

## IL TURISMO VOLANO DELLO SVILUPPO DELLE AREE INTERNE?

Lorenzo Cavallo, Marica D'Elia, Francesca Petrei, Maria Teresa Santoro<sup>1</sup>

### SOMMARIO

Il territorio italiano è caratterizzato da un'organizzazione spaziale policentrica caratterizzata da una rete di centri urbani, città medie, comuni e aggregazioni di comuni estremamente fitta e differenziata. Il livello di perifericità di un territorio (in senso spaziale) rispetto ai centri di offerta dei servizi essenziali influenza la qualità della vita dei cittadini che lo abitano, stimolando la creazione di una rete di relazioni funzionali tra poli e territori più o meno periferici (SNAI, 2014).

Il *paper* si pone l'obiettivo di classificare il territorio nazionale in base a criteri di turisticità, vocazione ed attrattività, concentrandosi principalmente su quelle aree periferiche ed ultraperiferiche, così come definite dalla Strategia Nazionale Aree Interne (SNAI), al fine di evidenziare le possibili strategie di rilancio turistico di questi territori "marginali", attraverso opportune politiche di *governance*.

Per fare ciò si è partiti dall'analisi tecnico-normativa che ha determinato la perimetrazione delle aree e la classificazione dei comuni italiani tra Centri ed Aree Interne da parte della SNAI, proseguendo con la presentazione delle loro principali caratteristiche e dinamiche, sia demografiche sia economiche, con particolare attenzione a quelle ricadenti nei territori classificati come Aree Interne, ed il peso dell'attività turistica.

---

<sup>1</sup> Istat, Direzione Centrale per le statistiche ambientali e territoriali, Servizio Reti territoriali ed ambientali, Viale Liegi, 13, 00198, Roma, e-mail: [cavallo@istat.it](mailto:cavallo@istat.it) (L. Cavallo), [delia@istat.it](mailto:delia@istat.it) (M. D'Elia), [petrei@istat.it](mailto:petrei@istat.it) (F. Petrei), [masantor@istat.it](mailto:masantor@istat.it) (M.T. Santoro).

## 1. Introduzione

Una parte preponderante del territorio italiano è caratterizzata da un'organizzazione spaziale fondata su "centri minori", spesso di piccole dimensioni, che in molti casi sono in grado di garantire ai residenti soltanto una limitata accessibilità ai servizi essenziali. La specificità di questo territorio viene sintetizzata nell'espressione "aree interne". Si tratta di aree che per caratteristiche ambientali e culturali potrebbero presentare un forte potenziale di attrazione ma che tuttavia seguono traiettorie di sviluppo instabili (SNAI, 2014).

Al fine di favorire un'inversione di tendenza rispetto al forte calo della popolazione, alla riduzione dell'occupazione, al degrado del patrimonio culturale e paesaggistico, cui si sta assistendo sin dal secondo dopoguerra nel nostro Paese, in particolare proprio in tali aree, è stata avviata, a partire dal 2012, la "Strategia nazionale per le aree interne" da parte dell'Agenzia per la coesione territoriale, che si propone tra i diversi obiettivi quello di favorire l'attrattività turistica di queste aree.

Il superamento del turismo di massa, cui si assiste nel corso dell'ultimo decennio, accompagnato alla crescita di nuove motivazioni connesse alle scelte turistiche, ha aperto il varco alla riorganizzazione territoriale. Una maturata sensibilità per luoghi remoti e meno frequentati, le prospettive che la *green economy* ed il turismo sostenibile sembrano prefigurare nell'ambito della conservazione ambientale hanno notevolmente ampliato la varietà delle scelte turistiche. Questi nuovi fattori hanno dato la possibilità a molte aree periferiche di "essere attrattive dal punto di vista turistico" e, conseguentemente, di sfruttare l'opportunità di sviluppo connesse ai flussi di visitatori, per attivare, in chiave innovativa, le risorse locali e di prefigurare in questo modo una fuoriuscita dalla crisi delle economie rurali tradizionali.

Attraverso la SNAI è stata attuata, preliminarmente, l'attività di definizione e di individuazione delle aree interne. I comuni italiani, cioè, sono stati classificati (Barca F., Casavola P., Lucatelli S., 2014) in base a criteri specifici relativi soprattutto alla distanza dai cosiddetti "centri di servizi", *in primis* scuole, ospedali e infrastrutture (vedi paragrafo 2).

L'attività classificatoria è stata propedeutica per poter attuare politiche nazionali con forte valenza locale, finalizzate a promuovere la ricchezza e la diversità conservata nei luoghi più remoti del Paese, a migliorare la qualità dei servizi ai cittadini, a stimolare la capacità delle persone che ci vivono, immaginando e realizzando nuovi percorsi di innovazione e cambiamento (SNAI, 2018, pag. 7).

Il turismo rappresenta o può rappresentare una chiave di volta per questi territori<sup>2</sup>.

L'analisi presente si pone l'obiettivo di leggere la reale geografia italiana e delle aree interne in particolare, attraverso l'utilizzo di vari indicatori sia economici che sociali (paragrafo 2), di connotare i territori dal punto di vista turistico (paragrafo 3) e di classificarli tramite l'uso di un vasto *set* di indicatori scelti *ad hoc* (paragrafo 4). La finalità ultima del lavoro è quella di individuare nuove interessanti geografie territoriali cui indirizzare possibili strategie mirate di rilancio o di promozione turistica attraverso opportune politiche di *governance* locale per specifiche aree marginali del Paese (paragrafo 5).

## 2. Aree interne: cosa sono?

Per comprendere le "aree interne" e individuarne caratteristiche ed eventuali linee di sviluppo bisogna innanzitutto definirle. A livello europeo, per le politiche regionali, si utilizza la dicitura "*inner peripheries*", ma su tale termine c'è un acceso dibattito perché sembra una definizione contraddittoria: come può una località essere periferica ma anche interna? (Noguera J., Copus A., 2016).

---

<sup>2</sup> Tra le sfide che si pone la SNAI vi è quella di liberare il potenziale turistico ancora inespresso che questi territori possiedono, attraverso politiche di sviluppo estensivo del turismo basate su un collegamento forte con le locali filiere produttive, agroalimentari e/o culturali, su servizi essenziali di qualità (mobilità, scuola, salute) e sorrette da un forte capitale di conoscenze tecniche e specialistiche. Il turismo nelle aree interne si può, infatti, avvalere delle identità territoriali, della diversità e ricchezza di risorse naturali e culturali, della capacità da parte delle comunità locali di rappresentarsi; ma – la sua componente industriale – necessita di elevate competenze tecniche, ad esempio nella ricettività, nel commercio e ristorazione, nella promozione e comunicazione di massa (Barca F., Terribile F., 2016).

Il nostro Paese è per la maggior parte caratterizzato da aree di questo tipo: interne in quanto montane e alto-collinari, con comuni di piccole dimensioni in termini demografici, nei quali si sono verificati negli anni una forte riduzione e un invecchiamento della popolazione; ma anche periferiche in quanto territori geograficamente marginali, lontani dai servizi e dai centri urbani maggiori.

Come già accennato, le aree interne sono territori caratterizzati da una significativa distanza dai principali centri di offerta (poli) di servizi essenziali (istruzione, salute e mobilità) che determinano la qualità della vita delle persone che vi abitano, garantendo il pieno godimento dei diritti di cittadinanza. Inoltre, sono territori accomunati, in primo luogo, da una fragilità da un punto di vista socio-demografico, come conseguenza dell'elevato grado di invecchiamento della popolazione. Secondariamente, sono aree instabili da un punto di vista ambientale (fisico, eco-sistemico, sismico e idrogeologico) come conseguenza dell'insufficiente manutenzione del capitale semi-naturale (paesaggi umani) che le caratterizza. Infine, sono aree nelle quali una rilevante quota del capitale territoriale disponibile è oggi inutilizzata: edifici e sistemi insediativi, superficie coltivabile, conoscenze pratiche e saperi, sono un vero e proprio potenziale di sviluppo nascosto.

Tuttavia, spesso, accanto a ciò vi è una disponibilità elevata di importanti risorse ambientali (sistemi agricoli, foreste, paesaggi naturali e umani) e risorse culturali (beni archeologici, insediamenti storici, abbazie, piccoli musei, centri di mestiere). Inoltre, è importante sottolineare che “area interna” non è sempre sinonimo di area depressa o povera; vi sono luoghi in cui la marginalità geografica estrema e l'isolamento dovuto allo spopolamento hanno indubbiamente determinato livelli di sofferenza individuale e sociale ma nel complesso le aree interne italiane hanno sviluppato un adeguato livello di benessere *pro-capite* (Barca F., Casavola P., Lucatelli S., 2014). In queste ultime, dunque, la relazione tra decrescita e sviluppo è particolarmente complessa poiché sono evidenti, da un lato, una forte riduzione della popolazione e un aumento dei livelli di disoccupazione, ma, al contempo, un aumento del benessere *pro-capite* paragonabile a quello dei centri urbani maggiori.

## 2.1 La metodologia di classificazione delle aree interne

I presupposti teorici per l'individuazione e la mappatura delle aree interne sono quelli da cui la SNAI ha preso il via (Barca F., Casavola P., Lucatelli S., 2014 – p. 24). In particolare, il “centro di offerta di servizi” o “polo” è individuato come quel comune o aggregato di comuni confinanti (polo intercomunale) in grado di offrire simultaneamente:

- tutta l'offerta scolastica secondaria;
- almeno un ospedale sede di Dipartimento di Emergenza e Accettazione di I livello;
- almeno una stazione ferroviaria di categoria Silver – ossia stazioni/fermate medio/piccole (RFI)<sup>3</sup>.

Una volta individuati “i centri di offerta di servizi”, i restanti comuni sono stati classificati in base alla distanza dai centri (tempo di viaggio) in 4 fasce:

- aree di cintura – a meno di 20 minuti di distanza dal polo di offerta;
- aree intermedie – tra 20 e 40 minuti;
- aree periferiche – tra 40 e 75 minuti;
- aree ultra-periferiche – oltre i 75 minuti di distanza.

