

**IL TURISMO IN CAMPANIA, PUNTI DI FORZA E STRATEGIE PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO:**

**“IL CASO DEI DISTRETTI TURISTICI”**

di Floro Ernesto Caroleo<sup>1</sup>, Alessandro De Iudicibus<sup>2</sup>

*Abstract*

*Il focus del lavoro è sui sistemi turistici locali in Campania. L'interesse per un tale tipo di analisi è duplice: l'istituzione di aggregazioni territoriali organizzate in forme distrettuali è considerata un utile strumento di promozione di sviluppo territoriale dal punto di vista turistico. Dall'altro lato la Regione Campania rappresenta un interessante terreno di verifica per un tale modello di sviluppo. Infatti ben 24 su 49 distretti turistici italiani istituiti grazie alla legge nazionale 12 luglio 2011, n. 106 sono campani. Lo scopo del lavoro è di confrontare i distretti turistici nati grazie alla legge, con un'altra forma di riaggregazione distrettuale scaturita dall'applicazione di una metodologia di natura statistica, ossia una cluster analysis modificata che prevede l'utilizzo di un vincolo di contiguità spaziale, così da verificare quanto i primi possano considerarsi una aggregazione efficiente dal punto di vista del potenziale turistico. Al fine di raggruppare comuni omogenei, si è proceduto infatti, alla loro classificazione sulla base del potenziale turistico scaturente dalla sintesi di indici di turisticità. I risultati dell'indagine forniscono interessanti spunti di riflessione analitica sui caratteri dei Sistemi Turistici Locali.*

**JEL Classification:** O38, R58, 018

**Keywords:** Regional Policy, Tourist Districts, Tourist Index, Principal Component Analysis, Cluster Analysis, Gis

---

<sup>1</sup> Dipartimento di Studi Aziendali ed Economici (DISAE), Università degli Studi di Napoli Parthenope, [caroleo@uniparthenope.it](mailto:caroleo@uniparthenope.it);

<sup>2</sup> Dipartimento di Studi Aziendali ed Economici (DISAE), Università degli Studi di Napoli Parthenope, [alessandro.deiudicibus@uniparthenope.it](mailto:alessandro.deiudicibus@uniparthenope.it);

## Introduzione

Il miglioramento delle condizioni di vita, le rivoluzioni tecnologiche legate allo sviluppo del digitale e dei trasporti hanno contribuito a cambiare profondamente lo scenario turistico attuale. Il turismo è diventato ormai uno dei fenomeni più rilevanti che caratterizzano l'economia contemporanea con molti risvolti sul piano dello sviluppo locale, dell'utilizzo delle risorse economiche, della produzione, circolazione e redistribuzione del reddito e della ricchezza. La crescente integrazione del mercato turistico internazionale ha aperto nuove opportunità di sviluppo in settori e aree che erano rimaste sino ad oggi estranee ai flussi turistici. Fattori come la digitalizzazione della vita quotidiana o la nascita di nuove forme di turismo contribuiscono e contribuiranno sempre più ad influenzare le scelte dei turisti-consumatori e la nascita di nuove destinazioni turistiche. Oggi, infatti, non ci troviamo più di fronte ad un turismo dove l'esigenza del turista era quella di ricevere un pacchetto completo e già predisposto, ma si assiste a nuove forme di turismo culturale/esperienziale. Si è alla ricerca di prodotti nuovi, mete particolari, insomma, un'offerta turistica che offra la possibilità di vivere un'esperienza unica, diversa, irripetibile, mai vissuta prima e sempre meno standardizzata. Pertanto la forte differenziazione della domanda, si traduce in una molteplicità di turismi, che per essere soddisfatti non possono prescindere da un sistema locale turistico ben organizzato ed integrato, in quanto “non è più l'offerta che fa il mercato ma la domanda” (Dallari, 2008, pp.3).

Queste nuove forme di segmentazione della domanda e l'incremento dei flussi turistici si sono accompagnate non solo all'affermazione di nuove mete, ma anche al cambiamento stesso del concetto di destinazione turistica. La destinazione turistica indica la meta finale del visitatore, il suo obiettivo di viaggio, il luogo fisico in cui si trovano i prodotti che il consumatore acquisterà. Nella definizione di Candela, si parla di: *insieme di attività e fattori attrattivi che, situati in uno spazio definito (sito, località, area), sono in grado di proporre un'offerta turistica articolata e integrata, ossia rappresentino un sistema di ospitalità turistica specifica e distintiva che valorizza le risorse e la cultura* (Candela et al. 2010, pp. 69-70). Anche Cuccia nel fornire una definizione di destinazione turistica, si sofferma sul concetto di aree geografiche in cui l'attrattività turistica si basa sia sulla dotazione naturale e culturale sia sulle infrastrutture materiali e immateriali fornite da agenti pubblici e privati (alloggi, trasporti, sistemi di informazione e comunicazione, servizi culturali e arti dello spettacolo) e il vantaggio comparativo di una destinazione turistica dipende dalla sua capacità di utilizzare queste risorse in modo efficace (Cuccia et al., 2016, pp.494).

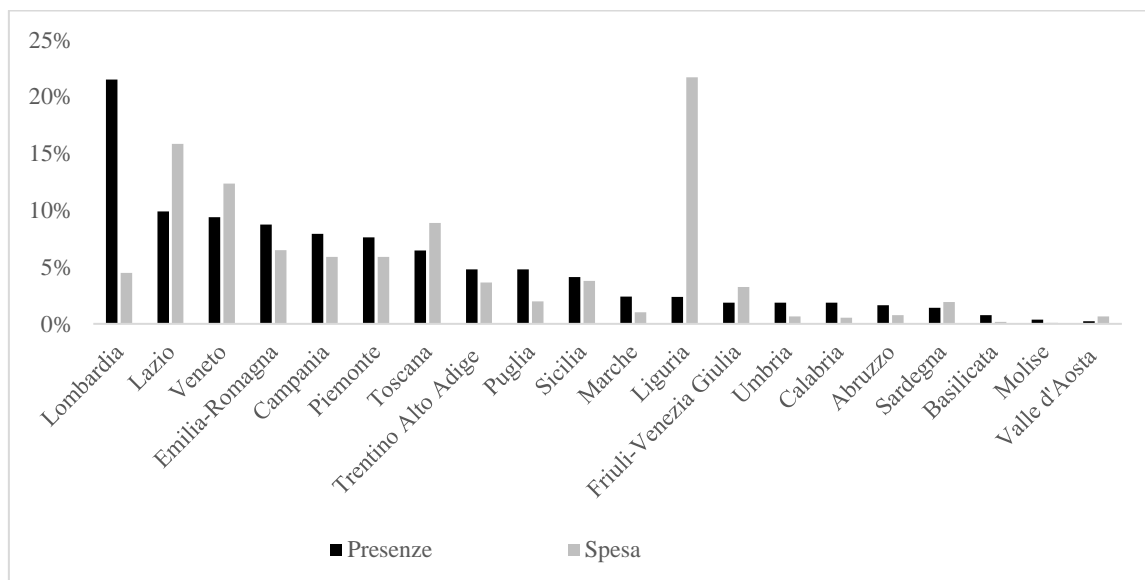
In altre parole, la destinazione risulta il perno su cui convergono tutti gli elementi sistemici del turismo. Ovvero: a) uno spazio geografico ben definito; b) un'offerta (un prodotto) che nasce dalla messa a sistema di un insieme di risorse, strutture, attività e operatori pubblici e privati esistenti e operanti sul territorio della destinazione; c) una domanda, o meglio vari segmenti di domanda (un mercato). Tenuto conto delle caratteristiche del prodotto turistico, la destinazione quindi non è semplicemente uno spazio geografico ma, al contrario, un luogo gestito, dove è rinvenibile un'impostazione strategica e una chiara visione manageriale con lo scopo di governare i flussi turistici. A questo fine la disciplina del “destination management” descrive l'insieme delle tecniche e delle azioni indirizzate verso la sostenibilità e la razionalizzazione nella fruizione delle risorse turistiche di un territorio.

In questo lavoro si vuole proporre una metodologia di aggregazione territoriale organizzata in forma distrettuale che possa essere un utile strumento, a disposizione del “destination management”, per la promozione dello sviluppo territoriale delle destinazioni turistiche.

Nella prima parte verranno brevemente analizzati gli sviluppi teorici del distretto industriale e come tale concetto si presti molto opportunamente ad essere applicato alla destinazione turistica. Inoltre, vedremo come la legislazione nazionale e regionale di riordino del settore faccia perno sul

concetto di sistemi turistici locali (STL) come strumento che permette alle Regioni e ai Comuni di programmare strategie di promozione della propria offerta turistica, in modo da cogliere le esigenze di tutti gli attori coinvolti nella filiera e sfruttare le loro potenzialità. Prenderemo come esempio la regione Campania, certamente una delle regioni morfologicamente più variegate della penisola (Il territorio è per circa il 35% montuoso, per il 50% collinare e per il resto pianeggiante) e, per questo motivo oltre che per la sua storia, è in grado di offrire diverse tipologie di turismo. La Campania comprende quattro ampi golfi dove, alle spiagge si uniscono altre attrattive naturalistiche, come le cime montuose del Monte Matese (2050 mt), i Monti del Sannio, i Monti dell'Irpinia, i Monti Picentini ed i Monti Lattari della penisola sorrentina. L'immenso patrimonio ambientale e culturale si coniuga con l'enogastronomia, elemento trainante per la valorizzazione di quei territori meno conosciuti. La valorizzazione e la promozione dei prodotti tipici e tradizionali accanto alla realizzazione di percorsi itineranti e permanenti, si pone al centro di una strategia di sviluppo locale. La Campania riflette pertanto a tutte quelle esigenze di un'offerta turistica diversificata che risponde alle nuove e mutate esigenze del mercato. Osservando la Fig. nr.1 si denota chiaramente che la Campania si colloca tra le prime Regioni italiane per numero di presenze, anche se la spesa complessiva dei turisti ancora non raggiunge i livelli delle regioni del Nord.

*Figura 1 Regioni Italiane per presenze e spesa del settore turistico (I dati sono organizzati per numero di presenze)*



Fonte: Ns. elaborazione su dati Istat e Banca d'Italia

La Regione Campania rappresenta, inoltre un interessante terreno di verifica per un modello di sviluppo basato sugli STL. Infatti, ben 24 su 49 distretti turistici italiani istituiti dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (MiBACT) grazie alla legge nazionale 12 luglio 2011, n. 106, sono campani.

Nella seconda parte si svilupperà un modello statistico di aggregazione dei comuni della Campania su base distrettuale partendo dalla costruzione di un indice di potenzialità turistica ricavato dalla aggregazione di una serie di indici di turisticità. L'idea è di individuare, tramite l'utilizzo della *cluster analysis*, aree omogenee di comuni campani, potenzialmente in grado di assurgere a Sistemi Turistici Locali (STL). Infine all'analisi, è stato aggiunto un vincolo di distanza spaziale e sono stati individuati 8 sistemi locali che fanno capo ad altrettanti comuni, che dal punto di vista dell'attrattività turistica possono considerarsi "drivers".

Nelle conclusioni verranno forniti spunti di riflessione, utili per il decisore pubblico, su come la metodologia proposta permetta di individuare aree che abbiano un potenziale turistico potenzialmente

sfruttabile, nonché su quali forme di STL risultano più idonee per promuovere il settore turistico. L'idea di fondo è che i Comuni maggiormente turistici non producano più un contributo solitario per l'intero comparto, ma anzi fungono da *drivers* per quei Comuni turisticamente meno attrattivi, in un'ottica di visione sistemica del settore.

### **1. Dai distretti (turistici) ai sistemi turistici locali**

L'analisi dei distretti industriali si inserisce nel filone di ricerca che si occupa di individuare quali fattori economici, strutturali, infrastrutturali, culturali e sociali, siano in grado di incidere sullo sviluppo locale e su quello delle imprese ivi localizzate (Becattini, 1989; Becattini e Rullani, 1993; Rullani, 1996; Porter, 1990; 1998). Le riflessioni teoriche di sociologi ed economisti neo-marshalliani, infatti, hanno introdotto il concetto di distretto industriale come nuova unità di indagine dell'analisi economica a cavallo tra il concetto di settore e quello di impresa (Becattini, 1979, 1989; Bellandi, 1982, 1992; Dei Ottati, 1987, 1994a, 1994b, 1995; Sforzi, 1989, 1990; Brusco, 1982, 1989; Trigilia, 1986, 1990;). L'aggregazione spaziale di numerose imprese - ciascuna di esse operante in condizioni di efficienza tecnica e organizzativa e compenetrata tra di loro sul piano dei processi manifatturieri e commerciali - determina una particolare condizione di efficienza a livello di sistema produttivo complessivo. Nella definizione Marshalliana, il distretto non è considerato solo un modo per organizzare la produzione, ma un ambiente in cui le relazioni tra gli attori sono peculiari e rappresentative di un aggregato sociale storicamente e geograficamente determinato (Marshall, 1975). Il tema dei distretti industriali porta, in modo sequenziale, a quello più nuovo e tipicamente anglosassone, dei cluster (grappoli). Un cluster industriale è definito da Porter (Porter, 1998a e 1998b) come un insieme di imprese interconnesse e geograficamente concentrate le quali cooperano, e allo stesso tempo, competono per ottenere dei vantaggi competitivi.

