

Dipartimento di Scienze Politiche

Politica Economica Europea

**“Turismo esperienziale all’interno della  
Politica di Sviluppo Rurale  
dell’Unione Europea”**

RELATORE

Prof. Luciano Monti

CANDIDATO

Lorenzo Polidori

Matr. 071382

**ANNO ACCADEMICO 2014/2015**

*A mio nonno Oviero,  
a mia nonna Angela,  
a mio fratello Simone,  
ai miei genitori  
e ai miei zii Mirella e Terenzio*

## **Ringraziamenti**

Un ringraziamento speciale, oltre a coloro che sono nella dedica, va ai miei zii Anna Maria e Umbertino, ai miei nonni Dario e Giuliana e a tutti i parenti che mi hanno sostenuto e aiutato per raggiungere questo traguardo.

Allo stesso tempo voglio ringraziare i miei amici, compagni di avventure, che mi sono sempre stati vicino, in ogni situazione. Non saprei come fare senza di loro.

Un grazie alla Maestra Rosalba, donna dal grande cuore.

Un grazie, infine, agli autorevoli rappresentanti delle Istituzioni intervistati, Giampiero Giulietti, Fernanda Cecchini e Mariano Tirimagni, ad Anastasia dell'Associazione BAI e al Sig. Montanari del GAL Alta Umbria, che mi hanno fornito tutte le informazioni di cui avevo bisogno.

# Indice

Abbreviazione e sigle usate	5
Introduzione	7
Capitolo 1: La letteratura dedicata al turismo esperienziale	10
Capitolo 2: Contenuti specifici del Piano di Sviluppo Rurale (PSR)	23
2.1 Premessa alle interviste	38
2.2 Intervista a Giampiero Giulietti	39
2.3 Intervista a Fernanda Cecchini	41
2.4 Intervista a Mariano Tirimagni	42
Capitolo 3: Progetti di turismo esperienziale finanziati dal PSR	50
Capitolo 4: Caso concreto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”	58
Conclusione	77
Abstract	79
Bibliografia	81
Pubblicazioni e articoli online	81
Documentazione	83
Sitografia	84

## **Abbreviazioni e sigle usate**

AdG = Autorità di Gestione

AGEA = Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura

AITR = Associazione Italiana Turismo Responsabile

ANCI = Associazione Nazionale Comuni Italiani

ATI 1 = Ambito Territoriale Integrato Uno

BAI = Borghi Autentici d'Italia

CECA = Comunità Europea del carbone e dell'acciaio

CEE = Comunità Economica Europea

CO = Comunità Ospitali

ENIT = Agenzia Nazionale del Turismo

FEAGA = Fondo Europeo Agricolo di Garanzia

FEAMP = Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca

FEASR = Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale

FESR = Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Fondi ESI = Fondi Strutturali e di Investimento Europei

FSE = Fondo Sociale Europeo

GAL = Gruppo di Azione Locale

LEADER = Liaisons Entre Action de Développement de l'Economie Rurale

MiBACT = Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

OMC = Organizzazione Mondiale del Commercio

PAC = Politica Agricola Comune

PMI = Piccole e Medie Imprese

PSL = Piano di Sviluppo Locale

PSN = Piani Strategici Nazionali

PSR = Piano di Sviluppo Rurale o Programma di Sviluppo Rurale

QCMV = Quadro Comune per il Monitoraggio e la Valutazione

QSC = Quadro Strategico Comune

RESR = Rete Europea per lo Sviluppo Rurale

RNCO = Rete Nazionale delle Comunità Ospitali

RRD = Rete Ricettiva Diffusa

SISR = Sistema Informativo sullo Sviluppo Rurale

TAC = Turismo-Ambiente-Cultura

UE = Unione Europea

UNWTO = United Nation World Tourism Organization

## Introduzione

Il turismo esperienziale e la grande questione dei finanziamenti europei, nella fattispecie le risorse impegnate nei Piani di Sviluppo Rurale (PSR) regionali, sono di estrema attualità, perché rappresentano due problematiche che potrebbero rivelarsi, se sfruttate adeguatamente su tutto il territorio nazionale, un'occasione unica per rilanciare l'economia italiana.

All'interno della ricerca risulteranno importanti gli orientamenti comunitari, che rappresentano le linee guida su cui si fondano i Piani di Sviluppo Rurale Nazionali (PSN), grazie ai quali vengono fissati gli obiettivi statali, in base alle necessità e problematiche, così da poter rigirare i fondi alle Regioni. Inoltre sono necessari per creare una vera strategia nazionale coordinata. Poi ci sono i vari Piani di Sviluppo Rurale (PSR) regionali, che vengono approvati a livello europeo. L'Ente stabilisce a quali risorse europee attingere in base alle necessità territoriali. Questi fondi vengono attribuiti a ogni regione con i criteri fissati dall'UE, come quello di popolazione, densità degli abitanti (più è basso e maggiore sarà il ritardo dell'area, questo significa più risorse per colmare tale problema), dove l'aspetto dell'agricoltura è più rilevante...

Nel maggio del 2014 sono stato eletto consigliere di un comune di quasi 2900 abitanti, Fossato di Vico (PG). Al momento di distribuire gli incarichi, mi sono stati affidati i compiti di collaborazione in materia di cultura e turismo. Prima di allora non avevo mai affrontato approfonditamente queste due tematiche, se non dal di fuori, parlandone con amici davanti a una bevanda al bar o durante gli eventi che si svolgevano nel mio comune. Entrando all'interno del sistema amministrativo locale, ho constatato tangibilmente che l'enorme patrimonio culturale e turistico di cui disponiamo non è mai stato sfruttato appieno e che, in molti casi, l'interesse è stato solo di facciata.

Come amministratore sono partito dalla realtà di Fossato, del territorio circostante e del Parco del monte Cucco. Mi sono subito accorto che la situazione è difficile, per di più aggravata dall'ultima crisi economica che ha messo in ginocchio anche l'area industriale del mio comune. Avendo ben chiaro che una realtà piccola come Fossato non ce l'avrebbe mai fatta da sola ad emergere, come primo atto, mi sono battuto per entrare a far parte dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia e, subito dopo, per aderire al progetto "Rete Nazionale delle Comunità Ospitali", promosso dalla medesima Associazione.

Grazie a questo progetto, che vuole promuovere i piccoli borghi aiutandoli a costruire un offerta turistica competitiva, sul mercato nazionale e internazionale, basata sul concetto di “esperienza”, ho cominciato ad interessarmi al tema del cosiddetto “turismo esperienziale”, a cui ho subito associato l’annosa questione dei fondi europei, in virtù dei quali sarebbe davvero possibile effettuare progetti di sviluppo turistici nei vari comuni. In particolare mi sono occupato al Piano di Sviluppo Rurale della Regione Umbria, con il quale è stato possibile realizzare molti interventi di varia natura, anche nel mio comune, come la cartellonistica, percorsi e itinerari tematici, palestre all’aperto, punti WI-FI gratuiti... Ciò si è potuto attuare anche per la competenza maturata in materia dalla Regione Umbria, che è risultata una delle regioni più virtuose riguardo allo sfruttamento dei fondi europei, mostrandosi un vero motore propulsore, anche grazie ai vari GAL, capaci di indirizzare le risorse provenienti dall’Europa a favore delle necessità e delle richieste dei vari territori e amministrazioni comunali.

Ampliando l’orizzonte a livello nazionale, ho constatato quanto risponda al vero la considerazione che l’Italia non sfrutti appieno queste risorse, specialmente al Sud. A offrirmi un quadro preciso dello stato dell’arte in Italia è stato l’on. Giampiero Giulietti, deputato al Parlamento e membro della Commissione permanente V Bilancio e Tesoro e della Commissione permanente XIV Politiche dell’Unione europea, da me intervistato il 6 agosto 2015. Ex sindaco di Umbertide (PG), umbro come me, mi ha spiegato esaurientemente la situazione a livello italiano quali potrebbero essere le soluzioni per ovviare a ciò, infine, quali sono i provvedimenti che il governo centrale ha intenzione di intraprendere.

Nella mia ricerca analizzo, inizialmente, la letteratura sul turismo esperienziale, rilevatasì innovativa e davvero adeguata per le nuove offerte turistiche, per quanto ci sia ancora molto da scrivere su questo argomento, in quanto finora trattato in modo insufficiente. In seguito ho descritto nel dettaglio il Piano di Sviluppo Rurale (PSR), così da poter poi analizzare quante e quali risorse l’Italia è riuscita a sfruttare e non provenienti da questo fondo. Dopo aver inquadrato sia la dottrina del turismo esperienziale, sia il PSR, ho esaminato i vari progetti inerenti all’argomento attuati in Italia, grazie ai fondi provenienti dal PSR, in modo tale da avere la prova concreta di come si possano sfruttare queste disponibilità per strutturare un determinato percorso turistico e rilanciare il turismo dei piccoli centri e dell’Italia in generale. Infine, nel secondo e ultimo capitolo, ho trattato il

caso concreto del progetto turistico “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali” (RNCO), per constatarne il valore concreto e le sue potenzialità, per intraprendere un’esperienza inedita sia in Italia sia in Europa.

*Di tutti i libri,  
quello che preferisco è il mio passaporto,  
l'unico in ottavo che apre le frontiere.*  
(Alain Borer)

## Capitolo 1

### La letteratura dedicata al turismo esperienziale

Nel XXI secolo un verbo chiave della nostra cultura e del nostro parlar comune è “viaggiare”, una parola collegata a sua volta a quella di turismo, definito dall’Enciclopedia Treccani come “l’insieme di attività e di servizi a carattere polivalente che si riferiscono al trasferimento temporaneo di persone dalla località di abituale residenza ad altra località per fini di svago, riposo, cultura, curiosità, cura, sport ecc.”. Il turismo è pertanto trasferimento ciclico: partenza dal domicilio abituale, arrivo ed eventuale soggiorno nella località di destinazione, ritorno alla località di partenza.” Il turismo si sviluppò, eccetto qualche antecedente storico proveniente da fonti storico – letterarie, con gli antichi Romani, quando le persone privilegiate passavano lunghi periodi nelle ville di località climatiche (Formia, Ischia, Capri...), lontane dalla casa di residenza<sup>1</sup>. Durante il Medioevo i viaggi erano di carattere commerciale o religioso. Le strade erano pericolose. Si percorrevano le grandi vie, come la “via della seta”, per commerciare; invece i pellegrini e i monaci cristiani si dirigevano verso i più famosi luoghi di culto, Roma, Gerusalemme e Santiago di Compostela, attraversando le strade che prendono il nome delle stesse destinazioni; invece i musulmani verso La Mecca e Medina<sup>2</sup>. Nel periodo rinascimentale i patrizi prediligevano le residenze di campagna e i lunghi viaggi, come quello effettuato dal francese Michael de Mountaigne in Italia. Il XVIII e XIX secolo videro realizzarsi il primo avvenimento turistico accertato, che è all’origine del medesimo nome, cioè il “*Gran Tour*”, un viaggio d’istruzione necessario

---

<sup>1</sup>Secondo Piasto, *Grande dizionario enciclopedico UTET*, IV Edizione, XX libro TIE-Z, Unione Tipografico-Editrice Torinese, 1991, p. 441.

<sup>2</sup>Benedetta Chiesi, *Il Medioevo in viaggio. (Catalogo della mostra Firenze, 20 marzo-21 giugno 2015)*, Giunti Editore, 2015, pp. 116-118, 188-190.

al completamento dell'istruzione dei giovani figli di famiglie aristocratiche. Solo nell'Ottocento si può cominciare a parlare di turismo vero e proprio<sup>3</sup>.

In quel periodo molti scrittori trovavano l'ispirazione in luoghi diversi: campagne, città, villaggi...Questi posti oggi sono chiamati "Parchi letterari". Lo scopo è quello di far rivivere, attraverso percorsi sensoriali, il ricordo di molti letterati e far provare, toccare, sentire, gustare e osservare tutto ciò che ha condotto questi autori a scrivere le proprie opere. I Parchi consentono di conoscere ulteriormente tali scrittori a livello umano: i loro pregi, i difetti, le simpatie e le debolezze. Il fondatore di ciò è stato Stanislavo Nievo, successore di Ippolito Nievo, che voleva preservare le storie letterarie e le pietre del proprio Castello di Colloredo di Montalbano in Friuli, dove il suo avo scrisse "Confessioni di un italiano" (1867)<sup>4</sup>.

Nel 1841 Thomas Cook fondò la prima agenzia di viaggio "*Thomas Cook and Son*" e il 5 luglio 1841 organizzò il primo itinerario, 11 miglia, da Leicester a Loughborough. Vi parteciparono 570 persone con un costo di uno scellino a testa, compreso il prezzo del treno e il pasto della giornata. In questa data nacque il viaggio organizzato<sup>5</sup>.

Tra il 1800 e il 1900 Joseph Conrad (1857-1924), scrittore polacco naturalizzato britannico, scrisse romanzi capaci di ricreare abilmente atmosfere esotiche (Africa, Russia, Svizzera...) e di riflettere i dubbi dell'animo umano in relazione con terre selvagge. I suoi sono scritti di avventura, ma ciò che Conrad vuol far risaltare sono i drammi interiori dei suoi personaggi. Alcuni dei suoi più famosi romanzi e racconti sono: *An outcast of the islands* (1896); *The nigger of the Narcissus* (1898), *Typhoon* (1903), *Nostromo* (1904) e *Under western eyes* (1911)<sup>6</sup>.

Nello stesso secolo ci fu un progresso di mezzi di comunicazione e di trasporto che rese il turismo accessibile a un numero maggiore di persone. Vennero pubblicate guide e carte geografiche e cominciarono a nascere i primi club, come quello alpino del CAI. Invece il

---

<sup>3</sup> Secondo Piasto, *Grande dizionario enciclopedico UTET*, cit., p. 441.

<sup>4</sup> Società Dante Alighieri, *I Parchi Letterari*, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.parchiletterari.com/index.php>.

<sup>5</sup> Claudio lo Tufo, *Thomas Cook l'inventore delle vacanze*, IITempo.it, 28 Novembre 2013, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.iltempo.it/rubriche/girovagando/2013/11/28/thomas-cook-l-inventore-delle-vacanze-1.1193373>.

<sup>6</sup> Wikipedia, *Joseph Conrad*, viewed 22 Settembre 2015, [https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Conrad](https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph_Conrad) e Enciclopedia Treccani.it, *Conrad, Joseph*, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.treccani.it/enciclopedia/joseph-conrad/>.

turismo marittimo fu ideato con scopi salutistici e terapeutici. Cominciarono ad essere organizzati viaggi su treni e crociere. Nel periodo tra le due guerre mondiali il turismo poté svilupparsi, grazie ad appositi provvedimenti, come l'introduzione dei treni popolari domenicali diretti al mare. Invece nel secondo dopoguerra ebbe origine il turismo di massa. Il mare divenne luogo di frequentazione per le sue belle ed inesplorate spiagge e nel frattempo si sviluppò anche il turismo montano. Inoltre le attività turistiche si diffusero in tutte le loro forme: naturalistiche, sportive, culturali...<sup>7</sup>

Con l'espandersi di questo fenomeno, nel 1947 venne fondato lo "United Nation World Tourism Organisation" (UNWTO), con sede momentaneamente a l'Aja, Olanda. Nel 1963 a Roma si tenne la Conferenza delle Nazioni Unite su Turismo e Viaggi Internazionali. In questa sede vennero adottate raccomandazioni riguardo i termini "visitatore" e "turista", la semplificazione delle formalità di viaggi internazionali e una risoluzione generale sullo sviluppo del turismo, compresa la cooperazione tecnica, la libertà di movimento e l'assenza di discriminazioni<sup>8</sup>.

Il 27 e 28 aprile 1995 a Lanzarote, Isole Canarie, Spagna venne promulgata la "Carta per un Turismo Sostenibile", redatta durante una Conferenza Mondiale sul medesimo tema. Il nuovo argomento può essere definito, al primo punto della Carta, come: "ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali... consentendo la salvaguardia del nostro capitale naturale e culturale... il turismo, come potente strumento di sviluppo, può e dovrebbe partecipare attivamente alla strategia di sviluppo sostenibile". In questa Carta viene esplicitato, l'attenzione per gli equilibri naturali, culturali e umani, il sostegno alle comunità locali, la solidarietà e il rispetto reciproco, la presa di consapevolezza del valore delle risorse naturali e culturali. Inoltre viene sottolineata l'importanza della coesione economica e sociale tra i popoli della Terra, al fine di realizzare uno sviluppo sostenibile<sup>9</sup>.

Nel corso del tempo il turismo si è evoluto, ma l'industria turistica è rimasta sostanzialmente statica, in quanto fonda la propria capacità competitiva sulla reiterazione del prodotto e dello stesso modello di offerta. Se si prende in esame una canzone degli

---

<sup>7</sup> Secondo Piasto, Grande dizionario enciclopedico UTET, cit., p. 441.

<sup>8</sup> UNWTO, *History of UNWTO*, viewed 21 Agosto 2015, <http://www2.unwto.org/content/history-0>.

<sup>9</sup> Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, *Carta per un Turismo Sostenibile*, Lanzarote, 27/28 Aprile 1995.

anni Sessanta che faceva “per quest’anno non cambiare, stessa spiaggia, stesso mare<sup>10</sup>”, si può evincere che oggi è necessario cambiare il “racconto del mare”, il modo di rappresentarlo e di venderlo<sup>11</sup>.

Le motivazioni secondo le quali le persone scelgono la destinazione possono essere suddivise in due grandi classi:

- Motivazioni o desiderio di svago, cioè ricerca del divertimento e riposo;
- Motivazioni o desideri culturali, cioè ricerca di conoscenza, di apprendimento e di novità.<sup>12</sup>

Allo stesso tempo si possono fare ulteriori divisioni riguardo ai motivi per cui s’intraprende un viaggio. Molti partono per sfuggire da realtà oppressive, per riscoprire se stessi, per rafforzare o ricostruire un rapporto di coppia<sup>13</sup>.

Infatti, secondo molte e diverse ricerche approfondite a livello nazionale e internazionale, la decisione della destinazione per colui che ama viaggiare si costituisce di diversi steps. Il turista desidera scegliere determinate attività e vivere particolari esperienze in specifici contesti. Predilige innanzitutto il tipo di vacanza che vuole svolgere e, solo dopo, la località necessaria per svolgere tale bisogno, che può essere di tipo culturale, rilassante, divertente...<sup>14</sup>

I consumatori, oggi, non si domandano più che cosa vorrebbero possedere che ancora non hanno, ma cosa desidererebbero fare o sperimentare che ancora non hanno provato, che faccia sentir loro emozioni nuove o che riportino alla propria mente vecchi ricordi o impressioni. Questa nuova forma di turismo sta emergendo rapidamente come una nuova industria determinando così la “mercificazione di un’esperienza culturale”<sup>15</sup>. Dopo

---

<sup>10</sup> Canzone di Piero Focaccia, *Stessa spiaggia, stesso mare*, 1963

<sup>11</sup> Tonino Pencarelli-Fabio Forlani, *Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell’economia delle esperienze*, Sinergie rivista di studi e ricerche, 2011.

<sup>12</sup> Fabio Forlani, *Esperienze, Marketing e Territorio, uno schema logico per l’analisi e la gestione dei sistemi d’offerta turistica territoriale*, Tesi di dottorato, Università degli Studi di Genova, 2004.

<sup>13</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, *Dal Prodotto all’esperienza*, Hoepli, Milano, 2011, p. 1.

<sup>14</sup> Lorenza Rossini, *La pianificazione turistica a livello territoriale: il piano di marketing territoriale*, in *Pencarelli*, (a cura di), Lettere di economia e management delle organizzazioni turistiche, Edizioni Golirdiche, Trieste, 2003.

<sup>15</sup> Jeremy Rifkin, *L’era dell’accesso. La rivoluzione della new economy*, Oscar Mondadori, 2000, Milano, pp. 193-195.

queste osservazioni, a mio avviso, necessarie per introdurre l'argomento, si può cominciare a parlare di turismo esperienziale.

Un significativo esempio di tale fenomeno è la ragione per cui oggi molti turisti non si recano in grandi centri d'interesse culturale, ma in zone rurali. In questi posti, in questi suggestivi e sperduti luoghi è possibile trovare un'immagine di ruralità, di tradizioni, che stanno scomparendo. L'idea di romanticismo, di uno stile di vita semplice e genuino, che non tutti conoscono, di pace e di solitudine, necessaria per staccare dalla quotidiana routine per rilassarsi e per intraprendere numerose opportunità all'aperto, spinge i turisti a scegliere dove poter compiere attività di carattere sportivo, culturale, folkloristico, culinario... Inoltre qui è possibile provare emozioni lontane da quelle dello stile dei grandi centri urbani, come la nostalgia per le proprie origini, ritrovare l'attaccamento per i più basilari aspetti della vita, oppure ripristinare il contatto perduto con la natura. Quest'ultima, a volte, rimane sconosciuta per coloro che vivono in grandi città o metropoli. Pertanto si può desumere che questo tipo di vacanze sono predilette da coloro che vivono nelle grandi aree urbane, dove la vita per la maggior parte delle volte, può considerarsi monotona, congestionata, complessa e addirittura inumana<sup>16</sup>.

Molto importanti sono gli assunti proposti da Pine e Gilmore. Essi affermano che si sta verificando una massificazione (un'offerta sempre più ampia e con costi sempre minori) dei servizi proposti, ma che allo stesso tempo si sta formando una forte domanda di esperienze. Secondo Pine e Gilmore il nostro secolo sarà caratterizzato dal passaggio dall'economia dei servizi a un'economia basata sulla rappresentazione di esperienze, come eventi o situazioni che rimangono impressi nella mente e nell'animo del turista. Importanti sono i fornitori dei servizi, i quali devono configurare appropriatamente i propri beni che permetteranno loro di fornire una quantità di attività e offerte auspiccate dal cliente<sup>17</sup>.

Per creare una vera e propria esperienza turistica è necessario mettere in rete tutte le risorse locali che possono essere: patrimonio storico–artistico, patrimonio naturalistico,

---

<sup>16</sup> Sandra Maria Correia Loureiro, *Tourism in Rural Areas: Foundation, Quality and Experience*, Visions for Global Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies, edited by Dr. Murat Kasimoglu, InTech, 2012, capitolo 21, pp. 441-442, 452-455.

<sup>17</sup> Joseph Pine-James Gilmore, *L'economia delle esperienze*, Etas, Milano, 2000.

eventi e vita della comunità, patrimonio culturale, storie, racconti, leggende, aneddoti, produzioni artigianali locali, la loro dimostrazione, prodotti agroalimentari...

Inoltre, per creare un'esperienza efficace, è essenziale che ci sia una sinergia tra i protagonisti del territorio, i quali sono i produttori di esperienze: strutture ricettive, imprese di ristorazione, aziende agroalimentari e di artigianato, agenzie di promozione turistica, Pro Loco locali, associazioni, guide escursionistiche, centri di educazione ambientale... ma un ruolo fondamentale lo svolgono i cittadini, senza i quali non è possibile promuovere appieno le tipicità del luogo, creare una vera offerta esperienziale e cercare di far sentire i turisti parte della comunità locale, cioè cittadini momentanei di quel luogo<sup>18</sup>.

