

**LA COSTRUZIONE DELL'AMBIENTE SOCIALE PER UN TURISMO DI QUALITÀ:
IL CASO DEL CONSORZIO TEVERINA**

Silvio Franco

Ricercatore DEAR
Università della Tuscia, Viterbo

Clara Cicatiello

Dottoranda DEAR
Università della Tuscia, Viterbo

Giorgia Di Fusco

Studentessa Facoltà di Scienze Politiche
Università della Tuscia, Viterbo

Stefano Gasbarra

Vicedirettore CeFAS, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Viterbo

LA COSTRUZIONE DELL'AMBIENTE SOCIALE PER UN TURISMO DI QUALITÀ: IL CASO DEL CONSORZIO TEVERINA

RIASSUNTO

Il contributo si propone di studiare le dinamiche di sviluppo locale in atto nel territorio dell'area teverina della provincia di Viterbo a dieci anni dalla costituzione del Consorzio Teverina, un ente sovracomunale il cui scopo statutario principale è quello della protezione e gestione delle risorse naturali del territorio a fini turistici. La parte iniziale del lavoro consiste in una breve analisi della situazione geografica, demografica ed economica nei sei comuni interessati, nella quale vengono evidenziate le potenzialità che il territorio presenta in termini di risorse naturali, storiche e culturali, valorizzabili a fini turistici. Si passa quindi ad illustrare i risultati di una indagine svolta nei comuni del Consorzio attraverso una serie di interviste ai cittadini, la quale ha permesso di evidenziare, da un lato, la percezione degli abitanti dell'area teverina rispetto alle iniziative portate avanti dal Consorzio e, dall'altro, il livello di coesione sociale e di appartenenza al territorio dei cittadini stessi, aspetto fondamentale per la costruzione di progetti di sviluppo locale condivisi. Nelle conclusioni vengono discusse le opportunità della gestione dello sviluppo locale di un'area a forte potenzialità turistica attraverso un ente sovracomunale, analizzando anche le difficoltà incontrate nel tempo dal Consorzio Teverina. In ultimo, è possibile avanzare alcune proposte per la promozione di un turismo di qualità nell'area teverina, valorizzando al meglio le risorse naturali e storiche del territorio, e contribuendo a costruire l'ambiente sociale più adatto a sostenerlo.

Parole chiave: Teverina, governance, appartenenza territoriale, sviluppo turistico.

BUILDING THE SOCIAL ENVIRONMENT FOR A HIGH-QUALITY TOURISM: THE CASE OF CONSORZIO TEVERINA IN NORTHERN LAZIO, ITALY

ABSTRACT

This work aims at studying local development dynamics within the Tiber valley in the north of Lazio region ten years after the institution of a supra-municipal body called Consorzio Teverina. The statutory objective of this board is to preserve and manage local resources in order to promote tourism. In the first part of the work an analysis of the geographical, demographic and economic situation of the case study area is presented, in order to underline the potential of the territory in terms of natural, historical and cultural resources that can be used to improve tourism. Then, we show the results of a survey carried out in the six municipalities of Consorzio Teverina through direct interviews to citizens. It is thus possible to point out, on one hand, citizens' perception of the activities carried out by the board and, on the other hand, the level of social cohesion and the community's sense of belonging to the territory. These aspects seem very important as they support the construction of a common project for local development. In the conclusions the opportunities and the problems of managing local development through a supra-municipal organization are discussed. Finally, we give some suggestions to promote a high-quality tourism in the area, in order to increase the value of natural and cultural resources and to build up a convenient social environment to support the touristic development.

Keywords: Tiber valley, governance, territorial belonging, touristic development.

Introduzione

L'integrazione fra varie discipline di studio è ormai fondamentale per l'analisi di una lunga serie di fenomeni che toccano ambiti anche molto diversi fra loro. Il turismo è sicuramente uno di questi, dato che per forza di cose esso riguarda questioni che spaziano dall'economia all'ambiente, dal contesto sociale alla psicologia, dal marketing alle politiche locali.

Nel cogliere lo spunto lanciato dal V Congresso ARIPT "Psicologia, ambiente e salute per un turismo di qualità" in questo lavoro ci proponiamo di indagare una delle dimensioni fondamentali per il sostegno a uno sviluppo turistico di elevata valenza qualitativa all'interno di un territorio: la dimensione sociale.

La nostra analisi prevede quindi l'inquadramento del problema dal punto di vista delle nuove forme di turismo di qualità che si stanno affermando e che si collegano alle caratteristiche che un territorio deve possedere per poter sostenere nel lungo periodo lo sviluppo turistico. Fra queste è sicuramente rilevante la dimensione sociale, intesa come tessuto dei rapporti all'interno della popolazione e capacità di interfacciarsi positivamente con i visitatori. Tali spunti saranno poi riportati all'interno di un particolare territorio scelto come caso di studio: il bacino del Tevere nell'alta Tuscia sul quale insiste il Consorzio Teverina, un'associazione delle sei municipalità presenti nell'area. Dopo una breve descrizione delle risorse ambientali, storiche e culturali dell'area che rappresentano altrettante opportunità di attrazione turistica, si passerà a illustrare i risultati di un'indagine volta ad accertare la qualità dell'ambiente sociale del territorio. Tali risultati saranno quindi discussi per individuare strategie per lo sviluppo di un turismo di qualità nell'area.

1. Risorse locali e turismo di qualità

La domanda turistica ha attraversato dal dopoguerra in poi un lungo processo evolutivo che ne ha completamente cambiato le caratteristiche, da quando il turismo era una esperienza d'élite agli spostamenti di massa, fino alla globalizzazione delle destinazioni turistiche (Bencardino & Marotta 2004). L'ultimo passaggio evolutivo sembra rappresentato dal superamento del turismo di massa, caratterizzato dalla standardizzazione, dalla concentrazione e dai grandi numeri (Nocifora 2001), che sta gradualmente cedendo il passo a un "turismo dell'esperienza" basato sulla conoscenza, l'interazione, il confronto e l'esplorazione (Bencardino & Marotta 2004). Si stanno infatti diffondendo nuove forme di turismo in cui il viaggiatore, spinto da interessi ecologici, enogastronomici, culturali o religiosi, ricerca un contatto diretto con la cultura, l'identità e gli stili di vita del luogo (Bencardino & Marotta 2004). Come viene efficacemente sottolineato nel Rapporto ACI-CENSIS del 2001 negli ultimi anni sono emerse diverse mutazioni della domanda turistica: la ricerca di "altrove", di "altrimenti" di "altri", in controtendenza rispetto alla domanda di omologazione, l'esigenza di fare di ogni occasione di consumo turistico una esperienza di appagamento complessivo (ricettività, ristorazione, prodotti, tipici, ecc.), la ricerca non più di nuove destinazioni quanto di prodotti turistici di qualità, la spinta a perseguire comportamenti di acquisto del tipo "fai da te" piuttosto che offerte "all-included" (ACI-CENSIS 2001). Dunque, rispetto a quanto accadeva in passato, non è più la meta a definire la qualità e l'esclusività del servizio turistico, ma piuttosto la qualità dei servizi offerti, che sono sempre più personalizzati, particolari e originali (Bella 2003; Battilani 2001).