Vi sono forti similitudini sia dal punto di vista spaziale che strutturale tra un distretto o cluster industriale e quello turistico. Infatti l'industria del turismo è concepita come un insieme di attori (enti locali, piccole e medie imprese) che offrono prodotti complementari, e il "distretto turistico" risulta essere una concentrazione geografica di imprese ed istituzioni interconnesse in attività turistiche (Estevão e Ferreira, 2009). Nel lavoro di Porter (1998b) vi è un esplicito riferimento dell'applicazione del cluster o distretto nel settore turistico. L'autore rileva l'importanza degli elementi che appartengono al cluster turistico, sottolineando che la soddisfazione dei turisti non dipende soltanto dall'attrattività principale del luogo, ma anche dalle qualità e dall'efficienza dei servizi connessi (alberghi, ristoranti, centri commerciali, servizi di trasporto, attrattività culturali, paesaggistiche, ambientali, ecc.). Lo scopo dei distretti turistici è quello di portare le imprese di piccole e medie dimensioni a collaborare con istituzioni per costruire un prodotto turistico di successo per la regione (Novelli et al., 2006). Infatti in un quadro in cui l'offerta turistica oramai deve risultare altamente diversificata per soddisfare le diverse esigenze dei fruitori del mercato turistico, appare necessario, se non fondamentale creare dei modelli di politica territoriale di sviluppo turistico basati sulla cooperazione tra soggetti pubblici e privati.

La creazione di un modello originale di organizzazione del territorio per la valorizzazione delle risorse esistenti e la realizzazione di progetti innovativi di sviluppo dell'offerta turistica è stata ben presente nelle intenzioni del legislatore italiano a partire dalla legge quadro 135/2001 che, a seguito della riforma del Titolo V della Costituzione, definisce gli ambiti da attribuire alla legislazione esclusiva delle Regioni in materia di turismo. Alle singole Regioni è stata data l'opportunità di attuare processi di creazione di Sistemi turistici locali (STL), con l'obiettivo di creare modelli originali di organizzazione dei territori, per rispondere alle loro esigenze in materia di offerta turistica. In altri termini con i STL si attua un cambiamento di prospettiva, lì dove il territorio non è visto come un semplice spazio in cui si esplica l'attività turistica, ma diventa il motore dell'intero sistema del

turismo. Infatti, all'art.1 i Sistemi Turistici Locali vengono definiti come *“contesti turistici omogenei ed integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a Regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e artigianato locale, o dalla diffusa presenza di imprese turistiche singole o associate”*.

I STL nascono, quindi, per iniziativa degli enti locali o imprese singole o associate, e prendono forma attraverso l'intesa tra soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo turistico del territorio. L'intento del legislatore è quindi quello di sfruttare l'esperienza dei modelli organizzativi di forma distrettuale e riportare i successi di tale modello in chiave turistica.

Tra i modelli di Sistemi Turistici Locali, proposti dal legislatore, ritroviamo sicuramente quello dei Distretti Turistici istituiti con decreto del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo<sup>3</sup> su delega della Presidenza del Consiglio. Lo scopo è quello di rendere turisticamente attrattiva una determinata area territoriale rispetto ad una richiesta di bisogni turistici diversificata da parte della clientela italiana e straniera favorendo il miglioramento dell'efficienza nell'organizzazione e nella produzione dei servizi, assicurando garanzie e certezze giuridiche alle imprese che vi operano con particolare riferimento alle opportunità di investimento, di accesso al credito, di semplificazione e celerità nei rapporti con le pubbliche amministrazioni e prevedendo agevolazioni e semplificazioni in materia fiscale amministrativa e finanziaria. In altri termini i distretti costituiscono 'zone a burocrazia zero'.

Con l'introduzione di tale modello aggregativo il legislatore ha voluto, quindi, creare un sistema integrato, basato sulla collaborazione pubblico privato, in cui la gestione unitaria dell'offerta turistica possa valorizzare il patrimonio naturale e culturale attraendo nuovi flussi turistici, garantendo alle imprese di quel territorio, o di quelle che decidono di insediarsi in quell'area, servizi efficienti e di qualità nonché la semplificazione amministrativa e fiscale.

A seguito della legge n. 135, ciascuna Regione italiana si è dotata di una legge di riordino della governance del settore turistico e la Regione Campania vi ha provveduto con legge n. 18 del 2014.

Con tale legge la Regione ha promosso la nascita dei "Poli turistici locali" che consistono in forme associative di soggetti pubblici e privati che operano per il turismo all'interno dei ambiti turistici territoriali omogenei. Gli ambiti territoriali turistici omogenei sono aree delimitate nelle quali, per storia turistica o per chiara potenzialità, sono organizzate ed ottimizzate le offerte dei servizi pubblici e privati per il turismo e dove sono integrati il patrimonio umano, ambientale, produttivo e culturale del territorio. Tra le maggiori novità introdotte dalla legge numero 18 dell'8 agosto 2014 ritroviamo la nascita dell'Agenzia regionale per la promozione del turismo e dei beni culturali, con il compito di mettere in atto le scelte strategiche della Regione e raccordare i diversi poli turistici locali. Tale riorganizzazione ancora oggi non può essere considerata operativa per il fatto che la Regione Campania non ha ancora avviato quel processo di trasformazione "in via definitiva" dei dodici Ambiti Territoriali Turistici Omogenei individuati in "via provvisoria" nel 2017 con la delibera di Giunta n.579 del 20/09/2017. I dodici ambiti, in cui è stato perimetrato il territorio campano, sono: Napoli, Campi Flegrei, Capri, Ischia e Procida, Penisola Sorrentina, Area Vesuviana, Caserta, Litorale Domitio, Irpinia, Sannio, Salerno-Cava dei Tirreni-Costiera Amalfitana, Sele Tanagro-Cilento e Vallo di Diano; una volta definitivi tali ambiti, potranno dotarsi dei Poli turistici locali (Ptl) con un Partenariato Pubblico-Privato costituito tra enti locali, istituzioni pubbliche, imprese, pro loco e mondo delle associazioni".

Con la legge 18/2014, il legislatore regionale ha in sostanza attribuito al turismo un ruolo primario per la crescita economica, civile, culturale, sociale della regione e i poli turistici locali sono lo strumento attraverso cui gli enti preposti alla politica del turismo regionale possono operare nel rispetto del principio della cooperazione e partenariato tra ambito pubblico ed ambito privato; della

---

<sup>3</sup> Art. 3 del D.L. 13 maggio 2011, n. 70 convertito, con modificazioni, dalla L. 12 luglio 2011, n. 106

sussidiarietà, differenziazione e dell'integrazione delle funzioni tra i diversi livelli di governo, garantendo le necessarie forme di cooperazione e le procedure di raccordo e di concertazione.

In conclusione l'obiettivo di incentivare la nascita dei distretti turistici nasce proprio dall'esigenza di soddisfare una domanda sempre più diversificata. Infatti soltanto con l'unione di più forze è possibile soddisfare l'intera offerta turistica, promuovendo in Italia e all'estero l'intero panorama caratteristico di una regione.

## **2. Una metodologia statistica per la costruzione di un Sistema Turistico Locale**

### **2.1 Il data set utilizzato e gli indici di turisticità**

In questa sessione entriamo nel merito della problematica dei criteri con cui possono essere individuati i poli turistici, che come abbiamo detto dovrebbero rappresentare il livello di aggregazione più semplice per attuare le linee di programmazione della Regione sul potenziamento delle risorse territoriali, delle caratteristiche naturali e antropiche del territorio e la gestione dei flussi turistici. Con il nostro contributo vogliamo proporre una metodologia statistica "oggettiva" di aggregazione dei comuni omogenei dal punto di vista della potenzialità turistica.

Nella prima parte definiremo un indice di potenzialità turistica per ciascun singolo comune della regione, frutto di una sintesi, tramite l'utilizzo della ACP (Analisi delle Componenti Principali), di una serie di indicatori di turisticità calcolati su un set di variabili provenienti da più fonti statistiche. Partendo da questi indicatori di potenzialità turistica, attraverso una cluster analysis, proponiamo un criterio "oggettivo" di aggregazione per distretti basato sulla loro effettiva vocazione turistica. In particolare, l'approccio utilizzato sarà quello gerarchico agglomerativo basato sul metodo di Ward in due stadi sequenziali. Nel primo stadio si raggruppano Comuni simili in termini di potenzialità turistica e di caratteristiche territoriali. Nel secondo invece si riproduce la stessa procedura di clustering aggiungendo un vincolo di distanza spaziale ai potenziali STL. Con la seconda procedura si costruiscono aree formate da Comuni omogenee, per tipo di potenzialità turistica e caratteristiche, attorno a Comuni (detti "drivers") ad alto potenziale turistico. Tali concentrazioni così generate, hanno lo scopo di assicurare a potenziali sistemi turistici locali, lì dove il potenziale turistico dei Comuni drivers genera quello che Coccorese e Pellicchia (2005b) chiamano «effetto contagio», ossia quel processo di diffusione dello sviluppo tipico dei fenomeni, tra cui il turismo, dove il territorio gioca un ruolo fondamentale.

La base di partenza è consistita nell'acquisizione di un data set su base comunale. Sono state utilizzate informazioni provenienti da diverse banche dati ISTAT, Eurostat, OCSE, UNWTO, Banca d'Italia, Osservatorio nazionale del turismo, siti web<sup>4</sup>. L'apporto innovativo è costituito dall'impiego congiunto di variabili tradizionali negli studi di georeferenziazione turistica, con variabili legate a fenomeni culturali locali, nonché variabili relative alle caratteristiche morfologiche del territorio. In totale parliamo di 68 variabili, raggruppate in sottoinsiemi omogenei secondo il profilo di analisi dell'attrattività turistica locale (Gismondi 2006). Tutte le variabili sono quantitative ad eccezione di alcune variabili dicotomiche contrassegnate dal simbolo (d)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> I dati così raccolti sono stati importati in un singolo database con linguaggio MySQL

<sup>5</sup> In definitiva per le analisi sono state utilizzate circa 60 variabili quantitative e 8 variabili dicotomiche.

Le variabili sono state raggruppate in tre categorie (*indici di primo livello*):

- 1) Attrattività turistica potenziale (TA- Tourist attractiveness) che rappresenta la dotazione del territorio di tipo strutturale, ambientale, storico-artistico che a sua volta è stata divisa in 4 sottogruppi (*indici di secondo livello*): TAI\_1 (Territorio e ambiente), TAI\_2 (Infrastrutture), TAI\_3 (Attrattori storici e naturali), TAI\_4 (Altri attrattori)
- 2) Disponibilità di posti letto per fini turistici (TB- Tourist bed places);
- 3) L'impatto turistico derivante dalla domanda turistica (TII- Tourist impact) a sua volta divisa in tre sottogruppi: TII\_1 (Profilo economico), TII\_2 (Domanda turistica), TII\_3 (Investimenti turistici)

Di seguito si riporta uno schema della composizione degli indici di primo e di secondo livello, mentre in appendice (Tab. nr.1) si fornisce uno schema dettagliato delle variabili utilizzate, nonché il loro raggruppamento all'interno dei gruppi e dei sottogruppi.

*Tabella 1 Descrizione degli indicatori*

<i>Indici di I° Liv.</i>	<i>Indici di II° Liv.</i>
<b>TOURIST ATTRACTIVENESS INDEXES - (TAI)</b>	1) Territorio ed ambiente (TAI1) 2) Infrastrutture (TAI2) 3) Attrattori storici e naturali (TAI3) 4) Altri attrattori (TAI4)
<b>TOURIST BED PLACES INDEX - (TBI)</b>	1) Infrastrutture turistiche
<b>TOURIST IMPACT INDEXES - (TII)</b>	1) Profilo economico turistico (TII1) 2) Domanda turistica (TII2) 3) Investimenti turistici (TII3)
<b>TI – TOURIST INDEX</b>	Media aritmetica dei tre indici di primo livello

*Fonte: Elaborazione degli autori*

## 2.2 L'analisi delle componenti principali

Vista la moltitudine di variabili raccolte, il primo problema che ci si pone di risolvere è quello della riduzione della multidimensionalità delle informazioni raccolte. Il metodo statistico utilizzato a questo fine è quello dell'Analisi delle componenti principali ACP<sup>6</sup>.

L'analisi in componenti principali permette di creare nuove variabili, dette Componenti Principali che hanno il pregio di descrivere il fenomeno oggetto di studio mediante dimensioni fra loro non correlate e ordinate in termini della loro importanza nella spiegazione. In altri termini ciò permette di:

---

<sup>6</sup> L'analisi delle componenti principali con riferimento a una matrice X di dimensione NxP (dove n=comuni e p= variabili) consente di ridurre la dimensionalità dell'insieme dei dati eliminando la ridondanza di informazioni risultato di p variabili altamente correlate e di sostituire a queste ultime un minor numero h (con  $h < p$ ) di nuove variabili tra loro **non correlate** e **legate linearmente alle variabili di partenza**. Le nuove variabili oltre ad essere non correlate sono **ordinate rispetto alla percentuale di variabilità** presente nei dati originali. Tale strumento risulta utile soprattutto allorché si ha a che fare con un numero di variabili considerevole da cui si vogliono estrarre le maggiori informazioni possibili pur lavorando con un set più ristretto di variabili.

- Ridurre il numero di variabili da considerare, scartando quelle componenti il cui contributo alla spiegazione della variabilità osservata sia ritenuto trascurabile.
- Continuare ad avere una buona descrizione del fenomeno oggetto di studio mediante un'opportuna interpretazione delle componenti principali che non sono state scartate.

La metodologia utilizzata per calcolare un indice sintetico generale di turisticità è la seguente:

Tutte le variabili vengono standardizzate, in modo da essere confrontabili in termini di valore medio e variabilità. Tutte le variabili sono espresse in modo che assumano valori crescenti al crescere della componente attrattiva. Quindi ad alcune variabili come "sismicità" e "piovosità" sono stati attribuiti valori negativi lì dove la componente di attrattività è molto bassa. Esempio un comune molto piovoso avrà il valore della piovosità media in valore negativo, così pure per il comune altamente sismico.