Nel turismo esperienziale si tende a creare “situazioni spettacolari in cui l'impresa turistica o la località turistica funzionano come se fossero teatri”. Inizialmente è importante analizzare il ruolo che svolge il turista nel corso dell'esperienza. Esso è uno “spettatore–attore coinvolto, soggetto attivo”, cioè ospite che partecipa alla rappresentazione teatrale messa in scena. Tale partecipazione tende ad essere più “collettiva”, in quanto non si può prescindere dalla presenza di altri turisti, che costituiscono comunità provvisorie, con i quali si instaura un rapporto, che potrebbe durare oltre il periodo della vacanza.

Il valore dell'esperienza diviene essenziale grazie alla qualità della rete di relazioni che si mette in gioco al fine di assicurare l'offerta dell'esperienza. Allo stesso momento la rappresentazione dell'esperienza lontana della realtà del luogo, o addirittura inventata, porta a creare esperienze non vere e non credibili, specialmente durante il contatto tra i turisti e la località locale. Vi potrebbe essere la probabilità che alcune comunità non vogliono mischiarsi con i residenti temporanei del luogo e non vogliono condividere con loro la loro autentica cultura. In questo caso la comunità locale non sarà incentivata a rappresentare nel modo migliore l'esperienza, ma addirittura potrebbe recitare copioni precostituiti; così si mette in scena uno pseudo evento. Pertanto si generano esperienze

---

<sup>18</sup> Progetto turistico Rete Nazionale delle Comunità Ospitali (slide 9-10), Associazione Borghi Autentici d'Italia

non autentiche che possono risultare non appaganti per i residenti momentanei del luogo, in quanto si realizzano situazioni artificiali, non vere e in certi casi addirittura banali<sup>19</sup>.

Il produttore di esperienze, per realizzare una nuova e accattivante offerta nel suo complesso, deve conoscere come essa si struttura. Il processo di coinvolgimento del “turista cliente/ospite” si schematizza utilizzando due dimensioni, all’interno del modello degli “ambiti dell’esperienza”.

- La prima è il livello di partecipazione degli ospiti:
  - partecipazione passiva, dove i turisti non agiscono e non influiscono in modo diretto (es: coloro che ascoltano un concerto);
  - partecipazione attiva, dove i clienti agiscono sulla performance o sull’evento, il quale produce esperienza (es: coloro che partecipano attivamente alla realizzazione di un prodotto artigianale).
- La seconda dimensione “descrive il tipo di connessione o coinvolgimento ambientale che unisce i clienti con l’evento”:
  - assorbimento: l’esperienza entra all’interno della mente della persona (es: ascoltare una lezione);
  - immersione: la persona entra nell’esperienza, prendendovene attivamente parte (es: partecipare a un esperimento).

Unendo queste due dimensioni si definiscono i quattro ambiti, che sono: intrattenimento, educazione, esperienza estetica ed evasione. Sono mescolate tra loro in proporzioni diverse, in base al tipo di esperienza e al livello di coinvolgimento. Quest’ultimo dipende sia dalla persona che beneficia dell’esperienza sia dall’organizzazione che la inscena.

Possiamo descrivere i quattro tipi di ambiti:

- ambito dell’intrattenimento: si riscontra quando i turisti “assorbono passivamente le esperienze attraverso i sensi”, come quando ad esempio si ascolta musica. Con lo svilupparsi di queste conoscenze, la gente ne cercherà di più singolari e articolate;

---

<sup>19</sup> Tonino Pencarelli-Fabio Forlani, *Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell’economia delle esperienze*, cit., pp. 244-245.

- ambito dell'educazione: si verifica quando il turista assorbe gli eventi, ciò implica la partecipazione attiva dell'individuo o a livello mentale o a livello fisico;
- ambito dell'esperienza estetica: si riscontra quando il turista è immerso in un evento o in un determinato luogo, non influenzando sull'ambiente circostante. Un esempio di esperienza estetica è visitare il Colosseo o un parco naturale o un parco a tema. È importante ricordare che non esiste un'esperienza artificiale, in quanto ogni esperienza creata dall'uomo è reale, indipendentemente che sia naturale o non;
- ambito dell'evasione: questo tipo di ambito si ha quando c'è un'immersione profonda ed un comportamento attivo della persona. Anche per ciò che riguarda l'esperienza estetica l'individuo è immerso ma passivamente. In questo caso il turista diviene attore e decide di scegliere quell'attività e il luogo dove potersi immergere. Un esempio è la pratica di determinati sport come il deltaplanismo, il *free climbing*...

Non è possibile limitare l'ospite ad un solo ambito. Pertanto chi opera nel business del turismo deve essere in grado di creare esperienze con all'interno tutti e quattro gli ambiti e che siano proiettate più verso un ambito rispetto a un altro in base alle richieste del turista<sup>20</sup>.

Negli ultimi anni internet ha profondamente cambiato i mercati turistici. La "rete" si caratterizza unicamente solo come canale di comunicazione o di promozione commercializzazione, ma ha rivelato altri modelli competitivi. Infatti "nuove economie non monetarie, ma altrettanto importanti, hanno portato alla ribalta diversi fattori competitivi<sup>21</sup>". Nel settore turistico elementi come l'immaginazione, l'esplorazione, il racconto, la scoperta... costituiscono il "processo di creazione del valore esperienziale". Pertanto si sta assistendo a un passaggio dall'economia dei prodotti all'economia dell'esperienza. Quest'ultima deve essere capace di creare, appunto, specifiche e rilevanti opportunità per i diversi target di turisti.

---

<sup>20</sup> Tonino Pencarelli-Fabio Forlani, *Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze*, cit., pp. 247-249.

<sup>21</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, *Dal Prodotto all'esperienza*, cit., p. 48.

È composta da quattro ambiti:

- economia dell'attenzione: essa tratta della visibilità, che è l'elemento per cui si possono creare modelli di business dell'attenzione. Molti sono i canali inerenti a questo scopo: TripAdvisor, social media, social network... Importante è la capacità di costruire e mantenere la concentrazione. La pubblicità è un ottimo esempio per creare attenzione, ma affinché ci sia visibilità è necessario creare interesse o attraverso il sistema d'offerta o tramite il passaparola, con valutazioni e commenti positivi da parte dei turisti. Pertanto si può affermare che l'attenzione è direttamente proporzionale alla reputazione, all'interesse suscitato, all'attrattività... un modo efficace è anche l'immersione all'interno dell'universo narrativo. Ad esempio la Regione Toscana ha deciso di spostare l'attenzione dalla proposta turistica all'esperienza di una vacanza, grazie al progetto “Voglio vivere così”;
- economia della conoscenza: “viene creata accostando la conoscenza di diverse persone ed ha valore se viene utilizzata all'interno delle relazioni<sup>22</sup>”. Senza queste non si crea un rapporto di fiducia e senza la conoscenza non si possono creare esperienze per i diversi target di turisti. Oggi nell'era del web è possibile comunicare e promuovere attraverso i nuovi mezzi di comunicazione. È basilare importare i flussi di conoscenza all'interno dell'impresa o dell'organizzazione, così da migliorare le prestazioni aziendali, ma allo stesso tempo è importante trasferire all'esterno l'innovazione generata internamente. La conoscenza necessaria per il design dell'esperienza turistica riguarda tre ambiti:
  - conoscenza dell'ambiente esterno: dei mercati, dei clienti, dei concorrenti...;
  - conoscenza dell'ambiente interno: della propria identità, della propria forza competitiva...;
  - conoscenza specifica della funzione: marketing territoriale e turistico e capacità di elaborare la conoscenza proveniente dall'esterno per adattarsi o per migliorare.

---

<sup>22</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, cit., p. 55.

Allo stesso tempo la gestione integrata dei flussi di conoscenza dà luogo a due macroflussi:

- gestione della conoscenza dall'esterno all'interno, che si può chiamare ascolto attivo, con l'obiettivo di migliorare continuamente la competitività dell'azienda grazie alla conoscenza esterna.
- gestione della conoscenza dall'interno all'esterno, che si può chiamare comunicazione attiva, con l'obiettivo di rafforzare il valore del marchio, chiamato anche *brand equity*, dell'azienda o dell'organizzazione di mercato<sup>23</sup>.

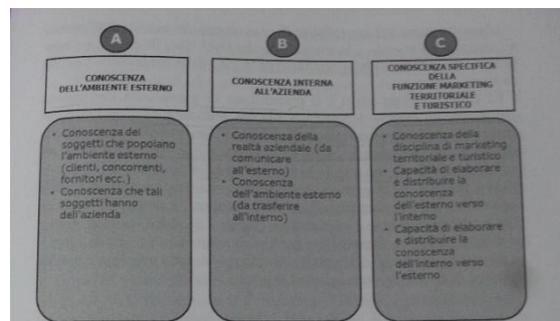


Figura 4.3 Gli ambiti di conoscenza del marketing turistico.



Figura 4.4 I due macroflussi di conoscenza: ascolto attivo e comunicazione attiva.

*I due macroflussi di conoscenza: ascolto attivo e comunicazione attiva.* Andrea Rossi e Maurizio Goetz, Tourist Experience Design, p.57

- economia della fiducia: molto importante nella scelta della destinazione turistica è la reputazione del luogo o della struttura ricettiva. Infatti in internet la cosa importante è essere scelti. La reputazione della destinazione è data da molteplici fattori come: ordine pubblico, accoglienza, ricettività, tradizioni, infrastrutture... Sono elementi da tenere in considerazione per il processo di design dell'esperienza turistica. Pertanto il giudizio dei viaggiatori risulta essenziale, in quanto può influenzare gli altri turisti positivamente o negativamente<sup>24</sup>;
- economia della condivisione e dell'attribuzione: all'interno dell'economia dell'esperienza la progettazione è aperta e partecipata grazie al coinvolgimento

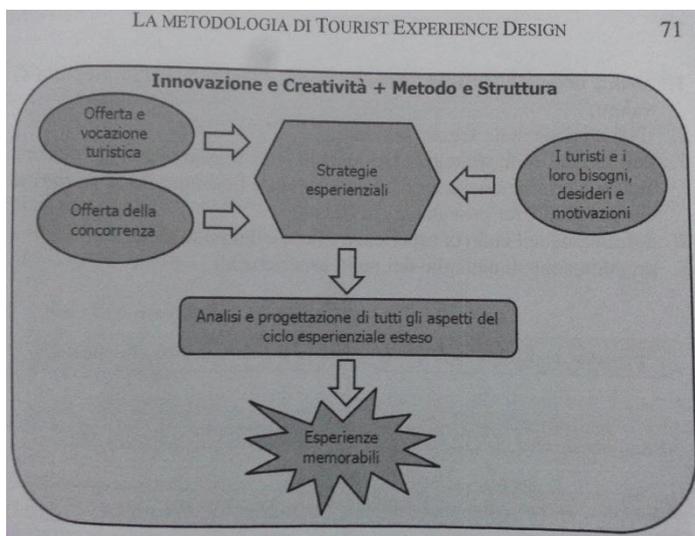
<sup>23</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, cit., pp. 48-59.

<sup>24</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, cit., pp. 59-61.

dei viaggiatori, ma anche della comunità locale, in quanto permette agli operatori di ottenere diversi vantaggi:

- sul piano della progettazione del sistema di offerta, in quanto ci si rivolge a un'intelligenza collettiva, che può trovare più spunti creativi rispetto a un gruppo di esperti;
- sul piano delle relazioni, in quanto coinvolgendo la comunità locali la si rende partecipe e coinvolta;
- sul piano della reputazione, attraverso la collaborazione con i diversi attori del territorio, si creano una rete e un dialogo<sup>25</sup>.

Differenti sono coloro che hanno analizzato l'esperienza in ambito turistico. A tutt'oggi



*I concetti di base della metodologia di Tourist Experience Design, Andrea Rossi e Maurizio Goetz, Tourist Experience Design, p.71*

è assente un modello applicativo e dinamico in grado di supportare le decisioni per la progettazione di esperienze turistiche. Andando ad analizzare la metodologia ideata da Andrea Rossi e Maurizio Goetz, da loro ritenuta importante in quanto “è sufficientemente ampia per essere adattata alle esigenze dei diversi operatori del turismo e della cultura, ma che nel

contempo sia in grado di proporre un percorso strutturato.<sup>26</sup> Il nome della metodologia è “Tourist Experience Design”. È divisa in diverse macro attività:

- identificare e analizzare le componenti dell'offerta turistica attuale e la vocazione turistica;
- analizzare e comprendere i turisti e i loro bisogni, motivazioni, desideri, curiosità così da poter sviluppare un turismo di nicchia;

<sup>25</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, cit., pp. 61-62.

<sup>26</sup> Andrea Rossi-Maurizio Goetz, cit., p. 67.

- definire strategie esperienziali, in base all’offerta attuale, alla concorrenza e alle diverse motivazioni dei turisti;
- analizzare dettagliatamente l’intero ciclo che vive il turista, dal momento che sceglie i propri obiettivi e le motivazioni, durante il viaggio e al termine della vacanza quando si attivano i ricordi, la condivisione e il passaparola;
- progettare gli aspetti del ciclo dell’esperienza estesa, lavorando sui punti di maggiore rilevanza, sulla base di strategie esperienziali già identificate.

In ogni concetto di base risiedono aspetti fondamentali di:

- creatività e innovazione, così da rivedere gli assunti principali, per generare nuove idee originali e differenziate, rivalutare e valorizzare l’offerta turistica e anche per identificare quale turismo di nicchia bisogna intercettare;
- metodo e struttura, necessari per valutare gli aspetti rilevanti del ciclo di esperienza estesa, gli elementi d’impatto sull’esperienza, identificati per i diversi target di turisti, “rendendo fluida e omogenea l’esperienza turistica definita nelle strategie esperienziali”.



La metodologia di *Tourist Experience Design*, Andrea Rossi e Maurizio Goetz, *Tourist Experience Design*, p.72

2009-2010 © Andrea Rossi, Maurizio Goetz e InnovActing

Come accennato precedentemente la metodologia del “Tourist Experience design” si articola in cinque macro fasi:

- analisi competitiva degli elementi unici e distintivi della proposta di valore: questa prima fase

tratta sia dell’analisi dell’offerta e

della vocazione turistica sia del *benchmark*, cioè tariffe e condizioni di vendita dei *Competitors*, della concorrenza, così da fornire diverse chiavi di lettura delle differenti offerte turistiche;

- rivalutazione della segmentazione: la seconda fase è centrata sulla segmentazione del mercato turistico così da rispondere più efficacemente alle nuove motivazioni

di viaggio dei turisti e per differenziare in modo diretto l'offerta turistica e la comunicazione via web. In questo modo è possibile passare da un turismo di massa a uno di nicchia, dove si prendono in considerazione i bisogni e i desideri dei turisti. Segmentando il mercato è possibile valutare quello turistico e operare le necessarie azioni di estensione dei segmenti, e individuarne di nuovi e di arricchimento, così da adattarli all'offerta turistica e alla comunicazione web;

- definizione delle strategie esperienziali per i segmenti e gli elementi WOW: nella terza fase, basandosi sulle conoscenze dell'offerta attuale e della concorrenza e anche grazie alle informazioni ottenute sui bisogni esperienziali, è possibile definire le strategie basilari necessarie per conseguire esperienze memorabili, grazie ad “elementi WOW”, i quali generano stupore, entusiasmo e soddisfazione nei turisti;
- definizione del ciclo di esperienza estesa e dei punti esperienziali: nella quarta fase della metodologia “si prevede l'analisi, la mappatura e la definizione del ciclo di esperienza estesa del turista, andando a identificare in particolare i “punti esperienziali”, ossia gli elementi con cui il turista entra in contatto per fruire dell'esperienza<sup>27</sup>”, sia quella di viaggio sia quella sul web. Infatti questa comincia prima dell'offerta turistica in loco, quando l'individuo decide di intraprendere un viaggio e di che tipo. Prosegue, poi, tramite il ricordo e lo scambio di impressioni e opinioni sui social. L'esperienza turistica estesa si caratterizza in tre fasi: pre-experience, in-experience e post-experience;
- progettazione di dettaglio dei punti esperienziali: la quinta e ultima fase ha come obiettivo la progettazione di dettaglio dei punti esperienziali del ciclo esperienziale esteso, per i vari segmenti selezionati, applicando apposite strategie ed elementi WOW, così da permettere di analizzare le attività compiute dal turista e dall'organizzazione, declinando su questi le strategie di modalità esperienziali definite precedentemente<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Andrea Rossi e Maurizio Goetz, cit., p. 74.

<sup>28</sup> Andrea Rossi e Maurizio Goetz, cit., pp. 70-75.

... negli Stati membri,  
l'agricoltura costituisce un settore  
intimamente connesso all'insieme dell'economia  
(Articolo 39 comma 2c, Trattati di Roma, 1957)

## Capitolo 2

### Contenuti specifici del Piano di Sviluppo Rurale (PSR)

Nel 2015 oltre la metà della popolazione dei 28 Stati appartenenti all'Unione Europea (UE) risiede in zone rurali che rappresentano circa il 90% del territorio dell'Unione. È possibile evidenziare quanto lo sviluppo rurale costituisca un ambito importantissimo all'interno delle politiche europee.

Le zone agricole evidenziano una grande diversificazione dell'economia al loro interno, inoltre l'agricoltura e la silvicoltura sono le forme maggiori di fruizione del suolo e di gestione delle risorse naturali<sup>29</sup>.

La stessa attività rurale<sup>30</sup> è costantemente soggetta ai fattori economici e atmosferici, i quali non possono essere controllati dagli stessi agricoltori. Infatti necessita di grossi investimenti anche a lungo tempo, ma che possono essere vanificati in qualsiasi momento<sup>31</sup>. Per questo motivo l'Unione Europea ha intrapreso, come sua prima realizzazione, la Politica Agricola Comune (PAC), la quale rappresenta l'insieme delle politiche che, prima la Comunità Europea e poi l'Unione Europea, hanno voluto adottare all'interno del settore agricolo, ritenendolo strategico sia per il presente sia per il futuro.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Commissione europea, *Introduzione, l'importanza dello sviluppo rurale*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/introduction>.

<sup>30</sup> Enciclopedia Treccani, significato ruralità: designazione generica del complesso degli insediamenti e delle attività localizzati in campagna. Il concetto, opposto a quello di spazio urbano, è stato oggetto di rinnovata attenzione, particolarmente nei paesi occidentali ed europei, dove la sistemazione dello spazio rurale tradizionalmente è in assoluta prevalenza agricola, ma in cui si sono sviluppati, sempre più numerosi, tipi diversi di attività e usi, cosicché è venuta a manifestarsi una sempre più netta dicotomia fra i termini rurale e agricolo.

<sup>31</sup> Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), *La Politica Agricola Comune, dalle origini ad oggi*, p.3.

<sup>32</sup> Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), cit., p.1.

La Politica Agricola Comune si è evoluta nel corso del tempo, cambiando nel contesto e nella sensibilità, ma rimanendo immutate le finalità previste dai Trattati.<sup>33</sup>

In seguito alla Seconda guerra mondiale, periodo in cui i livelli di cibo erano diminuiti drasticamente e la bilancia dei pagamenti era in netto squilibrio per l'Europa Occidentale, è stata costituita la CECA (Comunità europea del carbone e dell'acciaio), a Parigi nel 1950. In quest'occasione i vari Paesi aderenti (Italia, Francia, Germania dell'Ovest, Lussemburgo, Olanda e Belgio) hanno deciso di costituire un organismo parallelo nel settore agricolo. Nel 1957, con i Trattati di Roma, gli Stati della CECA hanno firmato un Trattato con cui si costituiva la Comunità Economica Europea (CEE), dove nella seconda parte relativa ai fondamenti della Comunità, sotto il titolo di "Agricoltura, è stato inserito l'articolo 39, che prevedeva gli obiettivi della politica agricola, cioè le finalità della futura PAC:

- incrementare la produzione agricola, sviluppando nuove tecnologie, per assicurare uno sviluppo razionale della produzione e un migliore impiego dei fattori produttivi come la mano d'opera;
- assicurare un tenore di vita equo alla popolazione agricola, grazie al miglioramento del reddito individuale;
- stabilizzare i mercati;
- garantire la sicurezza degli approvvigionamenti;
- consentire prezzi ragionevoli per i consumatori.

Nel 1962, con il regolamento 25 è stata inaugurata la PAC, grazie al denaro proveniente dal Fondo Europeo Agricolo di Orientamento e Garanzia, caratterizzato da due sezioni:

- sezione di Garanzia: per coprire le spese dell'organizzazione comune dei mercati agricoli e le misure per lo sviluppo rurale;
- sezione Orientamento: misure non previste dal Fondo di Garanzia.

Questi due fondi, nel corso del tempo, si sono sviluppati e poi divisi. Oggi ne abbiamo due distinti: un Fondo Europeo Agricolo di Garanzia (FEAGA) e un Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR).

---

<sup>33</sup> Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), cit., p. 8.

La PAC si fondava su tre pilastri:

- il mercato unico, che permetteva la libera circolazione all'interno della Comunità e la preferenza a comprare prodotti comunitari invece che internazionali;
- la Solidarietà Finanziaria: come quella presente tra i vari Stati;
- la creazione del “prezzo di intervento”: cioè quando il surplus di produzione di un determinato prodotto era tale da farne scendere il prezzo, alla soglia del 5-10%, al di sotto del suo prezzo garantito, a livello europeo interveniva automaticamente un meccanismo per il quale la Comunità Economica comprava il surplus in eccedenza, così da ridurlo artificialmente e farne risalire il prezzo.

Negli anni '70, considerati gli anni d'oro della PAC, il suo prezzo era diventato insostenibile, infatti costava 250 euro all'anno a ciascun consumatore europeo, assorbendo quasi i 2/3 del budget comunitario. Il problema principale era l'aumento indiscriminato della produzione. I surplus crescevano e la CEE era obbligata a pagare somme cospicue per mantenere i prezzi del mercato interno uguali a quelli desiderati. Per fare ciò, doveva immagazzinare e poi distruggere il surplus, impedendo la competizione sui propri mercati, ponendo considerevoli dazi sui prodotti provenienti da Stati terzi. Questo meccanismo si chiama “dumping”. Negli anni '80 sono state imposte misure di controllo della produzione, così da ovviare alla precedente politica scorretta; un esempio sono le cosiddette “quote latte”. Nel 1988 con una legge a livello comunitario, si chiedeva ai produttori di lasciare incoltivata parte delle proprie terre in cambio di compensazioni pecuniarie.