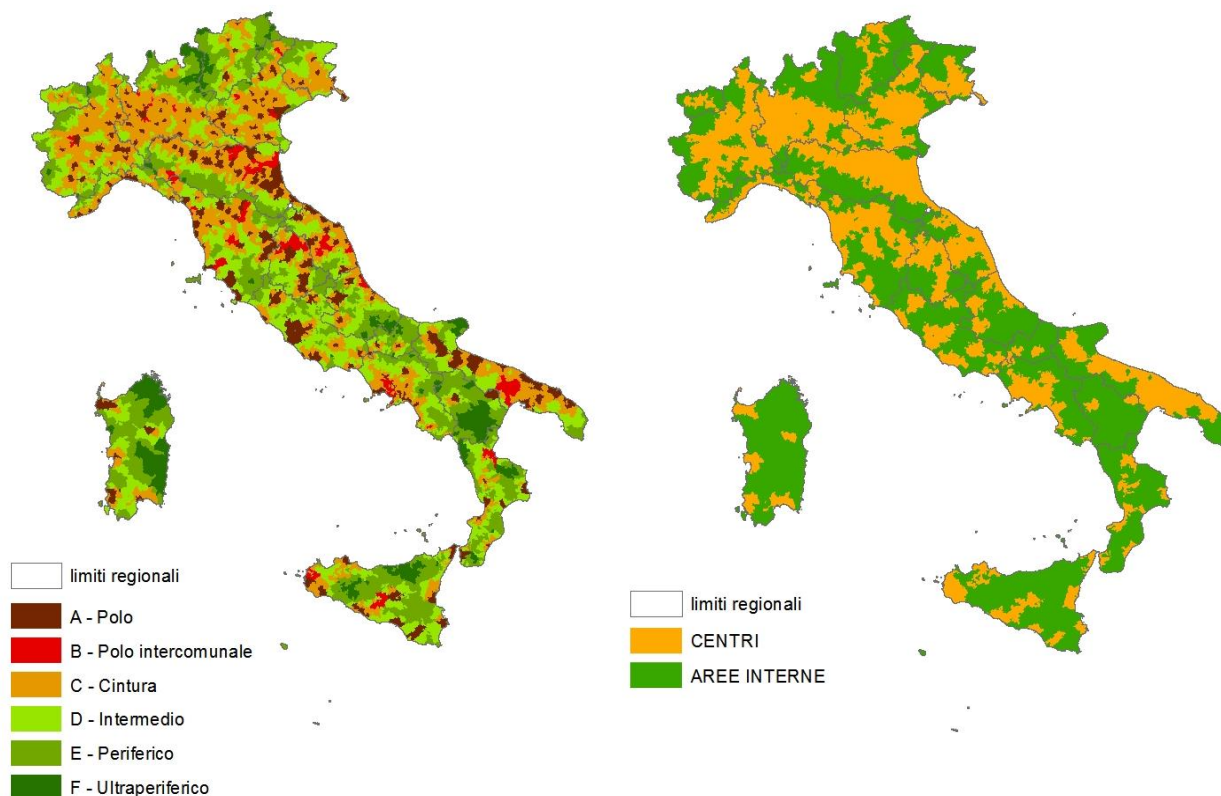
La figura 1 evidenzia la mappatura del territorio nazionale, distinto:

- nelle cinque modalità previste della classificazione ufficiale SNAI dei comuni italiani in base ai criteri sopra esposti;
- nelle due modalità aggregate: Centri (A+B+C) e Aree interne (D+E+F).

---

<sup>3</sup> Per la specifica definizione: <http://www.rfi.it/rfi/LINEE-STAZIONI-TERRITORIO/Le-stazioni/Vivibilit%C3%A0-e-fruibilit%C3%A0/La-classificazione-delle-stazioni-ferroviarie>

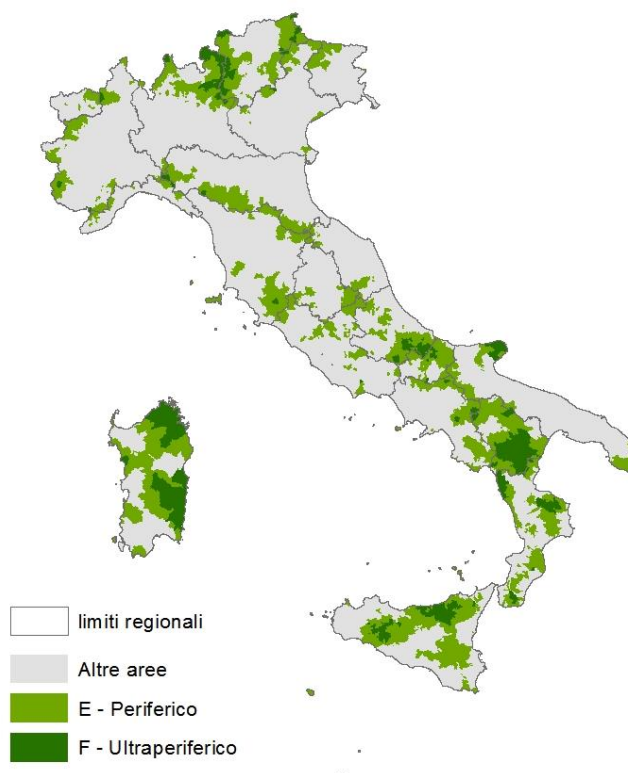
Figura 1 – La classificazione dei comuni italiani secondo i criteri della SNAI



Fonte: Agenzia per la coesione territoriale

La figura 2 mostra un approfondimento su quali siano i territori italiani più distanti e, quindi, periferici rispetto ai centri di offerta di servizi (E+F).

Figura 2 – La classificazione dei comuni italiani secondo i criteri della SNAI: aree periferiche ed ultraperiferiche



Fonte: Agenzia per la coesione territoriale

L'idea di base di questa metodologia è quella di identificare le aree interne rispetto alla "lontananza" dai servizi essenziali presi in considerazione, tuttavia, solo attraverso un esame delle caratteristiche e delle dinamiche relative alla struttura demografica e socio-economica delle aree individuate si può avere una lettura reale dei loro diversi e specifici percorsi di sviluppo territoriale. I successivi paragrafi presentano proprio un approfondimento in tale senso.

## 2.2 Le Aree interne: il contesto demografico

Le aree interne italiane rappresentano il 51,5% dei comuni italiani (n. 4.113) cui fa capo il 22% della popolazione italiana, pari a oltre 13,3 milioni di abitanti, residenti in una porzione del territorio pari a circa il 60% della superficie nazionale (anno 2017).

Le aree più marginali, ossia le periferiche ed ultraperiferiche, sono composte da 1.791 comuni in cui risiede poco più del 7% della popolazione italiana pur rappresentando quasi un terzo della superficie nazionale (Tabella 1).

*Tabella 1 - Popolazione e superficie per area. Anno 2017*

<i>Area</i>	<i>N. Comuni</i>	<i>%</i>	<i>Popolazione</i>	<i>%</i>	<i>Superficie (kmq)</i>	<i>%</i>
A - Polo	216	2,7	21.706.457	35,8	28.876,2	9,6
B - Polo intercomunale	122	1,5	3.027.968	5,0	8.608,4	2,8
C - Cintura	3.532	44,2	22.534.805	37,2	84.102,2	27,8
D - Intermedio	2.322	29,1	8.874.651	14,6	88.173,5	29,2
E - Periferico	1.497	18,8	3.761.692	6,2	72.870,3	24,1
F - Ultraperiferico	294	3,7	679.766	1,1	19.442,3	6,4
<i>CENTRI (A+B+C)</i>	<i>3.870</i>	<i>48,5</i>	<i>47.269.230</i>	<i>78,0</i>	<i>121.586,8</i>	<i>40,3</i>
<i>AREE INTERNE (D+E+F)</i>	<i>4.113</i>	<i>51,5</i>	<i>13.316.109</i>	<i>22,0</i>	<i>180.486,1</i>	<i>59,7</i>
<i>- di cui Periferiche ed Ultraperiferiche</i>	<i>1.791</i>	<i>22,4</i>	<i>4.441.458</i>	<i>7,3</i>	<i>92.312,6</i>	<i>30,6</i>
<b>ITALIA</b>	<b>7.983</b>	<b>100,0</b>	<b>60.585.339</b>	<b>100,0</b>	<b>302.072,8</b>	<b>100,0</b>

*Fonte:* elaborazioni su dati Istat

Dal 2011 al 2017 la popolazione italiana è aumentata dell'1,9%. Tuttavia, mentre nei poli centrali c'è stata una crescita demografica pari al 2,6%, nelle aree periferiche ed ultraperiferiche si è registrato un calo della popolazione del -1,2% (rispettivamente, -1,3% aree periferiche e -0,8% aree ultraperiferiche), con una flessione in termini di densità abitativa di -0,6 punti (rispetto ad una media italiana di circa +4 abitanti per kmq). L'indice di densità abitativa (DAB), pari in Italia a circa 200 abitanti per kmq, presenta valori decisamente sopra la media nazionale nei poli centrali, mentre esso è estremamente basso per le aree marginali del Paese, laddove per i comuni periferici ed ultraperiferici, nel loro insieme, non arriva a 50 abitanti per kmq (Tabella 2).

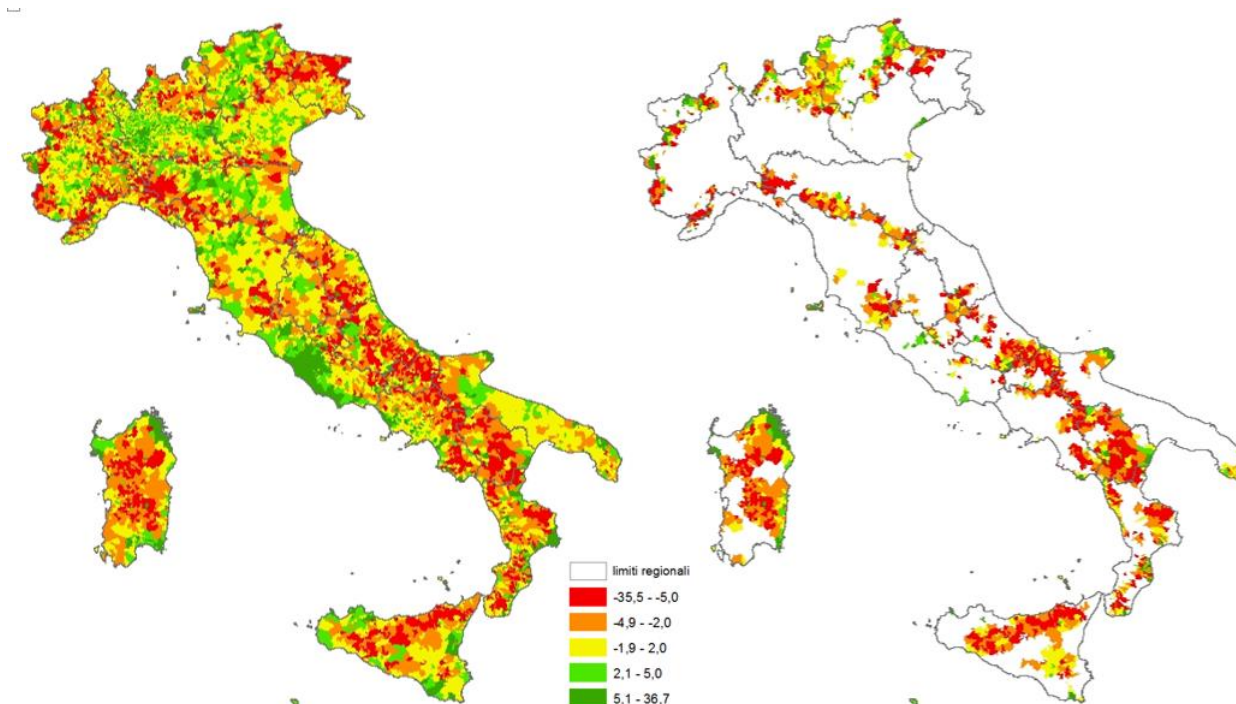
Tabella 2 – Popolazione e Densità Abitativa (DAB) per area. Anni 2011 e 2017

Area	2017	2011	Var. %	DAB		
				(popolaz. per Km <sup>q</sup> )		
				2017	2011	Differenza
A - Polo	21.706.457	20.966.986	3,5	751,7	726,1	25,6
B - Polo intercomunale	3.027.968	2.989.075	1,3	351,7	347,2	4,5
C - Cintura	22.534.805	22.134.626	1,8	267,9	263,2	4,8
D - Intermedio	8.874.651	8.847.350	0,3	100,6	100,3	0,3
E - Periferico	3.761.692	3.811.713	-1,3	51,6	52,3	-0,7
F - Ultraperiferico	679.766	685.071	-0,8	35,0	35,2	-0,3
CENTRI (A+B+C)	47.269.230	46.090.687	2,6	388,8	379,1	9,7
AREE INTERNE (D+E+F)	13.316.109	13.344.134	-0,2	73,8	73,9	-0,2
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	4.441.458	4.496.784	-1,2	48,1	48,7	-0,6
ITALIA	60.585.339	59.434.821	1,9	200,6	196,8	3,8

Fonte: elaborazioni su dati Istat

A livello di singoli territori le maggiori flessioni demografiche sono concentrate nelle aree periferiche ed ultraperiferiche meridionali (Figura 3).