Dovendo individuare un indice sintetico di turisticità di un territorio ci si è avvalsi dell'indicatore proposto da Gismondi (Gismondi, 2006). Per ogni sottogruppo è stata effettuata una ACP e vengono considerate le sole componenti con un "Autovalore" > di 1. Così è stato costruito uno score per ciascun comune come media aritmetica ponderata delle componenti principali ( $a_{lv}$  con "Autovalore" > di 1) pesate per le corrispondenti quote di varianza "spiegata" da tali componenti ( $\varphi$ )<sup>7</sup>.

Per ogni comune, quindi, gli indici di secondo livello sono il risultato della media ponderata di cui sopra, mentre l'indice del primo livello sarà dato dalla media aritmetica semplice dei sotto-indici. Infine l'indice generale di turisticità TI si desumerà dalla media aritmetica semplice dei tre indici di primo livello.

### 2.3 I risultati dell'analisi delle componenti principali

In tabella 2 si riporta la classifica dei primi venti Comuni con l'indice di turisticità (TI) più elevato (valore superiore alla mediana) e si rappresentano anche tutti i sotto indici che lo compongono. Va premesso che il primo Comune nel ranking è Napoli, ma, dati i suoi valori estremamente distanti dalla mediana, ai fini dello studio non è stata considerata, così da evitare possibili effetti distorsivi nell'analisi. I 20 comuni così selezionati sono anche quelli più rappresentativi dei flussi turistici della regione. Infatti rappresentano circa il 55% dell'intera presenza turistica campana, se poi consideriamo anche la città metropolitana di Napoli la percentuale di presenza turistica aumenterebbe al 75%.

La tabella si può leggere nel modo seguente: osservando il primo Comune con l'indice di turisticità più elevato ossia Sorrento, notiamo che tale score è influenzato fortemente dall'indice TBI (infrastrutture alberghiere) circa 11,74 e seppure in maniera minore dall'indice TII (impatto turistico) 5,37. Se poi ci soffermiamo su un livello di disaggregazione più elevato capiamo che il valore elevato dell'indice d'impatto turistico è dovuto al sotto indice TII\_2 (14,25), ossia della domanda turistica. In sintesi possiamo dire che l'indice di turisticità del comune di Sorrento è influenzato dalle dotazioni di infrastrutture ricettive e dalla forte domanda turistica.

---

<sup>7</sup> Di seguito si riporta la formula utilizzata per calcolare gli score, nel caso generale di due sole componenti. In realtà nella nostra analisi per l'indice TAI\_1 abbiamo 3 componenti, TAI\_2 ancora 3 componenti, TAI\_3 ne abbiamo 2. Per l'indice TBI si ritrovano 5 componenti e per gli indici TII\_1, TII\_2, TII\_3 1 solo componente. Per ciascun sottogruppo è stata applicata la formula sottostante:

$$S_i = \left\{ \frac{(\varphi_I \sum_{v=1}^V z_{vi} a_{lv} + \varphi_{II} \sum_{v=1}^V z_{vi} a_{IIV})}{(\varphi_I + \varphi_{II})} \right\} \quad (1)$$

$\varphi_I$  e  $\varphi_{II}$  = Sono le varianze delle prime componenti principali  
 $a_{lv}$  e  $a_{IIV}$  = Rappresentano la le  $v$  – ma coordinate degli assi fattoriali  
 $z_{vi}$  = Rappresentano la le variabili standardizzate



Osservando il secondo comune della graduatoria (Forio), notiamo che il valore del TI è funzione soprattutto dell'elevato valore dell'indice TBI (infrastrutture alberghiere) con un valore di 8,52 se ci soffermiamo ad osservare gli indici di primo livello, mentre se scendiamo di livello notiamo che il valore deriva sia dal contesto territoriale (TAI\_1), dalla domanda turistica (TII\_2), ma anche dall'indice TAI\_3 ossia dagli attrattori storici naturali<sup>8</sup>.

In conclusione possiamo dire che con l'utilizzo del metodo ACP, riusciamo ad identificare 12 indicatori (4 principali e 8 di secondo livello), per ciascuno dei 550 comuni della regione Campania, da cui emerge che 275 possono essere considerati attrattivi dal punto di vista della turisticità, avendo un valore dell'indice TI superiore al valore mediano. In particolare i venti comuni analizzati (eliminando Napoli) risultano avere un ruolo primario in termini di presenze turistiche.

---

<sup>8</sup> Forio è ricca di risorse termali un po' su tutto il suo territorio ma la maggiore concentrazione si ha nella baia di Citara, dove sorge il più grande parco termale dell'isola, ovvero i Giardini di Poseidon.

Tabella 2 Ranking dei primi 20 Comuni in funzione dell'indice di turisticità (ordinate dal più grande al più piccolo)

		TAI_1	TAI_2	TAI_3	TAI_4	TII_1	TII_2	TII_3	TAI	TBI	TII	TI
	% di presenza turistica sul totale delle presenze	Territorio e ambiente	Infrastrutture	Attrattori storici e naturali	Altri attrattori	Profilo ec.	Domanda turistica	Investi- menti turistici	INDICE DI ATTRAT- TIVITA'	INDICE DI INFR. ALBERGH.	INDICE D'IMPATTO TURISTICO	INDICE DI TURISTI- CITA'
Napoli	17	3,27	43,84	43,86	1	32,23	20,17	-0,10	22,99	17,03	17,43	12,57
Sorrento	12	1,24	2,47	2,07	0,00	1,83	14,25	0,03	1,44	11,74	5,37	6,12
Forio	7	3,14	1,89	2,45	0,00	0,32	6,53	-0,09	1,87	8,52	2,26	4,64
Capri	2	2,36	1,01	0,99	0,00	0,30	2,98	0,13	1,09	7,40	1,14	3,63
Capaccio	3	3,46	0,85	1,80	1,00	0,35	2,78	-0,07	1,78	5,87	1,02	3,45
Ischia	7	1,88	1,40	3,29	0,00	0,72	6,52	-0,03	1,64	5,64	2,40	3,31
Massa Lubrense	2	5,31	0,33	2,26	1,00	0,11	1,97	-0,09	2,22	3,93	0,66	3,30
Camerota	4	5,31	1,46	1,86	0,00	0,01	3,73	-0,01	2,16	2,75	1,24	3,10
Centola	2	3,32	0,74	0,77	0,00	-0,03	2,28	0,10	1,21	4,03	0,79	2,71
Salerno	3	0,84	13,48	6,46	0,00	3,89	2,80	-0,09	5,19	4,67	2,20	2,57
Positano	2	1,15	0,10	0,56	1,00	0,11	2,08	0,14	0,70	4,58	0,78	2,17
Castellabate	1	3,61	0,65	2,90	1,00	0,06	1,19	-0,01	2,04	2,29	0,41	2,10
Anacapri	1	2,47	0,34	1,07	0,00	0,03	0,91	-0,02	0,97	3,07	0,31	1,95
Sessa Aurunca	1	3,35	1,31	1,28	0,00	0,04	0,89	-0,10	1,48	1,77	0,28	1,80
Sant'Agnello	2	0,46	0,11	0,07	0,00	0,04	2,45	-0,03	0,16	3,94	0,82	1,74
Casamicciola Terme	2	0,35	0,33	1,60	0,00	-0,02	2,17	-0,06	0,57	4,12	0,69	1,72
Castel Volturno	1	4,05	1,84	0,11	0,00	0,21	0,73	-0,10	1,50	0,82	0,28	1,72
Pozzuoli	1	1,80	3,55	6,09	1,00	1,32	2,24	-0,11	3,11	1,96	1,15	1,64
Amalfi	1	0,47	0,34	0,95	1,00	0,24	1,96	0,03	0,69	3,05	0,75	1,42
Vico Equense	1	0,81	0,30	2,27	0,00	0,25	1,37	-0,08	0,84	2,78	0,51	1,37
Castellammare di Stabia	1	0,37	2,54	3,48	1,00	1,11	1,63	-0,10	1,85	2,70	0,88	1,32
Mediana *		-0,07	-0,29	-0,36	0	- 0,15	-0,24	-0,28	-0,13	-0,30	-0,18	-0,17
Max		5,31	13,4	10,8	1	3,8	14,2	14,5	5,19	11,73	5,4	6,14

**Fonte: Elaborazione degli autori**

\*È stato utilizzato il valore mediano, a differenza della media, essendo un indice robusto e quindi non influenzato dai valori eccezionali. Ciò permette di evitare la soggettività insita nel fissare arbitrariamente un valore di soglia al di sopra del quale una data unità possa dirsi a vocazione turistica. Per evitare un effetto distortivo è stata esclusa dall'analisi la città di Napoli (valori troppo distanti dalla mediana).

### 3. Identificazione del potenziale turistico dei comuni Campani attraverso l'applicazione della cluster analysis

Come abbiamo detto, individuare un sistema turistico locale vuol dire aggregare gruppi di Comuni omogenei in base al loro effettivo potenziale turistico. Dall'osservazione di gruppi omogenei è più facile trarre indicazioni in termini di implementazioni di politiche, atte a promuovere i territori e a sviluppare le economie locali. Non conoscendo a priori né il numero né la struttura dei gruppi, la stessa definizione di "gruppo" o di "cluster" è molto labile: le entità (i Comuni) formano un cluster quando si addensano (con o senza vincolo di contiguità) intorno ad un nodo per cui quelle interne al cluster sono più vicine o simili tra di loro di quanto non lo siano rispetto ad entità esterne. Pertanto dovendo individuare gruppi omogenei di unità, la tecnica statistica generalmente utilizzata allo scopo è la cluster analysis. (Goodall, 1954).

Nel presente lavoro è stata utilizzata una tecnica di cluster analysis gerarchica con approccio di Ward e come misura della distanza la formula di Gower. Il metodo di Ward (1963), procedendo per stadi successivi, considera tutte le possibili coppie di comuni e procede alla fusione in un gruppo di comuni tale per cui è minimizzata la devianza totale dal centroide del nuovo gruppo (Dev within)<sup>9</sup>. In sostanza, all'inizio del processo, quando ogni cluster è formato da un solo elemento, la devianza interna è zero. Quando due entità si fondono in un singolo cluster si introduce un grado di variabilità destinato a crescere in funzione della numerosità del gruppo stesso. Questo criterio cerca di minimizzare la varianza totale all'interno del cluster.

Una volta terminato il processo iterativo di agglomerazione, è necessario scegliere il numero di iterazioni e quindi il numero ottimale dei gruppi. Determinare il numero di gruppi risulta essere essenziale per costruire cluster significativi. Per la scelta del numero ottimale dei cluster si può ricorrere a due indicatori: l'indice pseudo F (Calinski Harabasz 1974) e pseudo T (Duda and Hart. 1974). In genere i due indici vengono utilizzati in maniera combinata.

#### 3.1. I risultati della cluster analysis

L'analisi di cluster è stata fatta sulla base degli indicatori prodotti dalla ACP. Anche in questo caso è stato escluso il Comune di Napoli e sono stati considerati i soli comuni con indice TI maggiore o uguale al valore mediano. Il numero ottimale di cluster è stato scelto sulla base dell'indice di pseudo T (Duda and Hart. 1974), per cui sono stati individuati 5 gruppi che comprendono 248 Comuni. Nel primo cluster ritroviamo 21 Comuni, nel secondo 131, nel terzo 60, nel quarto 8 e nel ultimo 28. La numerosità tra i gruppi risulta poco omogenea, tuttavia il livello complessivo di presenze turistiche, pur escludendo il comune di Napoli, risulta quasi dell'80 % dell'intera Regione. In tab. nr. 3, vengono riportati per ciascun cluster valori degli indici di primo e secondo livello e la percentuale delle presenze turistiche.

I risultati così ottenuti, sono stati schematizzati e mappati con tecniche di georeferenziazione (Fig.2),

Il cluster 1, rappresenta il gruppo di Comuni con la più alta percentuale di presenze turistiche (41) rispetto a tutte le presenze della Regione, nonostante la bassa numerosità dei comuni (21 comuni). A tale gruppo appartengono quei comuni con l'indice di turisticità più elevato (TI = 1,744) e la maggiore attrattività turistica sia per ciò che concerne l'indice TBI (ossia quello delle infrastrutture recettizie), sia

---

<sup>9</sup> Ossia Dev Totale = Dev between+Dev within

$$\sum_{s=1}^p \sum_{i=1}^n (x_{is} - \bar{x}_s)^2 = \sum_{s=1}^p \sum_{i=1}^g (\bar{x}_{sk} - \bar{x}_s)^2 \cdot n_k + \sum_{s=1}^p \sum_{k=1}^g \sum_{i=1}^n (x_{is} - \bar{x}_{sk})^2$$

in termini d'impatto turistico TII (domanda turistica e struttura produttiva). Basso invece risulta essere l'indice che rappresenta il valore degli investimenti nel settore turistico. Il cluster 2, è quello che ha al suo interno il maggior numero di comuni (131 comuni), ma con l'indice di turisticità più basso addirittura negativo (TI = -0,099). In tale raggruppamento tutti gli indici sono negativi ad eccezione del TII (Indice d'impatto turistico) con un valore di 0,902. Dovuto soprattutto al valore alto del sotto indice TII\_3 (0,632) ossia quello degli investimenti nel settore turistico. Pertanto si può concludere che nel gruppo 2 ci sono molti comuni il cui indice di turisticità è basso, addirittura negativo, ma con una rilevante propensione all'investimento nel settore.