Con la creazione dell'Uruguay Round, iniziato nel 1986 e terminato nel 1994 con la fondazione dell'OMC (Organizzazione Mondiale del Commercio o World Trade Organization), tramite l'accordo di Marrakech, si sono cominciate a studiare strutture con cui permettere anche ai Paesi in via di sviluppo di poter accedere ai mercati internazionali<sup>34</sup>. Per questo nel 1992 il commissario Ray MacSharry, ha effettuato un'importante riforma della PAC. Consisteva principalmente in una forte riduzione dei prezzi dei prodotti agricoli, così da renderli più aderenti ai prezzi di mercato, sia interno sia mondiale, nell'introduzione di strumenti di compensazione per le perdite di reddito

---

<sup>34</sup> Francesca Vantaggiato, *La PAC. Origini, evoluzione e prospettive dell'agricoltura*, Parma economica, uscita n.4 2008, pp. 58-61; quindi: Commissione Europea, *The history of the CAP*, viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm).

subite dagli agricoltori e per stimolare la protezione dell'ambiente. Questa riforma dà origine al processo di "decoupling", cioè di disaccoppiamento dei sussidi dalla produzione, riuscendo a contrastare il continuo incremento incontrollato degli agricoltori. In questo momento avviene il passaggio dal supporto del prodotto a quello del produttore. Si è cercato di migliorare la competitività dell'agricoltura europea. La riforma, inoltre, coincide con il "Summit sulla Terra", tenutosi a Rio de Janeiro, dal 3 al 14 giugno 1992, che introduce il principio di sviluppo rurale<sup>35</sup>.

Nell'Agenda 2000, è stata riconosciuta una multifunzionalità all'agricoltura, ampliando l'ambito economico ricoperto da essa, per esempio il suo contributo: alla conservazione del paesaggio, alla protezione ambientale, alla qualità e alla sicurezza dei prodotti alimentari e al benessere degli animali.

La PAC veniva strutturata in due pilastri:

- sostegno diretto alle imprese, in cui vi era un tetto di spesa e le regole erano decise a livello europeo;
- sviluppo rurale, dove non c'era un tetto di spesa e il quadro generale veniva stabilito a livello europeo; invece i vari schemi d'azioni venivano decisi dai singoli Stati.

La riforma Fishler del 2003<sup>36</sup>, realizzando definitivamente il "decoupling", tendeva a dare sempre maggiore importanza all'ambiente, allo sviluppo rurale e alla salute degli animali.

Successivamente, con l'adozione della riforma "Health Check" del 2008, in cui si rafforzava quella del 2003 e ci si preparava per le nuove sfide future.

Infine abbiamo la riforma post-2013, i cui obiettivi si adeguano alla "Strategia 2020" dell'Unione europea, come l'efficienza energetica, la crescita sostenibile e inclusiva. Inoltre si vuole puntare verso la bioeconomia e per assicurare uno sviluppo territoriale

---

<sup>35</sup> Francesca Vantaggiato, cit., pp. 61-62; quindi: Commissione Europea, The history of the CAP, viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm); quindi: Commissione Europea, The 1992 reform ("MacSharry reform"), viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/1992-reform/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/1992-reform/index_en.htm); quindi: Commissione Europea, Le politiche dell'Unione Europea: Agricoltura, un partenariato tra l'Europa e gli agricoltori, Novembre 2014, p. 5, viewed 29 Agosto 2015, [http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/it/agriculture\\_it.pdf](http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/it/agriculture_it.pdf).

<sup>36</sup> Riforma approvata dalla Commissione Comunità Europea il 21 Gennaio 2003.

equilibrato, evitando di abbandonare le aree produttive e di assicurare il mantenimento della biodiversità<sup>37</sup>.

Dopo un “excursus” storico sulla PAC, si può analizzarla a livello attuale. La Politica Agricola Comune si compone di due pilastri:

- regime di pagamenti diretti e misure di mercato;
- misure a sostegno dello sviluppo rurale.

Ciascun pilastro ottiene finanziamenti da un diverso fondo:

- il primo dal FEAGA (Fondo europeo agricolo di garanzia), che prevede finanziamenti annuali e non cofinanziati<sup>38</sup>;
- il secondo dal FEASR (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale), che prevede finanziamenti pluriennali e cofinanziati a livello nazionale<sup>39</sup><sup>40</sup>.

A mio avviso ora sarebbe opportuno soffermarci solo sul secondo pilastro in quanto è quello che eroga fondi a favore dello sviluppo rurale.

Questo pilastro è finalizzato a mantenere vive le zone rurali attraverso programmi d’investimento, di modernizzazione e di sostegno ad attività agricole e non. Tali misure perseguono gli obiettivi di: accrescimento della competitività nel settore agricolo e forestale, sostenendo la ristrutturazione, lo sviluppo e l’innovazione, la valorizzazione dell’ambiente e lo spazio naturale, sostenendo il territorio e migliorando la qualità della vita nelle zone rurali, promuovendo la diversificazione delle attività economiche<sup>42</sup>.

La creazione di un unico pilastro a sostegno dello sviluppo rurale, il FEASR, con un unico pacchetto di norme di programmazione, di finanziamento, di rendicontazione e di controllo rende tutto più semplice al fine dell’attuazione della politica di sviluppo rurale.

---

<sup>37</sup> Francesca Vantaggiato, cit., pp. 62-65; quindi: Commissione Europea, *The history of the CAP*, viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm).

<sup>38</sup> Articolo 3, *REGOLAMENTO (CE) n. 1290/2005 DEL CONSIGLIO, del 21 giugno 2005 relativo al finanziamento della politica agricola comune*, viewed 25 Settembre 2015, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:209:0001:0025:IT:PDF>.

<sup>39</sup> Articolo 4, *REGOLAMENTO (CE) n. 1290/2005 DEL CONSIGLIO, del 21 giugno 2005 relativo al finanziamento della politica agricola comune*, viewed 25 Settembre 2015, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:209:0001:0025:IT:PDF>.

<sup>40</sup> Il pilastro FEASR è disciplinato dal Regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio, del 20 settembre 2005.

<sup>41</sup> Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), cit., p.9.

<sup>42</sup> Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), cit., p.12.

Il fondo di programmazione pluriennale si è dimostrato efficace e gli stessi Stati hanno già maturato una valida esperienza<sup>43</sup>.

Il quadro comunitario di riferimento per la politica dello sviluppo rurale si può suddividere in quattro livelli:



*I quattro livelli del quadro comunitario di riferimento per la politica di sviluppo rurale, sito Commissione Europea, viewed 29 Agosto 2015.*

- orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale;
- piano strategico Nazionale (PSN) per lo sviluppo rurale;
- programmi di Sviluppo Rurale nazionali<sup>44</sup> o regionali<sup>45</sup>;
- attuazione dei programmi, monitoraggio e valutazione.

Grazie al rispetto degli orientamenti strategici dell'Unione europea, ogni Stato membro o regione, definisce un programma che risponde efficacemente ai bisogni specifici in materia di

sviluppo rurale. Il quadro comunitario prevede pertanto documenti di programmazione per ogni livello, dove si pronunciano le priorità strategiche per lo sviluppo rurale in dettagliati programmi d'attuazione, con relative misure necessarie a far fronte alle diverse necessità dei vari enti<sup>46</sup>.

Il primo livello è costituito dall'approccio strategico comunitario. Nel 2006 il Consiglio dell'Unione europea ha adottato la decisione relativa agli orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale. Questa decisione è strutturata in sei punti, meglio

<sup>43</sup> Commissione europea, *Introduzione, finanziamento della PAC*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/introduction>.

<sup>44</sup> Il Programma di Sviluppo Rurale nazionale italiano 2014-2020 è stato rinviato per modifica dalla CE, data ultima modifica 18 Dicembre 2014, CCI 2014IT06RDNP001, versione 1.0.

<sup>45</sup> Il Programma di Sviluppo Rurale della Regione Umbria 2014-2020 è stato approvato dalla Decisione C(2015)4156 del 12 giugno 2015, viewed 25 Settembre 2015, <http://www.regione.umbria.it/documents/18/1216700/PSR+adottato+CE+12062015.pdf/43cef24d-c4ea-43ec-9763-a2ea08d5ecd4>.

<sup>46</sup> Commissione europea, *Quadro comunitario*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/eu-framework>.

definite come linee guida strategiche, in base alle quali ogni Stato elabora i propri piani strategici per lo sviluppo rurale:

- migliorare la competitività dei settori agricolo e forestale;
- migliorare l'ambiente delle zone di campagna;
- migliorare la qualità della vita nelle zone rurali e promuovere la diversificazione dell'economia rurale;
- costruire la capacità locale di occupazione e diversificazione;
- assicurare la coerenza della programmazione;
- complementarità tra gli strumenti comunitari.

A tutt'oggi questi sei orientamenti costituiscono il quadro di riferimento dentro il quale gli Stati aderenti all'Unione europea redigono i propri piani strategici nazionali per lo sviluppo rurale<sup>47</sup>.

Il secondo livello concerne le strategie nazionali, chiamate anche “Piani strategici Nazionali” (PSN). I vari stati redigono i propri programmi nazionali nel rispetto delle situazioni specifiche e delle necessità del proprio Paese<sup>48</sup>. L'obiettivo dei PSN è quello di “fornire uno strumento di riferimento per la preparazione dei programmi nell'ambito del FEASR”<sup>49</sup>. Le differenti strategie sono definite dai diversi Stati membri o dalle regioni amministrative.

Tali strategie nazionali sono volte a:

- individuare le zone rurali dove il sostegno comunitario per lo sviluppo rurale genera maggior valore;
- creare il collegamento con le priorità dell'Unione Europea, includendo quelle definite dall'agenda di Lisbona, cioè la strategia per la crescita e l'occupazione, e Göteborg, cioè gli obiettivi per la sostenibilità;
- assicurare la compattezza con le altre politiche comunitarie, in special modo con quelle rivolte alla coesione e all'ambiente;

---

<sup>47</sup> Commissione europea, *Panoramica sulla politica di Sviluppo rurale, approccio strategico comunitario*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/eu-strategic-approach>.

<sup>48</sup> Commissione europea, *Strategie nazionali, introduzione ai Piani Strategici Nazionali (PSN)*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/national-strategies>.

<sup>49</sup> Ibidem.

- coadiuvare l'attuazione della Politica Agricola Comunitaria negli stati aderenti all'UE, con gli interventi strutturali ad essa collegati.

A loro volta i Piani Strategici Nazionali includono una valutazione della situazione economica, sociale, ambientale e del potenziale di sviluppo; la coerenza delle scelte fatte con gli obiettivi europei; le priorità tematiche e territoriali per lo sviluppo rurale in relazione a ciascun asse, comprendendo i principali obiettivi quantificati e gli indicatori di monitoraggio e valutazione appropriati. Inoltre all'interno dei vari PSN è possibile trovare elenchi di Programmi di Sviluppo Rurale al fine di attuare la strategia nazionale e uno stanziamento indicativo nell'ambito del FEASR per programma; i mezzi necessari per garantire il coordinamento con gli altri strumenti di ricerca di politica agricola comune, i fondi necessari per conseguire gli obiettivi di convergenza e, infine, una descrizione degli accordi e dei fondi necessari per l'istituzione della Rete Rurale Nazionale nello stato membro<sup>50</sup>.

Il terzo livello riguarda i programmi nazionali e regionali. Come già accennato ogni stato membro attua la propria politica di sviluppo rurale, attraverso i suoi Programmi di Sviluppo Rurale (PSR), come avvenuto per la programmazione 2007–2013, conclusasi recentemente<sup>51</sup>. “Al 31 dicembre 2014 l'avanzamento finanziario dei PSR Italiani fa un balzo in avanti attestandosi al 80,8% di utilizzo dell'intero budget a disposizione (che sale all' 87,8% se si considerano gli anticipi ricevuti) allineandosi con la media UE a 27 pari al 86 %”<sup>52</sup>. È possibile scegliere se predisporre un singolo programma per il suo intero territorio o una serie di programmi regionali. Il secondo report trimestrale 2015 (q2-2015), al 30 giugno 2015, afferma che la percentuale di avanzamento della spesa sul totale del programma è dell'84,92%<sup>53</sup>.

---

<sup>50</sup> Commissione europea, *Strategie nazionali, introduzione ai Piani Strategici Nazionali (PSN)*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/national-strategies>.

<sup>51</sup> Commissione europea, *Programmi nazionali e regionali, introduzione ai Programmi di Sviluppo Rurale (PSR)*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/national-and-regional-programmes>.

<sup>52</sup> Luigi Ottaviani, *Spesa Psr: dicembre record con 1,14 miliardi di euro*, PianetaPSR.it, gennaio 2015, viewed 25 Settembre 2015, <http://www.pianetapsr.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1366>.

<sup>53</sup> Rete Rurale Nazionale 2007-2013, *Programmi di Sviluppo Rurale 2007-2013, Rete Rurale Nazionale 2007-2013, La programmazione finanziaria, l'avanzamento del bilancio comunitario e della spesa pubblica effettivamente sostenuta, REPORT TRIMESTRALE, SECONDO TRIMESTRE 2015 (Q2-2015)*, Dati al 30 Giugno, viewed 25 Settembre 2015, file:///C:/Users/Lorenzo%20Polidori/Downloads/Report\_Trimestrale\_Spesa\_PSR\_Q2\_2015.pdf, p. 83.

I vari PSR devono essere coerenti con i vari orientamenti strategici europei e con il Piano Strategico Nazionale. Gli Stati membri possono modificare e aggiornare i propri programmi durante il periodo di attuazione, così da rispondere in modo migliore al cambiamento relativo all'ambiente e all'economia rurale.

I diversi PSR devono includere:

- un'analisi della situazione nelle aree rurali, indicando quali sono i punti di forza e di debolezza e la strategia scelta per affrontarli;
- una giustificazione delle varie priorità individuate e l'impatto previsto, rispettando gli orientamenti strategici comunitari e i piani strategici nazionali;
- informazioni sui vari assi, che sono quattro, e le misure proposte per ciascuno di essi, includendo gli obiettivi specifici, i progressi, l'efficienza e l'efficacia del programma;
- un piano finanziario, con i dettagli del contributo pubblico totale e la rispettiva quota di finanziamento pubblico a livello nazionale e regionale, previsto per ogni anno e per l'intero periodo di programmazione;
- informazioni sulla complementarietà con le misure finanziate dagli altri strumenti della politica agricola comune, della politica di coesione e dello strumento a sostegno comunitario alla pesca;
- dettagli degli accordi per l'attuazione del programma;
- descrizione del sistema di monitoraggio e valutazione, componendo altresì un comitato di sorveglianza;
- dettagli delle azioni d'informazione e di pubblicità necessari per la diffusione pubblica del programma.

L'attuale quadro della Politica di Sviluppo Rurale offre ben 41 misure, tra le quali gli Stati membri possono scegliere le più adatte ai fabbisogni delle proprie zone rurali. Codeste misure vengono inserite all'interno di ogni programma sia a livello nazionale sia a livello regionale. In base alla misura scelta varia il contributo comunitario necessario al finanziamento delle varie misure<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup> Commissione Europea, *Programmi nazionali e regionali, introduzione ai Programmi di Sviluppo Rurale (PSR)*, viewed 30 Agosto 2015, cit.

I programmi si fondano su quattro assi d'intervento:

- asse 1: è volto a migliorare la competitività del settore agricolo e forestale, inoltre sono previste una serie di misure a favore del capitale umano e fisico riguardanti i settori agroalimentare, forestale e alla produzione di qualità.
- asse 2: è volto al miglioramento dell'ambiente e della campagna attraverso misure volte a tutelare e a potenziare le risorse naturali, per di più si vuole preservare l'attività agricola e i sistemi forestali con elevata valenza naturale e i paesaggi culturali nelle zone rurali dell'Unione europea;



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale

I quattro assi d'intervento del PSR, sito Commissione Europea, viewed 29 Agosto 2015.

- asse 3: è volto a migliorare la qualità della vita nelle aree rurali e a promuovere la diversificazione dell'economia rurale, sostenendo lo sviluppo delle infrastrutture locali e il capitale umano nelle zone rurali al fine di migliorare le condizioni essenziali per la crescita e la creazione di nuovi posti di lavoro in tutti i settori, così da sostenere, anche, la diversificazione delle attività produttive;

- asse 4: è fondato sull'esperienza

Leader. Introduce nove opportunità per una governance innovativa, attraverso approcci allo sviluppo rurale di tipo partecipativo su base locale<sup>55</sup>. “L'asse Leader 4 (*Liaisons Entre Action de Développement de l'Economie Rurale*) è un metodo di implementazione integrata di misure di sviluppo rurale cofinanziate dal FEASR a livello di una zona rurale. Si basa su un gruppo di azione locale (GAL), che riunisce pubblico e rappresentante privato e si decide di guidare le azioni della sua strategia di sviluppo locale (bottom up)”<sup>56</sup>. La capacità delle azioni Leader varia

<sup>55</sup> Commissione Europea, *Assi e misure*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures>.

<sup>56</sup> L'Europe s'engage en France, *Liaisons Entre Action de Développement de l'Economie Rurale, Leader: une méthode de mise en œuvre du développement rural*, viewed 30 Agosto 2015, <http://www.reseaurural.fr/territoires-leader/leader/presentation>.

considerevolmente da stato a stato. Proprio per la metodologia Leader questo asse è diverso dai precedenti<sup>57</sup>.

All'interno di questi assi molte sono le misure presenti e ognuna legata a un determinato argomento. Nello stesso tempo è possibile sottolineare misure legate al turismo, come la 313, che prevede l'incentivazione di medesime attività. Poi ci sono le misure dell'Asse 4 Leader, che sono utilizzate dai GAL per sviluppare vari progetti, anche turistici, sui diversi territori<sup>58</sup>.

È necessario prevedere un finanziamento minimo per ciascun asse al fine di garantire una strategia bilanciata. Le varie percentuali minime sono 10%, 25% e 10% per i rispettivi assi 1, 2 e 3. In questo modo si vuole garantire che ciascun programma osservi almeno i tre obiettivi politici principali. Le percentuali sono state fissate così basse da concedere ai vari Stati o regioni un ampio margine di flessibilità, il 55% del finanziamento comunitario, che permette di privilegiare l'asse desiderato rispetto alle necessità e realtà di ogni singolo stato. Una percentuale minima del 5%, 2,5% per i nuovi stati membri, del finanziamento comunitario è riservata all'asse Leader. La spesa per Leader è riferita ai tre assi della politica<sup>59</sup>.

Il quarto e ultimo livello, concernente l'Attuazione dei Programmi di Sviluppo Rurale nell'Unione europea, compete all'Autorità di gestione (AdG) dello stato membro. Ogni stato predispone o di un unico PSR o di più PSR livello regionale. In ogni caso per beneficiare dei fondi destinati alle singole misure si è subordinati a diversi requisiti di ammissibilità, come l'ubicazione, le dimensioni dell'azienda agricola, l'utilizzo del suolo... inoltre alcune misure prevedono criteri di selezione. Pertanto i criteri di ammissibilità e di selezione risultano essenziali, in quanto consentono di assegnare i fondi provenienti dal FEASR, così da raggiungere gli obiettivi del PSR. I potenziali beneficiari possono richiedere finanziamenti per una o più specifiche misure. Successivamente alla valutazione e alla potenziale approvazione, i beneficiari ottengono il sostegno nell'ambito del FEASR, conformemente ai termini dell'accordo stipulato con l'autorità competente.

---

<sup>57</sup> Commissione europea, *Asse 4, menu delle misure dell'asse 4 dei PSR*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures/axis4>.

<sup>58</sup> Commissione europea, *Asse 3, menu delle misure dell'asse 3 dei PSR*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures/axis3>, quindi: Commissione Europea, *Asse 4, menu delle misure dell'asse 4 dei PSR*, viewed 30 Agosto 2015, cit.

<sup>59</sup> Commissione Europea, *Assi e misure*, viewed 30 Agosto 2015, cit.

I meccanismi di erogazione dei fondi variano a seconda degli Stati membri e delle varie misure.

Al fine di garantire una migliore comprensione del processo di attuazione dei PSR vengono condotte delle analisi da parte del RESR (Rete Europea per lo Sviluppo Rurale), così da fornire elementi per continui miglioramenti<sup>60</sup>. La Rete Europea per lo Sviluppo Rurale rappresenta il punto di collegamento per tutte le parti coinvolte nello sviluppo rurale dell'Unione europea<sup>61</sup>.

Durante il periodo della programmazione 2007-2013, per monitorare e valutare tutti gli interventi di sviluppo rurale, era presente il “Quadro comune per il monitoraggio e la valutazione” (QCMV), al fine di stabilire un miglioramento della performance dei vari programmi, di assicurare l’attendibilità degli stessi programmi e di valutare anche il conseguimento degli obiettivi fissati in precedenza.

L’Autorità di gestione e il Comitato di sorveglianza monitorano, in ogni stato, i singoli PSR tramite indicatori di risultato, finanziari e di prodotto.

Ogni Autorità invia, entro il 30 giugno di ogni anno, una relazione sull’annuale avanzamento di stato del programma alla Commissione europea. Questo resoconto prevede una tabella illustrativa dell’attuazione finanziaria del programma, con una lista degli importi versati ai vari beneficiari per ogni misura durante l’anno e una tabella di monitoraggio contenente informazioni quantitativamente fondate sugli indicatori di prodotto e di risultato.

A sua volta la Commissione registra tutti i dati di monitoraggio all’interno del “Sistema informativo sullo sviluppo rurale” (SISR). La RESR poi convalida gli indicatori di monitoraggio, elaborando successivamente schede informative, le quali forniscono una visione dello stato di attuazione dei PSR nei singoli stati e della gran parte delle singole misure<sup>62</sup>.

---

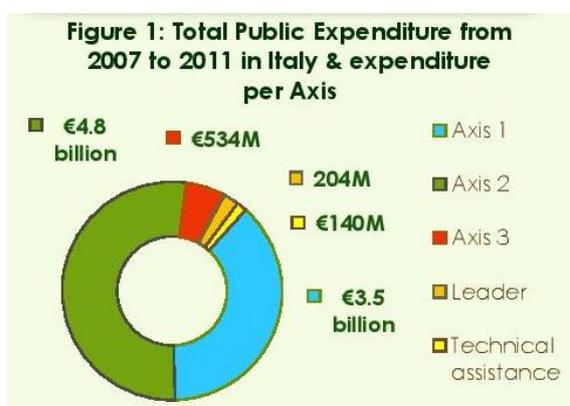
<sup>60</sup> Commissione europea, *Attuazione dei programmi*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/programme-implementation>.

<sup>61</sup> Commissione europea, *La rete europea per lo sviluppo rurale*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/home-page>.

<sup>62</sup> Commissione europea, *Attuazione dei programmi, monitoraggio in materia di attuazione*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/programme-implementation>.

Come l'Italia ha beneficiato della vecchia programmazione del PSR 2007-2013?

Il Piano di Sviluppo Rurale dell'Italia, nel periodo 2007-2012, aveva un budget di 17,7



Tratto dal sito Commissione Europea, viewed 29 Agosto 2015

miliardi di euro e ha speso solo 9,1 miliardi di euro, compresa l'assistenza tecnica<sup>63</sup>.

Invece, come accennato precedentemente, il secondo report trimestrale 2015 (q2-2015), al 30 giugno 2015, afferma che la percentuale di avanzamento della spesa sul totale del programma è dell'84,92%<sup>64</sup>.