Figura 3 – Variazione della popolazione per comune, Italia ed aree periferiche ed ultraperiferiche. Anni 2011-2017



Fonte: elaborazioni su dati Istat

L'indice di vecchiaia<sup>4</sup> (IV), tra il 2011 e il 2017, cresce per tutte le aree ma in misura maggiore nelle aree periferiche ed ultraperiferiche, segno di un maggiore invecchiamento di questi territori rispetto al resto dell'Italia. Tale invecchiamento è determinato dal sostanziale spopolamento di questi territori. Seppure in tali aree dal 2011 al 2017 la popolazione anziana sia cresciuta del 6,4% (comunque meno della media nazionale,

<sup>4</sup> Rapporto tra popolazione di 65 anni e più su popolazione giovane (0-14 anni) per 100.

pari a +9,3%), è la popolazione giovane che si è ridotta drasticamente (-7,5% rispetto al -1,7% dell'intera Italia) ed è diminuita di molto anche la popolazione in età attiva (-2,6% contro il +0,4% del totale Italia). Quindi si riducono le componenti attive della popolazione ed i giovani. Per questa ragione l'indice di vecchiaia nel 2017 è pari a 193,3 punti (quasi 2 anziani per ogni giovane), di quasi 30 punti maggiore rispetto alla media nazionale, differenza in crescita rispetto al 2011 (Tabella 3).

Tabella 3 – Indice di Vecchiaia e dinamica della popolazione in classi di età per area. Anni 2011 e 2017

Area	IV			Var. % 2017-2011		
	2017	2011	$\Delta_{17-11}$	0-14	15-64	65+
A - Polo	180,0	170,4	9,7	1,6	2,6	7,4
B - Polo intercomunale	152,6	133,3	19,3	-3,5	-0,4	10,4
C - Cintura	148,5	129,6	19,0	-2,2	-0,3	12,1
D - Intermedio	167,9	147,4	20,5	-4,6	-1,3	8,7
E - Periferico	193,1	167,8	25,3	-7,6	-2,7	6,3
F - Ultraperiferico	194,3	169,7	24,6	-6,9	-2,0	6,5
CENTRI (A+B+C)	162,6	147,3	15,3	-0,7	1,0	9,7
AREE INTERNE (D+E+F)	175,9	154,1	21,8	-5,5	-1,7	7,9
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	193,3	168,1	25,2	-7,5	-2,6	6,4
ITALIA	165,4	148,8	16,6	-1,7	0,4	9,3

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Le trasformazioni demografiche descritte, sia quantitative sia qualitative, in termini di invecchiamento della popolazione, hanno determinato un allentamento del presidio della popolazione sul territorio, comportando un generale cambiamento nell'uso del suolo e della sua destinazione. In particolare, maggiormente nelle aree interne, si rileva un aumento di fenomeni quali la perdita di una tutela attiva del territorio, l'aumento del livello del rischio idrogeologico e sismico e una tendenza alla diminuzione della superficie agricola utilizzata legata all'abbandono dei terreni agricoli.

### 2.3 Le Aree interne: la situazione socio-economica

Altre indicazioni che evidenziano la marginalità delle aree in esame derivano dalle risultanze di alcune variabili di tipo occupazionale ed economico. Gli addetti<sup>5</sup> occupati nei settori produttivi in tali territori rappresentano appena il 5% degli addetti totali (con l'ultraperiferico che non raggiunge il punto percentuale), mentre nei poli (compresi gli intercomunali) troviamo quasi la metà degli addetti totali (49,1%). Rapportando il numero di addetti alla popolazione - per relativizzare tale grandezza - risulta che, mentre in Italia, la media nazionale è di circa 270 addetti per 1.000 abitanti, il valore riscontrato nelle aree periferiche ed ultraperiferiche è decisamente più basso: appena 184 addetti ogni 1.000 abitanti (senza sostanziali differenze tra le due aree).

Ben al di sotto del valore medio nazionale è, inoltre, nelle aree periferiche ed ultraperiferiche il reddito *pro capite* (poco meno di 9 mila euro rispetto ai circa 12.300 euro della media nazionale). Il reddito *pro capite* sale a 13,8 mila euro se rapportato alla sola popolazione in età attiva; tuttavia aumenta anche il divario con la media nazionale (circa -5,3 mila euro, con una differenza massima di quasi 6 mila euro che si registra nelle aree ultraperiferiche) (Tabella 4).

<sup>5</sup> Si intendono tutti gli addetti alle imprese, compreso il settore *no profit*, ad esclusione di quelli del settore agricolo. Sono esclusi anche i dipendenti della P.A..



Tabella 4 – Contesto economico per area. Anno 2017

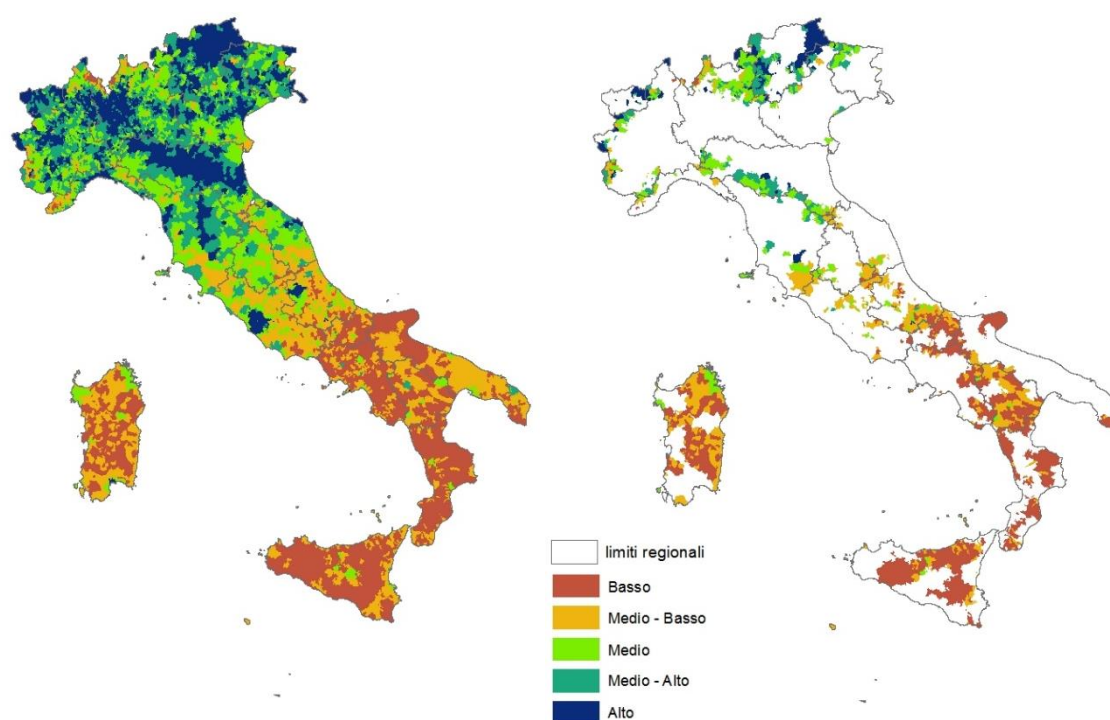
Area	Addetti(a)	Addetti per 1.000 abitanti (a)	Quota % addetti su tot Italia (a)	Reddito per abitante	Reddito per abitante in età attiva
A - Polo	7.228.482	333,0	44,4	14.272,9	22.425,1
B - Polo intercomunale	763.810	252,3	4,7	11.206,7	17.458,8
C - Cintura	5.706.755	253,2	35,0	12.072,6	18.673,4
D - Intermedio	1.775.732	200,1	10,9	10.009,9	15.566,2
E - Periferico	689.874	183,4	4,2	8.895,0	13.949,1
F - Ultraperiferico	125.221	184,2	0,8	8.487,8	13.191,0
<i>CENTRI (A+B+C)</i>	<i>13.699.047</i>	<i>289,8</i>	<i>84,1</i>	<i>13.027,5</i>	<i>20.304,6</i>
<i>AREE INTERNE (D+E+F)</i>	<i>2.590.828</i>	<i>194,6</i>	<i>15,9</i>	<i>9.617,2</i>	<i>14.990,5</i>
<i>- di cui Periferiche e Ultraperiferiche</i>	<i>815.095</i>	<i>183,5</i>	<i>5,0</i>	<i>8.832,7</i>	<i>13.832,2</i>
ITALIA	16.289.875	268,9	100,0	12.278,0	19.136,7

Fonte: elaborazioni su dati Istat e Agenzia delle Entrate, (a) i dati degli addetti fanno riferimento all'anno 2015

La rappresentazione tramite mappa rende evidente come i redditi bassi siano concentrati principalmente nelle regioni meridionali, e, in generale, che la differenza dei redditi sia più legata alla dicotomia Nord-Sud piuttosto che a quella aree interne e poli (Figura 4).

Anche l'analisi delle sole aree periferiche ed ultraperiferiche pone ben in evidenza la nota spaccatura dell'Italia: l'indicatore del reddito per abitante in età attiva si presenta con valori decisamente esigui nelle aree marginali dell'Italia meridionale ed insulare; valori, invece, medio-alti sono presenti nelle aree interne dell'Italia centro settentrionale, con punte massime nella provincia di Bolzano.

Figura 4 – Reddito per abitante in età attiva, Italia ed aree periferiche ed ultraperiferiche - Anno 2017



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Agenzia delle Entrate



### 3. Il turismo nelle aree interne

Sul settore del turismo sono riposte molte aspettative, poiché da più parti, tra cui la SNAI stessa (vedi nota 2), viene indicato come principale volano di sviluppo e rilancio delle le aree interne.