Al gruppo 3, appartengono 60 comuni con il 18 di presenze turistiche. Gli indici e i sottoindici risultano essere sempre positivi se non per quello degli investimenti e del territorio e l'ambiente (TAI\_1). In realtà se osserviamo la Fig. 2 notiamo che la posizione dei comuni appartenenti al cluster nr. 3 risulta essere collocata nella parte interna della regione in contesti montani e quasi montani e poche zone litoranee. Interessante risulta osservare come l'isola di Ischia risulti divisa in tre parti: i comuni appartenenti nella zona est e ovest comuni rientrano nel cluster 1 con indice di attrattività elevato mentre i comuni situati nella zona centrale rientrano nel cluster 3 con indice di turisticità medio basso.

Il cluster 4, mostra pochissimi comuni con un indice TI elevato, ma una bassa percentuale di presenze turistiche (9). Sono comuni molto diversi sotto l'aspetto morfologico, ma simili in termini di domanda turistica, di infrastrutture ricettive, ma soprattutto con un elevato indicatore relativo agli attrattori storici e naturali.

Infine l'ultimo cluster, con i suoi 28 comuni, rileva interessanti caratteristiche. Infatti il cluster 5 risulta avere un indice di turisticità molto simile al cluster 3, ma se analizziamo i sotto indici notiamo interessanti differenze. In questo gruppo appartengono molti comuni (Positano, Amalfi, Capaccio, ecc.) con un indice di turisticità molto elevato, al punto da essere collocati nel ranking tra i primi 10 Comuni. Pertanto ci saremmo aspettati di trovarli nel cluster 1. In realtà se ci soffermiamo ad analizzare i singoli sotto indicatori, notiamo che essi risultano avere valori dell'indice di infrastruttura ricettiva (TBI) e profilo economico<sup>10</sup> (TII\_1) molto bassi. Pertanto nonostante la loro notevole vocazione turistica, si aggregano con i comuni che hanno un potenziale turistico più basso.

In conclusione possiamo affermare che la Campania, secondo il nostro modello di aggregazione, conta 248 comuni a vocazione turistica. Di questi un gruppo di 21 comuni ha un ruolo trainante (41 di presenze turistiche) con un indice di potenzialità turistica molto elevato. Poi abbiamo un gruppo numeroso di comuni (131) con un indice di turisticità negativo, ma con una grande prospettiva di sviluppo visto l'elevato tasso d'investimenti effettuati nel settore. Il gruppo 3 e 5 gruppo hanno indici di turisticità simili, ma caratteristiche diverse, ed infine il TI elevato del gruppo 4 è dovuto alla qualità delle infrastrutture e degli attrattori storici e naturali (Tabella nr.3)

---

<sup>10</sup> Per profilo economico si intende il numero di imprese e addetti nel settore turistico

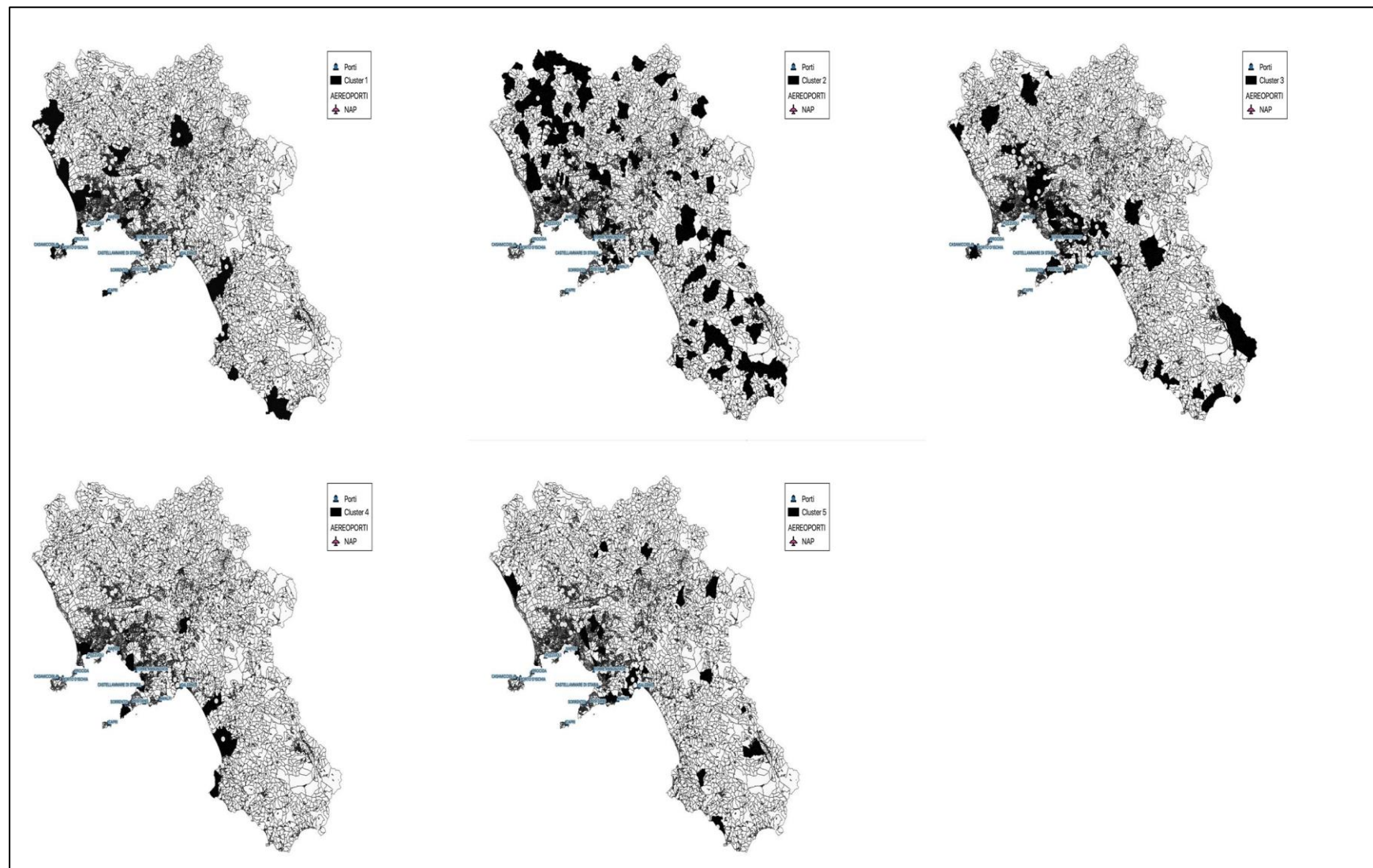
Tabella 3 Presenze turistiche e valori medi degli indici di turisticità nei 5 gruppi di comuni

			TAI_1	TAI_2	TAI_3	TAI_4	TII_1	TII_2	TII_3	TAI	TBI	TII	TI
Cluster	Nr. Comuni	% di presenza turistica sul totale delle presenze	Territorio e ambiente	Infrastrutture	Attrattori storici e naturali	Altri attrattori	Profilo economico	Domanda turistica	Investimenti turistici	INDICE DI ATTRATTIVITA'	INFRASTRUTTURA	INDICE D'IMPATTO TURISTICO	INDICE DI TURISTICITA'
Gruppo 1	21	41	1,729	1,732	2,108	0	0,477	2,194	0,034	1,392	2,600	0,902	1,744
Gruppo 2	131	4	-0,196	-0,315	-0,326	0	-0,126	-0,124	0,632	-0,209	-0,253	0,151	-0,099
Gruppo 3	60	18	-0,082	0,421	0,313	0	0,115	0,200	-0,121	0,163	0,407	0,064	0,130
Gruppo 4	8	9	1,959	2,072	2,439	1	0,790	1,332	-0,054	1,868	2,248	0,689	1,632
Gruppo 5	28	7	-0,056	0,078	0,091	1	0,063	0,176	0,173	0,278	0,299	0,145	0,130
Mediana *			-0,07	-0,29	-0,36	0	- 0,15	-0,24	-0,28	-0,13	-0,30	-0,18	-0,17
Max			5,31	13,4	10,8	1	3,8	14,2	14,5	5,19	11,73	5,4	6,14

**Fonte: Elaborazione degli autori**

*\*È stato utilizzato il valore mediano, a differenza della media, essendo un indice robusto e quindi non influenzato dai valori eccezionali. Ciò permette di evitare la soggettività insita nel fissare arbitrariamente un valore di soglia al di sopra del quale una data unità possa dirsi a vocazione turistica. Per evitare un effetto distorsivo è stata esclusa dall'analisi la città di Napoli (valori troppo distanti dalla mediana).*

Figura 2 Mappa dei Comuni raggruppati a seguito della cluster analysis



Fonte: Elaborazione degli autori

### 3.2 Sistemi Turistici Locali (STL) basati su una metodologia di aggregazione statistica con vincolo di distanza

Il metodo della cluster analysis ha permesso di individuare cinque raggruppamenti di comuni della Campania a vocazione turistica ciascuno dei quali si contraddistingue per la diversa importanza degli indicatori che contribuiscono al calcolo dell'indice di potenzialità turistica. L'analisi rimane incompleta dal momento che i comuni di ciascun cluster risultano sparsi per il territorio e quindi non possono essere ancora avvicinati al concetto di polo turistico o sistema locale turistico. A questo scopo, partendo dai cluster abbiamo introdotto un vincolo di distanza tra i Comuni che ci ha permesso di creare aree omogenee attorno a quei comuni che presentano un elevato potenziale turistico che quindi possono essere definiti drivers per il settore turistico regionale.

Per avere una visione più completa della potenzialità turistica della regione, sono stati scelti 8 comuni drivers, attorno ai quali formare i STL. Sempre rispettando il criterio del valore più alto di TI sono stati selezionati 5 comuni costieri e 3 montani. I 5 Comuni costieri sono Sorrento, Forio, Capaccio, Camerota, Sessa Aurunca, Pozzuoli; mentre quelli montani sono Morra De Sanctis nella zona dell'Irpinia, San Potito Sannitico in rappresentanza della zona del Sannio e Acerno, appartenente ad un nutrito gruppo di Comuni montani della zona salernitana. Per l'aggregazione, anche in questo caso si è fatto ricorso alla stessa procedura di clustering presentata nel paragrafo 3, introducendo in più un vincolo di prossimità spaziale tra i Comuni. L'algoritmo utilizzato in questa procedura di *clustering*, impone una procedura di aggregazione che raggruppa unità simili per potenziale turistico attorno ad un centroide selezionato e inoltre inserisce un doppio vincolo: uno di contiguità spaziale tra i Comuni, nonché l'appartenenza delle unità selezionate alla stessa provincia<sup>11</sup>.

Tali concentrazioni di località così generate, rappresentano potenziali sistemi turistici locali, lì dove il potenziale turistico dei Comuni drivers genera quello che Coccoresse e Pellicchia ( 2005b ) chiamano « effetto contagio », ossia quel processo di diffusione dello sviluppo tipico dei fenomeni dove il territorio gioca un ruolo fondamentale. L'idea, alla base di tale lavoro, nasce dal fatto che realtà turisticamente forti possono elevarsi a ruolo trainante nei confronti di quelle realtà più deboli, creando "contesti turistici omogenei e integrati".

I singoli STL sono rappresentati con l'ausilio di grafici a radar, grazie ai quali è possibile individuare come ciascun comune contribuisca al valore degli indicatori di primo livello. così da rilevare i punti di forza e di debolezza delle singole realtà identificate a seguito del processo di cluster.

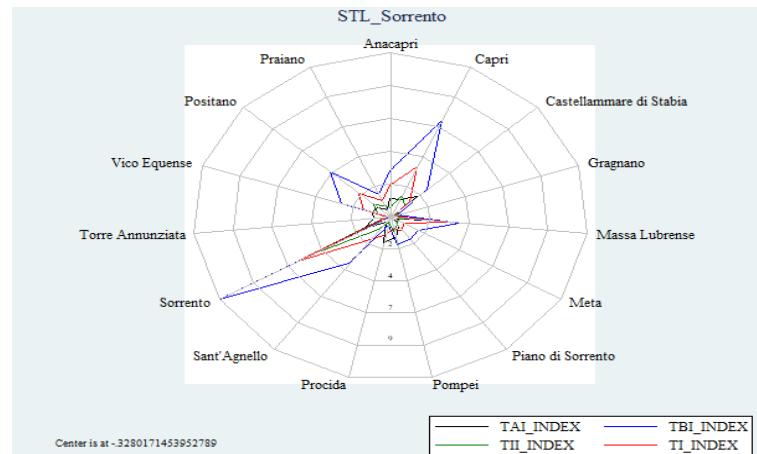
#### STL Sorrento

Il STL che ha come driver Sorrento (Fig.3), è quello che è formato dai Comuni con le maggiori presenze turistiche (Vico Equense, Positano, Massa Lubrense, Capri) che ovviamente si traducono in un indice di domanda turistica elevato (TII<sub>2</sub>). Tra le caratteristiche principali riscontriamo un ottimo potenziale di turisticità (TI index pari a 1,70) (Tab.5), frutto di una buona capacità ricettiva e di attrattività paesaggistiche. Sicuramente tale STL si presenta come uno dei più importanti sistemi locali di offerta turistica con un'elevata capacità attrattiva, in termini di offerta paesaggistica e culturale e di dotazione di servizi ricettivi. L'area può valersi di un'immagine estremamente positiva grazie alla sua notorietà a livello internazionale, ma presenta forti criticità ad assorbire la domanda turistica con il suo potenziale ricettivo, soprattutto nei periodi di massima affluenza. Infatti tralasciando Sorrento, gli altri Comuni appartenenti a tale area mostrano difficoltà ad accrescere il potenziale ricettivo. Inoltre deficitari risultano gli investimenti pubblici e il sostegno e lo sviluppo di imprese nel settore.

---

<sup>11</sup> Il vincolo di appartenenza dei Comuni alla stessa provincia permette di evitare duplicazione dei Comuni in STL geograficamente contigui.