Sempre secondo questa relazione l'Italia ha usufruito maggiormente nell'asse 1

della misura 144, per Aziende Agricole in via di ristrutturazione, dove ha speso il 98,66% del budget. Poi a seguire la misura 112, per il prepensionamento, dove ha speso il 94,39%. Ha utilizzato più del 70%, poi, per le misure 114, 115, 121, 122, 123, 125, 131. Invece le misure dove ha speso tra il 50-70% di ciò che le era concesso, sono la 11, 124, 126, 132, 133, 141 e 142. Infine per le ultime due misure: 141, 142 ha speso meno del 10% del budget.

Riguardo l'asse 2, per la misura 213, indennità Natura 2000 e indennità connesse alla Dir., e 212, indennità a favore degli agricoltori delle zone caratterizzate da svantaggi naturali diverse dalle zone montane, ha utilizzato rispettivamente il 105,92% e il 98,21%. Invece per le misure 211, 214, 215 e 221 si è usufruito tra il 90 e il 98% delle risorse allocate. Per le altre invece meno del 90%.

Per l'asse 3 le misure per cui si è speso di più sono la 311, diversificazione in attività non agricole e la 322, rinnovamento e sviluppo dei villaggi, con rispettivamente il 75,89% e il 72,89%. Invece, per la misura 313 a favore dell'incentivazione per l'attività turistiche, l'Italia ha speso solo il 66,76% del budget.

<sup>63</sup> European Network for Rural Development, "Rural Development Programmes 2007-2013. Italy", viewed 30 Agosto 2015, [http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/assets/pdf/RDP-information-sheets/2014-06-19/D\\_Infosheet\\_IT.pdf](http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/assets/pdf/RDP-information-sheets/2014-06-19/D_Infosheet_IT.pdf).

<sup>64</sup> Rete Rurale Nazionale 2007-2013, Programmi di Sviluppo Rurale 2007-2013, Rete Rurale Nazionale 2007-2013, *La programmazione finanziaria, l'avanzamento del bilancio comunitario e della spesa pubblica effettivamente sostenuta*, REPORT TRIMESTRALE, SECONDO TRIMESTRE 2015 (Q2-2015), Dati al 30 Giugno, viewed 25 Settembre 2015, cit., p. 83.

Infine, riguardo all'ultimo asse, il 4, l'Italia ha speso maggiormente per la misura 431, cioè circa il 78,16% delle risorse disponibili. Invece per le altre misure dello stesso asse si è speso meno del 73% delle risorse allocate<sup>65</sup>.

Infine si può analizzare la nuova programmazione europea del PSR 2014-2020. Questa strategia evidenzia la futura politica per la crescita economica dell'Unione europea, la quale dovrebbe essere intelligente, sostenibile e inclusiva. Essa si basa su cinque traguardi in materia di occupazione, innovazione, istruzione, riduzione della povertà, clima/energia<sup>66</sup>.



Strategia Europa 2020 e le sei priorità, sito Commissione Europea, viewed 29 Agosto 2015.

È possibile individuare tre obiettivi strategici a lungo tempo della nuova programmazione europea 2014-2020, analizzando sia la Strategia 2020 e gli obiettivi della PAC. Questi vogliono puntare al miglioramento della competitività dell'agricoltura, alla gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima, infine ad uno sviluppo

equilibrato del territorio per le zone rurali.

Per gestire la Politica di Sviluppo Rurale attraverso i vari PSR, gli obiettivi generali sono stati esplicitati in sei priorità:

1. promozione del trasferimento di conoscenze nel settore agricolo, forestale e nelle zone rurali;
2. potenziamento della competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende;

<sup>65</sup> Ibidem.

<sup>66</sup> Commissione europea, *Policy Overview 2014-2020*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/en/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview>.

3. incentivazione dell'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo;
4. preservazione, ripristinazione e valorizzazione degli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalla silvicoltura;
5. incoraggiamento dell'uso ottimale delle risorse, il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resistente al clima nel settore agroalimentare e forestale;
6. promozione dell'inclusione sociale, riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

Insieme al sostegno del FEASR, le zone rurali possono beneficiare anche di quello erogato nell'ambito di altri fondi UE, come: il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), il Fondo sociale europeo (FSE), il Fondo di coesione e il Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (FEAMP). Allo scopo di dare un valore aggiunto europeo e massimizzare le energie, nella programmazione 2014-2020 tutti i fondi strutturali e di investimento europei (Fondi ESI) concentreranno il loro sostegno sul raggiungimento dei principali obiettivi della strategia Europa 2020, così da essere coordinati nell'ambito di un Quadro strategico comune (QSC)<sup>67</sup>. “Le disposizioni comuni sui Fondi Strutturali prevedono un quadro legislativo comune per tutti i fondi ESI per armonizzare e semplificare la regolamentazione laddove possibile e appropriato. Vengono identificati undici obiettivi tematici in linea con le priorità della strategia Europa 2020.<sup>68</sup>”

Quindi, grazie agli accordi di partenariato, si riflette l'approccio strategico comune dell'Unione europea a livello nazionale, così da definire per ciascun stato le diverse modalità di coordinamento delle varie politiche e il relativo utilizzo dei fondi ESI. In questo modo la politica di sviluppo rurale manterrà la sua identità distintiva, così da operare nell'ambito di un regolamento specifico, nonché di disposizioni comuni relative al finanziamento e sulla gestione della PAC.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup> Commissione Europea, *La politica 2014-2020 in sintesi*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview>.

<sup>68</sup> Ibidem.

<sup>69</sup> Ibidem.

## 2.1 Premessa alle interviste

La presente indagine si conclude con le interviste a tre protagonisti della politica umbra, i quali, in questi ultimi anni, con livelli diversi di responsabilità, hanno affrontato le tematiche relative al PSR. Le loro dichiarazioni sono risultate utili per avere una panoramica generale del Piano di Sviluppo Rurale relativamente al progetto nazionale, regionale e territoriale.

Sono nell'ordine:

- Giampiero Giulietti, sindaco di Umbertide (PG) dal 2004 al 2013, ex presidente dell'ATI 1, assegnato alle tematiche della mobilità e dei trasporti per l'Anci Umbria. Attualmente deputato al Parlamento italiano, dove è membro della Commissione permanente V Bilancio e Tesoro e della Commissione permanente XIV Politiche dell'Unione europea;
- Fernanda Cecchini, sindaco di Città di Castello (PG) dal 2001 al 2010, membro del Congresso dei Poteri Locali e Regionali del Consiglio d'Europa, assessore regionale all'agricoltura, parchi, caccia e pesca durante la IX legislatura. Nel 2015 è stata riconfermata assessore con le deleghe alla qualità del territorio e del patrimonio all'agricoltura, al paesaggio, all'ambiente dell'Umbria e alla cultura;
- Mariano Tirimagni, sindaco di Montone (PG) dal 2004 al 2014, attualmente presidente del GAL Alta Umbria.

Gli intervistati hanno evidenziato le grandi potenzialità del nostro Paese nel settore oggetto dell'indagine, unitamente alle difficoltà con cui la pubblica amministrazione – fatte le dovute eccezioni, come nel caso dell'Umbria – riesce a concretizzare in progetti efficaci e spendibili le notevoli risorse messe a disposizione dall'Unione europea.

All'interno di queste interviste è possibile comprendere sia il quadro generale del PSR, ai diversi livelli amministrativi e le varie problematiche ad esso connesse, che spesso non consentono di spendere tutte le risorse disponibili, sia le differenti soluzioni. A tutt'oggi, molti Enti locali non sfruttano appieno i fondi provenienti dall'Europa, o perché non hanno tutte le necessarie informazioni in merito alle risorse presenti, o perché non riescono a far fronte alla progettazione da soli. Pertanto gli intervistati hanno evidenziato il ruolo centrale delle Regioni, le quali potrebbero fornire un grande sostegno ai vari

comuni e agli altri enti, provvedendo a dare informazioni e supporto, al fine di ottenere tali proventi a favore dei territori e dei cittadini.

## **2.2 Intervista a Giampiero Giulietti, Deputato alla Camera dei Deputati, membro della Commissione Permanente V Bilancio e Tesoro e della Commissione Permanente XIV Politiche dell'Unione Europea, 6 Agosto 2015**

*Quanto impatta il Piano di sviluppo Rurale all'interno del bilancio nazionale?*

Il PSR, proprio perché è un finanziamento europeo, direttamente impatta poco con il bilancio dello Stato, in quanto i fondi vengono assegnati alle Regioni. La Regione Umbria è una regione virtuosa dal punto di vista dell'utilizzo dei finanziamenti comunitari, in favore delle imprese, dei cittadini e degli enti. Questi finanziamenti, compreso il PSR, impattano con aziende agricole, con i comuni, con la viabilità e anche con le politiche turistiche. Le risorse assegnate ai GAL fanno parte del Piano di Sviluppo Rurale. Grazie a questo ente, in questi giorni, si stanno trasmettendo spot pubblicitari, sulle reti RAI, del territorio dell'Alta Umbria. Ciò ha un impatto sia dal punto di vista turistico che di promozione di un territorio. Con i fondi del PSR vengono inoltre finanziati progetti di riconversione di alcune colture, come per esempio avviene nella zona dell'Alto Tevere con il tabacco. La riconversione delle colture è importante, soprattutto dal punto di vista della ricerca e della sperimentazione. In qualità di membro sia della Commissione Bilancio sia della Commissione delle Politiche dell'Unione europea, specialmente di quest'ultima, ci ritroviamo a ragionare sulle norme che l'Europa ci chiede per adeguarci alla legislazione europea e semestralmente dobbiamo presentare la relazione al Parlamento su come l'Italia agisce all'interno dell'Unione. Un punto fondamentale è quello riguardante le politiche agricole, non solo per la quantità di risorse che vengono messe in campo, ma anche per la quantità d'interessi che vengono mossi. Inoltre bisogna analizzare come l'Italia in questi anni ha applicato o disatteso la normativa europea in diversi campi, come quella agricolo. Questo ha condotto, in alcuni casi, l'Italia a subire delle sanzioni da parte dell'Unione europea. Un esempio è ciò che è avvenuto nel Nord Italia, dove il nostro Stato ha pagato multe salatissime per determinate scelte, legate, anche, ai diversi governi regionali succedutisi.

Il PSR si occupa anche di turismo e in questi giorni si è discusso in commissione in merito alle norme riguardanti le guide turistiche ed è risultato che le disposizioni europee sono più blande di quelle italiane. Questo può far sì che diversi soggetti possano venire in Italia, pur non avendo le stesse abilitazioni delle nostre guide. Pertanto si sta assistendo a un contenzioso tra associazioni di categoria italiane ed europee.

L'elemento di novità, percepito maggiormente nella Commissione Bilancio rispetto a quella delle Politiche europee, è che il Governo, in quest'ultimo anno, sta più volte sollecitando le Regioni alla spesa dei fondi comunitari e ha stabilito che, qualora le regioni non utilizzino al meglio queste risorse, si trovi il modo di arrivare al commissariamento dell'utilizzo dei fondi comunitari o a recuperare quelle risorse, al fine di poterle spendere al meglio nel territorio. Si è giunti a ciò, in quanto, specialmente in alcune Regioni del Sud Italia, ci sono milioni di euro comunitari non utilizzati. Gran parte dei fondi europei, compreso quello del PSR, molte volte, non vengono spesi o spesi male.

Un ruolo fondamentale è ricoperto dai Comuni, i quali possono accedere anche direttamente alle risorse europee.

Quindi è essenziale una sana relazione tra imprese, cittadini e istituzioni comunali e regionali per l'utilizzo efficace delle risorse proveniente dall'Europa, così da poterle rendere disponibili alle varie comunità. Un esempio di ciò è stata l'Umbria, dove l'Ente Regione è stato un motore, in quanto capace di conoscere e favorire questa relazione.

Un ulteriore problema è che molte imprese e/o comuni non sono a conoscenza di determinati fondi europei, che potrebbero sfruttare e ai quali si può accedere direttamente.

Noi siamo abituati a pensare alle disponibilità comunitarie solo quando sentiamo dei bandi messi a disposizione dalla Regione, come il PSR, ma ci sono tanti filoni dove gli enti locali potrebbero accedere direttamente, come ad esempio risorse per le strutture telematiche, per le *smart cities*. Quindi rimane fondamentale che i comuni imparino a far rete, specie quelli piccoli che sono in difficoltà. Un esempio di ciò sono i cosiddetti "Contratti di fiume" (che hanno come obiettivo la cura del fiume), già sperimentati da alcuni comuni e regioni attraversati dal fiume Po e del Tevere. Questo ha permesso non solo di potenziare l'attenzione sulla qualità delle acque e le ricchezze dei fiumi stessi, ma di ragionare su infrastrutture che tengono insieme tutte le città attraversate da quel corso d'acqua. Altri esempi di infrastrutture possono essere quelle telematiche, ferroviarie...

Altri fondi importanti, a cui i comuni potrebbero accedere, sono quelli riguardanti la riqualificazione urbanistica, anche in un'ottica di qualità, a favore del territorio. Per un piccolo comune come ad esempio Fossato di Vico, quando con i propri uffici si sono garantiti i servizi fondamentali alla popolazione, affrontare le problematiche del territorio su scala vasta può diventare complicato, a meno che non si riesca a costruire una rete fra comuni. Può essere il GAL un esempio di ciò? Sì, ma oggi il GAL è più bravo a dividere fra gli enti le risorse provenienti dal PSR, piuttosto che cercare di trovare altre risorse su scala europea, che non si conoscono, ma che ci sono.

*Quindi sarebbe opportuno appoggiarsi a studi professionali di ricerca di bandi europei?*

In parte sì, ma importante sarebbero le informazioni che le varie Regioni potrebbero fornire dai propri uffici situati a Bruxelles.

Attualmente il vero problema rimane nella progettazione. Sarebbe opportuno creare progetti che coinvolgano più comuni, così da poter cercare e sfruttare risorse europee.

### **2.3 Intervista a Fernanda Cecchini, assessore Regione Umbria con deleghe alla qualità del territorio e del patrimonio all'agricoltura, al paesaggio, all'ambiente dell'Umbria e alla cultura, 28 Luglio 2015**

*Qual è stato l'andamento della spesa generale del PSR chiusosi nel 2013?*

Il Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 ha una durata di sette anni. La chiusura dei pagamenti previsti dal programma è fissata, in base ai regolamenti comunitari al 31 Dicembre 2015. Per il raggiungimento della piena utilizzazione delle risorse assegnate al programma restano ad oggi ancora da liquidare ad imprese, enti pubblici e altri beneficiari meno di 100 milioni di euro. La Regione da parte sua, in questa ultima fase di programmazione, sta mettendo in atto tutte le iniziative possibili per accelerare la spesa. È importante però ricordare che è possibile spendere le risorse solo quando il beneficiario finisce di pagare gli interventi, cioè la domanda di pagamento, per il rimborso di quanto è stato realizzato, può essere presentata solo quando sono state effettuate tutte le spese e completati i lavori oggetto di contributo. A questo punto, il beneficiario, può richiedere il rimborso della spesa effettuata. La liquidazione viene poi eseguita da un soggetto ministeriale denominato AGEA (Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura), sulla base dei previsti controlli tecnici ed amministrativi.

La programmazione 2007-2013 metteva a disposizione, per la Regione Umbria, 786 milioni di euro, invece per la nuova programmazione ne saranno disponibili ben 876.

*Riguardo al settore turistico è prevista la creazione di specifici percorsi, di segnaletiche e di un censimento di strutture ricettive e di ristorazione allo scopo dedicate?*

Le azioni volte al sostegno, alla valorizzazione e alla promozione delle zone rurali, comprese la segnaletica, corsi di formazione, percorsi... è prevista dalla misura 313 dell'Asse 3 del PSR.

Diverse azioni sono promosse dai Gruppi di Azione Locale, cioè i GAL, i quali ottengono (per tutti) il 5% dell'importo complessivo del PSR per promuovere progetti a livello locale.

La nuova programmazione ha obiettivi diversi, ma rimangono quelli di coesione, della cultura, dell'ambiente... Ora è necessario declinare gli obiettivi in sinergia con la nuova programmazione, in quanto si vuole che il PSR si integri con le altre risorse disponibili, comprese quelle regionali, locali...

*Considerando che i prodotti turistici hanno una commercializzazione prevalentemente via web, ci sono misure riguardanti la copertura in banda larga delle aree rurali del territorio? Sono previsti interventi per colmare il digital divide, come avviene nel Lazio?*

Sì, all'interno del PSR Umbria, nella misura riguardante le strutture nelle zone rurali, ci sono 40 milioni di euro destinati alla copertura in banda larga, volta a colmare il digital divide. In questo modo sarà possibile promuovere maggiormente le risorse, le peculiarità e i prodotti dell'Umbria via web.

## **2.4 Intervista a Mariano Tirimagni, presidente del GAL Alta Umbria, 19 Settembre 2015**

*Gentilissimo Presidente, la mia tesi di laurea tratta del turismo esperienziale all'interno della Politica di Sviluppo Rurale dell'Unione Europea, cosa può dirmi al riguardo?*

Chiamerei, più appropriatamente, questo tipo di turismo "emozionale", perché concentrato a suscitare emozioni ai visitatori tramite il racconto del territorio, non semplici visite o meri soggiorni. Si canalizza, solitamente, su piccoli numeri, ma su cose ben precise, su nicchie, che alla fine dei conti vanno a rappresentare dei numeri e a volte

anche decisamente elevati. Noi, come GAL Alta Umbria, abbiamo progettato, sostenuto, promosso e finanziato diversi progetti, attraverso bandi volutamente tematici, reiterati più volte, finanziati tramite l'approccio LEADER del Programma di Sviluppo Rurale dell'Umbria. In questa fase stiamo operando nella rendicontazione della programmazione 2007-2013 (siamo nel cosiddetto regime di transizione) e contestualmente stiamo operando nella partecipazione necessaria a programmare il nuovo Piano di Sviluppo Locale 2014-2020. E' una fase che si chiuderà a fine 2015, con l'attivazione delle risorse a valere sul nuovo settennato. Pochi giorni fa, abbiamo calcolato che il nostro GAL ha impegnato il 99,8% della spesa assegnata. Questo, rappresenta un segno di efficienza non secondario, se paragoniamo tale dato a quello di altre regioni italiane. Puntiamo, con la rendicontazione in corso in questo mese, di arrivare al 100%. Riguardo al turismo emozionale, bisogna osservare che il turismo degli ultimi anni utilizza sempre meno il modello del viaggio organizzato classico, quello delle agenzie turistiche, ma partono, grazie al crescente utilizzo di massa delle nuove tecnologie, già informati, fanno le loro considerazioni, vengono già preparati. Nei luoghi scelti va garantita una serie di servizi innovativi e consoni. Nel nostro caso, li abbiamo declinati attraverso interventi che hanno riguardato le emergenze architettoniche, l'aspetto artistico, storico, ambientale e anche quello enogastronomico. Quest'ultimo è un tematismo molto importante. Pertanto turismo emozionale proprio perché ci si prepara a vivere emozioni e rimanere appagati, nello spirito e nel corpo, dell'esperienza vissuta. Come quando vai in Austria a trovare la tua ragazza. Parti già preparato. Quando percorri il viaggio, non vedi l'ora di arrivare a destinazione e sai che quell'esperienza ti lascerà delle emozioni da ricordare e che rafforzeranno il rapporto tra di voi. Se lei è disinteressata ad accoglierti, a incontrarti, il rapporto, per quanto da parte tua sentito, è destinato a incrinarsi. Analogicamente, se il nostro territorio non è pronto ad accogliere il visitatore preparato e attento, desideroso di vivere emozioni, si comporta come lei, non produce reciprocità. In amore, come nelle politiche turistiche territoriali, se non si costruisce un rapporto emozionale, si rischia di rompere la fiducia reciproca. Come GAL, occupandoci di sviluppo locale, abbiamo il compito di scoprire e capire le vocazioni del territorio. Nella vecchia programmazione siamo partiti ragionando sul turismo sostenibile ed emozionale quale risorsa economica per il territorio, anche indotti dalla crisi del manifatturiero, che ha messo in discussione gli schemi del sistema post fordista e del capitalismo molecolare, che hanno svolto, negli

anni dagli '80 a primi 2000, un forte ruolo di sviluppo nel nostro paese. Per questo motivo è necessario ripensare il territorio con un'altra chiave di lettura, quella del turismo sostenibile ed emozionale. Questa può essere una buona opportunità per il nostro territorio, grazie alla quale si potrebbe produrre qualcosa di estremamente positivo. Noi ci abbiamo creduto con gli itinerari tematici, con la riqualificazione dei borghi, con gli interventi messi a regime nel territorio.

*È l'azione 313 che permette la riqualificazione dei borghi?*

No, in quanto la 313 è dedicata esclusivamente ad azioni di promozione e direttamente inserita nella programmazione regionale. Noi applichiamo il LEADER nel territorio, che è lo strumento che l'Unione Europea vuole che ogni Regione inserisca nei propri Programmi di Sviluppo o Piani Operativi. In Umbria è collocato nel Piano di Sviluppo Rurale quale specifica misura. Ai GAL è riconosciuta una dotazione del minimo 5% della dotazione di aiuto pubblico del PSR, per l'applicazione dell'approccio LEADER nei territori. Per la programmazione 2014-2020, l'Umbria ha beneficiato di una maggiore dotazione rispetto al settennato precedente, grazie al combinato disposto di storicizzazione della spesa per efficienza e riconoscimento di maggiori quote relative all'Organizzazione Comune di Mercato di alcune produzioni agricole soggette a riconversione. Si può discutere, ovviamente, sul fatto se siamo stati totalmente efficaci o no su quello che abbiamo realizzato e su questo tema si possono trovare tesi diverse.