Dai dati ufficiali risulta che nelle aree periferiche ed ultraperiferiche, nel 2017, si concentra oltre il 23% dell'offerta ricettiva italiana in termini di posti letto (una quota marginale la si rileva nell'ultraperiferico con 5,2%); se tale grandezza (per standardizzarla) la si rapporta al numero di abitanti, si evince una realtà alquanto sorprendente: le aree in esame offrono in media 264 posti letto ogni mille abitanti, più del triplo rispetto ad una media nazionale che arriva al valore di 83,2, con punte massime nell'ultraperiferico (quasi 390). In termini di presenze turistiche<sup>6</sup>, nelle strutture ricettive della aree analizzate si registra il 19,7% del totale flusso nazionale (anche in tale caso, l'ultraperiferico incide poco, con appena il 4%). Tuttavia, ancora una volta, standardizzando le presenze, appare chiaro un forte impatto del turismo in tali aree: 18,6 presenze ogni abitante, circa 2,6 volte più elevato del valore medio nazionale, pari a quasi 7 presenze ogni abitante, con punte massime nell'ultraperiferico.

La propensione all'attività turistica pare confermata anche da un altro indicatore: la quota di addetti al settore in esame<sup>7</sup> sul totale addetti risulta superiore di oltre 6 punti percentuali al valore medio nazionale (11,9% rispetto a 5,2%) e di quasi 4 punti rispetto alle Aree Interne nel complesso (Tabella 5).

Tabella 5 - Panoramica della variabili turistiche per area. Anno 2017

Area	Letti	Letti per 1.000 abitanti	Presenze	Presenze per 1.000 abitanti	Quota addetti turismo su addetti tot.(a)
A - Polo	1.216.043	56,0	140.386.376	6.467,5	5,1%
B - Polo intercomunale	204.827	67,6	14.394.370	4.753,8	4,2%
C - Cintura	1.373.967	61,0	113.735.297	5.047,1	4,2%
D - Intermedio	1.068.978	120,5	69.345.257	7.813,9	6,6%
E - Periferico	909.631	241,8	65.473.424	17.405,3	11,3%
F - Ultraperiferico	264.392	388,9	17.294.431	25.441,7	15,2%
CENTRI (A+B+C)	2.794.837	59,1	268.516.043	5.680,6	4,7%
AREE INTERNE (D+E+F)	2.243.001	168,4	152.113.112	11.423,2	8,2%
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	1.174.023	264,3	82.767.855	18.635,3	11,9%
ITALIA	5.037.838	83,2	420.629.155	6.942,8	5,2%

Fonte: elaborazioni su dati Istat, (a) i dati degli addetti fanno riferimento all'anno 2015

Disaggregando le presenze totali per le due componenti della domanda turistica<sup>8</sup>, risulta che, mentre per il totale Italia i clienti residenti e quelli non residenti si attestano intorno al 50%, la quota dei primi è indubbiamente superiore a quella dei clienti esteri nelle aree periferiche ed ultraperiferiche (rispettivamente

<sup>6</sup> Per presenze si intendono il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi in un determinato periodo di tempo, ad esempio l'anno.

<sup>7</sup> Gli addetti del settore turistico sono quelli occupati nelle imprese che svolgono attività relative alle classi dell'ATECO (classificazione ufficiale delle attività economiche): 55 (Alloggio); 56.10.11 (Ristoranti, fast-food, rosticcerie, friggitorie, pizzerie eccetera, che dispongono di posti a sedere; attività degli esercizi di birrerie, pub, enoteche ed altri esercizi simili con cucina); 56.10.12 (Ristorazione connessa alle aziende agricole); 79.11 (Attività delle agenzie di viaggio); 79.12 (Attività dei tour operator); 79.90.1 (Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio); 79.90.2 (Attività delle guide e degli accompagnatori turistici); 93.29.2 (Gestione di stabilimenti balneari: marittimi, lacuali e fluviali); 82.30.0 (Organizzazione di convegni e fiere); 93.21.0 (Parchi di divertimento e parchi tematici); 93.29.9 (Altre attività di intrattenimento e di divertimento n.c.a.); 77.21.01 (Noleggio di biciclette); 77.21.02 (Noleggio senza equipaggio di imbarcazioni da diporto); 77.21.09 (Noleggio di altre attrezzature sportive e ricreative).

<sup>8</sup> Le due componenti della domanda turistica sono i "clienti residenti", ossia i clienti residenti in Italia, ed i "clienti non residenti", quelli non residenti in Italia.

55,2% e 44,8%). Le presenze dei clienti non residenti in tali aree raggiunge appena il 17,6% delle presenze estere registrate in tutta Italia, con un valore di poco superiore al 3% nelle aree ultraperiferiche (Tabella 6).

Tabella 6 - Panoramica della variabili turistiche per area e residenza dei clienti. Anno 2017

Area	Presenze			Quota %		Non Res. su Tot. Non Res.
	Totali	Residenti	Non Residenti	Residenti	Non Residenti	
A - Polo	140.386.376	65.938.904	74.447.472	47,0	53,0	35,3
B - Polo intercomunale	14.394.370	9.086.668	5.307.702	63,1	36,9	2,5
C - Cintura	113.735.297	58.348.471	55.386.826	51,3	48,7	26,3
D - Intermedio	69.345.257	30.879.771	38.465.486	44,5	55,5	18,3
E - Periferico	65.473.424	35.427.344	30.046.080	54,1	45,9	14,3
F - Ultraperiferico	17.294.431	10.289.211	7.005.220	59,5	40,5	3,3
CENTRI (A+B+C)	268.516.043	133.374.043	135.142.000	49,7	50,3	64,2
AREE INT. (D+E+F)	152.113.112	76.596.326	75.516.786	50,4	49,6	35,8
- di cui Periferiche ed Ultraper.	82.767.855	45.716.555	37.051.300	55,2	44,8	17,6
ITALIA	420.629.155	209.970.369	210.658.786	49,9	50,1	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Istat

#### 4. Tre criteri di classificazione dei comuni italiani

Per aiutarci a conoscere e comprendere meglio i dati precedentemente presentati e le potenzialità del mercato turistico in uno specifico territorio, può essere utile l'utilizzo di strumenti di *geoprocessing* per raggruppare *feature* in base ai relativi attributi.

Per questo motivo, dopo aver analizzato le principali dinamiche demografiche ed economiche delle aree definite dalla SNAI ed aver misurato il peso dell'attività turistica in questi territori, concentrandosi principalmente sulle aree periferiche ed ultraperiferiche del Paese, ci si è posto come obiettivo quello di classificare i territori in base a criteri connessi alla turisticità di un territorio, alle sue caratteristiche o peculiarità che lo rendono una meta turistica ed alla sua capacità di attrarre nuovi residenti o visitatori. Questo al fine di evidenziare possibili strategie di rilancio turistico di queste aree "marginali", attraverso opportune politiche di *governance*.

La costruzione dei gruppi di comuni omogenei è stata realizzata seguendo la tecnica del *clustering*; questa tecnica consente di organizzare, raggruppare, differenziare e catalogare le unità in esame secondo il fenomeno studiato aiutando a comprenderlo meglio.

L'algoritmo di *clustering* utilizzato per le nostre analisi è il *Grouping Analysis Tool* presente nel software ArcMap di ArcGIS. Il *tool* esegue una procedura di classificazione alla ricerca di *cluster* naturali nei dati: dato un numero di gruppi da creare, l'algoritmo cerca una soluzione in cui tutte le caratteristiche di ciascun gruppo siano il più possibile simili al loro interno e quanto più diverse possibile dalle caratteristiche degli altri gruppi. Nella creazione dei *cluster*, il *tool* consente di creare dei gruppi anche in considerazione della collocazione delle unità statistiche nel tempo e nello spazio. L'insieme di attributi che si specifica come *input* dello strumento può incorporare, infatti, vincoli spaziali o vincoli spazio-temporali.

Nell'analisi proposta si è opportunamente scelto di non inserire vincoli di tipo spaziale alla costruzione dei gruppi, ritenendo che i fenomeni analizzati non seguano necessariamente vincoli di continuità spaziale, ossia che comuni vicini non necessariamente siano "vicini" anche dal punto di vista delle variabili considerate ai fini dell'analisi.

In particolare, partendo da uno specifico *set* di indicatori per ognuno dei fenomeni analizzati, i comuni italiani, sono stati catalogati in gruppi (*cluster*) massimamente omogenei al loro interno e massimamente

eterogenei tra loro. Per approfondimenti sul *clustering*, sull'algoritmo di partizione utilizzato, sul trattamento dei dati e sulla determinazione del numero dei gruppi (per ogni classificazione) si rimanda al paragrafo 7.

L'anno di riferimento dei dati è il 2017, o, in caso di indisponibilità, il dato riferito al primo anno precedente a questo.

#### 4.1 *Turisticità relativa, attrattività e vocazione turistica dei comuni italiani*

I tre aspetti presi in considerazione sono distinti, ma fortemente connessi tra di loro: la turisticità relativa di un territorio misura il peso che il fenomeno turistico ha in quell'area; l'attrattività descrive l'appetibilità di un territorio (in termini demografici, turistici, economici) per uno spostamento verso di esso; la vocazione è intesa come la presenza in un territorio di alcune delle caratteristiche specifiche cui usualmente vengono associate le motivazioni di viaggio.

Nella nostra classificazione abbiamo considerato questi aspetti come distinti ed indipendenti, ma hanno un significato che, ai fini delle politiche di governo del fenomeno turistico, dovremmo considerare come consequenziali. Le politiche territoriali di promozione e sviluppo turistico, infatti, si dovrebbero focalizzare sull'attrattività e sulla vocazione di un territorio. La turisticità, o meglio il miglioramento della turisticità relativa di un'area, può essere solo l'effetto di una valida politica di promozione (attraverso strumenti mirati a migliorare l'attrattività di un territorio) o valorizzazione di un territorio (sviluppando servizi o puntando sulla valorizzazione delle vocazioni di un'area).

Tutto ciò non si può analizzare per i soli piccoli intorni delle aree periferiche ed ultraperiferiche, che non possono considerarsi come isolate dal resto del territorio che le circonda. Le politiche di promozione e valorizzazione devono, oltretutto, prescindere dai tradizionali confini territoriali e cercare di sviluppare una rete di promozione e valorizzazione turistica che possa ribaltare la dualità centro-periferia e portare benefici alle aree più marginali del Paese ed in generale all'intero sistema turistico allentando la pressione delle tradizionali mete di vacanza.

Per tale ragione le elaborazioni sono state svolte sull'intero territorio nazionale e solo successivamente come queste si manifestino nelle aree periferiche ed ultraperiferiche. Un'analisi delle potenzialità e degli sviluppi del mercato turistico in un territorio, come detto precedentemente, non dovrebbe seguire confini strettamente amministrativi e si ritiene che le politiche di promozione turistica debbano essere sviluppate in sinergia con il contesto territoriale per poter essere efficaci.

#### 4.2 *La turisticità relativa*

Per *turisticità relativa* indichiamo il peso del mercato turistico sul territorio considerato in termini di capacità ricettiva (esercizi ricettivi e posti letto disponibili alla vendita), di flussi turistici (arrivi e presenze negli esercizi ricettivi) e di impatto sul mercato del lavoro del settore turistico. Si è deciso di considerare le variabili turistiche in senso "relativo", ossia pesate sulla popolazione del singolo comune (o, come per gli addetti, usando la quota percentuale sul totale addetti comunale), al fine di misurare l'impatto del fenomeno indipendente dalle dimensioni demografiche dei comuni e per consentire un confronto relativo tra i territori.

