,7
Montagna Materana	Basilicata (MT)	8	12.131	28,5	-43,2	-17,2
Reventino - Savuto	Calabria (CS e CZ)	14	22.336	23,3	-26,3	-9,1
Alta Irpinia	Campania (AV)	25	64.386	23,7	-25,5	-5,8
Appennino Reggiano	Emilia -Romagna (RE)	7	33.914	27,3	-6,1	0,5
Alta Carnia	Friuli-Venezia Giulia (UD)	21	21.069	26,9	-34	-8,2
Valle di Comino	Lazio (FR)	18	29.223	23,7	-6,6	-3,9
Antola Tigullio	Liguria (GE)	16	18.625	29,4	-14,9	3,6
Valchiavenna	Lombardia (SO)	13	24.611	19,7	5,6	2
Alta Valtellina	Lombardia (SO)	5	18.554	19,4	1	0,5
Appennino Basso Pesarese e Anconetano	Marche (PU e AN)	10	41.435	26,9	-12	-1,3
Matese	Molise (CB e IS)	14	20.572	21	-9,5	-3,1
Valli Maira e Grana	Piemonte (CN)	18	13.689	23,8	-15,3	1,1
Monti Dauni	Puglia (FG)	29	60.691	24,6	-35,4	-9,2
Alta Marmilla	Sardegna (OR)	20	10.553	30,1	-34,5	-11,2
Madonie	Sicilia (PA)	21	66.389	26,2	-25,6	-7,7
Val Simeto	Sicilia (CT e EN)	3	64.851	16,5	9,7	3,1
Casentino - Valtiberina	Toscana (AR)	10	21.841	26,9	-16,5	-3,8
Sud – Ovest Orvietano	Umbria (TR)	20	62.532	26	-0,4	3,2
Bassa Valle	Valle d'Aosta (AO)	22	23.435	21,8	6,6	2,9
Spettabile Reggenza dei Sette Comuni	Veneto (VI)	8	21.247	22,6	-7,3	0,9
Tesino	Trentino – Alto Adige (TN)	3	2.368	29,8	-34,6	-9,6
Media aree pilota		15	30774	25	-16,8	-3,9
Italia		8.092	59.433.744	20,8	9,8	4,3

Fonte: nostre elaborazioni su dati SNAI

Dal lato della domanda, non essendo disponibili i dati su arrivi e presenze a livello comunale, si utilizza come *proxy* dell'attrattività di un'area il numero dei visitatori nei siti culturali che, oltre a catturare il numero dei turisti, è anche in grado di misurare il numero degli escursionisti. In termini assoluti, le tre aree che hanno un numero di visitatori superiore alla media sono Casentino – Valtiberina in Toscana, Sud – Ovest Orvietano in Umbria e Bassa Valle in Valle d'Aosta. Se invece si ponderano i visitatori per il numero degli abitanti, a questi si aggiungono anche Alta Carnia in Friuli – Venezia

Giulia, Valchiavenna in Lombardia, Valli Maira e Grana in Piemonte e Spettabile Reggenza dei Sette Comuni in Veneto.

Tabella 2. Indicatori sul turismo nelle aree pilota

Aree interne	Siti culturali	Superficie di aree protette (%)	Incidenza di imprese per prodotti DOP e IGP (%)	Visitatori nei siti culturali	Visitatori per 1.000 abitanti	Capacità ricettiva per 1.000 abitanti
Basso Sangro-Trigno	3	21,7	1,3	8.495	396	70,2
Montagna Materana	2	18,8	0,2	2.500	206,1	13
Reventino-Savuto	3	-	0,8	9.500	425,3	29,5
Alta Irpinia	14	19,3	4,5	50.632	786,4	30,2
Appennino Reggiano	4	16,2	30,8	4.700	138,6	160
Alta Carnia	10	7,7	3,1	28.161	1.388,30	442,5
Valle di Comino	3	12,1	5,2	5.666	193,9	37,2
Antola Tigullio	3	8,7	8,5	15.050	808,1	100,8
Valchiavenna	7	0,8	7,9	32.013	1.300,80	154,4
Alta Valtellina	4	64,9	10,5	6.805	366,8	536,4
Appennino Basso Pesarese e Anconetano	18	3	7	47.172	1.138,50	107,5
Matese	4	2,8	1,8	22.652	1.101,10	52,9
Valli Maira e Grana	8	0,1	3,9	36.341	1.251,70	85,2
Monti Dauni	9	3,6	1	29.322	483,1	16,7
Alta Marmilla	4	-	19	9.500	900,2	31,6
Madonie	7	24,3	0,6	11.069	166,7	61,5
Val Simeto	2	25,1	1,7	11.695	180,30	2
Casentino-Valtiberina	9	14,4	12,2	68.573	3.139,60	138,4
Sud-Ovest Orvietano	28	8,5	20,9	321.185	5.136,00	120,8
Bassa Valle	19	7,7	38,6	537.895	2.952,60	469,3
Spettabile Reggenza dei Sette Comuni	6	-	24,6	59.268	2.789,50	748,2
Tesino	1	0,1	0,0	2.700	1.140,2	888,5
Media aree pilota	8	13,7	9,3	60.041	1.199,5	195,3
Italia	4.588	10,4	11,16	103.888.764	1.748,00	79,8