*Nel mio terzo paragrafo del primo capitolo tratto dei progetti di turismo esperienziale finanziati dal PSR ho notato che specialmente al Sud sono stati promossi diversi progetti ma in modo isolato, quando invece dovrebbe essere la strategia generale. Invece nel mio ultimo capitolo tratto del progetto RNCO promosso dall'Associazione Borghi Autentici d'Italia.*

L'esperienza citata è definibile quale "Club di Prodotto", cioè una rete di luoghi fisici, geografici accomunati da elementi di pregio, attenti a uno sviluppo sostanzialmente legato al territorio, all'ambiente e alla cultura. Ce ne sono diversi, come i "Borghi più Belli d'Italia", le "Bandiere Arancioni", i "Borghi Autentici", appunto. È utile farne parte in quanto, partendo dall'esempio di Montone, città di cui ho avuto l'onore di essere Sindaco per un decennio, che è stata una delle prime realtà umbre a entrare dentro queste reti, ne possono giovare le presenze turistiche. Dai primi anni 2000 a oggi le presenze turistiche

sono passate da 15000 a 60000 circa annue. La differenza può farla una moderna ed efficiente comunicazione e promozione, come abbiamo cercato di fare operando nel GAL Alta Umbria. Abbiamo ultimamente promosso, per fare un ulteriore esempio, dei video-spot dell'Umbria sulle reti RAI. Abbiamo cercato di comunicare bene, cercando di suscitare emozioni, ciò che abbiamo. C'è ancora tanto da fare. E' il momento di puntare sulla qualificazione dell'accoglienza turistica integrata da parte degli operatori del settore. Bisogna operare con l'occhio del visitatore, affinché entri in un'emozionante dimensione esperienziale, che gli faccia comprendere che l'Umbria è davvero sorprendente. Bisogna considerare che la riqualificazione e valorizzazione architettonica di quasi tutti i centri storici principali e rurali è ormai in fase avanzata, pertanto bisogna puntare sull'accoglienza turistica, su un territorio che sappia comunicare e accogliere bene e che lo faccia tessendo reti concrete, dentro le quali fare rimanere impigliate sempre maggiori quote di mercato turistico. Investire sulla comunicazione e sulla promozione è diventato centrale. Recentemente, abbiamo organizzato una conferenza stampa sull'analisi della comunicazione prodotta in questi ultimi anni, sulla campagna di Social Media Marketing, sulla campagna promozionale presso l'Aeroporto di Sant'Egidio e su quella in RAI. Hanno ottenuto davvero tutte ottimi risultati. Abbiamo trasmesso spot basati sul racconto del territorio, abbiamo narrato i territori, con suoni, immagini, colori, cioè emozioni. Chi li vede non può che essere attratto da tale eventualità esperienziale. E' un modo nuovo per attirare visitatori. Emozionando. Come accennato precedentemente, iniziative come gli spot RAI hanno avuto un successo tale che abbiamo intenzione di reiterarle con declinazioni inclusive che interesseranno anche gli altri quattro GAL della regione. Il nuovo brand "UMBRIA, LASCIATI SORPRENDERE!", creato dal nostro GAL, può diventare la positiva evoluzione moderna dello storico slogan "UMBRIA, CUORE VERDE D'ITALIA". A breve, partirà la progettazione e noi dovremmo coordinare il tutto. Questo rappresenta per noi un grande riconoscimento.

*Come si è conclusa la vecchia programmazione?*

Abbiamo sviluppato la vecchia programmazione soprattutto su alcuni filoni. Il GAL, nella sua autonomia, ha la missione e lo scopo di scoprire le vocazioni locali e valorizzarle, anche in chiave sperimentale. I GAL programmano tutto secondo un approccio fortemente partecipativo, secondo il metodo bottom-up. Questo è il modo migliore per capire ciò che un territorio è e ciò che vuole essere, proprio secondo lo scopo degli ideatori

del LEADER. Non sempre si riesce nell'intento, in quanto ci sono alcuni GAL, in Italia e all'estero, che pochi conoscono e che risultano essere solo degli uffici che producono poco sul territorio. Noi cerchiamo di essere molto visibili, anche sui media. Il marketing è stato indirizzato verso il richiamo al territorio. Il segreto è la condivisione delle informazioni e dei contenuti, in questo modo la visibilità è maggiore. Stiamo pensando, per il prossimo futuro, a dei contest a premi, dove coinvolgere anche le aziende del settore turistico: chi condivide di più, vince. In questo modo vogliamo stimolare i cittadini, affinché siano una parte attiva della promozione del territorio in cui vive e lavora. Senza l'attenzione al territorio e alle sue vocazioni, il GAL è solo un distributore di fondi, magari utile nell'immediato, ma controproducente a lungo termine. Quindi si vuole alimentare la consapevolezza e l'amore per il territorio, anche in chiave resiliente. Il concetto di resilienza è l'approccio che ci permette di ripensare al territorio, a ciò che esso ha da offrire e a come sfruttarlo dal punto di vista economico e sociale, anche indotti dalle dinamiche prodotte dalla crisi economica, che ha portato alle note difficoltà subite da molte aziende. Quel modello economico pre-crisi, che conoscevamo, non tornerà più. Pertanto è necessario ripartire dalla promozione di luoghi e prodotti del territorio e dalla loro internazionalizzazione. La potenzialità di un territorio non è data solo dalla qualità che lo caratterizza, ma anche da quello che racconta. Bisogna imparare a narrare come un oggetto è stato prodotto, dove è stato prodotto, quali interazioni positive esistono tra manifattura e ambiente di produzione. Se ci fermiamo alla qualità di utilizzo, rischiamo di non essere più competitivi nel mercato globale. "Se vieni a comprare o acquisti un prodotto o un servizio del nostro territorio, io ti faccio fare un'esperienza, ti suscito un'emozione". L'Italia, rispetto al resto del mondo, è avvantaggiata, perché ha un settore agroalimentare altamente qualitativo, una filiera Turismo-Ambiente-Cultura di enormi potenzialità, un artigianato di alta irripetibilità. Per questo è necessario reinventarsi ed essere più dinamici rispetto al passato. Io sono convinto che con la cultura e il turismo si può mangiare, ma questo non vuole dire che ci si può sostenere appieno, in quanto è necessario anche un manifatturiero attento alla qualificazione nei prodotti e all'innovazione nei processi. Questo deve essere il compito delle nuove generazioni.

*A livello nazionale c'è un'organizzazione efficiente riguardo a queste tematiche?*

No, non c'è. Io dico sempre che manca un GAL nazionale. Il problema di comunicare il territorio è anche un problema nazionale. Abbiamo l'80% del patrimonio culturale del

mondo, ma siamo quinti come mèta turistica a livello internazionale. Questo significa non che non abbiamo, ma che non sappiamo comunicare, non sappiamo vendere. Questo dovrebbe essere il ruolo di organismi come l'ENIT. Allora mi domando: "Perché non si fa? Se il GAL Alta Umbria investe centinaia di migliaia di euro per fare promozione dell'Umbria, perché l'ENIT non investe cento volte tanto per promuovere l'Italia a livello internazionale?" La risposta rimane, tuttora, sconosciuta.

Oggi in Italia manca un braccio operativo forte riguardante queste tematiche. Ribadisco che bisogna comunicare di più e meglio e puntare sulla cultura dell'accoglienza integrata, rendendo gli operatori protagonisti. Noi concluderemo a breve un ciclo di seminari, denominato "WELCOMING.LAB", dedicato all'accoglienza turistica integrata, rivolto a ristoratori, artigiani, funzionari comunali, operatori culturali e turistici. Serve formare e condividere, per superare le criticità e le improvvisazioni, la mancanza di alta professionalità e la trascuratezza nell'accoglienza. Con ciò intendo che, per esempio, quando vado a mangiare in un ristorante, vorrei che il ristoratore mi facesse una descrizione del piatto fortemente appassionata e dalla quale evincere la passione per il proprio lavoro, per suscitarmi emozioni sensitive, che non possono limitarsi al solo gusto.

*... un esempio di ciò è la fase "Anima del territorio" del progetto RNCO!*

Abbiamo declinato le nostre idee, per esempio, con il progetto "Osterie del Gusto", tramite il quale abbiamo realizzato la filiera corta tra produzione agroalimentare e ristorazione o con i Totem Turistici Multimediali. Grazie a quest'ultima iniziativa, per la prima volta, in un determinato luogo dell'Alta Umbria puoi vedere cosa c'è in un altro, grazie alla presenza di informazioni in rete di tutto il territorio. Sembra una cosa banale, ma finora non l'aveva fatto nessuno. A prescindere dall'insufficienza di un'accoglienza turistica integrata, i turisti parlano, solitamente, sempre bene del nostro territorio, perché se soggiornano in un nostro agriturismo siamo capaci, spesso per inclinazione personale piuttosto che per capacità professionale, di suscitare determinate emozioni. Questo è favorito dal nostro essere umbri. Siamo chiusi, quindi discreti e poco invadenti, ma allo stesso tempo ospitali. Infatti, ultimamente stiamo scalando la classifica nazionale come popolazione più accogliente d'Italia, secondo il gradimento degli utenti dei servizi turistici. Nella vecchia programmazione abbiamo puntato su itinerari tematici, turismo, riqualificazione dei centri storici, spazi verdi. Ci siamo basati sulle vocazioni del nostro

territorio. Ci siamo sbagliati? Non penso e i numeri ci danno ragione. Puntare sul turismo sostenibile significa creare un beneficio all'ambiente, al sistema idro-geologico, perché significa che qualcuno curerà quel luogo. E' tutto collegato. In poche parole, ci siamo basati sulla filiera TAC. Abbiamo voluto puntare molto sul territorio, in quanto ci crediamo. Tutto questo continuerà anche con la prossima programmazione. Daremo una forte spinta verso la promozione, anche perché nella nuova programmazione non è più presente la misura 313 del PSR, che ha provveduto in buona parte a questo. Pertanto dovremmo rimpiazzare questo vuoto che si è venuto a creare. Lavoreremo con gli altri GAL dell'Umbria, come avverrà a breve con i nuovi spot, probabilmente integrando efficientemente, nel collaborarvi, la promozione della Regione.

*Quanto è cambiata la nuova programmazione 2014-2020 da quella 2007-2013?*

Noi ci occupiamo di una parte apparentemente residuale della programmazione, in termini numerici, ma in un quadro generale che riconosce allo sviluppo locale sempre più importanza. Gli obiettivi fondamentali non sono cambiati sostanzialmente, potrebbero cambiare i titoli e le modalità di applicazione, ma alla gente importa poco dei meccanismi burocratici. L'Unione Europea, rispetto alla vecchia programmazione e riguardo l'approccio LEADER, ci dice di operare meglio rispetto al passato e lo indica paradossalmente per queste tematiche. C'è un'attenzione nei riguardi del territorio quale fautore di potenziare sviluppo. Si sta tornando, dal punto di vista ideale e progettuale, agli anni sessanta, quando si era al bivio e bisognava decidere il modello di sviluppo da adottare, o il sistema del capitalismo molecolare, delle piccole aziende diffuse, del manifatturiero spinto, o il modello comunitario-evolutivo, che prevedeva che il territorio scoprisse le proprie vocazioni, facendo qualche fabbrica in meno a fondo valle e valorizzando qualche centro storico in più, anche ai fini del manifatturiero di qualità. Vinse il primo modello, il quale, come sappiamo, è andato oggi in crisi. Pertanto è arrivato il momento dell'altro ideale. Questo si vede molto nella nuova programmazione, in quanto anche il resto d'Europa ha subito la crisi. Se dobbiamo costruire nuove fabbriche perché necessario, partiamo riconvertendo quelle vecchie e inutilizzate. Dovremmo ritornare dalla valle alla montagna. Non ritengo il turismo sufficiente a creare un PIL locale di mantenimento, ma se messo insieme a una manifattura della qualità, a una serie di servizi innovativi, al sapere fare locale, che noi umbri abbiamo, può fare la differenza. Nella prossima programmazione, data l'autonomia che i GAL hanno su come utilizzare

le risorse europee, aggiusteremo il tiro sulla creazione di servizi innovativi per le comunità rurali, per il turismo e sulla necessità di suscitare nei cittadini l'amore per il proprio territorio. Se questi sposassero fino in fondo quello che il GAL fa e produce, si otterrebbe un effetto moltiplicatore particolarmente incisivo. Coloro che sanno fare marketing e promozione riescono a vendere prodotti e servizi anche in luoghi artificiali. Vediamo, per esempio, gli outlet di nuova generazione, creati come veri e propri borghi, con tutte le accortezze che li contraddistinguono, dal punto di vista dell'atmosfera e dell'estetica. Con le nostre realtà, vere e non riprodotte artificialmente, potremmo fare analogamente, potremo valorizzare dei veri e propri centri commerciali naturali, ripopolando i borghi di abitanti e attività. Infine, è importante sottolineare il contributo che i vari Comuni, costantemente, danno al GAL in termini progettuali e strategici, per capire quali possano essere le peculiarità, le esigenze, le problematiche sui cui strutturare bandi, iniziative ed eventi.

*L'esperienza di ciascuno è  
il tesoro di tutti.*  
(Gérard de Nerval)

## Capitolo 3

### Progetti di turismo esperienziale finanziati dal PSR

In base a quanto già analizzato nei due paragrafi precedenti, ora è possibile esaminare vari progetti di turismo esperienziale promossi dalla programmazione del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013, partendo dal Nord Italia fino al Sud Italia.

Un progetto interessante è “Il Borgo dei Mestieri: un percorso didattico esperienziale sugli antichi laboratori artigianali di Bova”<sup>70</sup>, borgo di 449 abitanti in provincia di Reggio Calabria<sup>71</sup>, finanziato dal PSR Calabria FESR 2007-2013, grazie alla misura 323 dell’asse, volto al recupero conservativo e arredamento immobili di proprietà comunale, la sua messa a norma e l’arredamento dei vari locali, così da allestire e ricreare tre antichi laboratori artigianali, cioè quello di legno e tessitura, di vetro e ceramica e di lavorazione del pane. Grazie a ciò è possibile riproporre tecniche antiche, per organizzare dimostrazioni dei mestieri e brevi corsi riguardo alle vecchie attività locali. Inoltre grazie a questi fondi sarà possibile realizzare il recupero conservativo e la riqualifica dell’area limitrofa, per adibirla a spazio espositivo delle produzioni artigianali<sup>72</sup>.

Rimanendo sempre nel Sud Italia, ma spostandoci nella Regione Campania si possono trovare altri progetti di turismo esperienziale, come quello denominato “Accoglienza e promozione turistica nelle cantine del Sannio”. La sede è situata nella cantina sociale “La

---

<sup>70</sup> Provincia di Reggio Calabria, *COMUNE DI BOVA-PSR CALABRIA FESR 2007-2013- Misure strutturali ASSE III Misura 3.2.3- Lavori di recupero conservativo e arredamento di immobili di proprietà comunale, per realizzare ‘Il Borgo dei Mestieri: un percorso didattico esperienziale sugli antichi laboratori artigianali di Bova’*, viewed 1 Settembre 2015, (atto di gara mediante procedura aperta), [https://garetelematiche.provincia.rc.it/portale/index.php/bandi?getdettaglio=yes&bando=105371&tipobando=Bando&RicQ=NO&VisQ=SI&tipoDoc=55;167&xslt=XSLT\\_55;167&scadenzaBando=2014-02-19T12:00:00](https://garetelematiche.provincia.rc.it/portale/index.php/bandi?getdettaglio=yes&bando=105371&tipobando=Bando&RicQ=NO&VisQ=SI&tipoDoc=55;167&xslt=XSLT_55;167&scadenzaBando=2014-02-19T12:00:00), pp. 1-3.

<sup>71</sup> Dato ISTAT, *popolazione residente al 1° Gennaio 2015*, <http://demo.istat.it/pop2015/index.html>.

<sup>72</sup> Provincia di Reggio Calabria, *COMUNE DI BOVA-PSR CALABRIA FESR 2007-2013- Misure strutturali ASSE III Misura 3.2.3- Lavori di recupero conservativo e arredamento di immobili di proprietà comunale, per realizzare “Il Borgo dei Mestieri: un percorso didattico esperienziale sugli antichi laboratori artigianali di Bova”*, cit., pp. 1-3.

Guardinese”, presso Guardia Sanframondi<sup>73</sup>, città di 5118 abitanti della provincia di Benevento<sup>74</sup>. Questo programma finanziato dal PSR Campania 2007-2013, misura 111 (iniziative nel campo della formazione professionale e dell’informazione), prevede un corso di cento ore, di teoria e pratica, nel periodo gennaio-marzo rivolto a giovani agricoltori che si sono insediati per la prima volta in azienda e che non hanno più di 40 anni, per gli operatori agricoli e forestali e per gli operatori delle imprese agroalimentari, con riferimento a coloro che lavorano nel settore vitivinicolo. Per parteciparvi è necessario essere un imprenditore singolo (o associato) e dipendente di un’azienda (bracciante, coadiuvante...). Il corso di formazione è finalizzato ad accrescere le competenze, la professionalità e le conoscenze degli imprenditori, del settore vitivinicolo, con riferimento all’inserimento di innovativi ed efficienti strumenti al fine di promuovere la filiera, con la conoscenza approfondita di nuove opportunità e tecnologie comunicative, sulla rete. Gli interventi riguardano l’indirizzo formativo: “Sviluppo delle competenze gestionali ed imprenditoriali: TIC”, rivolte particolarmente all’accoglienza e alla promozione turistica<sup>75</sup>. La finalità è quella “di sostenere la diversificazione del reddito delle imprese rurali e offrire strumenti per la valorizzazione e la commercializzazione delle produzioni locali in particolare dei vini pregiati”<sup>76</sup>.

Gli obiettivi di tale progetto sono diversi a partire dall’organizzazione dei servizi di accoglienza in azienda, in prospettiva di una fruizione esperienziale, al marketing management, con riferimento alle nuove metodologie (direct marketing, web marketing, digital e social media), alla programmazione e organizzazione dei servizi di accoglienza turistica per la visita alle cantine e per il pernottamento, alle modalità di coinvolgimento dei visitatori secondo una logica esperienziale, all’allestimento di servizi ludico-ricreativi, all’organizzazione di pacchetti turistici e l’inserimento dell’azienda all’interno del mercato turistico regionale, all’elaborazione di un piano di marketing strategico e operativo multicanale fino alla progettazione e promozione su web tramite social media... così facendo i destinatari saranno in grado di programmare campagne di marketing in

---

<sup>73</sup> Regione Campania, *Accoglienza e promozione turistica nelle cantine del Sannio*, avviso pubblico n.1 del 9 Gennaio 2012, prot. 013591/2012, pp. 1-4.

<sup>74</sup> Dato ISTAT, *popolazione residente al 1° Gennaio 2015*, <http://demo.istat.it/pop2015/index.html>.

<sup>75</sup> Regione Campania, *Accoglienza e promozione turistica nelle cantine del Sannio*, cit., pp. 1-4.

<sup>76</sup> Ibidem.

forma associata e utilizzare fondi provenienti dal PSR per i servizi di accoglienza turistica.

Alla fine del progetto saranno rilasciati degli attestati di frequenza ai singoli partecipanti che abbiano frequentato almeno l'80% delle ore del corso complessivo previste e che abbiano superato l'esame finale. È importante sottolineare che la partecipazione è gratuita<sup>77</sup>.

In Campania è stato realizzato un altro progetto, "Farm Market, la rassegna d'arte culinaria eco-gastronomica dell'Appennino Meridionale", che si è tenuta dal 15 Novembre al 20 Dicembre 2014, tra i comuni di Vallesaccarda, Trevico e Zungoli della provincia di Avellino. Questa rassegna è stata finanziata dal Fondo FEARS-PSR Campania 2007-2013, dell'asse 4, misura 411. L'iniziativa è volta a valorizzare la ruralità dei prodotti tipici, del turismo leggero, delle emergenze architettoniche e ambientali durante questo periodo, che coinvolge tutta la Baronia (zona dell'Irpinia). Saranno ospiti gastronomi, al fine di associare l'agricoltura al turismo per una ricettività di qualità. Il sindaco di Vallesaccarda, Franco Archidiacono, vuole che si promuova un turismo esperienziale di qualità, che coinvolga le aziende produttrici, così da poter promuovere il territorio con i vari prodotti, per cambiare la cultura del mangiare. L'amministrazione e i cittadini hanno il dovere di modificare la loro usanza alimentare, cibandosi dei prodotti del proprio territorio, che sono sani e di provenienza certa. Il sindaco Archidiacono è convinto dell'importanza che gli stessi agricoltori escano dall'anonimato e abbiano la capacità di confrontarsi con il mondo della qualità, sostenendo la tutela del territorio e la bioeconomia.

Durante i cinque weekend del programma saranno disponibili molte iniziative, come Slow week-end, workshop, incontri, simposi, laboratori di educazione al gusto, cooking show... Importante è la promozione della filiera corta<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup> Ibidem.

<sup>78</sup> Francesca des Loges, *Vallesaccarda eco-gastronomica, Chieffo: 'Eventi bellissimi ma troppa burocrazia'*, Il Ciriaco, Irpinia informazione inchiesta, 11 Novembre 2014, viewed 1 Settembre 2015, <http://www.ilciriaco.it/focus/item/3305-vallesaccarda-eco-gastronomica,-chieffo-eventi-bellissimi-ma-troppa-burocrazia.html>.

Spostandoci nella confinante Regione Puglia, c'è il GAL Valle della Cupa, che promuove progetti di Ospitalità diffusa, valorizzando antichi edifici chiusi e non utilizzati al fine di destinarli a case vacanza, grazie alla misura 313 dell'Asse 3.

Questo modello di ospitalità, che non va confuso con quello dell'albergo diffuso, è volto ad approcci di domande turistiche sempre più dedite all'autenticità, connesse allo spirito dei luoghi.

Allo stesso tempo è necessario che i diversi attori locali facciano rete tra di loro, così da attuare un'ospitalità rivolta al territorio nel suo complesso, con un pacchetto turistico unico. All'interno di questi luoghi i turisti si devono sentire dei cittadini del posto e, nello stesso tempo attori, facenti parte di uno stesso copione. L'intenzione del GAL è quello di promuovere il territorio, con un turismo sostenibile, al fine di renderlo più competitivo, rafforzando l'identità socio-culturale, coinvolgendo la popolazione locale, gli artigiani e gli operatori del territorio. Essi potranno potenziare la propria competitività attraverso corsi di informazione e di formazione.

Per raggiungere tale obiettivo è necessario progettare e gestire itinerari/percorsi tematici integrati, unendo alla vacanza attiva la valorizzazione del paesaggio, delle varie produzioni locali e delle culture. Quindi si vuole trovare una nuova visione di come intendere la vacanza, rivolta all'autenticità<sup>79</sup>.

Invece il GAL Molise Verso il 2000, grazie all'Asse 4, approccio Leader del PSR, nel suo Piano di Sviluppo Locale (PSL), intende far diventare il Molise Centrale una destinazione importante, promuovendo un'immagine chiara, competitiva e dotata di meccanismi d'offerta validi ed efficienti, capaci di saper accogliere una domanda di residenza temporanea o stabile (come l'insediamento di nuove PMI). Il piano vuole condurre ad una prospettiva di sviluppo dell'offerta territoriale, con riferimento al miglioramento della qualità di vita dei residenti, in quanto un territorio può essere definito competitivo all'esterno solo quando lo è al suo interno, rispettando i vari desideri della popolazione locale.

---

<sup>79</sup> Alessandro Capodieci, *Ospitalità diffusa e turismo esperienziale*, Valle della Cupa agenzia di sviluppo locale, 13 Luglio 2013, viewed 1 Settembre 2013, <http://www.valledellacupa.it/index.php/rassegnastampa/4321-ospitalita-diffusa-e-turismo-esperienziale>.

In particolare, vengono evidenziati gli aspetti del sistema ricettivo turistico e l'offerta dei beni di qualità, che sono considerati carenti e insufficienti, al fine di assicurare il processo attrattivo che può rendere il Molise Centrale una destinazione dominante. Pertanto è necessario attuare interventi di riqualificazione dell'offerta ricettiva e di ospitalità, privilegiando iniziative capaci di rappresentare le differenti peculiarità del territorio e la cultura identitaria locale. Importante è promuovere quei fattori distintivi che possano essere riconosciuti sul mercato.