Il set di indicatori utilizzato per la determinazione di gruppi omogenei di comuni in base all'impatto del turismo sul territorio è dato da:

- esercizi ricettivi per 1.000 abitanti;
- letti per 1.000 abitanti;
- arrivi negli esercizi ricettivi per 1.000 abitanti;
- presenze negli esercizi ricettivi per 1.000 abitanti;
- addetti del turismo<sup>9</sup> per 1.000 abitanti;

---

<sup>9</sup> Vedi nota 7

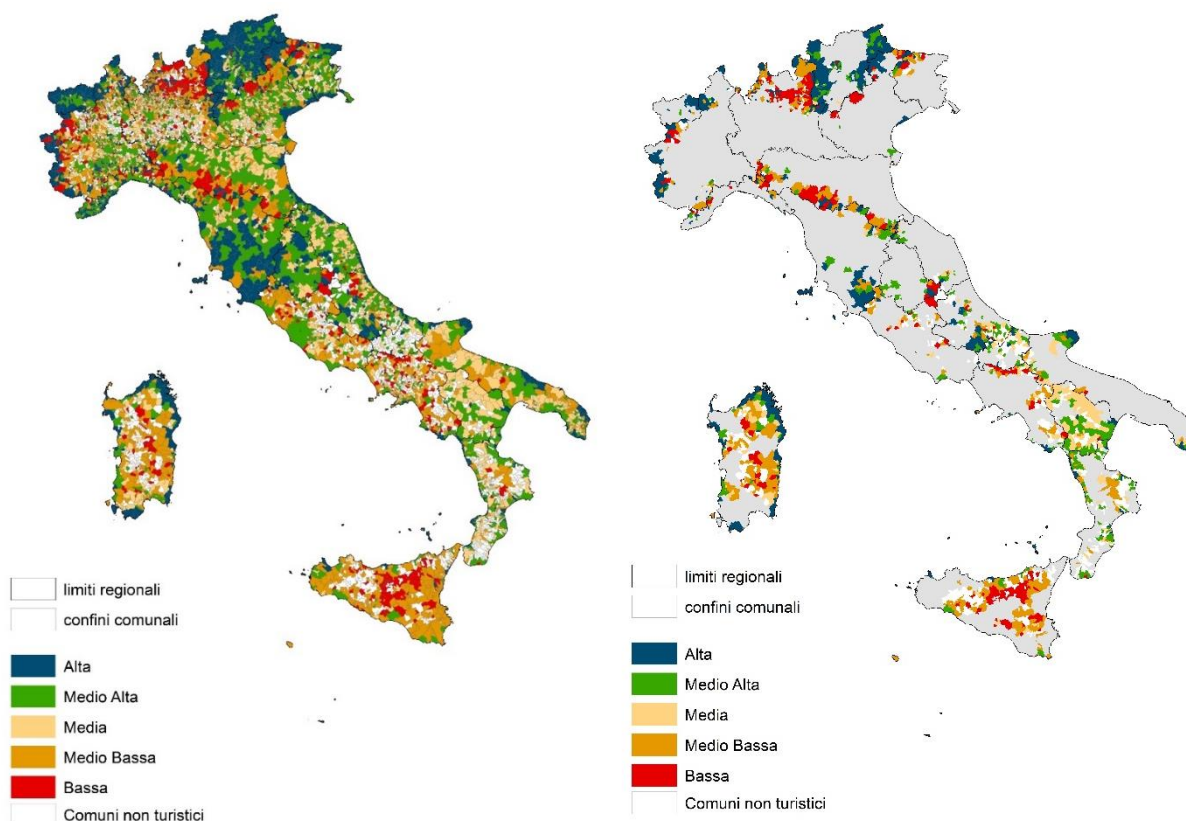
- quota degli addetti del turismo sugli addetti totali.

Partendo da questo *set* di indicatori per tutti i comuni italiani, sono stati individuati dei gruppi (*cluster*) massimamente omogenei al loro interno e massimamente eterogenei tra loro. L'algoritmo di classificazione utilizzato ci ha consentito di costruire sei classi di *turisticità relativa* denominate come segue:

1. Turisticità Alta;
2. Turisticità Medio Alta;
3. Turisticità Media;
4. Turisticità Medio Bassa;
5. Turisticità Bassa;
6. Comuni non ricettivi (non turistici).

La figura 5 evidenzia come elevati livelli di turisticità relativa siano presenti in Trentino-Alto Adige e in Valle d'Aosta, quasi nella loro totalità, in gran parte dei comuni toscani e lungo le coste venete, romagnole, sarde e pugliesi. Al contrario, livelli bassi si riscontrano nell'area della provincia di Sondrio, lungo la dorsale emiliana (seppur interrotta da comuni con turisticità relativa alta), e molta parte di Lazio, Campania, Sicilia e Sardegna. I comuni non ricettivi, e quindi non turistici, sono presenti maggiormente in alcune regioni del Sud d'Italia, in particolare in Molise, Basilicata, Calabria e nella parte centrale di Sardegna e Sicilia.

Figura 5 - Classificazione dei comuni italiani in relazione alla Turisticità – Italia e aree periferiche ed ultraperiferiche



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Passando alle aree periferiche ed ultraperiferiche i comuni con i valori più elevati di turisticità relativa si concentrano in aree specifiche come le province di Trento e Bolzano (al confine con Veneto e Lombardia) principalmente lungo l'asse che va dalla Val Venosta lungo l'Alto Adamello fino al Lago di Garda, nei comuni alpini di Valle d'Aosta e Piemonte, nella Maremma, in Costa Smeralda, sul Gargano e nelle aree sciistiche del

basso appennino Abruzzese. Le aree interne dell'appennino emiliano e dell'entroterra siciliano si caratterizzano per una turisticità relativa bassa o medio-bassa.

### 4.3 Attrattività

Per *attrattività* indichiamo la capacità di un territorio di attrarre nuovi abitanti e visitatori dall'esterno del proprio ambito territoriale.

Le variabili utilizzate sono, quindi, sia di tipo demografico-migratorio, sia turistiche. Si è considerato anche che un fattore di attrattività di un territorio possa essere anche il benessere economico e sociale di un territorio. Per questa ragione è stato utilizzato il reddito *pro capite* di un comune come indicatore di benessere, considerato in relazione al corrispondente valore medio provinciale e si è considerato l'Indice di Vulnerabilità Sociale e Materiale (IVSM<sup>10</sup>) come "indice inverso" di scarso *appeal* di un territorio. L'indice di vulnerabilità sociale e materiale è, infatti, un indicatore costruito con l'obiettivo di fornire una misura sintetica del livello di vulnerabilità sociale e materiale dei comuni italiani. Si tratta di uno strumento capace di esprimere con un unico valore i diversi aspetti di un fenomeno di natura multidimensionale, e che, per la sua facile lettura, agevola i confronti territoriali e temporali. L'indice è costruito attraverso la combinazione di sette indicatori<sup>11</sup> elementari che descrivono le principali dimensioni "materiali" e "sociali" della vulnerabilità.

Tutti gli indici sono stati, ove necessario, relativizzati rispetto alla popolazione del comune.

Il *set* di indicatori utilizzato per la determinazione di gruppi omogenei di attrattività è quindi dato da:

- variazione della popolazione (nel periodo 2011-2017);
- saldo migratorio (nel periodo 2011-2017<sup>12</sup>) su popolazione comunale (2017);
- variazione della popolazione straniera (nel periodo 2011-2017);
- quota dei nati fuori regione residenti nel comune (2016);
- incidenza delle presenze negli esercizi ricettivi dei clienti residenti in Italia (INC\_RES);
- incidenza delle presenze negli esercizi ricettivi dei clienti non residenti in Italia (INC\_NONRES);
- incidenza delle presenze negli esercizi ricettivi dei clienti residenti fuori dalla Regione sul totale dei clienti (INC\_FR\_T);
- incidenza delle presenze negli esercizi ricettivi dei clienti residenti fuori dalla Regione sul totale dei clienti residenti in Italia (INC\_FR\_RES);
- incidenza delle presenze negli esercizi ricettivi dei clienti residenti fuori dalla Regione e di quelli non residenti in Italia sul totale dei clienti (INC\_EXT);
- reddito *pro capite* della popolazione sul rispettivo valore medio provinciale;
- IVSM (al 2011).

Per descrivere il fenomeno dell'*attrattività* l'algoritmo di *clustering* ci ha consentito di costruire cinque classi denominate come:

---

<sup>10</sup> Il valori dell'indice fanno riferimento all'ultima tornata censuaria (2011).

<sup>11</sup> I sette indicatori utilizzati per l'IVSM sono: l'incidenza percentuale della popolazione di età compresa fra 25 e 64 anni analfabeta e alfabeto senza titolo di studio; l'incidenza percentuale delle famiglie con 6 e più componenti; l'incidenza percentuale delle famiglie monogenitoriali giovani (età del genitore inferiore ai 35 anni) o adulte (età del genitore compresa fra 35 e 64 anni) sul totale delle famiglie; l'incidenza percentuale delle famiglie con potenziale disagio assistenziale, cioè la quota di famiglie composte solo da anziani (65 anni e oltre) con almeno un componente ultraottantenne; l'incidenza percentuale della popolazione in condizione di affollamento grave, data dal rapporto percentuale tra la popolazione residente in abitazioni con superficie inferiore a 40 mq e più di 4 occupanti o in 40-59 mq e più di 5 occupanti o in 60-79 mq e più di 6 occupanti, e il totale della popolazione residente in abitazioni occupate; l'incidenza percentuale di giovani (15-29 anni) fuori dal mercato del lavoro e dalla formazione scolastica; l'incidenza percentuale delle famiglie con potenziale disagio economico, e cioè la quota di famiglie giovani o adulte con figli nei quali nessuno è occupato o è ritirato da lavoro.

<sup>12</sup> Il saldo migratorio di un comune è dato dalla differenza tra il numero degli iscritti ed il numero dei cancellati dai registri anagrafici per trasferimento di residenza (in caso di un intervallo di anni è dato dalla somma dei saldi). Il saldo è al netto dei cittadini stranieri.

1. Attrattività interna ed esterna;
2. Attrattività esterna;
3. Attrattività media (o attrattività locale);
4. Attrattività solo turistica;
5. Attrattività bassa;
6. Attrattività bassa (non turistica).

I comuni ad *attrattività interna ed esterna* sono quelli che presentano valori superiori alla media nazionale sia per gli indicatori demografico-migratori, sia per quelli turistici (sia per la componente turistica internazionale della clientela che per quella domestica), con un livello di benessere superiore alla media nazionale (redditi alti e bassa vulnerabilità).

L'*attrattività esterna* caratterizza i comuni con variazioni demografico-migratorie superiori alla media, in particolare per i cittadini stranieri, con una prevalenza della componente estera della clientela nelle strutture ricettive e con indicatori di benessere più alti della media nazionale.