Tali modifiche sostanziali della domanda e dell'offerta turistica possono influire in misura notevole sul tipo di impatto che il turismo ha sul territorio (Bella 2003) e contribuire a risolvere una lunga serie di dilemmi sociali, ambientali e economici che la crescita del turismo di massa ha portato all'attenzione dell'opinione pubblica.

Molto è stato scritto sulla capacità di carico del territorio, che rappresenta un limite invalicabile alla crescita del turismo di massa; come nota Nocifora (2001) la stessa progettazione del marketing turistico di un territorio dovrebbe tener conto di questo limite. Tuttavia le nuove forme di turismo di cui si è detto (turismo di esplorazione, turismo di élite in luoghi poco frequentati, turismo fai da te in mete poco conosciute etc.) sono riconosciute come le meno impattanti sul territorio (Gubert & Pollini 2002) sia in termini ambientali che sociali.

E' questo il motivo per cui, analizzando lo sviluppo di queste nuove forme di turismo, si può (si deve) guardare come obiettivo la sostenibilità del territorio e l'impatto delle attività umane su di esso. Il concetto di sostenibilità associata alle attività turistiche si rifà alla definizione data dalla WCED nel Rapporto Brundtland del 1987:

“Le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale e artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche” (WCED 1987).

Il turismo sostenibile pone dunque alla base del proprio sviluppo un piano mirato a garantire la redditività del territorio di una località turistica in una prospettiva di lungo periodo con obiettivi di compatibilità ecologica, socio-culturale ed economica (WCED 1987). Attraverso il turismo è possibile, infatti, toccare tutte le tre sfere dello sviluppo sostenibile. L'ambiente, nella misura in cui il turismo è in grado di favorire la cura e la salvaguardia delle risorse naturali. Il tessuto sociale, se si riesce a migliorare la coesione sociale diminuendo i divari territoriali e rivalorizzando le aree marginali. L'economia, in quanto il turismo può diventare per molte aree di turismo "alternativo" una primaria fonte di reddito (D'Amico 2007). Quest'ultimo aspetto viene giustamente enfatizzato da D'Amico (2007) quando individua tra gli obiettivi prioritari per uno sviluppo turistico sostenibile la necessità di gestire in modo più efficiente i flussi di massa per valorizzare mete e forme alternative di turismo. Ciò significa, in altre parole, sostenere un turismo diffuso sul territorio che assuma le caratteristiche delle "vacanze di nicchia" così come definite da Viridi (2008), caratterizzate da responsabilità dei soggetti coinvolti nei confronti delle risorse territoriali, competenza degli operatori, interculturalità della domanda di turismo e cooperazione fra turisti e autoctoni. In effetti, in questa visione, la qualità del turismo può essere rappresentata proprio dalla presenza di queste caratteristiche.

Da questo punto di vista la gestione dello sviluppo turistico si delinea come una vera e propria politica di sviluppo locale che implica come elemento cruciale non già la mera crescita economica, ma il fatto che tale crescita sia in grado di automantenersi e autoriprodursi nel tempo (Finocchiaro 2007). E' stato più volte scritto che gli interventi più efficaci a questo scopo sono quelli che si attivano dal basso e si esprimono nella concertazione fra i diversi attori locali che devono condividere una comune progetto di intervento sul territorio (Finocchiaro 2007). Secondo Dallari (2007) questa impostazione dello sviluppo locale prevale anche sulla logica di costruzione di reti d'impresa che dovrebbero poi funzionare come fulcro del sistema territoriale e regionale. Sono quindi le amministrazioni locali a dover ricoprire un ruolo più rilevante nella progettazione dello sviluppo locale e quindi del turismo sul territorio. In quest' ottica il loro ruolo dovrà declinarsi, al di là della funzione progettuale e di intervento sul territorio di propria competenza, anche nella costruzione di una cabina di regia (Ercole 2007) che veda la partecipazione ed il coordinamento sinergico delle azioni messe in atto dagli altri attori locali. Secondo Ercole (2007) saranno i Comuni a dover assumere un ruolo preminente in quanto, soprattutto in Italia, è proprio a questo livello che vengono intercettati ed eventualmente soddisfatti i bisogni espressi dalla collettività locale.

Ciò che si è detto finora servirà a interpretare la situazione del territorio oggetto del caso di studio, nel quale le amministrazioni locali – che sono, appunto, Comuni riuniti in un piccolo Consorzio – stanno lavorando per impostare un progetto di sviluppo locale volto a creare un'offerta turistica sul territorio che sia in linea con le nuove richieste qualitative dell'utenza.

2. Il Consorzio Teverina: analisi di un caso di studio

Nella Provincia di Viterbo, all'interno della quale rientra l'area oggetto di studio, il settore del turismo ha un ruolo abbastanza marginale nell'economia locale a quanto risulta dall'indagine annualmente commissionata dall'amministrazione provinciale all'ANASTAT. Il rapporto fra arrivi turistici e popolazione provinciale evidenzia una scarsa attrattività della Provincia (che pure presenta siti archeologici – come le tombe etrusche di Tarquinia - e naturali - come il lago di Bolsena - abbastanza frequentati) per i visitatori italiani e stranieri (ANASTAT 2008). Questa situazione è

ancora più marcata in alcune zone ai margini del territorio provinciale, una delle quali è sicuramente rappresentata dall'area caso di studio: il Consorzio Teverina.

Il Consorzio Teverina è un ente sovracomunale che identifica un'area localizzata nel versante nord-orientale della Tuscia viterbese (Figura 1), riunendo i comuni di Bagnoregio, Castiglione in Teverina, Celleno, Civitella d'Agliano, Graffignano e Lubriano. La costituzione del Consorzio Teverina, avvenuta nel 1990, deriva dall'intenzione di valorizzare il notevole patrimonio naturale dell'area attraverso una gestione unitaria con lo scopo, affermato statutariamente, di promuovere lo sviluppo turistico.