È sottolineata inoltre l'importanza del ricambio generazionale all'interno dell'agricoltura e dell'artigianato, che è ritenuto scarso e difficoltoso; quindi bisogna ripartire dal saper fare degli anziani e ridare importanza del ritorno al territorio e al paesaggio.

L'obiettivo del PSL è quello di contribuire alla realizzazione di un sistema di offerta integrata del territorio, sfruttando le diversità agricole e forestali e le peculiarità ambientali e produttive, affinché si possa esprimere una capacità collettiva nella valorizzazione e gestione delle risorse disponibili, insieme a un'organizzazione integrata che possa produrre vantaggi verso il mercato.

All'interno di questo PSL, una delle varie azioni, denominata "Specialisti di ospitalità", attuata grazie alla misura 311 del PSR Molise, intende sostenere progetti aziendali che:

- prevedano un investimento al fine di specializzare l'offerta verso una domanda turistica di nicchia, come il turismo esperienziale, l'ippoturismo, quello didattico...
- dimostrino un collegamento e/o una sviluppabile partnership che si possa consolidare anche nella fase gestionale post interventi, con competenze e/o soggetti specializzati che siano in grado di concorrere ad una filiera di prodotto e/o capaci di generare delle strategie innovative di marketing in grado di intercettare un turismo di nicchia;
- assicurino dispositivi esterni di collegamento e di mobilitazione riguardanti la cultura materiale molisana sul territorio, il patrimonio identitario, sistemi naturalistici ed ecologici...

Gli obiettivi operativi sono rivolti a far accrescere le opportunità di reddito dei membri delle famiglie agricole, rafforzando e promuovendo la specializzazione dell'offerta turistica in ambito rurale tramite un'azione di valorizzazione delle risorse territoriali.

La stessa azione vuole sostenere la creazione di micro imprese ad alta utilità sociale per migliorare la qualità e l'intensità dei servizi a favore sia della fascia di popolazione più debole ed emarginata sia a vantaggio delle comunità più isolate. La logica dell'Azione dovrà essere capace di giustificare le prospettive del mercato e le varie condizioni strategiche che siano in grado di dimostrare la capacità dell'iniziativa nel corso del tempo. Inoltre dovrà far sì che il singolo soggetto o associato predisponga un progetto che sia il risultato di un percorso di concentrazione e condivisione con organismi che operino effettivamente sul territorio e con i vari enti locali<sup>80</sup>.

Nel Nord Italia il vicepresidente del Friuli Venezia Giulia, Sergio Bolzonello, analizza come sono state riordinate le politiche industriali, partendo da una semplificazione burocratica e da una nuova mappa dei distretti produttivi. All'interno di questo discorso c'è il tema del turismo. Bolzonello afferma di voler attuare una svolta in questo settore, dato che si cercherà di concretizzare parte del piano quinquennale 2014-2018. Al turismo verranno riservati tra i 15 e i 20 milioni di euro; i punti forti dell'offerta saranno il mare, la montagna nel periodo invernale, la cultura e l'enogastronomia. Inoltre vuole che si costituisca un prodotto turistico di tipo esperienziale, differenziato per i diversi profili e le varie provenienze geografiche. Questo grazie anche ai fondi del PSR<sup>81</sup>.

Nella regione autonoma della Valle d'Aosta è stato realizzato il progetto "Le terroir rural pour un tourisme durable", del GAL Alta Valle d'Aosta, finanziato dalla misura 313 dell'Asse 3 della programmazione PSR 2007-2013.

Tale iniziativa ha come beneficiari le aziende agricole e ha origine dal fatto che il turismo ha delle grandi potenzialità economiche, date dalle varie risorse naturali e culturali dell'intera area. Proprio per questa ragione il GAL Alta Valle d'Aosta ha deciso di voler potenziare l'offerta di accoglienza e i servizi turistici, che sono carenti all'interno delle aree più marginalizzate della zona, in quanto non sono toccate profondamente da processi di sviluppo.

---

<sup>80</sup> Regione Molise, *Programma di Sviluppo Rurale per il periodo 2007-2013*, Asse 4 "Attuazione dell'approccio Leader", Piano di Sviluppo Locale del GAL Molise Verso il 2000, pp. 5-7 e pp. 9-11.

<sup>81</sup> Marco Ballico, *Bolzonello: 350 milioni per rilanciare lo sviluppo*, "Messaggero Veneto edizione Udine", 1 Febbraio 2015, viewed 1 Settembre 2015, <http://messaggeroveneto.gelocal.it/udine/cronaca/2015/02/05/news/bolzonello-350-milioni-per-rilanciare-lo-sviluppo-1.10804474>.

Le piccole imprese agricole costituiscono un bacino poco sfruttato che impedisce di sviluppare una struttura e dei servizi per l'ospitalità turistica a basso impatto ambientale, promuovendo la diversificazione, la segmentazione e la destagionalizzazione rispetto ai prodotti turistici più maturi.

Inoltre c'è poca propensione alla differenziazione da parte delle imprese agricole locali, pertanto è necessario assistere le varie imprese, gli agricoltori, gli operatori economici, affinché si possa strutturare una nuova offerta turistica.

Il progetto è essenzialmente indirizzato a incentivare le differenti imprese agricole mediante il sostegno allo sviluppo dell'ospitalità di tipo agrituristica, al fine di svolgere un ruolo multifunzionale a supporto del progresso socio-economico locale e per ottimizzare i servizi, in base ai progetti di adeguamento, crescita e miglioramento. Inoltre le varie offerte dovranno essere progettate in un'ottica innovativa ed esperienziale per raggiungere i diversi tipi di turisti.

Le differenti attività vogliono affrontare due criticità che stanno compromettendo il successo economico di molti operatori, cioè la capacità di fare rete e strutturare collaborazioni che possano permettere la creazione di pacchetti turistici ed eventi, e la competenza delle imprese riguardo la gestione della propria attività inerente alla programmazione di investimenti e spese, all'interno del processo di stesura di *business plan* riguardo lo specifico settore del turismo rurale.

Gli obiettivi del progetto sono:

- diversificare le attività delle varie aziende agricole a favore di quelle complementari all'agricoltura e al territorio rurale;
- sviluppare i settori, del territorio rurale, non agricoli;
- valorizzare le risorse turistiche delle aree rurali.

Il progetto è strutturato in due macro attività, articolate in modo tale, da essere di orientamento e incentivazione alla partecipazione ai bandi da parte dei privati:

- la prima è rivolta al supporto dell'ideazione di infrastrutture ricettive su piccola scala. In questo modo è possibile migliorare la competitività del sistema turistico del GAL, per mezzo di un'offerta più articolata che si potrebbe realizzare grazie a un miglioramento qualitativo dell'ospitalità agrituristica e del turismo rurale.

Rimane, altresì, importante l'incentivo a incrementare l'offerta turistica-ricettiva dell'area, tramite -nell'ordine- l'incentivazione a creare nuove imprese agrituristiche e di ristorazione, il miglioramento delle stesse strutture, il risparmio energetico e l'abbattimento delle barriere architettoniche, così da poter permettere l'accesso anche a persone disabili. In questo modo è possibile incrementare lo standard qualitativo;

- la seconda riguarda la preparazione e la promozione degli operatori presenti sul territorio. Questa azione prevede il supporto alla commercializzazione dei vari servizi turistici e agrituristiche riguardanti il turismo rurale, come: la creazione e l'organizzazione di eventi enogastronomici, le degustazioni guidate, il supporto alle amministrazioni e alle Pro Loco al fine di organizzare eventi rurali. L'attività prevede la formazione di agricoltori ed altri operatori economici presenti nel territorio GAL Alta Valle d'Aosta, così da organizzare e gestire costi, criticità e contenuti, e in modo che l'evento può diventare il legame necessario a unire il territorio con il turista, con risultati a breve o a medio termine. Gli stessi agricoltori potranno, ad esempio, creare dei servizi di degustazione e animazione all'interno delle proprie aziende o presso altre sedi<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup> GAL Alta Valle d'Aosta, Scheda progettuale *Le terroir rural pour un tourisme durable*, <http://www.cm-grandparadis.vda.it/di/c/cd/Le%20terroir%20rural%20pour%20un%20tourisme%20durable%202012.pdf>, pp. 1-2.

*Tra vent'anni sarete più delusi  
per le cose che avrete fatto che per quelle che non avrete fatto.*

*Quindi mollate le cime.*

*Allontanatevi dai porti sicuri.*

*Prendete i venti con le vostre vele.*

*Esplorate. Scoprite. Sognate.*

(Mark Twain)

## Capitolo 4

### Caso concreto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”

Ogni qualvolta si riflette su un determinato Stato si considerano le sue specificità e il desiderio di volerle sperimentare. Pensando agli Stati Uniti d’America viene subito in mente la “Route 66” e la volontà di provare l’esperienza di essere seduto su un’Harley Davidson e di poter percorrere quella strada che collega la East Coast alla West Coast.



*Logo Comunità Ospitali*

Oppure vedendo uno dei vari servizi sui vigneti della Borgogna francese si vorrebbe vedere dal vivo come si preparano quei rinomatissimi vini. L’Italia è ricca di specificità che spaziano dal punto di vista agroalimentare a quello culturale, da quello artigianale a quello naturalistico... l’Italia è al quinto posto, a fine 2014, tra i Paesi più visitati al mondo, dopo Cina, Spagna, Stati Uniti e Francia. Quest’ultima detiene il primato con 35,2 milioni di turisti in più della nostra Penisola<sup>83</sup>.

A tutt’oggi, purtroppo, i turisti, non possono godere appieno le peculiarità del Bel Paese, in quanto non è possibile vivere le specificità, in tutto il territorio nazionale, ma solo in alcune parti, dove hanno deciso di differenziare l’offerta turistica. In Italia esiste un’iniziativa denominata “Rete Nazionali delle Comunità Ospitali, gente che ama ospitare”, promosso dall’Associazione Borghi Autentici d’Italia e co-finanziato dal

---

<sup>83</sup> ENIT, *Il turismo straniero in Italia, la destinazione Italia nel contesto internazionale*, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.enit.it/it/studi.html>. Quindi: Simone Cosimi, *Turismo, i Paesi più visitati al mondo*, la Repubblica.it viaggi, 12 Giugno 2015, viewed 5 Settembre 2015, [http://www.repubblica.it/viaggi/2015/06/12/foto/turismo\\_i\\_paesi\\_piu\\_visitati\\_al\\_mondo-116696536/5/](http://www.repubblica.it/viaggi/2015/06/12/foto/turismo_i_paesi_piu_visitati_al_mondo-116696536/5/).

Ministero per i Beni Culturali e per il Turismo, che punta su un turismo esperienziale. Questo progetto si pone lo scopo di realizzare un'esperienza inedita in Europa, sia per le dimensioni, sia per gli obiettivi. Il fine è quello di creare destinazioni turistiche di tipo culturale, ambientale e produttivo, che puntino a condividere un sistema di accoglienza e di inclusività dell'ospite, considerato un cittadino momentaneo del luogo, un protagonista, all'interno della comunità locale<sup>84</sup>.

Il progetto, vuole partire inizialmente dalla narrazione del territorio, cominciando dalle sue origini. Gli stessi borghi sono degli ambiti su cui strutturare un turismo sostenibile,



*Alcuni dei borghi aderenti al progetto RNCO, viewed 14 Settembre 2015*

che possa rispondere alle esigenze e ai bisogni di chi vive nel territorio o di chi decide di visitarlo. Lo scopo è quello di promuovere e tutelare le differenti risorse presenti sul luogo, il patrimonio immateriale e materiale che riesca a conservare l'integrità culturale caratterizzante, la sua biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita.

Gli stessi borghi, per quanto grandi o piccoli siano, con le loro peculiarità, possono costituire un "prodotto", ma solo se vengano integrati e valorizzati. Si vuole pensare a una visione di sistema, che metta in relazione tre potenzialità: l'impresa, la pubblica amministrazione e il mercato.

È importante sottolineare che il borgo non è progettato o modificato in funzione dei cambiamenti delle domande turistiche, ma può essere valorizzato nel suo insieme, nelle sue peculiarità, nelle sue competenze, nelle sue caratteristiche. Deve creare un sistema d'offerta, dove gli attori del luogo condividano obiettivi comuni per offrire una proposta diversa, originale e competitiva, al fine di modificare le richieste in base al cambiamento

---

<sup>84</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, *RNCO*, Associazione Borghi Autentici d'Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/progetto-rnco/>.

della domanda stessa. Pertanto è necessario puntare su una vera e propria valorizzazione turistica, che trasformi il prodotto in esperienza indimenticabile. In questo modo il borgo diventa il vero protagonista e i turisti cittadini momentanei del luogo e parte attiva, così che possano portare con sé un ricordo da narrare ad altri.

Le comunità e il luogo dove vivono sono custodi di conoscenze, risorse, tradizioni, cultura... così, organizzandosi, si può creare un sistema ospitale, basato sull'integrazione dei membri pubblici e privati. Solo così i borghi possono creare programmi di riqualificazione del proprio territorio, al fine di tutelare le risorse presenti, valorizzarle e renderle fruibili per gli stessi cittadini e per i turisti. Così si può parlare di ospitalità.

Attualmente sta crescendo la domanda verso tesori nascosti, territori piccoli ma affascinanti, cioè piccole nicchie. Il progetto si rivolge a determinati mercati di riferimento, che sono: Germania, Scandinavia, Francia e Austria.

I Comuni e le varie amministrazioni, aderendo a questo progetto e ai vari scopi, tendono ad approcciare una cultura dell'ospitalità, il cui obiettivo principe è quello di migliorare la qualità della vita, inizialmente degli stessi cittadini del borgo e successivamente quella dei viaggiatori, adeguandosi ai due diversi tipi complementari di turismo:

- di comunità: che è allo stesso tempo la componente e il risultato dello sviluppo generale del territorio. Questo tipo di turismo genera utilità non solo per gli ospiti, ma anche per i cittadini, che possono beneficiarne maggiormente, in quanto aumentano i flussi di visitatori che portano maggiori entrate nel territorio. Inoltre, in un periodo di crisi e disoccupazione, può generare un nuovo tipo di impresa, quindi una risposta in più ai problemi economici. Il turismo di comunità produce maggiore integrazione e coesione tra gli stessi attori locali e li incentiva a recuperare e valorizzare le proprie tradizioni. In questo modo si può creare sensibilità verso il concetto di "autenticità". Un tale percorso permette di effettuare anche scelte di stili di vita più sostenibili. Così facendo i cittadini



*Scorcio delle "Rughe" di Fossato di Vico, raro esempio di camminamenti medioevali che avevano uno scopo viario e difensivo.*

momentanei del luogo possono vivere la vita quotidiana di quel posto, interagendo attivamente con la popolazione locale. Il risultato è che il turista diviene il principale protagonista della “narrazione” e si identifica con l’armonica vita del borgo e della sua popolazione.

- esperienziale: questo tipo di turismo si basa sul concetto di narrazione. I borghi italiani, dal Nord al Sud, sono colmi di storie, aneddoti, leggende, curiosità... che rendono il luogo più ricco dal punto di vista immateriale.

La narrazione del territorio permette di instaurare una relazione autentica ed empatica tra le persone del borgo e i turisti. Grazie a questo elemento si crea interesse ed aspettative del turista, che si sviluppano in tre fasi:

- momento in cui si conosce il territorio sui siti web, sui social media, tramite racconti...;
- momento dell’interazione e dell’incontro immediato con la popolazione del luogo;
- momento in cui si realizzano le proprie riflessioni, pensieri e ricordi.

Il modello del progetto strategico “Comunità Ospitale”, che l’Associazione Borghi Autentici propone al fine di trasformare i piccoli comuni italiani in destinazioni turistiche di tipo sostenibile, grazie agli elementi disponibili e agli attori del territorio, dà luogo alla vitalità del posto. Su tale piano l’Associazione ottiene fondi, partecipando a bandi, o per decisioni delle singole amministrazioni, così da trasformarlo in un progetto operativo, come sta avvenendo per il progetto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”.

L’obiettivo del modello strategico “Comunità Ospitale” è raggiungibile grazie a dieci strumenti, che si basano su:

- sviluppo di una rete fra gli operatori locali e le strutture ricettive, sottoscrivendo un atto strategico condiviso;
- creazione di una rete ricettiva diffusa (RRD) dentro il borgo, cercando di sfruttare gli immobili non utilizzati, basandosi su una gestione commerciale e operativa centralizzata;
- messa in opera di una “casa degli ospiti”, punto di ritrovo, sede per eventi, mostre...;
- creazione di un manifesto unico degli eventi su base annuale;

- individuazione e formazione di alcune figure essenziali all'interno del meccanismo dell'ospitalità, affinché tale esperienza possa diventare memorabile per il turista;
- valorizzazione del patrimonio gastronomico attraverso reti produttive costituite da operatori economici;
- azioni concrete e dirette da parte dell'Amministrazione comunale locale, al fine di migliorare l'ottica materiale e immateriale dell'ospitalità, nel medio periodo<sup>85</sup>.

Affinché il progetto si concretizzi è necessario che i protagonisti del territorio sappiano creare una rete tra di loro. Questi attori sono le varie strutture ricettive, le imprese di ristorazione, le aziende agroalimentari e di artigianato, i centri di educazione ambientale, le agenzie di promozione turistica, le guide escursionistiche, le associazioni, le Pro Loco e soprattutto cittadini, i quali rappresentano un anello fondamentale del tutto.

La partecipazione a questo progetto e la volontà di diventare una Comunità Ospitale fornisce diversi vantaggi: una maggiore comunicazione e visibilità, uno sviluppo e commercializzazione di pacchetti turistici, la possibilità di creare nuovi business, di usufruire una ulteriore dotazione turistica infrastrutturale



*Telaio a mano*

(cartellonistica), momenti di formazione, confronto e scambio di conoscenze, possibilità di partecipare alla rete nazionale di borghi (la presenza del marchio rafforza l'immagine del borgo, in quanto lo identifica come destinazione turistica esperienziale), creazione di guide multilingue, promozione nelle fiere di settore<sup>86</sup>...

Il progetto turistico "Rete Nazionale delle Comunità Ospitali" ha una durata di due anni, da giugno 2014 a giugno 2016 e coinvolge 27 comuni, più 10 in corso di realizzazione

<sup>85</sup> M. Capelli, A. Cardelli, M. Castaldini, A. Fontanesi, L. Mazzoni, S. Tieghi, D. Traversi e V. Zangrandi, *Manifesto dei Borghi Autentici 2015, 'territori e comunità che ce la vogliono fare'*, approvato all'Assemblea Nazionale dei Borghi Autentici il 27 e 28 marzo 2015 a Capracotta (IS), pp. 40-43.

<sup>86</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, *progetto 'Rete Nazionale delle Comunità Ospitali' (primo incontro a Fossato di Vico)* (slide), pp. 1-29.

con altri interventi, quindi 37<sup>87</sup>. “L’importo finanziario complessivo è di 587.786,00 euro, di cui 293.893,00 (50%) a carico dello Stato e 293.893,00 (50%) a carico degli Enti partecipanti. Asso BAI cofinanzia in aggiunta il budget con euro 52.080,00 attraverso il riconoscimento delle spese di progettazione, ideazione del piano e spese generali di conduzione<sup>88</sup>.”

Il Comune capofila del progetto, sia amministrativamente, sia finanziariamente è Fara San Martino (CH), dove è presente, inoltre, la Segreteria amministrativa dell’Associazione.

Il supporto tecnico viene fornito dall’Associazione Borghi Autentici d’Italia.

Il progetto persegue degli obiettivi globali, come sviluppare in ognuno dei 27 comuni aderenti un modello di ospitalità sostenibile, competitivo e innovativo. Così si possano definire “Comunità Ospitali”, basandosi su tre variabili:

- costruire una “coalizione” attiva tra tutti gli operatori aderenti all’offerta, in concomitanza con le Amministrazioni comunali;
- mettere in gioco tutto il patrimonio presente e le differenti risorse locali;
- sviluppare un dispositivo di accoglienza, grazie al quale il turista possa partecipare attivamente alla vita del borgo, al fine di divenire cittadino momentaneo.

Inoltre vuole creare una rete nazionale delle Comunità Ospitali, che saranno connotate da un marchio unico, un concetto di prodotto unico, un marketing coordinato in grado di accrescere relazioni ed economie di scala di sistema. Grazie alla creazione e all’estensione della Rete, si vuole puntare a immettere l’offerta della Comunità Ospitale all’interno dei mercati nazionali e internazionali, così da fornire, valorizzare via web, con l’ausilio dei social network e di un portale multilingue e promuovere<sup>89</sup> “l’ospitalità nei borghi, la vacanza esperienziale nel segno del made in Italy”<sup>90</sup>.

L’incremento dell’economia reale diventa importante, ai fini del progetto, per i borghi e i territori. Si vogliono raggiungere circa 300.000 presenze turistiche annue nel 2017,

---

<sup>87</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, *Piano di attuazione del progetto ‘Rete Nazionale delle Comunità Ospitali’* (slide), 22 Giugno 2014, p.3.

<sup>88</sup> Ibidem.

<sup>89</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, cit., p.4.

<sup>90</sup> Ibidem.

creando un giro d'affari lordo annuo di circa 13 milioni di euro e mettere a regime 170 unità di lavoro annue.

Si tende a consolidare la rete fra i diversi operatori del luogo, al fine di favorire una condivisione di un dispositivo coordinato, capace di generare “un’immagine univoca della Destinazione”. Tutto ciò per facilitare e creare nuovi servizi di accoglienza collettivi e innovativi.

Importante è l’allargamento della piattaforma della Comunità Ospitale anche alle aziende di produzioni tipiche, come quelle agroalimentari e di artigianato, ai ristoratori, agli organismi volti alla creazione e organizzazione di eventi, agli operatori di servizi e all’Amministrazione comunale.

L’installazione e la diffusione di nuove tecnologie e processi organizzativi moderni

COMUNE DI FOSSATO DI VICO

ASSOCIAZIONE  
BORGHI  
AUTENTICI  
D'ITALIA

**Mercoledì, 18 MARZO - ORE 16:15**  
Presso il Teatro Comunale

Il Comune di Fossato di Vico e l'Associazione Borghi Autentici d'Italia  
organizzano l'incontro di avvio del progetto  
"Rete Nazionale delle Comunità Ospitali"

**PRENDE IL VIA IL PROGETTO DI  
VALORIZZAZIONE TURISTICA DI  
FOSSATO DI VICO**

**COMUNITÀ OSPITALI**  
... gente che ama ospitare...

Incontro pubblico – È invitata tutta la cittadinanza  
L'incontro un'opportunità per aderire al progetto e beneficiare di tutti i vantaggi che esso offre.

Sarà attivato il Comitato Operativo della Comunità Ospitale di Fossato di Vico per la valorizzazione delle  
peculiarità del territorio.