I comuni con *attrattività media* (o attrattività locale) sono quelli con indicatori demografico-migratori e di benessere vicini a quelli medi nazionali ed una dinamica “locale” verso queste destinazioni, con una bassa incidenza dei flussi di stranieri ed un’incidenza della clientela prevalentemente domestica.

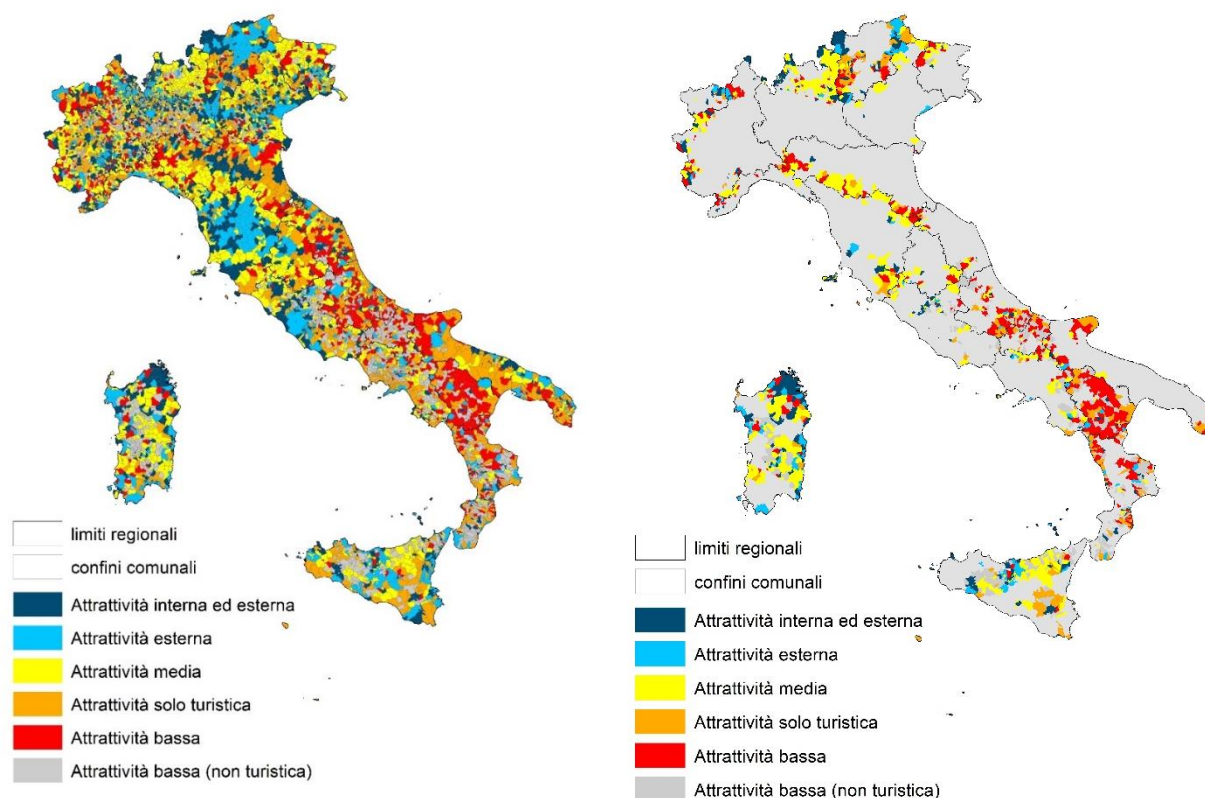
L'*attrattività solo turistica* è relativa a comuni con le sole variabili turistiche superiori alla media nazionale (e le altre tutte inferiori), con una prevalenza di turismo domestico con una discreta quota di flussi dall’esterno della propria regione.

I comuni con attrattività bassa presentano tutti gli indicatori inferiori alle medie nazionali e comprendono i comuni non ricettivi.

La figura 6 mostra come i comuni più attrattivi (le prime due classi individuate) siano concentrati in Trentino-Alto Adige (in particolare nella Provincia autonoma di Bolzano), in Toscana, lungo l’asse autostradale A4 (Milano-Verona-Venezia-Trieste), nell’*hinterland* romano, in Costa Smeralda e lungo le coste del centro-sud. L'*attrattività media* è molto presente alle aree montane e produttive del Nord Italia e nelle zone interne delle Isole (dove si riscontrano i saldi migratori più bassi). L'*attrattività solo turistica* si concentra in Puglia, Campania, Emilia-Romagna interna, basso Lazio ed in molti comuni costieri del Centro-Sud. I valori bassi di attrattività si registrano soprattutto al Sud (lungo l’appennino interno, tra Abruzzo, Molise, Basilicata e Calabria).

In merito alle sole aree periferiche ed ultraperiferiche spicca la concentrazione dei valori di attrattività più elevati nella Val Venosta, nel sud del Garda ed in Costa Smeralda. Al Nord emerge il dato di attrattività dell’Alta Val Sesia e del versante nord del Lago di Como; al Centro i valori più alti si registrano nelle aree della Val di Cecina, dell’Isola d’Elba e quelle al confine tra Lazio e Umbria vicino Orte; al Sud valori elevati di attrattività riguardano l’area del Parco delle Madonie in Sicilia, l’entroterra agrigentino fino ai monti Sicani, l’algherese ed i comuni costieri sardi. L’attrattività solo turistica riguarda alcune aree del Sud più turistico (ad esempio nel Salento e sul Gargano), ma anche aree a Nord come l’Adamello ed il Cadore. In generale si può notare come le aree ad *attrattività media* siano prevalentemente presenti al Nord segno che i flussi di persone verso quei territori siano connessi a dinamiche non di natura turistica (ampia presenza di imprese manifatturiere ed agricole). Le aree ad attrattività bassa sono prevalentemente al Sud (soprattutto tra Abruzzo, Molise e Basilicata) segno di una dinamica migratoria e turistica scarsa.

Figura 6 - Classificazione dei comuni italiani in relazione all'Attrattività – Italia e aree periferiche ed ultraperiferiche



Fonte: elaborazioni su dati Istat

#### 4.4 Vocazione

Per *vocazione* indichiamo la prevalenza di una o più caratteristiche di un territorio, cui usualmente viene associata la scelta della destinazione come meta di viaggio o vacanza.

Le caratteristiche considerate sono quattro: “vocazione naturalistica”, “vocazione culturale”, “tutela enogastronomica e del territorio” e “tempo libero”. Sono stati escluse le caratteristiche prettamente geomorfologiche di un comune, come l’essere “costiero” o “montano”. Infatti, queste caratteristiche, pur essendo solitamente fondamentali nel motivare la scelta di una meta da parte di un turista, hanno un carattere prettamente geografico e, nella maggior parte dei casi “diventano meta” di turismo balneare o montano solo con una buona gestione del patrimonio geografico già insito nel luogo, piuttosto che grazie a particolari politiche di *governance* territoriale, che sono, invece, quelle sulle quali vorremmo focalizzare l’attenzione.

La batteria di indicatori utilizzati per la determinazione di gruppi omogenei in base alla vocazione prevalente di un territorio è molto ampia e, per ognuna delle singole caratteristiche sopra enunciate, sono stati individuati più indicatori. Nella Tabella 7 sono riportati gli indicatori utilizzati, la fonte e l’anno di riferimento dello stesso<sup>13</sup>.

Da questa batteria di indicatori sono stati ricavati quattro indicatori sintetici per ambito “naturalistico” (AN), “culturale” (AC), “certificazione e tutela del territorio (compresa l’enogastronomia)” (CE) e “tempo libero” (ATL)<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Per quanto possibile è stato utilizzato l’indicatore facente riferimento al 2017, in altri casi si sono attualizzati alla geografia 2017 indicatori riferiti all’ultimo anno disponibile.

<sup>14</sup> Gli indicatori sono stati relativizzati rispetto alla popolazione, e, per la creazione dell’indice sintetico, è stato utilizzato un sistema di ponderazione in relazione all’importanza relativa dell’indicatore elementare nella costruzione del sintetico (alta=1, media=0,80, bassa=0,70).



Tabella 7 – Indicatori per la costruzione degli indici di Vocazione del territorio.

Codice Indicatore	Indicatore	Fonte	Anno di riferimento
<b>Ambito NATURALISTICO</b>			
AN_PN	Presenza sul territorio di Parco Naturale	MATTM	2010
AN_SIC	Presenza sul territorio di Siti SIC	MATTM	2017
AN_ZPS	Presenza sul territorio di Siti ZPS	MATTM	2017
AN_GEO	Presenza sul territorio di Geoparchi	UNESCO	2017
AN_OASI	Presenza sul territorio di Oasi protette	LIPU, WWF e LEGAMBIENTE	2017
AN_SUP	Superficie delle Aree protette su superficie comunale	Istat	2016
<b>Ambito CULTURALE</b>			
AC_MUS	Presenza e numero di Musei/gallerie	Istat	2015
AC_PARCH	Presenza e numero di Aree/parchi archeologici	Istat	2015
AC_MON	Presenza e numero di Monumenti/complessi monumentali	Istat	2015
AC_VIS	Numero di Visitatori Musei e istituzioni similari	Istat	2016
AC_BIBLIO	Presenza e numero di Biblioteche	ICCU	2016
AC_ARCHI	Presenza e numero di Archivi	MIBACT	2015
AC_SANT	Presenza e numero di Santuari	MIBACT	2015
AC_ERE	Presenza e numero di Eremi	POIGPS	2017
AC_FEST	Presenza e numero di Festival/Mostre	MIBACT	2015
AC_BARCHI	Presenza e numero di Beni architettonici	MIBACT	2015
AC_BA	Presenza e numero di Beni archeologici	MIBACT	2015
AC_PG	Presenza e numero di Parchi e giardini	MIBACT	2015
<b>Ambito CERTIFICAZIONE E TUTELA DEL TERRITORIO (COMPRESA ENOGASTRONOMIA)</b>			
CE_BI	Certificazione nei Borghi più belli d'Italia	Associazione Borghi	2017
CE_ARAN	Certificazione come Borgo Bandiera arancione	TCI	2017
CE_CG	Certificazione come Città del gusto	ANCI	2017
CE_DOP	Certificazione come Bandiera BLU	Istat	2015
CE_DOP_AZ	Presenza di DOP, IGP, SGT	Istat	2015
CE_BLU	Numero di aziende DOP, IGP, SGT (agricole e zootecniche)	FEE	2017
CE_UNESCO	Presenza di Siti Unesco	Unesco	2017
<b>Ambito TEMPO LIBERO</b>			
ATL_TEA	Presenza e numero di Teatri	MIBACT	2017
ATL_CINE	Presenza e numero di Cinema	MIBACT	2017
ATL_AUTO	Presenza e numero di Autodromi	POIGPS	2017
ATL_DC	Presenza e numero di <i>Diving center</i>	POIGPS	2017
ATL_ZOO	Presenza e numero di Giardini zoologici e Parchi faunistici	POIGPS	2017
ATL_GOLF	Presenza e numero di Campi da golf	POIGPS	2017
ATL_PESCA	Presenza e numero di Laghi da pesca	POIGPS	2017
ATL_PADIV	Presenza e numero di Parchi divertimento	POIGPS	2017
ATL_STADI	Presenza e numero di Stadi di calcio (serie A-D)	POIGPS	2017
ATL_SPIAGGE	Presenza e numero di Stabilimenti Balneari	Poi TOM TOM	2016-17
ATL_SCI	Presenza e numero di Stazioni sciistiche	POIGPS	2017
ATL_PT	Presenza e numero di Porti turistici	POIGPS	2017