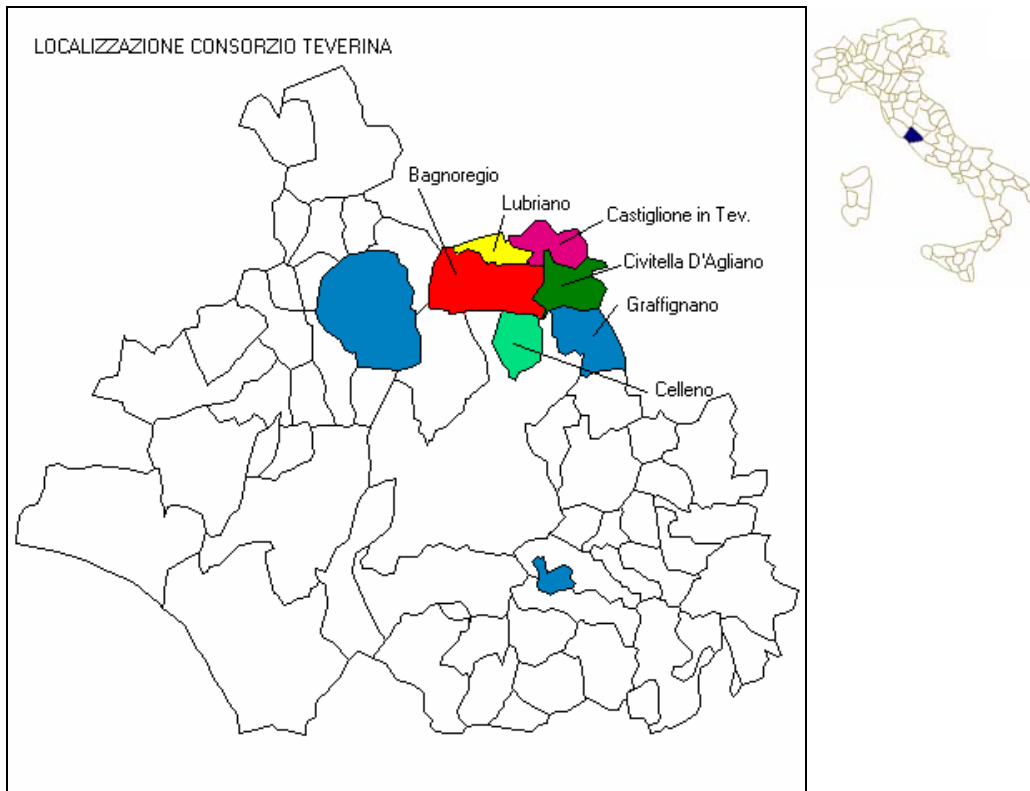


Figura 1: Localizzazione del Consorzio Teverina nella Provincia di Viterbo

In questo paragrafo si cercherà dapprima di descrivere il territorio in oggetto, partendo dai caratteri geografici e demografici e andando poi a indagare gli aspetti più strettamente legati alle potenzialità turistiche, come le risorse naturali e storiche del territorio.

2.1 Le risorse naturali

I sei comuni costituenti il Consorzio sono contigui e identificano quindi un'area ben definita che confina a est e a nord con la regione Umbria, a sud con il comune di Viterbo e che a ovest arriva quasi a lambire il lago di Bolsena. La superficie totale dell'area è poco inferiore ai 20.000 ha ed è ripartita in modo abbastanza omogeneo fra i sei comuni, se si eccettua Bagnoregio, caratterizzato da una superficie significativamente superiore rispetto agli altri (Tabella 1).

Comune	Superficie (ha)
Bagnoregio	7.262
Castiglione in Teverina	1.996
Celleno	2.459
Civitella d'Agliano	3.489
Graffignano	2.912
Lubriano	1.656
Consorzio Teverina	19.774

Tabella 1: Dimensione dei comuni del Consorzio Teverina (Fonte: ISTAT, 2008)

Ciò che unisce questo territorio da un punto di vista puramente geografico, è la conformazione geologica, caratterizzata da terreni vulcanici che ricoprono quelli più antichi di origine sedimentaria. I cosiddetti "calanchi" rappresentano in quest'area elementi caratteristici del paesaggio originatisi a seguito di fenomeni erosivi da parte dei fiumi su terreni argillosi scarsamente resistenti. I calanchi si presentano quindi come profondi tagli nei fianchi delle alture, soggetti a continua attività erosiva ad opera degli agenti atmosferici tanto che l'abitato di Civita di Bagnoregio, che si trovava sullo stesso sperone tufaceo di Bagnoregio, nel corso dei secoli si è trovato diviso da un baratro di quasi un chilometro.

Le caratteristiche geologiche determinano l'inclusione dell'area del Consorzio Teverina all'interno del sistema Rete Natura 2000 relativo ai Siti di Importanza Comunitaria (SIC) e alle Zone di Protezione Speciale (ZPS) della regione Lazio. Il SIC/ZPS "Calanchi di Civita di Bagnoregio" (codice di identificazione IT6010009), si estende per 1.592 ettari interessando i comuni di Bagnoregio, Lubriano, Castiglione in Teverina e Civitella d'Agliano.

Un altro elemento caratteristico dell'area riguarda la presenza del bacino del fiume Tevere che, sviluppandosi lungo il territorio di Umbria e Lazio, interessa una superficie di 17.500 kmq. Il letto del fiume attraversa Castiglione in Teverina, Civitella d'Agliano e Graffignano. I sottosistemi di forre che ricadono nella zona dei calanchi di Bagnoregio sono connessi con alcuni corsi d'acqua tributari che immettono direttamente nel fiume Tevere.

Il paesaggio che ne consegue è fortemente influenzato dai due elementi dominanti dei calanchi e delle vallate dei corsi d'acqua. Mentre i primi si presentano aspri e brulli a causa della forte attività erosiva e della presenza di argille impermeabili che non permettono la crescita di vegetazione, la zona pianeggiante sottostante è costituita prevalentemente da terreni fertili, composti da depositi alluvionali ottimi per le colture, intensamente sfruttati per la coltivazione di cereali, leguminose, vite e ortive.

L'intero territorio conserva un aspetto naturale per via del basso grado di antropizzazione che si è mantenuto stabile negli ultimi dieci anni. In particolare, la superficie a elevata antropizzazione, identificata dai terreni edificati, si mantiene ben sotto l'1% del totale, mentre le aree coltivate costituiscono circa il 45% della superficie del Consorzio. In totale, quindi, circa la metà della superficie oggetto di studio è rappresentata da boschi, altre aree seminaturali e acque (Tabella 2).

Classe	Assoluta (ha)		Relativa (%)	
	1990	2000	1990	2000
I – Aree edificate e cave	136,5	149,4	0,70	0,76
II – Aree coltivate	8.845,4	8.827,9	45,20	45,11
III – Boschi e aree seminaturali	6.761,1	6.763,2	34,54	34,56
IV – Ambiente delle acque	3.827,5	3.830,0	19,56	19,57

Tabella 2: Incidenza delle diverse classi di uso del suolo nell'area del CT

2.2 Le risorse turistiche

L'area della Teverina vanta alcuni siti di primaria importanza a livello ambientale e storico, di sicuro interesse turistico.