Per maggiori informazioni:  
Ten. Felice del Ventura 075 9149529  
Consigliere Lorenzo Polidori 3391675315

diventano essenziali all'interno dell'organizzazione dell'ospitalità, come l'uso diffuso di internet, del booking online, dei social network... Così si può facilitare la creazione sia di “reti corte”, tra borgo e territorio, tra i diversi comuni per creare un'offerta integrata e piani di marketing, sia di “reti lunghe”, come la rete nazionale delle Comunità Ospitali, e quella della realtà AITR- Turistico responsabili...<sup>91</sup>

Proprio riguardo al tema del potenziamento dell'innovazione, nel Manifesto BAI 2015, al capitolo otto viene espressamente affermato che è

necessario superare il *digital divide* al fine di permettere l'accesso alla banda larga e alle

<sup>91</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, cit., p.5.

tecnologie di nuova generazione, quali *wi-fi* e *wi-max*, ciò necessita del coinvolgimento da parte dell'Amministrazione comunale, dei cittadini e delle imprese<sup>92</sup>.

Tutto ciò è rivolto a incrementare e arricchire una “nuova prospettiva” per le varie comunità locali, come l'apertura verso l'ospite, lo scambio di esperienze, la creazione di nuove relazioni tra cittadini e la valorizzazione delle relazioni con i concittadini emigrati all'estero.

Il progetto, infine, vede la presenza di nuove figure all'interno dei borghi come il “tutor dell'ospite”, “l'Angelo dell'Ospitalità”, la “cuoca amica”...<sup>93</sup>

All'interno di alcune CO vengono organizzati premi letterari, altro modo per attirare cultura sul posto. Un esempio è il Concorso internazionale di prosa dedicata alla grande scrittrice sarda Grazia Deledda, Premio Nobel per la letteratura nel 1926, che si tiene a Galtellì (NU), luogo dove ambientò il suo capolavoro narrativo “Canne al Vento”. I racconti dovranno approfondire tematiche care alla scrittrice Deledda, come il sentimento religioso, le peculiarità delle classi sociali, la descrizione dell'ambiente antropologico-culturale ed ambientale, la difesa dell'identità...<sup>94</sup> Un altro esempio è il premio letterario “Carlo Levi” che si tiene ad Aliano (MT). In questa città lo scrittore fu confinato nel 1935 e da questa sua esperienza nacque il suo celebre romanzo “Cristo si è fermato a Eboli”<sup>95</sup>.

Il progetto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”, attualmente, è in fase di realizzazione. È partito ufficialmente solo nel 2015 e i comuni, che si sono aggiunti successivamente, in quanto hanno sostituito per varie motivazioni gli altri otto del progetto iniziale, pagano lo scotto di tale tardiva adesione.

Al fine di realizzare complessivamente tale programma, di durata biennale, la Rete Nazionale deve perseguire delle azioni che coinvolgano di volta in volta diversi personaggi, Enti, figure turistiche... Molto importante è il rapporto di collaborazione tra l'Amministrazione comunale, il suo referente per il progetto e l'assistente tecnico fornito dall'Associazione per il buon raggiungimento dell'esito.

---

<sup>92</sup> M. Capelli, A. Cardelli, M. Castaldini, A. Fontanesi, L. Mazzoni, S. Tieghi, D. Traversi e V. Zangrandi, cit., p. 45.

<sup>93</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, cit., p.5.

<sup>94</sup> Premio Letterario Galtellì, *In Onore di Grazia Deledda* (Bando di partecipazione), viewed 26 Settembre 2015, <http://www.galtelliliteraryprize.com/it/>.

<sup>95</sup> Aliano.it, Bando Premio Letterario Nazionale “Carlo Levi” XVIII edizione, viewed 26 Settembre 2015, <http://www.aliانو.it/xviii-edizione-bando-premio-letterario-nazionale-carlo-levi/>.

Le azioni descritte dal Piano di Progetto RNCO sono dieci:

1. Creazione e sviluppo, in sede locale, del dispositivo “Comunità Ospitale” per l’offerta integrata. L’obiettivo specifico di tale azione è quello di realizzare un’attività d’informazione e mobilitazione dei diversi operatori locali, i quali concorrono direttamente e indirettamente a formare l’offerta turistica del borgo. Durante questi incontri si cerca di coinvolgere, fin da subito, i cittadini, chiedendo loro di mettersi nei panni dei turisti, indicando quali siano le esperienze da poter realizzare nel territorio e nei dintorni. Tali informazioni risulteranno utili per costruire pacchetti turistici di varia natura. È anche possibile facilitare la condivisione intorno al dispositivo “Comunità Ospitale”. Quindi si vogliono promuovere interventi che siano condivisi con l’intento di strutturare l’offerta, alcune economie di scala e un’immagine unica della “Destinazione borgo”.

Tale obiettivo può essere raggiunto attraverso la modalità operativa degli incontri collettivi e individuali con gli operatori, con l’intervento degli assistenti tecnici dell’Associazione, per condividere e sottoscrivere un protocollo d’intenti (patto che l’Amministrazione locale, BAI e operatori fanno per raggiungere obiettivi comuni), un lancio di operazioni comuni, come “l’Anima del Territorio” - Ristoranti a km zero e-commerce e-booking. I tempi indicativi per la realizzazione di questa azione è di dieci mesi, dopo la firma conclusiva dell’Accordo di Programma da parte del MIBACT. I risultati attesi dovrebbero creare una rete di collaborazione tra l’Amministrazione comunale e gli operatori, per sviluppare il dispositivo “Comunità Ospitale”, che è alla base del progetto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”<sup>96</sup>.

È importante sottolineare la costituzione, durante questa fase, del Comitato operativo, composto dal referente comunale, da alcuni cittadini, dagli operatori turistici, dai membri di associazioni... i quali fungono da coordinamento locale e che coadiuvano l’Amministrazione e il referente dell’Associazione; coinvolgendo gli abitanti del luogo e aiutando a creare pacchetti turistici...<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, cit., p.6.

<sup>97</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, *Fossato di Vico, Primo incontro RNCO*, Associazione Borghi Autentici d’Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/fossato-di-vico-primo-incontro-rnco/>.

Prima di passare alla prossima fase, è bene analizzare il progetto “Anima del territorio”. All’interno di questo scenario le varie produzioni locali assumono il ruolo principale. La stessa realtà quotidiana, come anche la cultura del borgo e del territorio, è rappresentata dalle tradizioni enogastronomiche e dal legame tra l’uomo e la terra. I prodotti raccontano la storia e la geografia del territorio. Intorno ad essi sono legate: aneddoti, storie, leggende, feste, sagre e manifestazioni tradizionali, che si caratterizzano per i vari piatti tipici. Le pietanze del luogo rappresentano la quotidianità della comunità.

Il cibo è la vera “anima del territorio” e i prodotti si rappresentano, non solo per la loro tipicità, ma anche per la stessa sostenibilità a Km zero.

Il turista, per diventare un cittadino momentaneo del luogo e identificarsi completamente con la comunità e la quotidianità del borgo, deve conoscere e provare i vari sapori che rappresentano il luogo, come la “crescia” (*vedi foto sottostante*) nella zona dell’Eugubino-Gualdese dove si trova la Comunità Ospitale di Fossato di Vico.



*Crescia con il prosciutto crudo, piatto tipico del territorio dell’Appennino Umbro-Marchigiano.*

Quando vengono presentati i piatti al turista è necessario raccontare la loro storia. Per questo motivo i ristoranti, gli agriturismi e le altre strutture devono narrare le storie, le leggende e le tradizioni legate al prodotto all’interno dei menù, così da evidenziare il legame tra la storia del luogo, le sue radici e gli eventi

cardine e lo stesso piatto. In questo modo si può garantire un’esperienza memorabile dal punto di vista enogastronomico.

Quindi l’obiettivo del progetto è quello di creare menù distintivi e caratterizzanti delle tipicità. Esso deve avere contenuti autentici, che appartengano alla storia e alla tradizione del luogo. Descrivere il piatto e la sua situazione meteorologica diventa importante ai fini dell’esperienza. Il tutto deve essere accompagnato dal nome del cuoco, da una descrizione del locale dove si mangia, da una mappa che identifichi la struttura all’interno del territorio e un menù ad hoc da cambiare ogni giorno, quindi da foto e loghi. Alla fine del pasto, con il conto, verrà consegnata

al turista una copia dell'Anima del Territorio (Menù) con la dedica del titolare della struttura<sup>98</sup>.

Ogni comunità ospitale adoterà un logo e uno slogan, sulla base di quello generale che si rifà al progetto, con degli elementi caratteristici del proprio borgo e territorio, proposti dai cittadini durante i vari incontri.

2. Codice etico dell'Ospitalità: l'obiettivo di questa fase è quello di elaborare e condividere, con i soggetti della Comunità Ospitale, un "Codice Etico dell'Ospitalità", diretto a coloro che ospitano turisti e a chi viene ospitato. In questo modo è possibile regolare requisiti e criteri necessari per assicurare una buona qualità dell'accoglienza. Per raggiungere tale scopo saranno fatti incontri di facilitazione e condivisione con operatori e stakeholder locali, i quali dovranno andare a sottoscrivere tale Codice; anche l'AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) collaborerà a questo fine. Tutto ciò mira a disporre di un Codice Etico a livello nazionale, condiviso in sede locale, capace di valorizzare e promuovere i territori, con un tempo di circa 8 mesi. Tale azione dovrà essere aggiornata insieme alla sette e alla otto, che verranno descritte in seguito<sup>99</sup>.

Questo Codice è riportato nelle varie Carte dell'Ospitalità. Analizzando quella del Comune di Fossato di Vico si nota all'inizio una descrizione del progetto, dei valori e degli obiettivi che si vogliono realizzare, come il fatto della sostenibilità e dell'autenticità, della partecipazione, della scoperta del territorio, delle sue radici, del valore dell'inclusività... poi si passa a trattare dell'importanza dell'ospitalità verso i turisti. Si afferma che è necessario "vivere in qualità per restituire qualità", in questo modo si riesce a creare una relazione con l'ospite e il valore aggiunto, da poter spendere sul mercato delle differenti destinazioni. Lo scambio dei beni e servizi non basta più. Si agisce al fine di un interesse comune e condiviso, ottenendo vantaggio dal rapporto turista/residente. Per questo motivo le Comunità Ospitali utilizzano lo slogan "gente che ama ospitare".

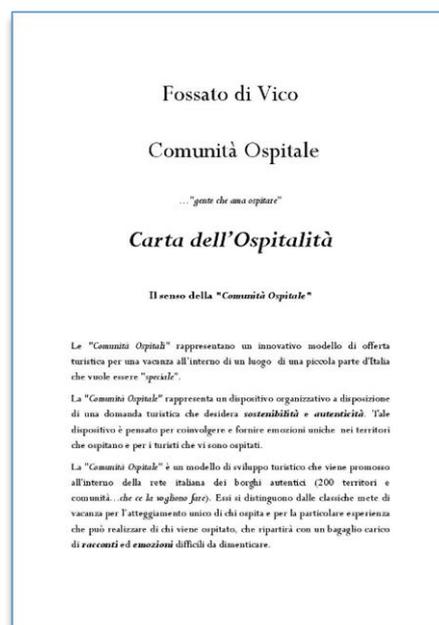
---

<sup>98</sup> Associazioni Borghi Autentici d'Italia, *L'anima del territorio*, giugno 2013, pp. 1-4.

<sup>99</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, cit., p.7.

I diritti e i doveri di chi ospita sono quelli di impegnarsi a essere sostenibile, cioè informare e sensibilizzare i turisti sul rispetto dell'ambiente, della realtà dei vari luoghi, visitandoli e promuovendo il dialogo. L'ospitalità, oltre ad essere un'attività economica, è una relazione di tipo umano basata sul desiderio di accogliere e essere accolti, così da scoprire e conoscere la comunità e il suo territorio. Poi c'è il diritto di offrire servizi ospitali, con prezzi equi e trasparenti e informando il turista sulle caratteristiche del luogo. Viene sottolineata l'importanza dell'impegno comune, cioè le varie autorità locali devono creare accorgimenti per facilitare "un'ospitalità di successo". Essenziale è sorridere. La promozione dei cibi e bevande tipiche del territorio è molto importante, in quanto permette di creare una relazione tra le persone, nel momento in cui si condividono racconti ed emozioni. Infine ci si impegna a pensare pulito e green, cioè esaltare il valore del non sprecare risorse.

Anche i diritti e i doveri di chi viene ospitato sono altrettanto importanti ed essenziali. Si evidenzia il fatto che il turista deve essere spinto a desiderare di conoscere altri posti e tradizioni, sempre rispettando l'identità dei luoghi. Il territorio dove si risiede durante la vacanza deve essere come la propria casa, è necessario gustare i cibi, le bevande, percepire le tradizioni, i paesaggi... quasi con il desiderio di viverli. È fondamentale essere cortesi con le persone che si incontrano, per avere con loro migliori relazioni. Prima di partire sarebbe opportuno conoscere il territorio che si andrà a visitare, prendendone così consapevolezza. Devono essere ridotti al minimo gli sprechi ed essere privilegiati i prodotti a km zero, in quanto la bellezza del territorio dipende anche dal comportamento che si tiene. Quindi è essenziale che la mente del turista sia aperta alla conoscenza, alla scoperta e alla novità, per lasciarsi coinvolgere dalla quotidianità. Infine, quando il viaggio sarà terminato, il turista, riflettendo



sull'esperienza effettuata e sulle emozioni provate, potrà raccontare il suo viaggio e promuovere quel luogo<sup>100</sup>.

3. Programma formativo “Angeli dell’ospitalità” e “Tutor dell’ospite”. L’obiettivo di questa fase è quello di sviluppare delle figure professionali specifiche, a disposizione delle varie Comunità Ospitali, figure operative in grado di fornire valore aggiunto all’offerta turistica. Le modalità esecutive verranno gestite dall’Associazione Borghi Autentici d’Italia sia per il progetto “Angeli dell’Ospitalità” sia per quello del “Tutor dell’ospite” e prevedono due seminari, uno al Nord Italia e l’altro al Centro-Sud, a carattere residenziale con sede in uno dei borghi aderenti alle Associazioni, facenti parte del progetto RNCO. La durata sarà di una settimana e 27 i partecipanti, uno per comunità ospitale. La selezione verrà effettuata con avviso pubblico, eccetto per i quattro comuni sardi per il progetto “Tutor dell’ospite”.

I tempi di attuazione di questa azione sono collocati tra il dodicesimo e il ventesimo mese dall’inizio del progetto. I risultati che si vogliono ottenere sono quelli di creare 27 Angeli dell’Ospitalità, 27 Tutor dell’ospite e di creare un social chiuso fra “Angeli” e “Tutor” delle Comunità Ospitali, così da permettere lo scambio di esperienze, di conoscenze e il trasferimento di know how<sup>101</sup>.

Approfondendo il progetto del Tutor dell’Ospite si evince che questa figura professionale e relazionale corrisponde a colui o colei che si prenderà carico dell’ospite, divenendo il consigliere e il punto di riferimento per il cittadino temporaneo. Oltre a ciò il Tutor rappresenta la Comunità. Si vuole identificare questa figura in una persona di età compresa tra i 55-65 o tra i 27-35 anni, cioè o che sia un pensionato in buona salute, con tempo libero a disposizione e che sia abitante del borgo o grande frequentatore, o che sia un giovane impegnato all’interno della vita, non politica, del territorio. Il Tutor deve essere una persona cordiale, ottimista, paziente, solare, amichevole, assertiva e che abbia buone capacità relazionali e comunicative. Inoltre sarebbe auspicabile che fosse in possesso di una laurea, preferibilmente in campo umanistico o architettonico, o un diploma di scuola superiore, specialmente del liceo classico o artistico.

---

<sup>100</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, *Carta dell’Ospitalità, Comunità Ospitale di Fossato di Vico*, pp. 1-6

<sup>101</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, cit., p.8.

Dovrebbe parlare almeno l'inglese di base e, ovviamente, avere una buona conoscenza della storia, degli aneddoti, delle leggende, delle produzioni locali sia artigianali sia enogastronomiche, infine sapersi muovere sul territorio. L'uso di un computer, con una buona connessione dovrebbe permettergli di poter parlare in pubblico. Tutto ciò ha l'obiettivo di creare nella comunità ospitale una funzione cosiddetta "orizzontale", che faccia percepire, attraverso l'attività del Tutor, l'interesse della stessa comunità nei riguardi dei turisti, delle loro necessità, dei loro desideri, delle loro aspettative, dei loro bisogni... In questo modo si dà l'idea di una società locale inclusiva e solidale.

È importante evidenziare che la figura del Tutor ha uno scopo anche di marketing, in quanto la sua foto, la sua biografia e le sue capacità verranno inserite all'interno dell'home page del sito della Comunità Ospitale e nei materiali promozionali pubblicitari. In questo modo, sin da subito, è possibile costruire un contatto con il potenziale ospite, facendo percepire l'autenticità e l'innovatività del messaggio dell'ospitalità<sup>102</sup>.

4. Social network dedicati alla rete e allo sviluppo web: questa azione tende a realizzare un portale web, con annessi social network in plurilingue al fine di ottenere un impatto internazionale per tutte le 27 Comunità Ospitali, compresa la



*Sito internet della Comunità Ospitale di Berceto (PR). Viewed 14 Settembre 2015*

sezione "Italia Autentica", cioè la Bottega dei Sapori. Questo sito parla del borgo, della sua "Anima del Territorio", delle strutture ricettive. Inoltre vengono descritte

<sup>102</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Il "Tutor dell'Ospite"*, pp. 1-2.

le varie attività da compiere, ciò che è possibile esplorare, i cibi tipici del territorio e i racconti del paese.

Per raggiungere questo obiettivo è necessario analizzare, progettare, attivare e gestire il portale dei social network, grazie ai contenuti tecnologici, turistici, commerciali e operativi disponibili, per creare una fruizione del sito web. La gestione è effettuata da parte dell'Associazione. La durata di realizzazione è di circa otto mesi. Il risultato atteso è quello di gestire un portale volto alla valorizzazione e alla promozione del sistema nazionale delle Comunità Ospitali, di sviluppare un marketing nazionale e internazionale e creare un'interconnessione con i siti web tra le varie comunità.

Esempi, ben riusciti, di questa azione sono i portali delle Comunità Ospitali di Adria (RO), di Berceto (PR), Siniscola (NU), ...

5. Borghi Card: la finalità è quella di realizzare e divulgare, dentro il progetto RNCO, uno strumento di pagamento elettronico, cioè la “Borghi Card”, che i turisti possono utilizzare per effettuare pagamenti nei punti vendita per i servizi locali, per ricevere informazioni sul patrimonio attrattivo e sul dispositivo di ospitalità. La gestione è affidata nuovamente all'Associazione Borghi Autentici e si dovrà occupare dell'appalto, del fornitore specializzato e della diffusione dello strumento. I tempi di realizzazione sono sei mesi. Il risultato che si vuole ottenere è quello di realizzare un supporto tecnico multimediale ad hoc, che possa consolidare le relazioni economiche.
6. Progetto: “Italia Autentica”, Botteghe dei sapori autentici: questa azione vuole realizzare in ognuna delle 27 Comunità Ospitali una “Bottega dei sapori autentici”, all'interno di un punto vendita esistente o di nuova costituzione. L'attività si basa su un accordo tra i vari produttori tipici del territorio per gestire una filiera corta locale. Si vuole sviluppare un sistema integrato fra le 27 “Botteghe”, così da valorizzare il catalogo delle produzioni locali e sperimentare un dispositivo di e-commerce per promuovere on line il catalogo delle produzioni tipiche di ogni comunità. Il progetto prende il nome di “Italia Autentica”.  
L'azione si articola in due interventi. Il primo, denominato “intervento 8A”, prevede lo studio, la regolamentazione e la valorizzazione di un processo di e-commerce per “Italia Autentica” e “Botteghe dei Sapori Autentici”. La gestione è

effettuata dall'Associazione. Invece, il secondo punto è denominato “intervento 8B” e prevede l'animazione della rete dei prodotti locali, la selezione del punto vendita, la contrattualistica, l'assistenza tecnica per realizzare la filiera corta locale. La gestione di questo intervento è affidata all'Associazione, che provvederà allo studio e alla realizzazione di materiali e arredi necessari per valorizzare le “Botteghe”, con il coordinamento del Comune capofila, in accordo con ogni altro comune aderente al progetto.

La durata necessaria per l'attuazione di questo intervento è di circa un anno, per realizzare una rete nazionale integrata delle “Botteghe dei Sapori Autentici” e la sperimentazione dell'e-commerce integrato nel progetto.

7. Guida multilingua sulle destinazioni del progetto RNCO: questa azione vuole realizzare una guida in italiano, inglese e tedesco per il progetto, che possa essere utilizzata nella fase iniziale in cartaceo e via web, da aggiornarsi continuamente. Il servizio di comunicazione dell'Associazione BAI gestirà il coordinamento, mentre l'Associazione si occuperà della procedura pubblica per l'attività di studio e coordinamento<sup>103</sup>.

La durata per concretizzare l'intervento è di quattro mesi.

Questa azione si è successivamente tradotta nella pubblicazione di una guida denominata “I racconti delle Comunità Ospitali”, edita da “Altreconomia

edizioni”. Ciò può essere definito un vademecum delle Comunità Ospitali. Qui vengono raccontati, in modo narrativo ed esperienziale, 36 borghi in modo autentico, al fine di presentarsi come destinazioni di viaggi turistici unici. Lo scopo è quello di coinvolgere il turista sin da prima, narrandogli i racconti, gli aneddoti, i profumi e i ritmi della comunità e del territorio. In questa guida le storie vengono raccontate da persone del posto, da coloro che vivono ogni giorno



*Copertina del libro “I racconti delle Comunità Ospitali”*

<sup>103</sup> Associazione Borghi Autentici d'Italia, cit., pp. 9-12.

quel borgo e la sua vita. In questo modo è possibile conoscere tali borghi anche sotto un aspetto particolare e schivo, che non è sconosciuto ai turisti<sup>104</sup>.

8. Intervento specifico locale – Comune di Monteseale (PV) – Percorso turistico “Arte nella natura”: questa azione, con una tempistica dicembre 2014-dicembre 2015, ha l’obiettivo di realizzare un percorso culturale-turistico specifico per l’area definita del Comune di Monteseale, necessario per il supporto delle strategie dell’offerta locale.
9. Studio, realizzazione e installazione di segnaletica turistica mirata e coordinata all’interno dei borghi: tale intervento è volto a creare una segnaletica in ogni borgo, che sia in grado di richiamare il logo dell’Associazione Borghi Autentici d’Italia e del progetto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”, oltre all’asserzione “gente che ama ospitare”. Tutto ciò vuole valorizzare il borgo come destinazione. I materiali usati saranno ecologici e verranno studiate applicazioni per gli smartphones, QR Codes... la cartellonistica sarà di tipo standard per tutte le Comunità Ospitali. Tutto ciò è volto a promuovere il borgo e a supportare l’accoglienza.

L’appalto Integrato Unico, che prevede la progettazione esecutiva, la realizzazione e l’installazione, verrà fatto su base nazionale. La procedura sarà gestita dal Comune Capofila, sulla base delle linee guida proposte dall’Associazione e approvate dall’assemblea RNCO.