Figura 3 STL\_Sorrento



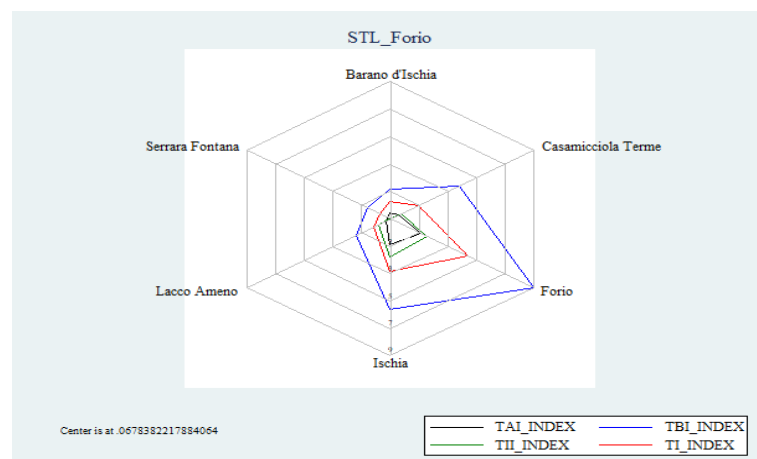
Fonte: Elaborazione degli autori

### STL Forio “Isola verde”

Il sistema denominato “Forio” (Fig.4 ) comprende tutti i sei comuni ischitani. Forio rappresenta il comune driver di tale STL. L’isola nel suo complesso fa distretto a sé, anche se è strettamente legata alla zona Flegrea. Il STL mostra un TII\_2, indice di domanda turistica, pari a 2,98 e un’offerta infrastrutture alberghiere TBI pari a 1,05. La maggior parte delle infrastrutture ricettive si concentrano nel comune di Forio, Ischia Porto e Casamicciola Terme, mentre scarso è il contributo dei comuni di Barano, Serrara Fontana e Lacco Ameno. Non è un caso che, come si è notato in precedenza, i primi rientrano nel gruppo 1 caratterizzato da un elevato indice di turisticità mentre i secondi rientrano tra i comuni del gruppo tre con indici di turisticità medio bassi.

Visto nel suo complesso (Tabella nr. 4) il STL “Isola verde”, ha sicuramente il più alto valore in termini di vocazione turistica (TI pari a 2,10) rispetto agli altri sistemi turistici locali ma valori bassi per quanto riguarda l’indicatore di investimenti pubblici (TII\_3) e per numero di imprese e di addetti nel comparto (TII\_1).

Figura 4 STL\_Forio- Isola verde



Fonte: Elaborazione degli autori

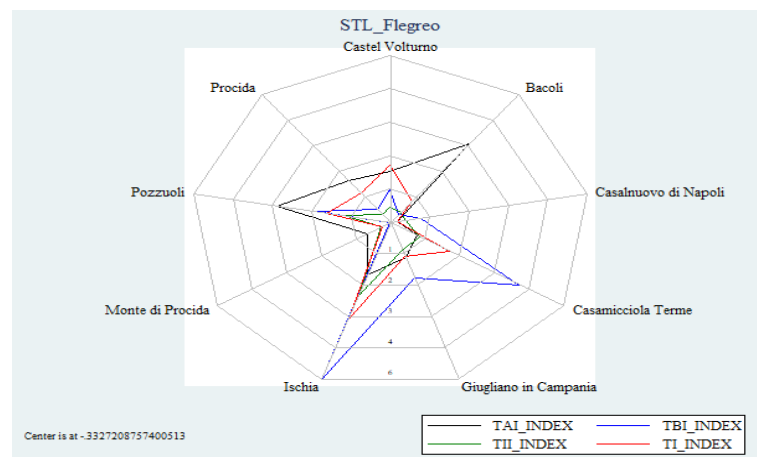
### STL Flegreo

L’area flegrea (Fig.5) rappresenta un distretto di fondamentale importanza per il turismo campano le cui potenzialità risultano largamente inesprese. Essa si colloca immediatamente dopo quella della penisola Sorrentina e dell’isola d’Ischia. Al suo interno ritroviamo comuni come Pozzuoli (comune driver) Ischia Porto, Casamicciola, Bacoli, Procida, Monte di Procida. Se escludiamo il contributo delle



infrastrutture alberghiere di Ischia Porto e Casamicciola Terme, il distretto risulta avere forti carenze per ciò che concerne la struttura ricettiva, nonostante il grosso contributo rappresentato dalla componente attrattiva (indice TAI pari a 1,46) (Tab. nr.5). In altri termini, la zona flegrea può disporre di una componente attrattiva storica e naturale molto interessante (si vedano gli indici TAI\_1 e TAI\_3) ma ha una offerta di strutture ricettive molto carente. La domanda turistica risulta positiva (indice TII\_2 pari a 1,51), ma anche in questo distretto gli elementi deboli risultano gli investimenti pubblici nel settore, in questo caso negativi (indice TII\_3 pari a -0,18), e il sistema impresa.

*Figura 5 STL\_Flegreo*



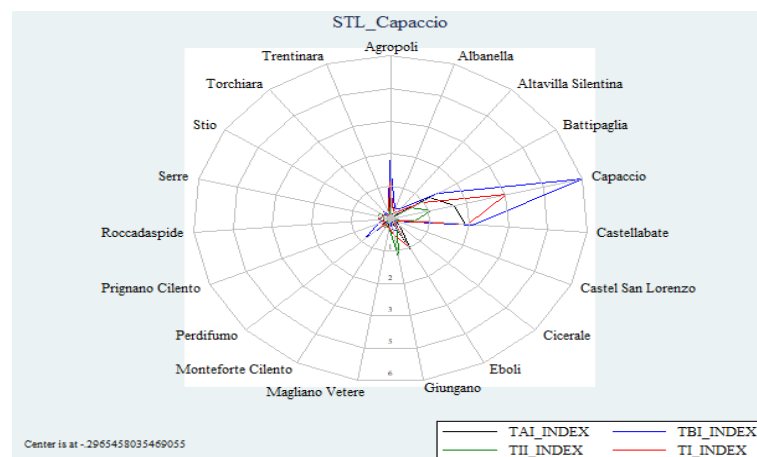
*Fonte: Elaborazione degli autori*

*STL Capaccio (Fig.6)*

Tale area ha tutte le caratteristiche per essere considerata come una delle principali aree del turismo campano. La zona Capaccio-Paestum è caratterizzata infatti da una lunga linea di costa, seguita da una vasta pianura, intensamente coltivata, ma soprattutto comprende l'area archeologica di Paestum, uno dei principali parchi archeologici del mondo, riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio dell'umanità.

Tuttavia, sebbene l'intera area mostri un buon indice di attrattività, anche in considerazione delle caratteristiche storiche e naturali del territorio, osservando gli indicatori di tristicità riscontriamo importanti punti deboli. Infatti sotto l'aspetto delle infrastrutture alberghiere e extra- alberghiere, tolto il comune di Capaccio e Agropoli, l'intero STL mostra un sistema ricettivo alberghiero estremamente deficitario. Anche la struttura economica (imprese e addetti) risulta negativa (TII\_1 pari -0,02) (Tab. nr.5), mentre gli investimenti pubblici nel settore risultano positivi (TII\_3 pari a 0,17) (Tab. nr.5).

*Figura 6 STL\_Capaccio*

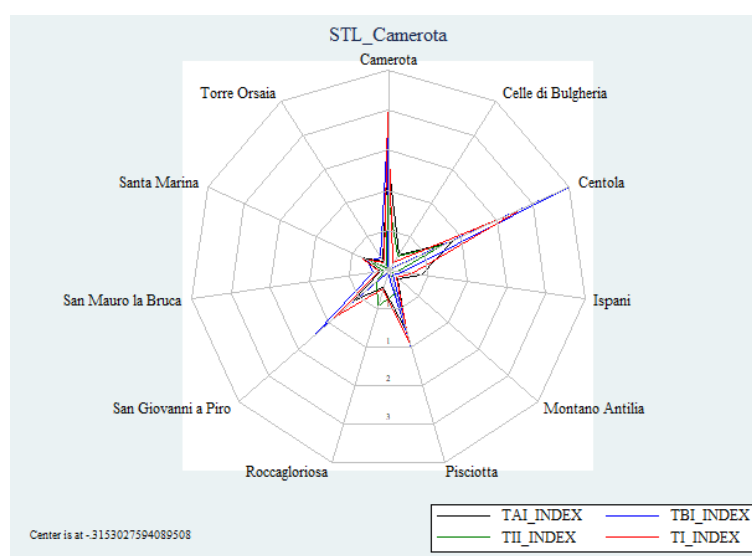


*Fonte: Elaborazione degli autori*

### STL Camerota

Il STL di Camerota (Fig.7) rappresenta il polo comprensivo dei comuni appartenenti alla zona del Cilento e Marina di Camerota rappresenta il comune driver di tale sistema turistico. Marina di Camerota è una località della costa meridionale del Cilento tra Palinuro e Sapri. È un'area di vocazione turistica importante, sicuramente caratterizzata da un turismo prettamente balneare. Il STL presenta una discreta attrattività e le infrastrutture ricettive sono concentrate per lo più nei comuni di Marina di Camerota, Centola-Palinuro (Palinuro è una frazione di Centola), Marina di Pisciotta e San Giovanni a Piro. L'indice TAI\_1 (Territorio e ambiente) presenta valori estremamente positivi (TAI\_1 pari a 1,26) (Tab. nr.5), così come l'indice sugli investimenti pubblici nel settore turistico (TII\_3 pari a 0,28) (Tab. nr.5) e quello sulla domanda turistica (TII\_2 pari a 0,28) (Tab. nr.5). Anche in questo STL deficitaria risulta la struttura economica, intesa come numero di imprese e addetti nel settore (TII\_1 pari a -0,13) (Tab. nr.5).

Figura 7 STL\_Camerota

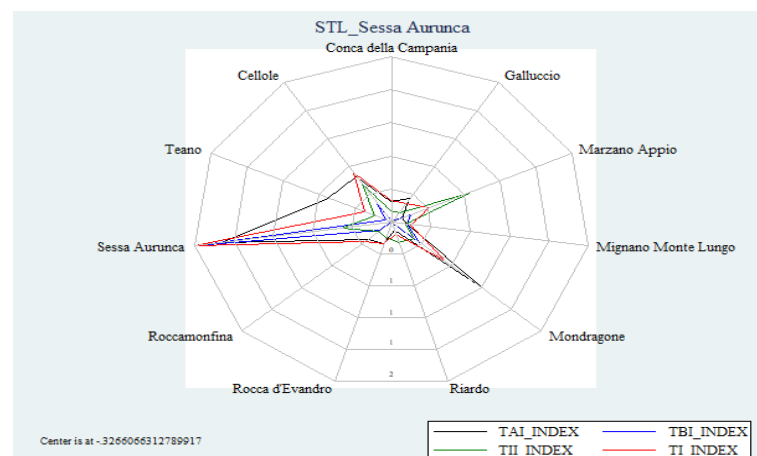


Fonte: Elaborazione degli autori

### STL Sessa Aurunca

IL Sistema Turistico Locale di Sessa Aurunca (Fig.8) è il comune più esteso della provincia di Caserta per superficie territoriale. Si trova precisamente in un'ampia zona collinare nota come Piano del Garigliano al confine Nord-Ovest della Campania e della Provincia di Caserta; la sua fascia costiera è situata interamente nel Golfo di Gaeta. Tale aggregazione mostra nei comuni di Mondragone, Cellole, Marzano Appio e Sessa Aurunca il punto di forza. In particolare Mondragone insieme a Sessa Aurunca mostrano un buon potenziale turistico (indice TI), soprattutto in termini di attrattività turistica (indice TAI), in particolare per i servizi turistici offerti (indice TAI\_2) (Tab.5). L'intero STL, ad esclusione del Comune di Sessa Aurunca, mostra scarse potenzialità in termini di strutture alberghiere e extra-alberghiere (indice TBI). Infine, per alcuni comuni del STL\_Sessa Aurunca, come ad esempio Marzano Appio, si rilevano valori dell'indice degli investimenti pubblici nel settore turistico (TII\_3) buoni, a testimonianza dell'interesse delle amministrazioni locali ad investire nel comparto turistico. In definitiva tale STL mostra un potenziale turistico interessante, soprattutto in termini di servizi offerti, ma ancora deficitari risultano il numero di infrastrutture alberghiere e extra-alberghiere, nonché la struttura imprenditoriale nel settore.

Figura 8 STL\_Sessa Aurunca



Fonte: Elaborazione degli autori

### STL Montani (Sannio, Irpinia, Salerno)

Sebbene la Campania non mostri le caratteristiche tipiche del turismo montano, nelle sue zone interne, nasconde zone con un alto potenziale di sviluppo turistico. Infatti tra il 2016 e il 2018 si registra una crescita di presenze turistiche in tali zone del 14%<sup>12</sup>. Pertanto abbiamo provato ad individuare aree omogenee potenzialmente funzionali per una tipologia di turismo montano. Dalle elaborazioni sono emersi quattro Sistemi turistici locali montani, uno per ciascuna provincia della Regione: STL Sannio, STL Irpinia, STL Salerno.