A partire dagli indicatori sintetici l'algoritmo utilizzato ci ha consentito di costruire sei classi di vocazione territoriale denominate come segue:

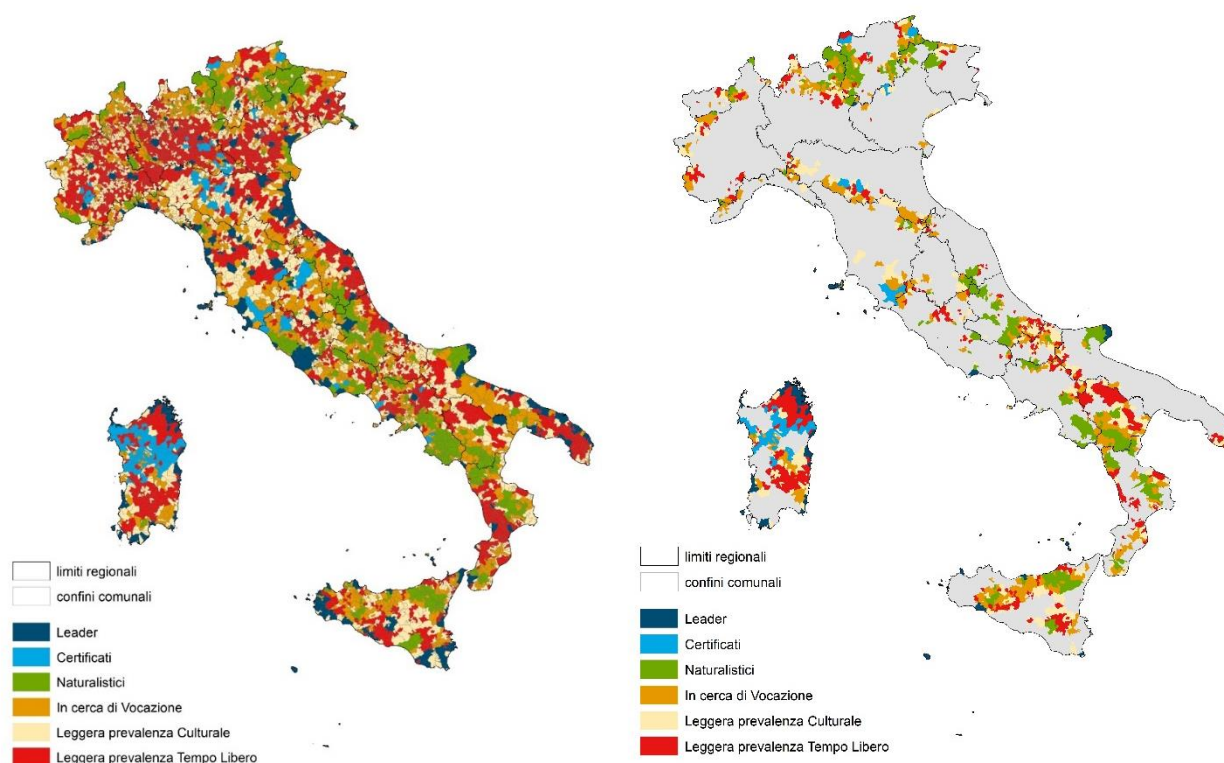
1. Comuni *leader*;
2. Comuni certificati;
3. Comuni naturalistici;
4. Comuni in cerca di vocazione;
5. Comuni con leggera prevalenza culturale;
6. Comuni con leggera prevalenza tempo libero.

I *comuni leader* sono quelli in cui tutte le caratteristiche considerate hanno valori superiori alla media; i *certificati* e *naturalistici* sono quelli che presentano una prevalenza, rispettivamente, degli indicatori delle caratteristiche di certificazione, di tutela del territorio e naturalistiche. Le altre 3 classi non mostrano una spiccata prevalenza di una specifica caratteristica rispetto alle altre: in generale i comuni *in cerca di vocazione*, rispetto alle altre due classi, hanno valori superiori alla media in 2 o più caratteristiche senza avere una prevalenza di nessuna rispetto alle altre. La caratteristica tempo libero risulta essere quella più polarizzata in territori specifici, con valori molto alti nei comuni *leader* (vista la presenza di molti grandi comuni in questa classe con tante strutture ricreative), appena sopra la media per nei *naturalistici*, e molto bassa altrove.

La figura 7 mostra come i comuni aventi *certificazione* (ad esempio: borghi, parchi, ecc.) siano prevalentemente concentrati in Sardegna e in alcune aree dell'Emilia-Romagna, Piemonte, Toscana, alto Lazio ed Umbria. I comuni definiti *leader* comprendono le grandi destinazioni turistiche (Roma, Venezia, Versilia, Riviera Romagnola, Costa Smeralda), in Sicilia e sulla costa pugliese. I territori a *vocazione naturalistica* interessano, invece, il bellunese, ampie zone del Trentino-Alto Adige al confine con Veneto e Lombardia, nell'entroterra abruzzese, lungo l'appennino umbro-marchigiano, nel sud della Campania e nelle aree dell'alto Pollino e della Sila. Gran parte delle aree produttive del Nord Italia e dell'entroterra meridionale sono quelle con una meno marcata vocazione territoriale. Tale dato è segno dell'impatto relativo che ha il turismo nell'economia del territorio (come ad esempio nelle aree industriali di Lombardia, Piemonte e Veneto o nelle Marche) o della minore dotazione di servizi, di strutture ricreative e di attrattori culturali in queste aree (soprattutto nel Mezzogiorno).

Per quanto riguarda i territori periferici ed ultraperiferici le zone leader si concentrano in poche aree come la Costa Smeralda, il Gargano, l'Isola d'Elba ed il Circeo. È forte, invece, la presenza di comuni a vocazione naturalistica, soprattutto al Centro-Sud, che in genere caratterizza i territori ricadenti nei grandi Parchi (Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, Pollino, Sila, ecc.). Le aree *certificate* si concentrano nella gran parte dell'entroterra sassarese, in Maremma e nella Valle di Casies nella Provincia autonoma di Bolzano. La prevalenza culturale è limitata a pochi comuni in Toscana, Molise, Umbria e Basilicata. La leggera prevalenza tempo libero è diffusa soprattutto in Sardegna, nel Salento ed in Basilicata.

Figura 7- Classificazione dei comuni italiani in relazione alla Vocazione – Italia e aree periferiche ed ultraperiferiche



Fonte: elaborazioni su dati Istat

## 5. Focus sulle aree interne periferiche ed ultraperiferiche: aree con potenzialità di crescita

Analizzando congiuntamente le tre classificazioni appena descritte possiamo provare a proporre alcune riflessioni su alcune aree periferiche e ultraperiferiche.

Si è visto come vi sia una profonda differenza tra territori appartenenti a queste aree dal punto di vista turistico: alcuni di essi, infatti, già presentano un appeal turistico notevole, altri, invece, sembrano averlo ancora parzialmente o totalmente inespresso. A nostro avviso, le politiche di promozione e di sviluppo devono essere mirate proprio su quelle aree che non hanno ancora manifestato a pieno il loro potenziale turistico.

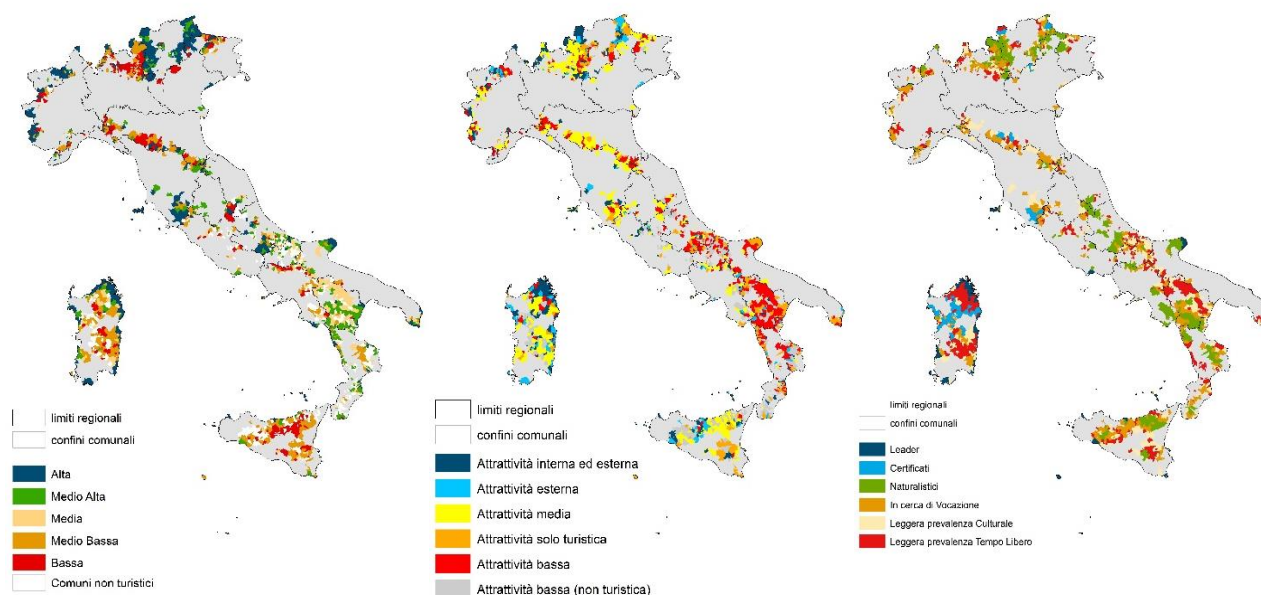
Per quanto riguarda la turisticità relativa, ad esempio, balza agli occhi come alcuni comuni periferici e ultraperiferici abbiano già una turisticità elevata, in particolare nelle provincie autonome di Trento e Bolzano, nella bassa Maremma toscana, sul Gargano e lungo le coste della Sardegna (Figura 8). Individuare questi luoghi *top performer* cui corrispondono alta qualità e alta specializzazione permette di scoprire le *best practises* dei comuni che probabilmente da anni lavorano sul settore turismo e sulla loro attrattività con ottimi risultati. Può sembrare banale ma studiare le politiche attuate in questi territori e capire quali siano gli elementi di attrazione è utilissimo per riproporli in altre zone dove magari esistono delle potenzialità simili, ma sono ancora rimaste inesprese.

Le geografie proposte permettono di andare oltre una visione di sviluppo unilineare e continua, incentrata su iniziative, strategie e politiche pubbliche di gestione e di investimento tendenzialmente uniformi, omogenee e standardizzate a favore di interventi mirati che rispettino le specificità del territorio.