Oltre alla già citata zona SIC/ZPS l'abitato di Civita di Bagnoregio, la cosiddetta "città che muore", attira un gran numero di visitatori anche provenienti dalle più note zone turistiche circostanti (le città di Orvieto e Viterbo, Roma, il lago di Bolsena) e rappresenta un elemento di unicità dell'area. Merita poi un cenno l'Oasi di Alviano, che pur non facendo propriamente parte del Consorzio ne occupa una piccola porzione sul versante orientale. Istituita nel 1978 su un'area di 900 ettari e inserita nel Parco fluviale del Tevere, l'Oasi ospita oggi una riserva faunistica gestita dal WWF, destinata alla riproduzione e alla sosta di circa 150 specie di uccelli acquatici, oltre ad un vasto numero di mammiferi, rettili, anfibi ed insetti.

Alle risorse ambientali si aggiungono quelle storico-culturali: i sei Comuni del Consorzio possono vantare tutti un centro storico di derivazione medievale, caratterizzato da emergenze artistiche quali palazzi storici, mura, porte e chiese, alcuni dei quali risalgono a più di 1.000 anni fa. Tra l'altro, il territorio del Consorzio Teverina si trova in una zona a elevata accessibilità, baricentro di quattro zone di elevato interesse: a Nord la provincia di Orvieto, a Sud Viterbo e Roma, a Est il Tevere, l'Oasi di Alviano e, in generale, tutta l'Umbria, a Ovest Montefiascone e il Lago di Bolsena. L'attrattività di queste aree dal punto di vista storico-culturale configura la possibilità per la Teverina di valorizzare la propria posizione di centralità per attrarre flussi turistici.

2.3 La situazione socio-economica

La popolazione compresa nel territorio del Consorzio Teverina è di circa 12.000 unità (ISTAT 2008) ed è rimasta sostanzialmente stabile nel corso degli ultimi tre decenni, anche se i sei comuni, considerati singolarmente, presentano andamenti piuttosto differenziati. Infatti mentre alcuni (Bagnoregio, Civitella d'Agliano e Graffignano) hanno visto ridurre la propria popolazione in misura non trascurabile, altri (Castiglione in Teverina e Lubriano) sono rimasti sostanzialmente stabili, mentre Celleno ha visto crescere i suoi residenti del 18%. Quest'ultimo, fra l'altro, è l'unico dato in linea con l'andamento provinciale che nel medesimo periodo ha manifestato un incremento di poco inferiore al 16%. L'area si caratterizza quindi per una tendenza allo spopolamento nel lungo periodo, fenomeno che d'altra parte si manifesta in diverse altre zone della provincia viterbese, soprattutto nelle aree rurali (DISTATEQ 2009). La ruralità dell'area in esame è confermata dal dato sulla densità di popolazione all'interno del territorio, che ovunque (meno che nel comune di Castiglione in Teverina) si mantiene al di sotto della pur bassa media provinciale (Tabella 3).

Comune	1981	2008
Bagnoregio	53,7	50,8
Castiglione in Teverina	117,3	118,2
Celleno	46,6	55,0
Civitella d'Agliano	53,8	51,9
Graffignano	81,3	78,5
Lubriano	57,2	58,0
Consorzio Teverina	63,7	63,1
Provincia di Viterbo	74,3	86,0

Tabella 3: Densità demografica (ab/kmq) 1981-2008

Da un'analisi più approfondita sui dati censuari e demografici forniti dall'ISTAT la situazione demografica descritta sembra dipendere da una combinazione di fattori. Da un lato emerge una scarsa vitalità del territorio che porta a un insufficiente ricambio generazionale e, di conseguenza, a

un progressivo invecchiamento della popolazione. D'altronde è questa una situazione che riguarda tutta la provincia di Viterbo, nella quale si osservano dei diffusi saldi naturali negativi (DISTATEQ 2009). Dall'altro lato si rileva però un progressivo aumento del saldo migratorio proveniente dall'estero, in particolare nel comune di Celleno, che compensa in parte la scarsa natalità. Tuttavia la tendenza all'invecchiamento della popolazione è evidente nel lungo periodo, come si denota dall'osservazione della Tabella 4.

Ripartizione geografica	1981	1991	2001	2006	2008
Consorzio Teverina	109,5	161,5	233,0	237,7	238,4
Provincia di Viterbo	75,6	114,4	163,6	172,4	171,7

Tabella 4: Evoluzione dell'indice di vecchiaia¹ (1981-2008)

L'invecchiamento della popolazione influenza anche la situazione occupazionale dell'area. Infatti la popolazione in età lavorativa, che comprende le persone con età compresa tra i 15 ed i 65 anni, ha subito nel Consorzio Teverina tra il 1981 e il 2008 un calo, contrariamente a quanto accade nell'intera Provincia di Viterbo. Ciò comporta un aumento nel lungo periodo della quota di popolazione non in grado di essere economicamente indipendente perché fuori dal mercato del lavoro, che grava quindi sulla popolazione attiva per il proprio sostentamento.

Per quanto riguarda la caratterizzazione settoriale dell'economia locale, un primo elemento da considerare è la ripartizione dell'occupazione per settore produttivo sulla base dei dati dell'ultimo censimento (Figura 2) la quale evidenzia il ruolo preponderante dell'industria con il 59% degli occupati, mentre i servizi sono fermi al 34% e l'agricoltura è poco sopra il 6%. La variabilità fra i comuni è abbastanza limitata e presenta qualche elemento caratteristico solo riguardo all'agricoltura che passa dal 3,5% degli occupati a Graffignano a oltre il 9% a Lubriano.

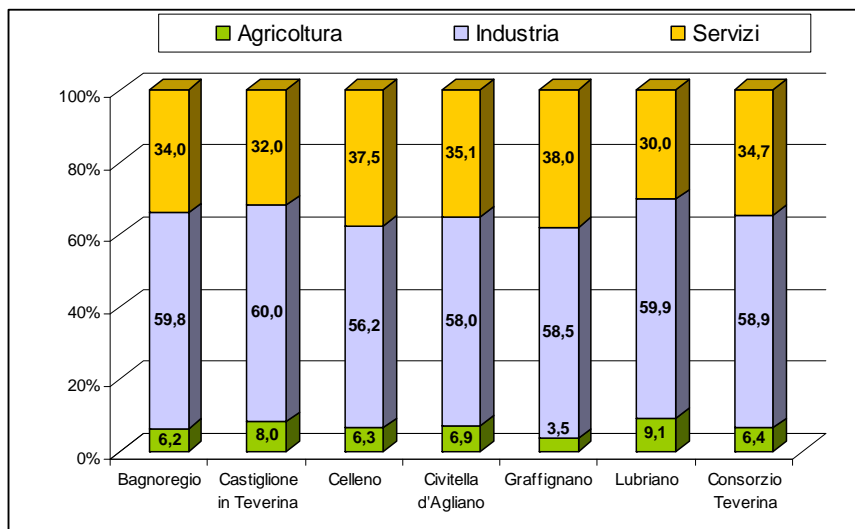


Figura 2: Quota di occupati per settore di attività (Censimento ISTAT 2001)