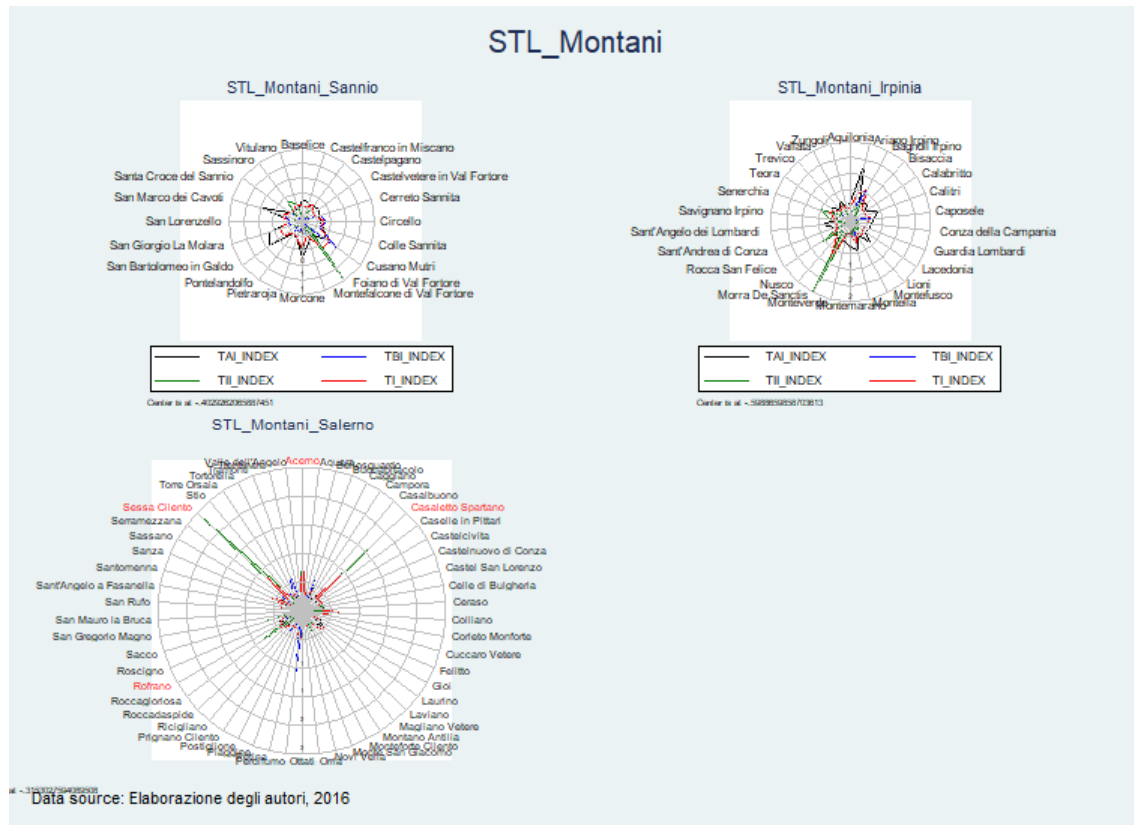
Le tre agglomerazioni (Fig.9) si presentano per numerosità, a differenza di quelli costieri, estremamente numerosa. C'è da dire però che il contributo degli stessi in termini di potenziale turistico è scarso. In termini di offerta turistica il STL dell'Irpinia, con i comprensori sciistici di Laceno e Bagnoli Irpino, contribuisce fortemente allo sviluppo del turismo montano nella Regione, infatti ritroviamo un valore di TI abbastanza elevato (pari a 0,08) (Tab.5). Il STL Irpino presenta una forte attrattività in termini di territorio ed ambiente, infatti il valore di TAI\_1 risulta essere il più elevato rispetto agli altri sistemi turistici montani (TAI\_1 pari a 0,69) (Tab.5). Anche sotto l'aspetto delle infrastrutture ricettive, riscontriamo una discreta offerta di posti per pernottare e servizi collegati al settore, in particolare osserviamo (Fig.9) il contributo del comune di Bagnoli Irpino. Soddisfacente risulta anche l'apporto del Comune Morra De Sanctis, in cui notiamo un buon valore dell'indice TI (Indice di turisticità), grazie al forte contributo dell'indice TII (Indicatore d'impatto turistico) ed in particolare dell'indice TII\_3 (investimenti pubblici nel settore turistico). Nel suo complesso il STL Irpino presenta un basso livello di domanda turistica, infatti il valore dell'indice TII\_2 risulta pari a -0,66, molto al di sotto del valore mediano (-0,24), ma con un buon potenziale turistico.

I sistemi turistici del Sannio e di Salerno, invece mostrano nel complesso valori negativi in termini di indicatori di turisticità, anche se comunque superiori ai valori mediani. In particolare il STL montano appartenente alla zona salernitana si presenta con valori positivi come indice di turisticità, ma negativi i restanti indicatori, sebbene quasi tutti superiori o prossimi al valore mediano. Sicuramente trainante risulta essere l'indice di attrattività territoriale e ambientale TAI\_1 con un valore pari a 0,29 (Tab.5). Il STL Salernitano si presenta sicuramente come il più numeroso con 62 Comuni, all'interno del quale spiccano un nutrito gruppetto di Comuni con un discreto potenziale turistico (Fig.9), ma soprattutto notiamo un valore dell'indicatore degli investimenti pubblici decisamente al di sopra del valore mediano (TII\_2 pari a 0,18) (Tab.5).

<sup>12</sup> Fonte: Ufficio Studi Enit (Agenzia Nazionale del Turismo)

Infine il STL del Sannio con i suoi 20 Comuni presenta un indice TI negativo (-0,06) (Tab.5), nonostante l'importante contributo del valore dell'indice TAI\_1 (0,21) (Tab.5). Il punto di debolezza in questo STL, che influisce sul valore di TI, risulta essere quello della domanda turistica (TTI\_2 pari a -0,66). Anche in questo caso ad un forte potenziale attrattivo del territorio non corrisponde un forte impatto dei flussi turistici.

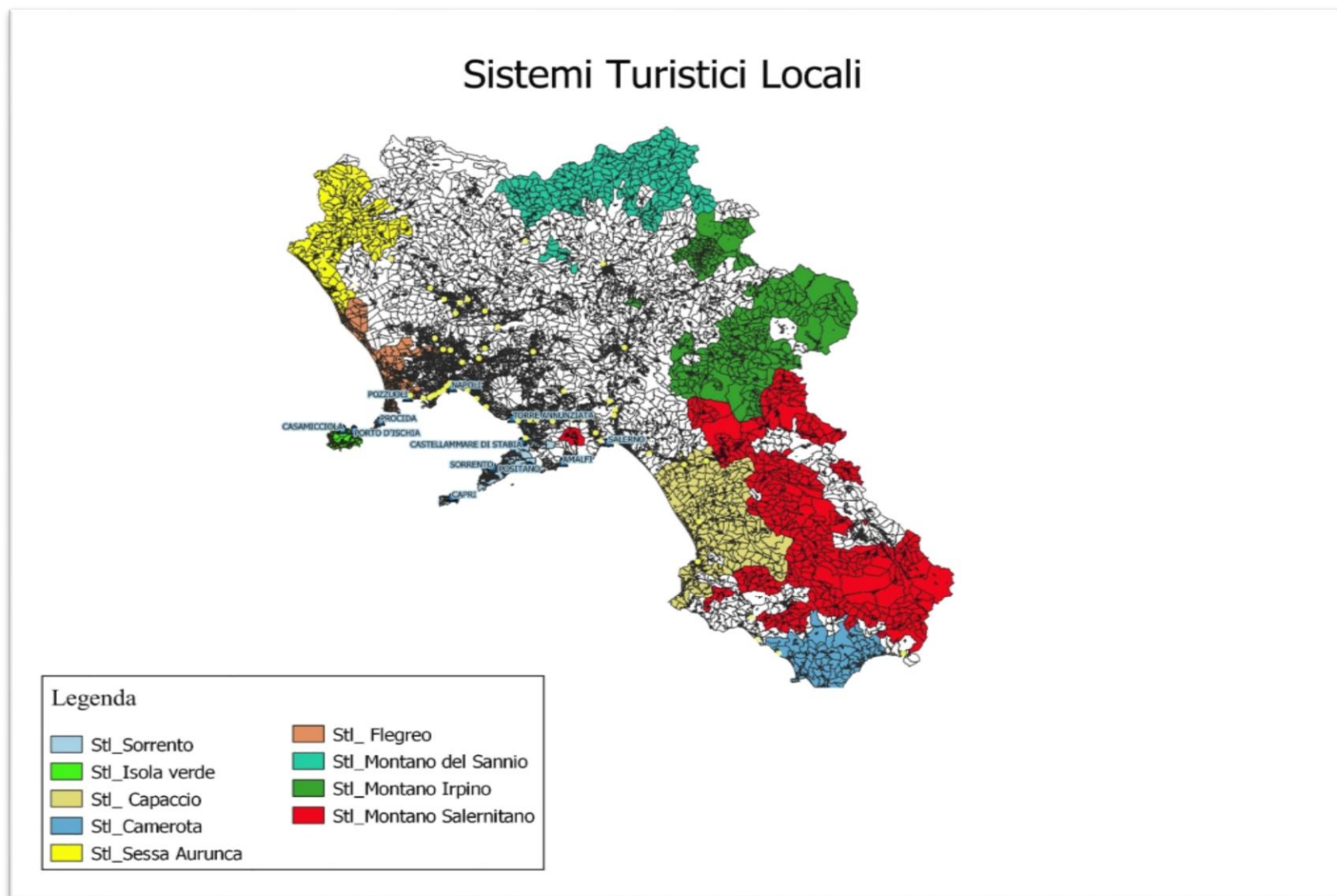
Figura 9 Composizione dei Sistemi Turistici Locali Montani e indici di turisticità



Fonte: Elaborazione degli autori

In definitiva la Campania mostra una buona potenzialità turistica, sia sotto forma di singole realtà, ma anche sotto l'aspetto di aggregazioni sistemiche. Il settore mostra, tuttavia ancora profonde lacune. Infatti se la componente attrattiva del territorio e dell'ambiente mostra valori importanti, la componente infrastrutturale dei servizi collegati al turismo, comprensiva della parte ricettiva, si presenta ancora lacunosa poco omogenea fra tutte le realtà. Ci sono comuni con un potenziale turistico molto forte, ed altri molto più deboli nonostante la componente di attrattività paesaggistica e culturale. La principale conclusione è che per soddisfare i bisogni sempre più segmentati e complessi del consumatore turistico, è necessario affrontare il problema dell'organizzazione dell'offerta con una logica sistemica. L'obiettivo di tale lavoro era proprio quello di individuare, come possibile strategia di crescita, la costruzione di potenziali aree sistemiche costruite attorno a comuni turisticamente forti, definiti "driver", al fine di creare esternalità positive per quei comuni limitrofi con indici di turisticità più bassi.

Figura 10 Mappa dei Comuni aggregati secondo un modello di Sistema Turistico Locale basato su una metodologia statistici



Fonte:Elaborazione degli autori

### 3.3 Sistemi turistici locali a confronto

Come visto una particolare forma di STL è stata attribuita al Distretto Turistico così come definito dall'art. 3 Art. 3 del D.L. 13 maggio 2011, n. 70 convertito, con modificazioni, dalla L. 12 luglio 2011. Il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo MiBACT ha infatti istituito, su richiesta delle imprese del settore che operano nei territori interessati e previa intesa con le Regioni interessate, i Distretti turistici con l'intento di costituire 'zone a burocrazia zero'. In Campania sono stati approvati 24 distretti su un totale di 49 distretti distribuiti sul territorio nazionale. In Fig. 11 si riporta la numerosità dei comuni appartenenti a ciascun distretto, mentre in Fig.12 si restituisce la loro collocazione sul territorio campano.

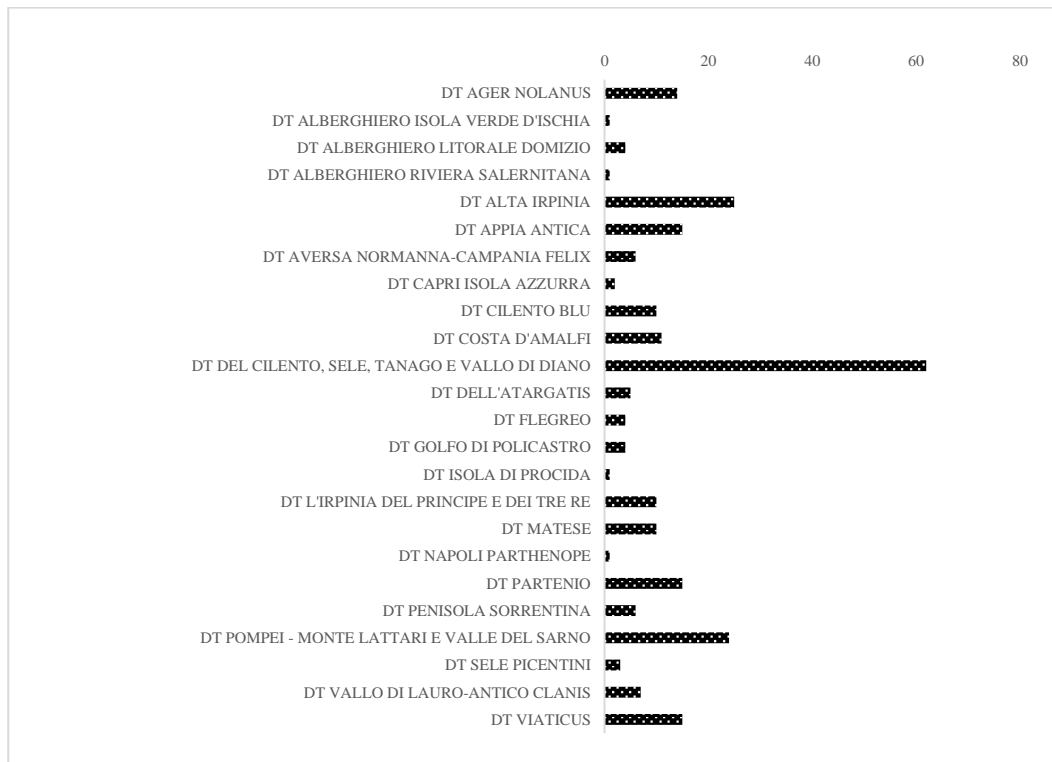
Partendo dal presupposto che un sistema locale di offerta turistica si differenzia da un distretto turistico, in quanto questo si può immaginare come un sistema locale specializzato in attività turistiche secondo il modello del distretto industriale, mentre il sistema locale di offerta turistica costituisce la fase iniziale di un progetto di sviluppo turistico ancorato ad un ambito spaziale, diventa a questo punto interessante fare un confronto tra i distretti turistici e i sistemi turistici locali individuati dalla nostra metodologia al fine di valutare tipologie diverse di aggregazione di Sistemi Turistici Locali dal punto di vista del reale potenziale turistico.