*Segnaletica che richiama l’appartenenza del Comune di Adria all’Associazione BAI e al progetto RNCO.*

Saranno necessari dodici mesi

circa per portare a compimento questa azione, che si divide in tre fasi; la prima è quella della progettazione di massima, la seconda quella della Gara di Appalto e aggiudicazione, l’ultima quella di progettazione, realizzazione e installazione.

---

<sup>104</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, *I racconti delle Comunità Ospitali*, Associazione Borghi Autentici d’Italia.it, viewed 15 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/i-racconti-delle-comunita-ospitali/>.

10. Coordinamento nazionale progetto e monitoraggio-attuazione: il fine è quello di disporre di un sistema operativo integrato, che sia in grado di coordinare in modo efficiente il progetto sul piano metodologico, amministrativo-finanziario, strategico e organizzativo con lo scopo di poter ottenere migliori sinergie ed economie di scala.

Questa azione si compone di due interventi. Il primo, denominato “intervento 7A”, prevede la gestione e il coordinamento amministrativo, finanziario e di rendicontazione in capo al Comune capofila. Invece il secondo ha l’obiettivo di attuare un coordinamento metodologico, strategico e organizzativo, in capo all’Associazione BAI. Questa azione sarà attiva per tutta la durata del progetto, cioè due anni. Tutto ciò è volto a garantire l’efficienza dell’attuazione del progetto “Rete Nazionale delle Comunità Ospitali”, il monitoraggio e la reportistica dell’attuazione<sup>105</sup>.

*Pacchetto turistico riguardante il Comune di Fossato di Vico, che è inserito all'interno del catalogo delle Comunità Ospitali, creato dall'Associazione BAI in occasione dell'EXPO 2015 di Milano.*

In vista dell’EXPO 2015 di Milano, evento di rilevanza mondiale, l’Associazione Borghi Autentici d’Italia ha deciso di creare un catalogo delle Comunità Ospitali, all’interno del quale sono presenti tutte le offerte turistiche, una per ognuna delle 27 comunità. Ciò è il risultato del lavoro di sviluppo e di marketing. Ciascun pacchetto del catalogo, fruibile per tutto il periodo dell’EXPO dal 1 maggio al 31 ottobre 2015, tratta il tema del cibo come patrimonio culturale e identitario locale<sup>106</sup>.

“Rete Nazionale delle Comunità Ospitali” è stato oggetto di un articolo sulla rivista “Focus.it”, dove si è parlato di ciò che prevede tale progetto e quali sono gli obiettivi, sottolineando soprattutto l’importanza

dell’esperienza e la possibilità per i piccoli borghi di emergere, grazie ad una proposta di offerta turistica competitiva. Patrizia Osti, assessore al turismo della città di Adria (RO)

<sup>105</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, cit., pp. 13-15.

<sup>106</sup> Associazione Borghi Autentici d’Italia, *Comunità Ospitali per EXPO 2015*, Associazione Borghi Autentici d’Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/comunita-ospitali-per-expo-2015/>.

afferma<sup>107</sup>: “Abbiamo aderito a questo progetto perché siamo una cittadina speciale, ma spesso non conosciuta. Abbiamo davvero molto da proporre, ma abbiamo bisogno di raccontarci. Come amministrazione abbiamo sentito il dovere di metterci in rete con altre realtà diverse con cui proporci, rilanciarci, misurarci. È una sfida notevole, ma è la sfida dell'opportunità, che non vogliamo perdere”<sup>108</sup>.

È intervenuto anche il segretario generale dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia, Maurizio Capelli, affermando l'importanza di un turismo sostenibile e responsabile che possa garantire un alto standard qualitativo di vita e di servizi. Ha continuato con l'affermazione dell'importanza di mettere in rete le informazioni dei vari borghi, così da favorire il dialogo e il confronto, creando esperienze autentiche. Capelli ha concluso dicendo<sup>109</sup>: “È per questo che, nell'ottica di un turismo che ha bisogno della esclusività e dell'esperienza, diventa fondamentale la relazione, l'accoglienza della comunità che ospita. Noi puntiamo a questo tipo di formazione nei cittadini dei borghi”<sup>110</sup>.

Quindi si può concludere dicendo che questo progetto ha l'intenzione di promuovere i borghi italiani e cercare di metterli in rete tra loro. Inoltre si evince il desiderio di creare microeconomie, un sistema sociale turistico, culturale e locale, cioè si vuole sfidare il “sistema Italia”.

Si spera che questo progetto possa concretizzarsi e dare risultati positivi, raggiungendo i propri obiettivi. In questo modo sarà possibile dimostrare che i piccoli comuni possono essere competitivi sul mercato nazionale e internazionale, così da promuovere loro stessi e contemporaneamente l'Italia, per farla tornare sul podio del turismo mondiale.

---

<sup>107</sup> Adnkronos, *Alla scoperta dell'Italia 'eco' e 'slow': nasce la Comunità Ospitale*, Focus.it, 3 Febbraio 2015, viewed 15 Settembre 2015, <http://www.focus.it/ambiente/ecologia/alla-scoperta-dell-italia-eco-e-slow-nasce-la-comunita-ospitale>.

<sup>108</sup> Ibidem.

<sup>109</sup> Ibidem.

<sup>110</sup> Ibidem.

## Conclusione

Varcando la soglia del Comune, ho subito compreso che non è facile per un piccolo borgo come Fossato di Vico emergere dal punto di vista turistico, a meno che non sia un paese già avviato verso tale indirizzo. Ciò sarebbe possibile grazie alla presenza di importanti attrattori nelle vicinanze, di ottime politiche di turismo realizzate in passato con altri comuni, o di peculiarità così importanti che lo hanno reso famoso.

Fossato non è l'unico esempio di borgo medievale, pressoché integro, a trovarsi in questa situazione, molti paesi sono nelle medesime condizioni. A livello nazionale non esiste una vera e propria politica volta ad incentivare il turismo su larga scala e in forma unitaria. Nella ricerca è emerso che specialmente nel Sud Italia, area della Penisola dove paradossalmente si sfruttano meno le risorse europee, sono stati promossi diversi progetti di turismo esperienziali in singoli comuni, grazie ai fondi del PSR. Questo significa che tali "piani" sono lasciati alla libera iniziativa dei singoli amministratori e che un ruolo centrale lo assumono le competenze e le conoscenze dei medesimi.

Da ciò, emerge che non bastano le attrattive di un Comune, per quanto siano di grande potenzialità, per valorizzarlo. Fortunatamente c'è l'orizzonte europeo, che permette di ottenere fondi per realizzare progetti e iniziative. L'Unione europea potrebbe essere un volano per la valorizzazione dei nostri piccoli borghi, nell'ambito culturale e turistico.

A quel punto lo Stato italiano dovrà assumersi la responsabilità, innanzitutto, di verificare la situazione attuale e lavorare affinché le Regioni, i GAL e i Comuni capiscano che non basta la buona volontà degli amministratori, ma che sono necessari programmi sinergici tra i vari Enti, affinché queste risorse si traducano in progetti strutturati e mirati, lasciando da parte l'improvvisazione, caratteristica del fare nazionale.

Rimane essenziale creare una rete a livello statale, lasciando da parte divisioni, campanilismi, coinvolgendo le istituzioni i cittadini e le imprese a livello locale.

Essendo un giovane amministratore alle prime armi, gli argomenti del turismo esperienziale, del PSR e le lunghe chiacchierate con le tre diverse personalità umbre sono stati un motivo di grande insegnamento. Pertanto ho compreso che sarà necessario fare di tutto affinché l'amministrazione, di cui io faccio parte, recepisca le direttive regionali ed

europee per realizzare progetti di sviluppo credibili che incentivino i cittadini di Fossato a restare nel posto dove sono nati e a investire il loro futuro.

# **Abstract**

## **Experiential Tourism within the European Union Rural Development Policy**

There are two decisive factors for growth in rural areas in current times which represent the least developed area of this country. These two factors are European funds and Tourism. We hope that these can, at least partly, substitute the old 20th Century 'factories'. In this sense, the research analysed in detail the still little known (but increasingly popular for its attractiveness) "Experiential Tourism". Such types of tourism aim at experiencing unique and unforgettable emotions for those that visit our Peninsula, especially to those small towns that do not thrive from direct mass tourism which for the most part is directed towards the cities, better known for their Art.

Experiential Tourism would however require large financial resources, which can be siphoned from European funds that have been set aside for various scopes. One of the community resources analysed within the present research is the Rural Development Scheme (PSR) which provides resources, via its four axis and the various corresponding measures that are necessary for tourist promotion, for essential services to the local rural economy and population, and the development and restructure of the villages, intended at improving the quality of life in those areas, managing the environment and territories ...

There have been many projects regarding experiential tourism financed thanks to the PSR funds, for example those financed by the Council of Bova (RC), for the promotion of the "Craftsmanship Village: a didactical experiential course regarding the antique crafts of Bova" in virtue of which council buildings and furniture that had been abandoned were once again revived and reused. In this manner they were able to fit out and recreate three artisan studios: one of wood and weaving; one of glass and ceramics; one of bread making. Another interesting project is that promoted by GAL Alta Valle d'Aosta "The rural territory for a long-lasting tourism" which is essentially directed at incentivizing the diverse agricultural industries via the support in developing hospitality in the agritourist area.

The various offers would need to be planned with an innovative and experiential view in order to reach the diverse types of tourists.

Furthermore, with the purpose of creating a vision of the potential of this experiential tourism, the project “National network of the hospitality community” (RNCO) has been analysed in depth. Promoted by the Authentic Villages of Italy Association (BAI) which involves 27 municipalities (plus 10 in the process of being recognized with other interventions) for a period of two years, the project aims at promoting Italian villages while creating a network among them. It also intends creating micro economies, or a social tourist, cultural and local system, in other words challenging the “Italian system”. In order to reach these objectives the BAI Association promotes many diverse initiatives that actively involve the council administration, the citizens, the tourism operators and the territorial associations.

## Bibliografia

Andrea Rossi-Maurizio Goetz, *Dal Prodotto all'esperienza*, Hoepli, Milano, 2011.

Benedetta Chiesi, *Il Medioevo in viaggio*. (Catalogo della mostra Firenze, 20 marzo-21 giugno 2015), Giunti Editore, 2015, pp. 116-118, 188-190.

Fabio Forlani, *Esperienze, Marketing e Territorio, uno schema logico per l'analisi e la gestione dei sistemi d'offerta turistica territoriale*, Tesi di dottorato, Università degli Studi di Genova, 2004.

Jeremy Rifking, *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Oscar Mondadori, 2000, Milano, pp. 193-195.

Joseph Pine-James Gilmore, *L'economia delle esperienze*, Etas, Milano, 2000.

Lorenza Rossini, *La pianificazione turistica a livello territoriale: il piano di marketing territoriale*, in Pencarelli, (a cura di), *Lettere di economia e management delle organizzazioni turistiche*, Edizioni Golirdiche, Trieste, 2003.

M. Capelli, A. Cardelli, M. Castaldini, A. Fontanesi, L. Mazzoni, S. Tieghi, D. Traversi e V. Zangrandi, *Manifesto dei Borghi Autentici 2015*, 'territori e comunità che ce la vogliono fare', approvato all'Assemblea Nazionale dei Borghi Autentici il 27 e 28 marzo 2015 a Capracotta (IS), pp. 40-43.

Sandra Maria Correia Loureiro, *Tourism in Rural Areas: Foundation, Quality and Experience, Visions for Global Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies*, edited by Dr. Murat Kasimoglu, InTech, 2012, capitolo 21, pp. 441-442, 452-455.

Secondo Piasto, *Grande dizionario enciclopedico UTET*, IV Edizione, XX libro TIE-Z, Unione Tipografico-Editrice Torinese, 1991, p. 441.

Tonino Pencarelli-Fabio Forlani, *Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze*, Sinergie rivista di studi e ricerche, 2011.

## Publicazioni e articoli online

Adnkronos, *Alla scoperta dell'Italia 'eco' e 'slow': nasce la Comunità Ospitale*, Focus.it, 3 Febbraio 2015, viewed 15 Settembre 2015, <http://www.focus.it/ambiente/ecologia/alla-scoperta-dell-italia-eco-e-slow-nasce-la-comunita-ospitale>.

Alessandro Capodieci, *Ospitalità diffusa e turismo esperienziale*, Valle della Cupa agenzia di sviluppo locale, 13 Luglio 2013, viewed 1 Settembre 2013,

<http://www.valledellacupa.it/index.php/rassegna-stampa/4321-ospitalita-diffusa-e-turismo-esperienziale>.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Comunità Ospitali per EXPO 2015*, Associazione Borghi Autentici d'Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/comunita-ospitali-per-expo-2015/>.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Fossato di Vico, Primo incontro RNCO*, Associazione Borghi Autentici d'Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/fossato-di-vico-primoincontro-rnco/>.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *I racconti delle Comunità Ospitali*, Associazione Borghi Autentici d'Italia.it, viewed 15 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/i-racconti-delle-comunita-ospitali/>.

Claudio lo Tufo, *Thomas Cook l'inventore delle vacanze*, IlTempo.it, 28 Novembre 2013, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.iltempo.it/rubriche/girovagando/2013/11/28/thomas-cook-l-inventore-delle-vacanze-1.1193373>.

Francesca des Loges, *Vallesaccarda eco-gastronomica, Chieffo: 'Eventi bellissimi ma troppa burocrazia'*, Il Ciriaco, Irpinia informazione inchiesta, 11 Novembre 2014, viewed 1 Settembre 2015, <http://www.ilciriaco.it/focus/item/3305-vallesaccarda-eco-gastronomica,-chieffo-eventi-bellissimi-ma-troppa-burocrazia.html>.

Francesca Vantaggiato, *La PAC. Origini, evoluzione e prospettive dell'agricoltura*, Parma economica, uscita n.4 2008, pp. 58-61; quindi: Commissione Europea, *The history of the CAP*, viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm).

Luigi Ottaviani, *Spesa Psr: dicembre record con 1,14 miliardi di euro*, PianetaPSR.it, gennaio 2015, viewed 25 Settembre 2015, <http://www.pianetapsr.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1366>.

Marco Ballico, *Bolzonello: 350 milioni per rilanciare lo sviluppo*, "Messaggero Veneto edizione Udine", 1 Febbraio 2015, viewed 1 Settembre 2015, <http://messaggeroveneto.gelocal.it/udine/cronaca/2015/02/05/news/bolzonello-350-milioni-per-rilanciare-lo-sviluppo-1.10804474>.

Simone Cosimi, *Turismo, i Paesi più visitati al mondo*, la Repubblica.it viaggi, 12 Giugno 2015, viewed 5 Settembre 2015, [http://www.repubblica.it/viaggi/2015/06/12/foto/turismo\\_i\\_paesi\\_piu\\_visitati\\_al\\_mondo-116696536/5/](http://www.repubblica.it/viaggi/2015/06/12/foto/turismo_i_paesi_piu_visitati_al_mondo-116696536/5/).

## Documentazione

Articolo 3, *REGOLAMENTO (CE) n. 1290/2005 DEL CONSIGLIO, del 21 giugno 2005 relativo al finanziamento della politica agricola comune*, viewed 25 Settembre 2015, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:209:0001:0025:IT:PDF>.

Articolo 4, *REGOLAMENTO (CE) n. 1290/2005 DEL CONSIGLIO, del 21 giugno 2005 relativo al finanziamento della politica agricola comune*, viewed 25 Settembre 2015, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:209:0001:0025:IT:PDF>.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Carta dell'Ospitalità, Comunità Ospitale di Fossato di Vico*, pp. 1-6.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Il "Tutor dell'Ospite"*, pp. 1-2.

Associazioni Borghi Autentici d'Italia, *L'anima del territorio*, giugno 2013, pp. 1-4.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *Piano di attuazione del progetto 'Rete Nazionale delle Comunità Ospitali'* (slide), 22 Giugno 2014.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *progetto 'Rete Nazionale delle Comunità Ospitali'* (primo incontro a Fossato di Vico (slide), pp. 1-29.

Commissione Europea, *Le politiche dell'Unione Europea: Agricoltura, un partenariato tra l'Europa e gli agricoltori*, Novembre 2014, p. 5, viewed 29 Agosto 2015, [http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/it/agriculture\\_it.pdf](http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/it/agriculture_it.pdf).

Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, *Carta per un Turismo Sostenibile*, Lanzarote, 27/28 Aprile 1995.

Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (slide), *La Politica Agricola Comune, dalle origini ad oggi*.

European Network for Rural Development, *"Rural Development Programmes 2007-2013. Italy"*, viewed 30 Agosto 2015, [http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/assets/pdf/RDP-information-sheets/2014-06-19/D\\_Infosheet\\_IT.pdf](http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/assets/pdf/RDP-information-sheets/2014-06-19/D_Infosheet_IT.pdf).

GAL Alta Valle d'Aosta, Scheda progettuale *Le terroir rural pour un tourisme durable*, <http://www.cm-grandparadis.vda.it/di/c/cd/Le%20terroir%20rural%20pour%20un%20tourisme%20durable%202012.pdf>, pp. 1-2.

Programma di Sviluppo Rurale della Regione Umbria 2014-2020, approvato dalla Decisione C(2015)4156 del 12 giugno 2015, viewed 25 Settembre 2015,

<http://www.regione.umbria.it/documents/18/1216700/PSR+adottato+CE+12062015.pdf/43cef24d-c4ea-43ec-9763-a2ea08d5ecd4>.

Programma di Sviluppo Rurale nazionale italiano 2014-2020, rinviato per modifica dalla CE, data ultima modifica 18 Dicembre 2014, CCI 2014IT06RDNP001, versione 1.0.

Provincia di Reggio Calabria, *COMUNE DI BOVA-PSR CALABRIA FESR 2007-2013-Misure strutturali ASSE III Misura 3.2.3- Lavori di recupero conservativo e arredamento di immobili di proprietà comunale, per realizzare 'Il Borgo dei Mestieri: un percorso didattico esperienziale sugli antichi laboratori artigianali di Bova'*, viewed 1 Settembre 2015, (atto di gara mediante procedura aperta), [https://garetelematiche.provincia.rc.it/portale/index.php/bandi?getdettaglio=yes&bando=105371&tipobando=Bando&RicQ=NO&VisQ=SI&tipoDoc=55;167&xslt=XSLT\\_55;167&scadenzaBando=2014-02-19T12:00:00](https://garetelematiche.provincia.rc.it/portale/index.php/bandi?getdettaglio=yes&bando=105371&tipobando=Bando&RicQ=NO&VisQ=SI&tipoDoc=55;167&xslt=XSLT_55;167&scadenzaBando=2014-02-19T12:00:00), pp. 1-3.

Regione Campania, *Accoglienza e promozione turistica nelle cantine del Sannio*, avviso pubblico n.1 del 9 Gennaio 2012, prot. 013591/2012, pp. 1-4.

Regione Molise, *Programma di Sviluppo Rurale per il periodo 2007-2013, Asse 4 "Attuazione dell'approccio Leader"*, Piano di Sviluppo Locale del GAL Molise Verso il 2000, pp. 5-7 e pp. 9-11.

Rete Rurale Nazionale 2007-2013, *Programmi di Sviluppo Rurale 2007-2013, Rete Rurale Nazionale 2007-2013, La programmazione finanziaria, l'avanzamento del bilancio comunitario e della spesa pubblica effettivamente sostenuta, REPORT TRIMESTRALE, SECONDO TRIMESTRE 2015 (Q2-2015)*, Dati al 30 Giugno, viewed 25 Settembre 2015, [file:///C:/Users/Lorenzo%20Polidori/Downloads/Report\\_Trimestrale\\_Spesa\\_PSR\\_Q2\\_2015.pdf](file:///C:/Users/Lorenzo%20Polidori/Downloads/Report_Trimestrale_Spesa_PSR_Q2_2015.pdf), p. 83.

## Sitografia

Aliano.it, Bando Premio Letterario Nazionale "Carlo Levi" XVIII edizione, viewed 26 Settembre 2015, <http://www.aliانو.it/xviii-edizione-bando-premio-letterario-nazionale-carlo-levi/>.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, *RNCO*, Associazione Borghi Autentici d'Italia.it, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.borghiautenticiditalia.it/assobai/progetto-rnco/>.

Commissione europea, *Asse 3, menu delle misure dell'asse 3 dei PSR*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures/axis3>.

Commissione europea, *Asse 4, menu delle misure dell'asse 4 dei PSR*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures/axis4>.

Commissione europea, *Assi e misure*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/axes-and-measures>.

Commissione europea, *Attuazione dei programmi*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/programme-plementation>.

Commissione europea, *Attuazione dei programmi, monitoraggio in materia di attuazione*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/programme-implementation>.

Commissione europea, *Introduzione, finanziamento della PAC*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/introduction>.

Commissione europea, *Introduzione, l'importanza dello sviluppo rurale*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/introduction>.

Commissione europea, *La politica 2014-2020 in sintesi*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview>.

Commissione europea, *La rete europea per lo sviluppo rurale*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/home-page>.

Commissione europea, *Panoramica sulla politica di Sviluppo rurale, approccio strategico comunitario*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/eu-strategic-approach>.

Commissione europea, *Policy Overview 2014-2020*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/en/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview>.

Commissione europea, *Programmi nazionali e regionali, introduzione ai Programmi di Sviluppo Rurale (PSR)*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/national-and-regional-programmes>.

Commissione europea, *Quadro comunitario*, viewed 29 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/eu-framework>.

Commissione europea, *Strategie nazionali, introduzione ai Piani Strategici Nazionali (PSN)*, viewed 30 Agosto 2015, <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-overview/national-strategies>.

Commissione Europea, The 1992 reform ("MacSharry reform"), viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/1992-reform/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/1992-reform/index_en.htm).

Commissione Europea, The history of the CAP, viewed 29 Agosto 2015, [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm).

ENIT, *Il turismo straniero in Italia, la destinazione Italia nel contesto internazionale*, viewed 5 Settembre 2015, <http://www.enit.it/it/studi.html>.

<http://demo.istat.it/pop2015/index.html>.

L'Europe s'engage en France, *Liaisons Entre Action de Développement de l'Economie Rurale, Leader: une méthode de mise en œuvre du développement rural*, viewed 30 Agosto 2015, <http://www.reseaurural.fr/territoires-leader/leader/presentation>.

Premio Letterario altellì, In Onore di Grazia Deledda, Bando di partecipazione, viewed 26 Settembre 2015, <http://www.galtelliliteraryprize.com/it/>.

Società Dante Alighieri, *I Parchi Letterari*, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.parchiletterari.com/index.php>.

UNWTO, *History of UNWTO*, viewed 21 Agosto 2015, <http://www2.unwto.org/content/history-0>.

Wikipedia, *Joseph Conrad*, viewed 22 Settembre 2015, [https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Conrad](https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph_Conrad) e Enciclopedia Treccani.it, *Conrad, Joseph*, viewed 22 Settembre 2015, <http://www.treccani.it/enciclopedia/joseph-conrad/>.