L'area caso di studio non si caratterizza dunque per la prevalenza di un settore in particolare, anche se come altre zone della provincia di Viterbo mantiene una connotazione agricola piuttosto forte, visto che quasi ovunque la quota di occupati nel settore primario si mantiene al di sopra del 5%,

¹ L'indice di vecchiaia è un indicatore elaborato dall'ISTAT che esprime il numero di anziani con più di 65 anni presenti per ogni 100 bambini di età inferiore ai 14 anni.

dato medio regionale. Ulteriori indicazioni riguardo la situazione economica dell'area in esame possono essere desunte dall'analisi del tessuto produttivo delle imprese. Il numero delle imprese registrate alla Camera di Commercio di Viterbo presenta una tendenza in live calo, totalmente in contrasto con l'evoluzione regionale e dell'Italia centrale. Ciò denota una scarsa vitalità del sistema produttivo locale, come sottolineato dall'andamento del settore Costruzioni che rimane stabile negli anni a fronte di una crescita significativa in tutte le aree di riferimento. Anche il settore del Commercio, che riunisce il 20% delle imprese del Consorzio, ha subito una riduzione del 5% dovuta essenzialmente alla chiusura di una lunga serie di piccoli esercizi commerciali localizzati nei centri storici dei diversi comuni. Al contrario, nella sezione Alberghi e Ristoranti è stato rilevato un aumento significativo di circa il 25%, prova del fatto che esistono delle potenzialità in questo settore. Il settore agricolo registra anch'esso un calo delle imprese iscritte: tuttavia nel Consorzio si ha una riduzione pari al 5,8%, molto inferiore a quella osservata a livello del Centro Italia e della Regione Lazio (-11%) e soprattutto della Provincia di Viterbo (-18%). Ciò conferma una forte integrazione del settore primario nell'economia locale, della quale l'agricoltura continua a essere un perno importante.

D'altra parte il settore agricolo, se da un lato è legato a ordinamenti produttivi di antica tradizione come il pascolo, la produzione di cereali, la coltivazione di vite e olivo e la gestione dei boschi, con realtà produttive di piccola dimensione e scarsa imprenditorialità, dall'altro è caratterizzato da potenzialità notevoli per quanto riguarda il comparto agroalimentare. Esistono infatti, nell'area tutto sommato ristretta del Consorzio Teverina, numerose produzioni tipiche e di qualità di grande valore che potrebbero essere adeguatamente valorizzate come veicolo di comunicazione del territorio e come attrazione per i flussi di visitatori.

Uno dei punti di forza della Teverina in quest'ambito è senza dubbio rappresentato dalla presenza di una notevole produzione vitivinicola che fa della qualità la principale caratteristica. Nell'area ricadono infatti due zone DOC² ("Orvieto" e "Colli Etruschi Viterbesi") e due IGT³ ("Civitella D'Agliano" e "Lazio"). Tale variegata composizione di prodotti ha fatto sì che la zona venisse interessata dal progetto di valorizzazione "*Strada del Vino della Teverina – itinerari del vino, dell'olio e dei sapori tipici?*" (rif. L.R. 03.08.2001 n.21 e D.G.R. 15.11.2002 n. 1493) il cui logo è riportato in Figura 3.



Figura 3: Il logo della "Strada del Vino della Teverina"

Per quanto riguarda la produzione di olio, questa è molto diffusa nell'area del Consorzio Teverina che conta un numero consistente di frantoi e aziende agricole a specializzazione olivicola. Dal 2005 è stata anche istituita la denominazione DOP "Tuscia" che comprende anche il territorio della Teverina, anche se non sono molti i produttori che hanno aderito. In effetti il settore locale dell'olio

² Il marchio D.O.C. (denominazione di origine controllata) è riservata a quei vini che rispondono alle condizioni e ai requisiti stabiliti da un apposito disciplinare di produzione regolarmente approvato dalle competenti autorità nazionali e comunitarie.

³ Il marchio I.G.T (Indicazione geografica tipica) è attribuito ai vini caratterizzati da un'indicazione geografica, che può essere accompagnata o meno da menzioni (ad esempio del vitigno). E' contraddistinta da zone di produzione normalmente ampie e da una disciplina di produzione poco restrittiva.

sembra caratterizzato da una ancora troppo esigua presenza di aziende in grado di proporsi sul mercato sia con il proprio marchio, sia con il marchio DOP.

Una ulteriore possibilità di valorizzazione delle produzioni locali è rappresentata dal marchio territoriale "Tuscia Viterbese" (Figura 4), istituito dalla Camera di Commercio di Viterbo allo scopo di riunire sotto un marchio collettivo i prodotti di qualità del territorio, portando avanti attività istituzionali di promozione e di comunicazione con modalità e investimenti fuori della portata dei singoli produttori.



Figura 4: Il logo del marchio “Tuscia Viterbese”

2.4 L'ambiente sociale

Come si è visto nei precedenti paragrafi, a una situazione socio-economica non molto rosea fa da contrappunto la presenza nell'area oggetto di studio di una serie di emergenze naturali, storico-artistiche ed enogastronomiche che potrebbero utilmente essere valorizzate per promuovere proprio quelle nuove forme di turismo attente all'identità, alle produzioni tipiche e alle particolarità di un territorio, che sono state citate all'inizio del lavoro. Per definire le strategie con le quali promuovere il turismo nel Consorzio Teverina è necessario però porre l'attenzione su un ulteriore elemento che, come si è visto, riveste un'importanza fondamentale nella valutazione della fattibilità di qualunque strategia di promozione: la dimensione sociale.

Secondo Cohen (1984) gli ambiti socioculturali influenzati dallo sviluppo del turismo sono molteplici: il coinvolgimento della comunità in realtà più allargate, la natura delle relazioni interpersonali, le base dell'organizzazione sociale, il ritmo della vita sociale, le migrazioni, la divisione del lavoro, la stratificazione sociale, la distribuzione del potere, la devianza e l'influenza su usanze e arte locali. La capacità della comunità locale di gestire tali interazioni con i flussi turistici è influenzata dall'ambiente sociale della destinazione turistica, dalla coesione sociale e culturale della comunità (Bella 2003). Tra l'altro, dette interazioni possono anche contribuire, se sapientemente gestite, ad arricchire il capitale sociale territoriale, generando nuove opportunità e occasioni per innalzare il livello di benessere complessivo della popolazione (Finocchiaro 2007).

Il passo successivo dell'analisi del caso di studio è stato quindi rappresentato dall'analisi dell'ambiente sociale del territorio del Consorzio Teverina, attraverso una verifica della sua attitudine ad agire come un unico soggetto nel portare avanti politiche di valorizzazione turistica comuni e condivise.