Di seguito nelle Tab. 4 e 5 vengono forniti gli indici di turisticità (in ordine decrescente del TI) dei distretti turistici Campani e dei Sistemi Turistici Locali. Il primo dato interessante è che il totale delle presenze turistiche dei comuni appartenenti ai Distretti Turistici risulta essere inferiore rispetto ai comuni raggruppati nei 5 cluster, rispettivamente il 67% e 80%. Per il resto si evince chiaramente che pochi sono i distretti turistici con un buon potenziale turistico (TI). In realtà tolti i primi sette distretti riscontriamo valori dei punteggi negativi, in particolare se osserviamo gli indicatori sulla domanda turistica (TII\_2), quello inerente il profilo economico (TII\_1) e quello sugli investimenti nel settore turistico (TII\_3). Per molti distretti riscontriamo anche forti criticità in termini di infrastrutture di trasporto e di servizi. In conclusione si può dire, che ad ora i distretti turistici, risultano essere ancora un potenziale inespresso e che ancora non sembrano rappresentare lo strumento migliore per stimolare il sistema turistico campano, soprattutto se analizziamo i valori aggregati dell'intero comparto distrettuale. Tuttavia, parliamo di realtà di recentissima attivazione, che probabilmente ancora non hanno potuto esprimere il loro reale potenziale<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> La maggior parte dei distretti turistici campani risultano costituiti nel dicembre 2017

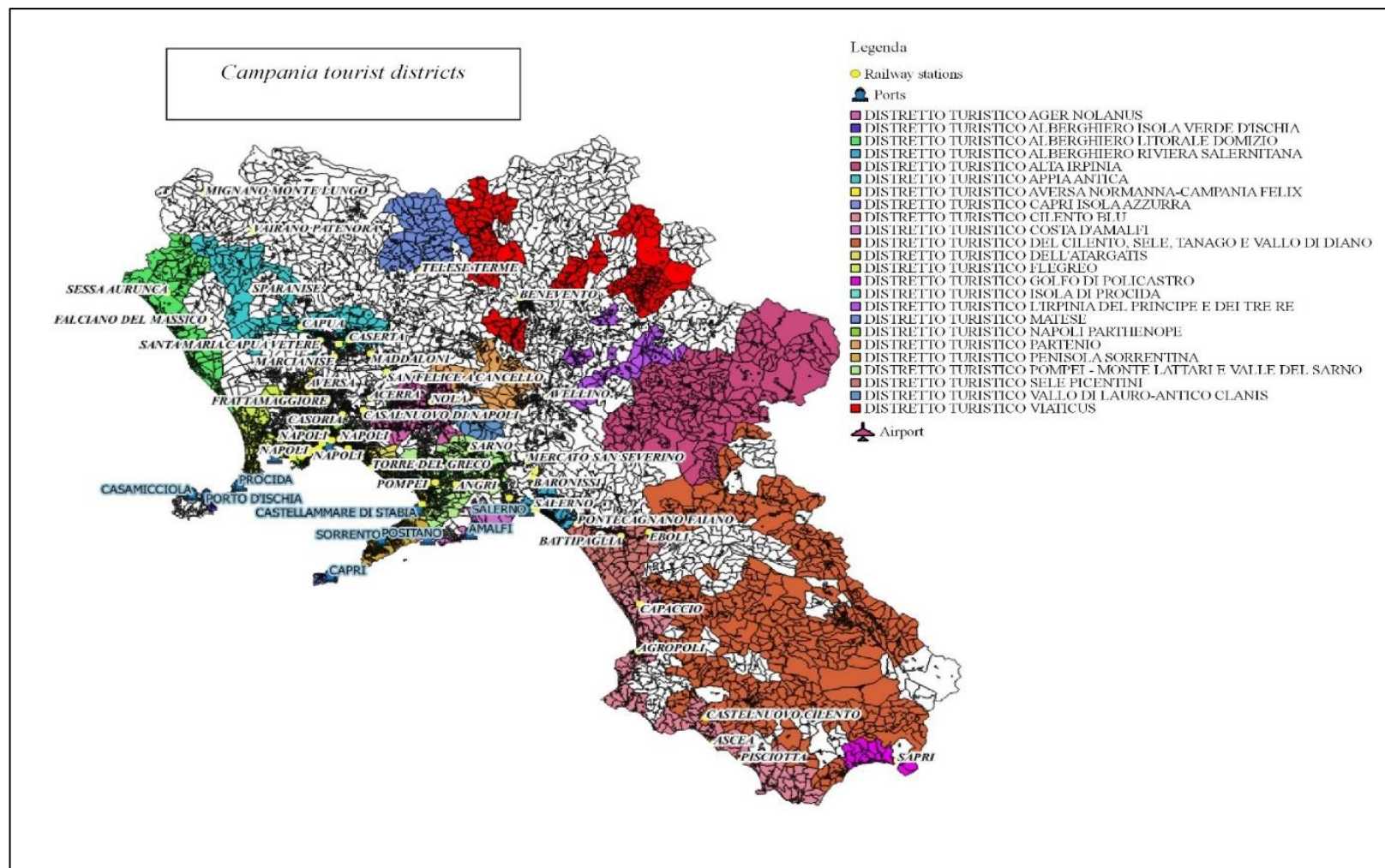
*Figura 11 N. di Comuni appartenenti ai Distretti turistici Campania*



*Fonte: Ns. elaborazione su dati ISTAT e MiBACT*



Figura 12 Distretti turistici della Regione Campania



Fonte: Elaborazione degli autori su dati MiBACT



Tabella 4 Presenze turistiche e valori medi degli indici di turisticità nei distretti turistici campani

			TAI_1	TAI_2	TAI_3	TAI_4	TII_1	TII_2	TII_3	TAI	TBI	TII	TI
DT *	Comune	% di presenza turistica	Territori o e ambiente	Infrastrutture	Attrattori storici e naturali	Altri attrattori	Profilo economico	Domanda turistica	Investimenti turistici	INDICE DI ATTIVITA'	INFRAS TRUTTURA	INDICE D'IMPATTO TURISTICO	INDICE DI TURISTICITA'
15_DT	1	7	1,88	1,40	3,29	0,00	0,72	6,52	0,07	<b>1,64</b>	<b>5,64</b>	<b>2,44</b>	<b>3,32</b>
2_DT	2	3	2,41	0,67	1,03	0,00	0,17	1,94	0,46	<b>1,03</b>	<b>5,23</b>	<b>0,86</b>	<b>2,83</b>
11_DT	1	3	0,84	13,48	6,46	0,00	3,89	2,80	-0,24	<b>5,19</b>	<b>4,67</b>	<b>2,15</b>	<b>2,55</b>
18_DT	6	20	1,39	0,62	1,27	0,17	0,38	3,66	-0,07	<b>0,86</b>	<b>4,29</b>	<b>1,32</b>	<b>2,33</b>
3_DT	10	14	2,39	0,70	1,24	0,30	0,01	1,34	0,87	<b>1,16</b>	<b>2,36</b>	<b>0,74</b>	<b>1,83</b>
16_DT	4	2	2,43	1,08	0,56	0,25	0,09	0,44	-0,02	<b>1,08</b>	<b>0,65</b>	<b>0,17</b>	<b>1,08</b>
10_DT	1	0	2,75	1,86	1,87	0,00	0,00	0,20	0,00	<b>1,62</b>	<b>0,28</b>	<b>0,07</b>	<b>1,03</b>
7_DT	4	3	1,06	1,86	4,51	0,50	0,78	0,92	-0,26	<b>1,98</b>	<b>0,86</b>	<b>0,48</b>	<b>0,80</b>
14_DT	3	1	1,14	1,51	0,55	0,33	0,56	0,50	-0,25	<b>0,88</b>	<b>0,68</b>	<b>0,27</b>	<b>0,70</b>
17_DT	4	1	0,58	0,69	0,41	0,00	-0,11	0,16	3,78	<b>0,42</b>	<b>0,14</b>	<b>1,27</b>	<b>0,66</b>
4_DT	11	8	0,24	-0,19	0,44	0,27	-0,04	0,62	0,26	<b>0,19</b>	<b>1,19</b>	<b>0,28</b>	<b>0,57</b>
1_DT	5	2	0,08	1,44	2,57	0,60	0,62	0,44	-0,27	<b>1,17</b>	<b>0,65</b>	<b>0,26</b>	<b>0,33</b>
20_DT	25	0	0,62	-0,10	-0,21	0,20	-0,15	-0,66	0,18	<b>0,13</b>	<b>-0,40</b>	<b>-0,11</b>	<b>0,04</b>
32_DT	62	1	0,27	-0,15	-0,17	0,13	-0,15	-0,24	0,09	<b>0,02</b>	<b>-0,12</b>	<b>-0,09</b>	<b>0,02</b>
45_DT	10	0	0,21	-0,43	-0,44	0,10	-0,17	-0,67	0,20	<b>-0,14</b>	<b>-0,46</b>	<b>-0,07</b>	<b>-0,11</b>
47_DT	15	1	-0,14	0,10	0,02	0,07	0,04	0,12	-0,03	<b>0,01</b>	<b>-0,20</b>	<b>0,01</b>	<b>-0,11</b>
44_DT	15	0	0,13	-0,13	-0,20	0,13	-0,14	-0,46	-0,10	<b>-0,02</b>	<b>-0,26</b>	<b>-0,23</b>	<b>-0,12</b>
48_DT	10	0	-0,08	-0,26	-0,32	0,40	-0,15	-0,46	-0,01	<b>-0,07</b>	<b>-0,19</b>	<b>-0,16</b>	<b>-0,14</b>
40_DT	15	0	-0,25	-0,44	-0,19	0,20	-0,14	-0,46	-0,22	<b>-0,17</b>	<b>-0,41</b>	<b>-0,22</b>	<b>-0,30</b>
30_DT	24	2	-0,88	-0,13	0,01	0,04	0,11	-0,03	-0,29	<b>-0,24</b>	<b>-0,10</b>	<b>-0,08</b>	<b>-0,35</b>
41_DT	14	1	-0,73	-0,11	-0,25	0,43	0,01	0,06	-0,30	<b>-0,17</b>	<b>-0,31</b>	<b>-0,11</b>	<b>-0,38</b>
43_DT	7	0	-0,68	-0,55	-0,41	0,29	-0,18	-0,67	-0,30	<b>-0,34</b>	<b>-0,58</b>	<b>-0,26</b>	<b>-0,50</b>
42_DT	6	0	-1,06	-0,08	-0,34	0,00	0,00	0,04	-0,30	<b>-0,37</b>	<b>-0,35</b>	<b>-0,14</b>	<b>-0,52</b>
255		67											

Fonte: Elaborazione degli autori

\* In appendice si riporta la descrizione dei Distretti

\*\* Il valore mediano di TI è pari a -0,17

Tabella 5 Sistemi Turistici Locali basati su una metodologia di aggregazione statistica e valori medi degli indici di turisticità

			TAI_1	TAI_2	TAI_3	TAI_4	TII_1	TII_2	TII_3	TAI	TBI	TII	TI
		Nr. Comuni	Territorio e ambiente	Infrastrutture	Attrattori storici e naturali	Altri attrattori	Profilo economico	Domanda turistica	Investimenti turistici	INDICE DI ATTIVITA'	INFRAS TRUTTURA	INDICE D'IMPATTO TURISTICO	INDICE DI TURISTICITA'
STL Costieri	STL_Sorrento	15	1,14	0,77	1,47	0,20	0,30	2,18	0,08	<b>0,89</b>	<b>3,12</b>	<b>0,86</b>	<b>1,70</b>
	STL_Isola Verde	6	1,30	0,75	1,30	0,00	0,16	2,98	0,03	<b>0,84</b>	<b>1,05</b>	<b>3,94</b>	<b>2,10</b>
	STL_Capaccio	19	0,61	0,07	0,17	0,26	-0,02	0,14	0,17	<b>0,28</b>	<b>0,09</b>	<b>0,62</b>	<b>0,44</b>
	STL_Camerota	11	1,26	0,44	0,31	0,09	-0,13	0,52	0,28	<b>0,52</b>	<b>0,22</b>	<b>0,86</b>	<b>0,78</b>
	STL_Sessa Aurunca	11	0,66	0,08	0,11	0,09	-0,10	0,04	0,06	<b>0,23</b>	<b>0,00</b>	<b>-0,01</b>	<b>0,21</b>
	STL_Flegreo	9	1,36	1,52	2,73	0,22	0,50	1,51	-0,18	<b>1,46</b>	<b>0,61</b>	<b>1,66</b>	<b>1,21</b>
STL Montani	STL_Sannio	20	0,21	-0,02	-0,32	0,10	-0,17	-0,46	0,04	<b>-0,01</b>	<b>-0,20</b>	<b>-0,20</b>	<b>-0,06</b>
	STL_Irpinia	26	0,69	-0,04	-0,14	0,27	-0,13	-0,66	0,22	<b>0,19</b>	<b>-0,08</b>	<b>-0,38</b>	<b>0,08</b>
	Stl_Salerno	62	0,29	-0,20	-0,20	0,08	-0,17	-0,26	0,18	<b>-0,01</b>	<b>-0,07</b>	<b>-0,13</b>	<b>0,03</b>
Mediana *			<b>-0,07</b>	<b>-0,29</b>	<b>-0,36</b>	<b>0</b>	<b>- 0,15</b>	<b>-0,24</b>	<b>-0,28</b>	<b>-0,13</b>	<b>-0,30</b>	<b>-0,18</b>	<b>-0,17</b>
Max			<b>5,31</b>	<b>13,4</b>	<b>10,8</b>	<b>1</b>	<b>3,8</b>	<b>14,2</b>	<b>14,5</b>	<b>5,19</b>	<b>11,73</b>	<b>5,4</b>	<b>6,14</b>

Fonte: Elaborazione degli autori

\*È stato utilizzato il valore mediano, a differenza della media, essendo un indice robusto e quindi non influenzato dai valori eccezionali. Ciò permette di evitare la soggettività insita nel fissare arbitrariamente un valore di soglia al di sopra del quale una data unità possa dirsi a vocazione turistica. Per evitare un effetto distorsivo è stata esclusa dall'analisi la città di Napoli (valori troppo distanti dalla mediana).