Fonte: nostre elaborazioni su dati SNAI

(iii) Breve analisi cluster e principali risultati

Al fine di raggruppare in maniera omogenea le aree pilota che, come abbiamo visto nelle sezioni precedenti, sono abbastanza eterogenee sotto molti aspetti, si propone un'analisi cluster. Uno studio simile è stato svolto recentemente da Salvatore *et al.* (2018) per i comuni classificati ultra-periferici. Con tale metodologia è possibile raggruppare insieme le aree interne che presentano caratteristiche simili dal punto di vista degli indicatori turistici a disposizione. In particolare, nella presente analisi viene implementato il metodo cluster non-gerarchico in cui l'algoritmo consente di scegliere il numero k di cluster in cui si intende suddividere il campione di osservazioni. In questo caso, essendo il campione molto piccolo, si è deciso di fissare al 10% la percentuale minima di aree ricomprese in ogni cluster. Seguendo questo procedimento si è giunti a trovare un numero di 5 cluster omogenei al loro interno e allo stesso tempo eterogenei tra loro.

Le variabili che sono state utilizzate per definire i cluster sono: l'incidenza delle aree protette, la percentuale di imprese produttrici di DOP e IGP, il numero di siti culturali pubblici e non, il numero di siti culturali al momento non operativi, il numero di visitatori dei siti culturali, il numero di visitatori nei siti culturali per 1.000 abitanti e la capacità delle strutture ricettive per 1.000 abitanti. A causa di alcuni dati mancanti, l'analisi è stata effettuata su 19 aree invece che su 22. I risultati mostrano che le aree si sono suddivise nei gruppi seguenti:

- *Cluster 1 – Aree naturali*: Basso Sangro – Trigno, Antola Tigullio, Madonie, Val Simeto;
- *Cluster 2 – Aree culturali e turistiche medie*: Alta Irpinia, Appennino Basso Pesarese e Anconetano, Casentino – Valtiberina;
- *Cluster 3 – Aree a forte vocazione enogastronomica e culturale*: Sud – Ovest Orvietano, Bassa Valle;
- *Cluster 4 – Aree con basso sviluppo “green”*: Alta Carnia, Valchiavenna, Matese, Valli Maira e Grana, Monti Dauni;
- *Cluster 5 – Aree meno turistiche*: Montagna Materana, Appennino Reggiano, Valle di Comino, Alta Valtellina, Tesino.

I risultati mostrano che i cluster non seguono alcun pattern geografico specifico, ma ciascuna area si inserisce all'interno di un gruppo che presenta simili caratteristiche. Questo significa che ogni area dovrà perseguire il proprio sviluppo turistico tenendo in considerazione quali siano le sue vere e proprie vocazioni specifiche territoriali. È utile osservare che alcune di queste aree, già dal decennio scorso (2001-11) presentavano valori positivi e vicini alla media italiana dell'indicatore sul declino demografico. Non è un caso che si tratti ad esempio delle due aree del Cluster 3 (Sud – Ovest Orvietano e Bassa Valle) che risultano essere aree a forte vocazione enogastronomica e culturale. Un altro esempio sono le aree del Cluster 1 (Antola Tigullio e Val Simeto), che invece sono caratterizzate da un'alta incidenza di aree protette. Nei prossimi anni sarà utile monitorare sia il declino demografico sia tutti gli indicatori economici al fine di poter valutare l'effettivo impatto del settore turistico sull'economia delle varie aree in seguito all'implementazione della strategia.

In conclusione, l'obiettivo principale della SNAI di cercare di invertire quei trend negativi sullo spopolamento potrebbe veramente trovare un riscontro positivo se le aree sapranno cogliere la sfida che le nuove forme di turismo offrono. Infatti, il forte interesse da parte dei turisti per quello che viene definito dalla letteratura *turismo di nicchia* può davvero rappresentare per questi territori la chiave della crescita e dello sviluppo locale che tanto viene auspicata. Secondo Robinson e Novelli (2005) il turismo di nicchia sembra che possa fornire le migliori risposte alle aree interne e regioni periferiche proprio perché più sostenibile e meno dannoso per l'ambiente. I turisti, che ormai seguono mode diverse rispetto al passato, sono sempre più attratti da luoghi “remoti”, si sentono più coinvolti da un'esperienza in luoghi autentici piuttosto che da posti ormai noti e sempre troppo affollati. Spesso cercano di entrare in contatto con la popolazione residente e di scoprire usanze, cibi e vini della tradizione. È questo che potrebbe rendere unica ogni singola area interna, la specificità che ciascun territorio dovrà saper valorizzare per attrarre i turisti che sono interessati a questo tipo di esperienza. Senza questi piccoli sforzi, le aree interne agli occhi del turista risulteranno uguali ad altre destinazioni turistiche, e pertanto perderanno questa sfida.

Riferimenti Bibliografici

- Lucatelli S. (2016), Strategia Nazionale per le Aree Interne: un punto a due anni dal lancio della Strategia, *Agriregionieuropa*, 12, 45.
- OCSE (2016), *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, Paris: OECD Publishing.
- Organizzazione Mondiale del Turismo (2019), *Tourism Barometer*, 18, Madrid: UNWTO Publications.
- Robinson M., Novelli M. (2005), Niche Tourism: an introduction, in Novelli M. (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 1-11.
- Salvatore R., Chiodo E., Fantini A. (2018), Tourism transition in peripheral rural areas: Theories, issues and strategies, *Annals of Tourism Research*, 68, 41-51.