Poiché tale verifica non sarebbe realistica né credibile se basata sui dati statistici rilevati periodicamente dall'ISTAT, è stato svolto uno studio territoriale con lo scopo di rilevare una serie di informazioni direttamente presso la popolazione residente nel territorio.

L'indagine diretta ha riguardato nello specifico tre aspetti fondamentali per la comprensione del ruolo che il Consorzio ha attualmente nel territorio e per l'identificazione delle migliori strategie future di valorizzazione dell'area:

- la conoscenza da parte della cittadinanza dell'istituzione e del compito di valorizzazione turistica del Consorzio Teverina;
- l'esistenza di un senso di appartenenza al territorio comune della Teverina da parte della popolazione;
- l'identificazione dei bisogni latenti della popolazione e la proposizione di idee e suggerimenti per una valorizzazione delle risorse dell'area a fini turistici.

La metodologia applicata è stata quella delle interviste personali, che sono state svolte direttamente con i cittadini dei sei comuni del Consorzio Teverina, nel mese di marzo 2009. Tale metodologia è stata preferita soprattutto perché, attraverso il contatto diretto con gli intervistati, risulta più agevole cogliere le sfumature delle opinioni e delle idee espresse, grazie anche al rapporto interpersonale che si instaura con l'interlocutore.

Il campione obiettivo dell'indagine è stato quantificato numericamente cercando di coprire circa l'1% degli abitanti dell'area ed è stato suddiviso in misura tendenzialmente proporzionale rispetto al numero dei residenti dei vari comuni: sono state intervistate in totale 114 persone distribuite fra i sei comuni secondo la descrizione della Tabella 5.

Comune	Residenti	Interviste	Copertura
Bagnoregio	3.639	28	0,77%
Castiglione in Teverina	2.261	25	1,11%
Celleno	1.339	22	1,64%
Civitella d'Agliano	1.734	15	0,87%
Graffignano	2.288	12	0,52%
Lubriano	918	12	1,31%
TOTALE Consorzio	12.179	114	0,94%

Tabella 5: Numero di interviste per comune

L'insieme dei 114 intervistati appare abbastanza rappresentativo della popolazione della Teverina. Il campione infatti rispecchia abbastanza fedelmente la proporzione fra le varie fasce di età (le più rappresentate sono quella fra 30 e 45 anni e quella oltre 60 anni) e la distribuzione fra maschi e femmine è quasi egualitaria. Anche per quanto riguarda il grado d'istruzione e la condizione lavorativa, il campione intervistato rappresenta bene la popolazione da cui è stato estratto, come risulta dalle elaborazioni effettuate sui dati demografici rilevati nel questionario.

Un primo elemento oggetto d'indagine ha riguardato la conoscenza dell'ente Consorzio Teverina da parte degli abitanti dei sei comuni che lo compongono. I risultati, rappresentati in Figura 5, rivelano una conoscenza bassissima di questo ente promotore dello sviluppo del territorio.

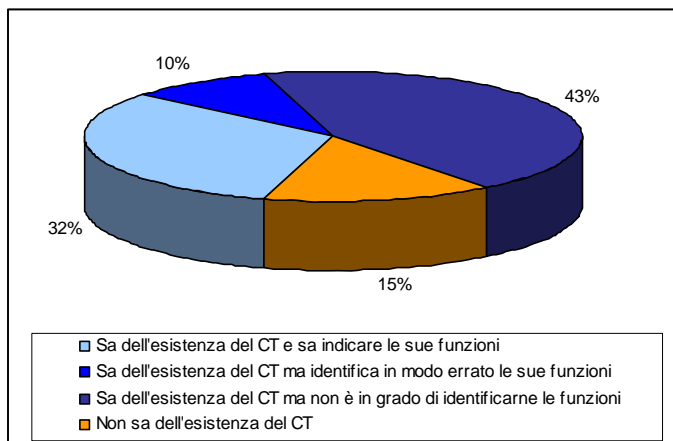


Figura 5: La conoscenza del Consorzio Teverina nel campione intervistato

Un centinaio degli intervistati ha dichiarato infatti di aver sentito parlare del Consorzio, ma appena 36 di loro hanno saputo descrivere di cosa si tratta e sono stati in grado di indicarne in linea di massima le funzioni e gli scopi. Altre 50 persone, invece, hanno dichiarato di non avere idea delle attività del Consorzio e, cosa forse ancor più grave, più di una decina ha confuso il Consorzio con

altri enti assolutamente separati da esso, descrivendone le attività e gli scopi in modo totalmente fuorviato. Infine, 17 intervistati, pari a circa il 15% del campione, hanno dichiarato di non aver mai sentito parlare del Consorzio Teverina.

Tali risultati sono in parte spiegabili, da un lato, con la scarsa comunicazione fatta dal Consorzio Teverina dal momento della sua costituzione a oggi, e dall'altro con la sovrapposizione di questo ente con altre istituzioni (Pro Loco, agenzie turistiche, Strada del Vino, amministrazioni comunali), nei campi di attività previsti dallo statuto, cosa che genera una certa confusione nelle persone, quando queste si trovano a dover identificare univocamente l'attività del Consorzio stesso.

Ritenendo che il dato meritasse un certo approfondimento, le quattro risposte rispetto alla conoscenza del Consorzio sono state analizzate congiuntamente ad altre variabili. Si è visto, ad esempio, che le risposte degli abitanti dei diversi comuni non sono state affatto omogenee. La conoscenza del Consorzio appare infatti particolarmente carente a Castiglione in Teverina e, in misura più contenuta, a Graffignano e a Civitella d'Agliano. Questi comuni identificano un'area ben definita, quella confinante con l'orvietano, nella quale l'informazione relativa all'esistenza e all'attività del Consorzio appare del tutto insufficiente, per cui difficilmente iniziative supportate da questo ente potrebbero essere ben comprese dalla popolazione. Bagnoregio e Lubriano sono invece i comuni nei quali la popolazione è maggiormente consapevole dell'esistenza e delle attività del Consorzio: questo dato può essere facilmente spiegato considerando che la sede del Consorzio si trova proprio a Bagnoregio.

Anche per quanto riguarda gli intervistati di diverse fasce di età la conoscenza del Consorzio Teverina e delle sue funzioni appare distribuita in modo alquanto disomogeneo. I più informati sono gli adulti da 30 a 45 anni, quelli cioè che hanno in età giovanile alla costituzione del Consorzio Teverina, avvenuta nei primi anni '90. Fra le persone di mezza età (46-65 anni) e gli anziani invece, è quasi sempre nota l'esistenza del Consorzio, ma non altrettanto facilmente gli intervistati riescono a descriverne le funzioni. La fascia di età nella quale la conoscenza del Consorzio Teverina è più carente è quella dei giovani fino a 30 anni, quasi la metà dei quali non ne ha mai sentito parlare. Anche qui, ciò potrebbe essere dovuto alla scarsa attività svolta negli ultimi 5-10 anni da parte del Consorzio, che ha impedito a questi ragazzi di entrare in contatto con iniziative e progetti promossi da questo ente a livello territoriale. Da ciò emerge sicuramente la primaria necessità di ricostruire una conoscenza di questo ente presso le fasce più giovani della popolazione nel momento in cui si vogliono mettere in pratica iniziative di valorizzazione dell'area Teverina promosse dal Consorzio.