## ***Conclusioni***

L'Italia è sicuramente tra i paesi di più antica vocazione turistica e vanta un patrimonio artistico e di risorse naturali con pochi eguali al mondo: con 54 dei 1.092 siti Unesco, è il primo paese per luoghi riconosciuti come patrimonio dell'umanità. Se consideriamo il contributo indiretto e indotto del settore, constatiamo che l'impatto economico totale del turismo, è stato nel 2017 pari all'11,3 del PIL (Fonte: World Travel & Tourism Council). In passato, tuttavia le politiche per il turismo sono state poco coerenti e non strutturali, mancando di un disegno di lungo periodo delle effettive competenze tra Stato e Regioni. Soltanto con legge n.135/2001 si è avuta una prima riorganizzazione dell'intero comparto turistico. A seguito di questa sono state emanate una serie di norme che hanno disciplinato il settore a livello centrale, regionale e comunitario che tuttavia, sono risultate spesso mal coordinate e in contrasto tra loro, tali da determinare disomogeneità, frammentazione e conflitti istituzionali, comportando un non trascurabile disorientamento operativo per gli addetti della filiera turistica.

Nonostante ciò, i flussi turistici mostrano dati confortanti, rappresentando una grande opportunità di crescita per quei territori che presentano ancora forti differenziali di sviluppo rispetto alle aree economicamente più avanzate, con margini di crescita ancora molto ampi. Il presente lavoro, ha avuto come suo obiettivo principale, quello di analizzare modelli differenti di Sistemi Turistici Locali (STL), alla luce della recente introduzione del modello distrettuale applicato al settore turistico come fattore di sviluppo territoriale, con particolare riguardo al contesto della regione Campania.

A questo fine abbiamo proposto una metodologia statistica che permettesse di raggruppare i comuni Campani secondo un modello basato sulla reale potenzialità turistica.

La prima fase ha riguardato la raccolta di dati su base comunale, al fine di cogliere le opportune e profonde differenze territoriali. L'applicazione di un metodo per Componenti Principali ha permesso di sintetizzare e ridurre le variabili per caratteristiche di turisticità (3 indici di primo livello e 8 di secondo livello). Gli indicatori così costruiti hanno permesso di individuare:

- L'importanza dal punto di vista turistico della singola unità territoriale (Comune);
- La possibilità di riclassificare i comuni rispetto all'effettivo potenziale turistico
- Rintracciare realtà locali ancora poco toccate dalla domanda turistica, ma potenzialmente sviluppabili.

Alla luce degli indicatori costruiti, abbiamo identificato, attraverso una cluster analysis, 5 gruppi di comuni omogenei giungendo così a definire i punti di forza e debolezza nonché la vocazione turistica di ciascun contesto. I Comuni così raggruppati, risultano essere 248, caratterizzati da un gruppo di 21 e un altro di 8 Comuni con un alto valore dell'indice di turisticità, mentre gli altri tre gruppi si presentano con un basso potenziale turistico. In particolare il cluster più grande, caratterizzato da 131 Comuni localizzati soprattutto nella parte interna della Regione, mostra un valore di turisticità negativo, ma un indice d'investimento nel settore turistico (TII\_3) più alto rispetto agli altri cluster. Pertanto l'idea è che la gran parte di tali Comuni si sta attrezzando ad organizzare un'offerta turistica adeguata. Dalle analisi sono emersi interessanti spunti di riflessione e di analisi sulla distribuzione dei comuni campani in base alle loro effettive potenzialità turistiche, da cui emerge che molti Comuni con un alto potenziale turistico mancano di infrastrutture, mentre altri con un basso potenziale turistico godono della presenza di attrattori culturali e naturali scarsamente valorizzati. Inoltre abbiamo costruito modelli di Sistemi Turistici Locali introducendo un vincolo di contiguità spaziale attorno a quei comuni che presentavano un valore dell'indice turisticità potenziale (TI) più elevato, individuandone in totale otto, di cui cinque costieri e tre montani. Anche in questo caso, sfruttando la batteria di indicatori di turisticità, è stato possibile per ciascun STL, identificare i punti di forza e le criticità.

Infine abbiamo confrontato i STL con i Distretti Turistici, contestualizzandoli anch'essi in funzione degli indicatori di turisticità. Dal confronto si evince chiaramente che ad ora, il potenziale turistico dei distretti risulta essere alquanto rilevante soltanto per pochi distretti, parliamo di realtà già ampiamente

conosciute dal comparto turistico, ossia il distretto dell'Isola verde d'Ischia, quello dell'Isola azzurra di Capri, quello alberghiero Riva Salernitana e quello della penisola Sorrentina (Fig. 12 e Tab. 4).

Molte realtà minori, ma con un potenziale turistico molto importante, stentano ancora a decollare e a contribuire allo sviluppo economico del settore, a causa di inefficienze organizzative e strutturali.

Lo strumento migliore non può che essere un approccio sistemico alla organizzazione dell'offerta turistica della destinazione turistica ed in particolare i Sistemi Turistici Locali opportunamente organizzati e strutturati, possono rappresentare un'importante opportunità per l'economia locale.

### ***Riferimenti bibliografici***

- Ahuja G. (2000), Collaboration networks and innovation: a longitudinal study, *Administrative Science Quarterly*, 45: 425-455.
- Banca d'Italia (2017), "Indagine sul turismo internazionale", collana Statistiche.
- Canina, L., Enz, C. A., Harrison, J. S. (2005). Agglomeration effects and strategic orientations: Evidence from the US Lodging industry. *Academy of Management Journal*, 48(4), 565–581.
- Candela G., Figini P., (2010), *Economia del turismo e delle destinazioni*, McGraw-Hill
- Capone F., (2005), "I sistemi locali turistici in Italia: identificazione, misurazione ed analisi delle fonti di competitività", Firenze University Press, Firenze. ISBN 88-8453-321-X
- Coccorese P., Pellecchia A., (2005), "Verso i sistemi turistici locali: un'analisi cluster", *Studi e Note di Economia* 3/2005
- Cuccia, T., Guccio, C., & Rizzo, I. (2016). The effects of UNESCO World Heritage List inscription on tourism destinations performance in Italian regions. *Economic Modelling*, 53, 494-508.
- Dallari F. (2007), "Distretti turistici tra sviluppo locale e cooperazione interregionale", in Bencardino F., Prezioso M. (eds.), *Geografia del turismo*, Milano, McGraw-Hill, pp.194-218.
- Da Cunha S.K. e Da Cunha J.C., «Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development», *BAR - Brazilian Administration Review*, vol. 2, n. 2, pp. 47–62, dic. 2005.
- Erkuş-Öztürk H., «The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region», *Tourism Management*, vol. 30, n. 4, pagg. 589–597, ago. 2009.
- Gismondi R. (2006), Indicatori di competitività turistica: il quadro teorico e la realtà italiana, *Rivista di statistica sociale*, Numero 1, Istat, Roma.
- Goodall DW (1954), "Objective methods for the classification of vegetation. III. An essay in the use of factor analysis", *Australian Journal of Botany* 2(3), pp. 304 - 324
- Gulati R., Gargiulo M. (1999), Where Do Interorganizational Networks Come from? *American Journal of Sociology*, 177-231.
- Hämäläinen J., Jauhiainen S., e Kärkkäinen T., «Comparison of Internal Clustering Validation Indices for Prototype-Based Clustering», *Algorithms*, vol. 10, n. 3, pp. 105, set. 2017.
- Jackson J. e Murphy P., «Clusters in regional tourism An Australian case», *Annals of Tourism Research*, vol. 33, n. 4, pp. 1018–1035, ott. 2006.
- Linee guida per lo sviluppo turistico della regione Campania (2014). <http://burc.regione.campania.it>
- Mariotti A. (2010), "Il distretto come modello intersettoriale di sviluppo del territorio", *AlmaTourism* N. 2, 2010, pp.38-51
- Michael, E. J. (2003). Tourism micro-clusters. *Tourism Economics*, 9(2), pp. 133–145.
- MIBACT, (2016), *Linee Guida per la Strategia Nazionale per le Aree Interne*
- Nordin, S. (2003). *Tourism clustering and innovation—Paths to economic growth and development*. Oestersund, Sweden: European tourism Research Institute, Mid-Sweden University.

- Novelli M., Schmitz B., e Spencer T., «Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience», *Tourism Management*, vol. 27, n. 6, pp. 1141–1152, dic. 2006.
- Santos C., Almeida A., e A. A. C. Teixeira, «Searching for clusters in tourism. A quantitative methodological proposal», pp. 42.
- Saxena, G. (2005). Relationships, networks and the learning regions: Case evidence from the Peak District National Park. *Tourism Management*, 26, pp. 277–289.
- Porter M. E., (1998a), *On Competition*, Harvard Business School Press;
- Porter M. E., (1998b), Clusters and the new economics of competition, *Harvard Business Review*, November – December;
- Porter, M. E. (2000) Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in the Global Economy// *Economic Development Quarterly*. 14 (1): 15–31. On-line paper: <http://edq.sagepub.com/content/14/1/15>.
- Tinsley, R., Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20, pp. 367–378.

## APPENDICE

TAVOLA 1 Lista delle variabili relative ai comuni	
TOURIST ATTRACTIVENESS INDEX (TAI)	
<b>1) Territorio ed ambiente (TAI1) (1)</b> Superficie del territorio Posizione del Comune rispetto al livello del mare Metri di costa Metri di costa balneabile Classificazione sismica (1) Livello di urbanizzazione Media delle temperature dal 2014 al 2016 per ciascun Comune Media delle precipitazioni dal 2014 al 2016 per ciascun Comune	<b>2) Infrastrutture (TAI2)</b> Numero di sportelli bancari Stazioni di servizio carburante Numero di cinema Numero di teatri Numero di esercizi della grande distribuzione Numero di ristoranti Numero di approdi e porti Presenza di stazioni ferroviarie (d) Strutture di balneazione (d) Numero agenzie turistiche Numero di uffici della pro loco Numero di strutture sanitarie Distanza sotto forma di tempo da Napoli ai restanti comuni campani Distanza sotto forma di KM da Napoli ai restanti comuni campani Distanza sotto forma di tempo da Salerno ai restanti comuni campani Distanza sotto forma di Km da Salerno ai restanti comuni campani
<b>3) Attrattori storici e naturali (TAI3)</b> Appartenenza del comune ad aree marine protette (d) Conferimento al Comune della bandiera blu (d) Appartenenza del Comune a parchi naturali (d) Presenze di terme (d) Grandi attrattori culturali (Pompei, Ercolano....) Numero di strutture ecclesiastiche per tipologia Musei Archeologia Strutture culturali Oasi (d)	<b>4) Altri attrattori (TAI4)</b> Eventi religiosi, fiere, mercati, mostre, Feste e sagre (d)
TOURIST BED-PLACES INDEX (TBI)	
<b>1) Infrastrutture turistiche</b> Numero di posti letti 5 stelle Numero di posti letti 4 stelle Numero di posti letti 3 stelle Numero di posti letti 2 stelle Numero di posti letti 1 stelle Numero di posti letti Residenze Turistico Alberghiere Numero di posti letti case affitto	Numero di posti letti agriturismo Numero di posti letti ostello Numero di posti letti case ferie Numero di posti letti rifugi alpino Numero di posti letti altri esercizi ricettivi Numero di posti letti B&B media dei prezzi delle strutture ricettive alberghiere media dei prezzi delle strutture ricettive non alberghiere
TOURIST IMPACT INDEX (TII)	
<b>1) Profilo economico turistico (TII1)</b> Numero imprese codici ATECO totalmente pertinenti con il settore turistico Numero imprese codici ATECO non totalmente pertinenti con il settore turistico Numero di addetti per Comune Numero di addetti codici ATECO totalmente pertinenti con il settore turistico Numero di addetti codici ATECO non totalmente pertinenti con il settore turistico <b>3) Investimenti turistici (TII3)</b> Media della spesa pro capite dei comuni nel settore turistico.	<b>2) Domanda turistica (TII2)</b> Il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) Il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari). Spesa dei turisti negli esercizi ricettivi Tipologie di località turistica

(1) Ecco l'elenco di tutti i comuni italiani (raggruppati per regione e provincia) e la relativa classificazione sismica.

(2) Si utilizza per la distanza tra i territori la variabile temporale (in termini di raggiungibilità) e non soltanto quella chilometrica

(3) (d) Variabili dummy

(\*) Variabili non misurabili