L'analisi dell'ambiente sociale dell'area oggetto di studio ha riguardato anche l'esistenza di un senso di appartenenza al territorio comune da parte dei cittadini dei sei comuni del Consorzio. In una delle domande del questionario veniva infatti chiesto di quantificare, in una scala da 1 a 5, l'affinità del proprio comune di residenza con gli altri comuni della Teverina. I valori rilevati sono in generale piuttosto bassi, con una media complessiva che raggiunge appena 2,26 punti. Questo dato può essere interpretato come una misura complessiva dell'affinità che i residenti dei sei comuni della Teverina percepiscono tra i propri paesi, rivelando lo scarso senso di appartenenza dei cittadini nei confronti del proprio territorio che si manifesta con una scarsa considerazione degli altri comuni che lo compongono. Alcune tendenze particolari sono però ravvisabili, in particolare la tendenza degli abitanti dell'area a vedere Bagnoregio come un punto di riferimento e l'isolamento del comune di Celleno che gode di pochissima considerazione fra gli abitanti di tutti gli altri paesi. Sono invece i cittadini dei comuni più piccoli – Lubriano e Graffignano – a manifestare una più marcata appartenenza al territorio comune della Teverina, tendenza che si può interpretare come una propensione dei piccoli comuni a sentirsi parte di un'entità di più grandi dimensioni.

Da questi risultati emerge dunque la generale mancanza di un vero e proprio senso di appartenenza al territorio da parte dei cittadini, che renderebbe inefficace qualunque strategia comune di valorizzazione della Teverina. Da questo punto di vista l'attività svolta dal Consorzio Teverina negli ultimi 10 anni, principalmente improntata al sostegno di progetti comunali di ristrutturazione e risanamento delle risorse storiche e naturali, sembra aver contribuito a sviluppare un certo campanilismo che appare un vero e proprio ostacolo alla realizzazione di progetti condivisi fra le varie amministrazioni.

La necessità di migliorare l'ambiente sociale locale per sviluppare una progettualità comune nel territorio emerge anche da un altro tassello dello studio, quello realizzato tramite *focus group* dei

sindaci delle sei amministrazioni del Consorzio Teverina. Questi incontri (4 incontri fra i mesi di aprile e maggio 2009) hanno infatti evidenziato una non trascurabile difficoltà di conciliare gli interessi delle diverse amministrazioni in un progetto unitario. Ciò è dovuto a un insieme di motivi quali storiche diffidenze, diversità degli orientamenti politici e diverso orizzonte progettuale che solo un confronto continuato e coordinato da una guida capace possono comporre.

3. Indirizzi per un turismo di qualità nell'area

Dall'analisi svolta nei precedenti paragrafi possono essere estrapolate le indicazioni per uno sviluppo turistico dell'area oggetto di studio. L'individuazione delle opportune strategie dovrà tenere conto, da un lato, del modificarsi della domanda turistica descritta nel primo paragrafo, dall'altro lato della necessità del territorio di portare avanti una programmazione unitaria.

A questo scopo può essere di aiuto sintetizzare la situazione in una matrice SWOT che evidenzii i punti di forza (*Strengthness*) e debolezza (*Weakness*) del territorio in esame e li metta in relazione con le opportunità (*Opportunities*) e le minacce (*Treats*) del mercato turistico di riferimento. Questo tipo di analisi, molto diffuso in diverse discipline economiche e sociali, è stato già proposto per la progettazione dello sviluppo turistico di alcuni distretti nel Rapporto ACI-CENSIS del 2001 a conferma della sua applicabilità nel campo della progettazione delle strategie turistiche.

La Figura 6 rappresenta la matrice SWOT del Consorzio Teverina rispetto alle possibilità di sviluppo turistico. La combinazione di punti di forza e debolezza del territorio con le opportunità e le minacce del mercato permette di individuare le opportune strategie per:

- sfruttare i punti di forza del territorio per cogliere le opportunità del mercato (riquadro S – O);
- evitare che i punti di debolezza del territorio impediscano di cogliere le opportunità del mercato (riquadro W – O);
- sfruttare i punti di forza per superare le minacce del mercato (riquadro S – T);
- evitare che i punti di debolezza possano far cadere il territorio nelle minacce del mercato (riquadro W – T).

	S – PUNTI DI FORZA Territorio naturale Punti di attrazione	W – PUNTI DI DEBOLEZZA Mancanza di coesione e identità
O - OPPORTUNITÀ Domanda turistica Risorse finanziarie e esistenza stessa del Consorzio Teverina	Interventi per la maggiore fruibilità delle risorse naturali. Incentivare il ruolo e le attività del Consorzio come elemento "territoriale".	Finanziare progetti per la costruzione di un capitale sociale. Finalità comuni per gli amministratori nella gestione del turismo.
T - MINACCE Competizione con aree limitrofe Turismo "mordi e fuggi"	Evidenziare le caratteristiche naturali e storiche del territorio nel suo complesso. Sfruttare Civita come punto di partenza per altre visite.	Evitare la marginalizzazione turistica. Evitare la gestione "campanilistica" delle risorse turistiche.

Figura 6: Matrice SWOT individuazione delle strategie di sviluppo turistico nel Consorzio Teverina

Fra i punti di forza del territorio sono state inserite quelle caratteristiche che rappresentano, in chiave turistica, delle potenzialità per l'area. Fra queste sono da annoverare, come si è detto nella presentazione del caso di studio, il valore naturale di un territorio unico e poco antropizzato e la presenza di numerosi punti di attrazione come l'abitato di Civita di Bagnoregio e il percorso della Strada del Vino. Questi punti di forza andrebbero sfruttati sia per cogliere le opportunità del mercato, sia per evitare di incorrere nelle minacce che questo presenta. Ad esempio, considerando che la domanda turistica si sta evolvendo verso una maggiore attenzione agli elementi naturali delle destinazioni, una possibile strategia potrebbe essere quella di promuovere le risorse naturali dell'area, rendendole più fruibili per i visitatori. Inoltre la valorizzazione del ruolo del Consorzio Teverina nella gestione condivisa del territorio e delle emergenze storiche e naturali fra i diversi comuni interessati potrebbero contribuire a cogliere le opportunità date dalla disponibilità di fondi di questo ente. D'altro canto, è necessario sottolineare le peculiarità del territorio della Teverina per limitare la competizione con le più note mete turistiche vicine e per arginare il fenomeno dei visitatori "mordi e fuggi" che passano nella Teverina non più di un paio d'ore, solitamente per visitare solo l'abitato di Civita di Bagnoregio. Questo forte punto di attrazione potrebbe essere convenientemente utilizzato come punto di partenza per intercettare visitatori interessati a scoprire i centri storici limitrofi, il parco del Calanchi, la Strada del Vino etc.

I punti di debolezza del territorio sono invece sicuramente rappresentati dalle caratteristiche dell'ambiente sociale, così come emerse dall'indagine diretta. Ci riferiamo principalmente allo scarso senso di coesione della popolazione e alla mancanza di un'identità comune agli abitanti dei diversi comuni che, attraverso l'ente Consorzio, si propongono di avviare una progettualità comune. Per evitare che questa situazione possa impedire di cogliere le opportunità del mercato turistico è innanzitutto necessario iniziare la costruzione di un ambiente sociale più idoneo all'applicazione di strategie condivise per lo sviluppo del turismo. Si rischierebbe altrimenti che tali strategie, pur valide, si possano arenare sui conflitti campanilistici diminuendo le ricadute positive sul benessere della popolazione. Questo processo passa sicuramente attraverso la progettazione di una serie di iniziative nelle scuole e nelle piazze che vadano a coinvolgere tutti i cittadini della Teverina sviluppando in loro un senso di appartenenza al territorio comune, ma deve contemporaneamente coinvolgere anche gli amministratori che devono fare uno sforzo per accordarsi su finalità comuni. Infine, bisogna assolutamente evitare che l'inadeguatezza dell'ambiente sociale esponga il territorio a fenomeni di marginalizzazione turistica causati da una mancanza di identità della destinazione turistica. Un primo passo potrebbe essere quello di invertire l'attuale tendenza a gestire a livello comunale risorse naturali e storico-artistiche che dovranno invece essere considerate patrimonio di tutto il comprensorio.

Conclusioni

Le considerazioni esposte nei paragrafi precedenti permettono di tracciare alcune riflessioni conclusive sia, a livello generale, sull'importanza dell'ambiente sociale di una destinazione turistica sia, con riferimento al caso di studio, sulle strategie di sviluppo turistico da implementare nel territorio del Consorzio Teverina.

Come si è visto, una delle risorse locali di fondamentale importanza per sostenere lo sviluppo turistico di un territorio è la qualità dell'ambiente sociale, intesa come capacità degli attori locali di cooperare e mantenere una propria identità di fronte al flusso dei visitatori. Ciò diviene indispensabile anche per riuscire a cogliere, come comunità piuttosto che come singoli individui, le opportunità che lo sviluppo del turismo porta con sé, specie nelle sue nuove forme "di nicchia" attente alle identità e alle tradizioni locali. Opportunità che, come sottolineato da diversi degli autori citati, riguardano lo sviluppo dell'economia locale, la crescita sociale e la conservazione dell'ambiente.

Nel caso più specifico del territorio oggetto di studio l'indagine svolta ha permesso di identificare una serie di risorse locali (naturali, storiche, ambientali, enogastronomiche) particolarmente adatte a un proficuo sviluppo turistico, alle quali si contrappone però un ambiente sociale scarsamente coeso e poco propenso ad agire in modo condiviso. Questo è il motivo per cui le strategie

specifiche per lo sviluppo di un turismo di nicchia nel Consorzio Teverina, individuate attraverso l'analisi SWOT, fanno perno proprio sulla (ri)costruzione di un senso di appartenenza al territorio e di una identità della popolazione, che si rifletta in una maggiore coesione e unitarietà di obiettivi fra gli abitanti dell'area. D'altra parte è l'esistenza stessa dell'ente Consorzio Teverina a suggerire questa strada, se si vuole perseguire un progetto unico tra le diverse amministrazioni nella messa a punto di politiche di promozione di un turismo di qualità nell'area.

Qualora si riuscisse a raggiungere tale scopo, tutta la comunità locale diverrebbe soggetto attivo della proposta turistica e allo stesso tempo componente fondamentale di un'offerta turistica di qualità.

BIBLIOGRAFIA

- ANASTAT (A cura di) (2008). *Indagine conoscitiva sulla domanda turistica nella Provincia di Viterbo*. Viterbo.
- Battilani, P. (2001). *Vacanze di pochi, vacanze di tutti*. Bologna: Edizioni Il Mulino.
- Bella, G. (2003). *L'impatto del turismo sulla "popolazione" degli abitanti*. Torino: Atti del IV Convegno nazionale dei sociologi dell'ambiente.
- Bencardino, F. & Marotta, G. (2004). *Nuovi turismi e politiche di gestione delle destinazioni. Prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania*. Milano: Franco Angeli.
- Brundtland, G.H. & Khalid, M. (A cura di) (1987). *Our common future. Brundtland commission (WCED) report*. Oxford: Oxford university press.
- CENSIS Servizi s.p.a. (A cura di) (2001). *Rapporto turismo italiano 2001. I distretti turistici italiani: l'opportunità di innovare l'offerta*. Roma: ACI - Direzione Centrale Studi e Ricerche.
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues and findings. *Annual Review of Sociology*, 10.
- Dallari, F. (2007). Il turismo per lo sviluppo locale e la competitività internazionale. In F. Bencardino & M. Prezioso, *Geografia del turismo*. McGraw-Hill Companies srl.
- DISTATEQ (2009). *Osservatorio prospettico per l'analisi della situazione occupazionale degli over 50 in provincia di Viterbo*. Viterbo: Relazione finale Progetto CHRONOS.
- D'Amico, A. (2006). *De-marketing e turismo sostenibile*. Parma: Atti del III Convegno annuale della Società Italiana di Marketing.
- Ercole, E. (2007). *Il turismo come fattore di sviluppo nelle città' di medie dimensioni*. Milano: Atti della XXV Conferenza italiana di scienze regionali.
- Finocchiaro, E. (2007). Sviluppo locale, processi di governance, trasformazione delle dinamiche istituzionali. *Sociologia Urbana e Rurale*, 84.
- Gubert, R. & Pollini, G. (2002). *Turismo, fluidità relazionale e appartenenza territoriale*. Milano: Franco Angeli.
- ISTAT (2008). *Mappe, popolazione e statistiche demografiche dei comuni italiani*. From <http://demo.istat.it>
- ISTAT (2001). *Datavarehouse 14° Censimento generale popolazione e abitazioni*. From <http://dawinci.istat.it/>
- Nocifora, E. (2001). *Itinerari. Dal Grand Tour al turismo post-moderno*. Milano: Edizioni Le Vespe.
- Viridi, R. (2008). Viaggi e vacanze...di nicchia. La riscoperta del genius loci. *Turismo e Psicologia*, 91-103.