Soffermandosi su alcune esempi, vi sono alcuni comuni a turisticità alta nel Centro e Sud Italia, come nell'appennino meridionale abruzzese o l'area del basso Cilento, circondati da altri comuni periferici a bassa turisticità relativa, ad attrattività bassa o solo turistica, ma con vocazione spiccatamente naturalistica. Ciò potrebbe significare, a nostro parere, che sono realtà su cui varrebbe la pena di investire in interventi a sostegno anche di un turismo "alternativo", ampliando, ad esempio, le prospettive legate al turismo sostenibile che

preservi l'ambiente ed alla promozione delle tipicità territoriali indirizzandola all'utenza nazionale (Figure 9 e 10).

Figura 8 – Turisticità relativa, Attrattività e Vocazione nelle aree periferiche ed ultraperiferiche



Fonte: elaborazioni su dati Istat

La tabella 8 mostra come ci siano per queste due aree, potenzialità di crescita a breve termine con possibilità immediata di accogliere “nuovi turisti”, visto che registrano una capacità ricettiva superiore alla media nazionale ed in linea con la media delle aree periferiche ed ultraperiferiche, ma con presenze e addetti al turismo più bassi della media nazionale.

Le aree a ridosso tra Campania e Basilicata, nel dettaglio, dove la turisticità relativa raggiunge buoni livelli sono quelle in cui l'indicatore di vocazione li classifica come “in cerca di vocazione”. Per questi luoghi l'intervento pubblico potrebbe essere finalizzato o alla ricerca di una specificità territoriale, oppure ad azioni che siano in grado di mettere a sistema la varietà delle componenti naturalistiche, culturali, enogastronomiche di cui questi luoghi sono dotati (Figura 10).

Ci sono alcuni territori che non mostrano particolari vocazioni, ma sono geograficamente contigui ad un patrimonio da poter sviluppare, come nel caso di alcune aree del Molise vicine ai comuni a vocazione naturalistica dell'Abruzzo (Figura 9). Questi territori, ad esempio, potrebbero agganciarsi ad aree a vocazione già definita ed attraverso politiche che superino i confini amministrativi regionali costituire una “rete” tra comuni per assicurarsi i vantaggi competitivi che ne deriverebbero.

Tabella 8 - Panoramica della variabili turistiche per area. Anno 2017

Area	Letti per 1.000 abitanti	Presenze per 1.000 abitanti	Quota addetti turismo su addetti tot.(a)
Basso Appennino Abruzzo-Molise	234,8	6.459,7	9,9%
Basso Cilento (Campania-Basilicata-Calabria)	156,9	5.964,8	5,9%
Entroterra sassarese	105,3	4.567,3	4,9%
Aree Periferiche e Ultraperiferiche	264,3	18.635,3	11,9%
ITALIA	83,2	6.942,8	5,2%

Fonte: elaborazioni su dati Istat, (a) i dati degli addetti fanno riferimento all'anno 2015

Figura 9 – Turisticità relativa, Attrattività e Vocazione nelle aree periferiche ed ultraperiferiche del Sud Abruzzo

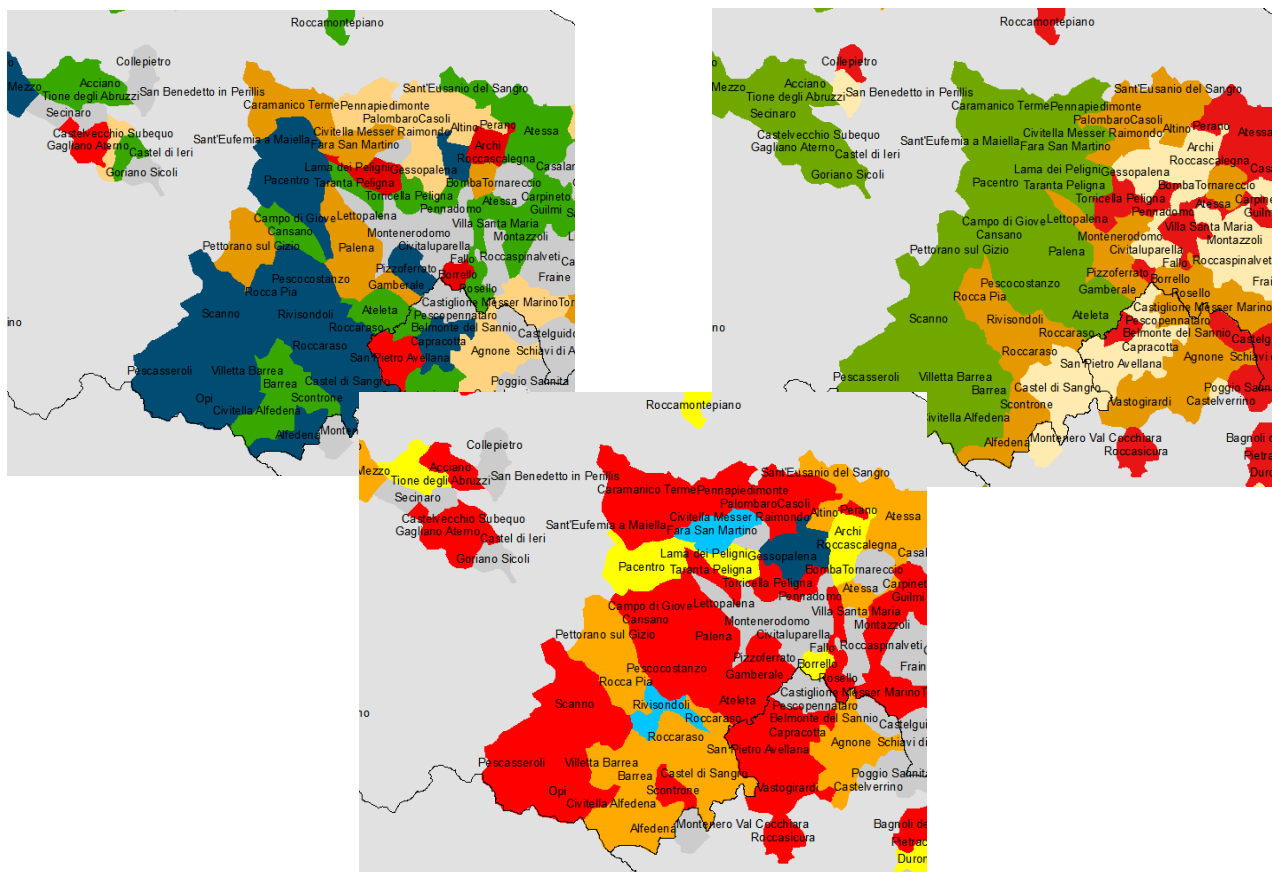
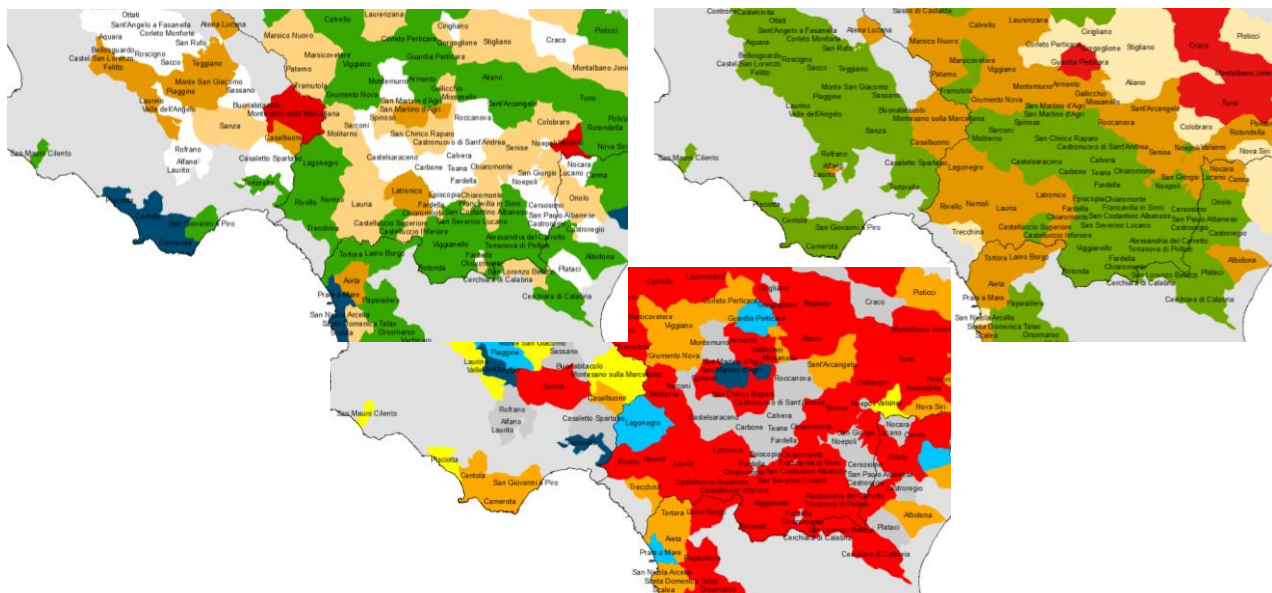


Figura 10 – Turisticità relativa, Attrattività e Vocazione nelle aree periferiche ed ultraperiferiche del basso Cilento e appennino lucano



In altre aree, come ad esempio le aree interne della Sicilia a sud delle Madonie o quella a nord di Sciacca o nell'alto appennino emiliano, si evidenziano valori bassi di turisticità ed una vocazione non ben definita del territorio. Per questi territori ci si deve chiedere quanto sia davvero utile investire in promozione turistica in aree che, anche in presenza di dinamiche demografiche-migratorie positive, non sono strutturalmente pronte ad assorbire volumi crescenti di turismo.

Per quanto riguarda la caratteristica della certificazione, tra i comuni periferici e ultraperiferici se ne annoverano pochi; questi ultimi, a parte alcuni sporadici casi nel Centro-Nord Italia, sono in maggior parte presenti nella parte centro settentrionale della Sardegna. Appare infatti come nell'entroterra sassarese, vi siano tanti comuni con presenza di certificazioni, tuttavia molti di questi risultino privi di strutture ricettive. Andrebbe analizzato se questa politica di certificazione sia stata perseguita per la sola tutela dei prodotti tipici enogastronomici, o se siano state adottate al fine di rilanciare le bellezze artistiche e architettoniche di alcuni luoghi in termini di una loro maggiore "visibilità". In queste aree della Sardegna che presentano una attrattività media e una turisticità medio-bassa, si potrebbe ipotizzare che le certificazioni abbiano contenuto lo spopolamento, ma che in termini di promozione turistica non siano state, almeno per ora, la giusta risposta per accrescere il numero di turisti (Tabella 8).

## 6. Conclusioni

Il turismo non può essere visto in modo superficiale come la soluzione universale per i tutti i problemi di mancato sviluppo o di spopolamento di un territorio. Sarebbe errato vedere in tale settore la sola alternativa possibile ad una situazione economica di difficoltà.

È necessaria, dunque, una rigorosa valutazione della situazione che tenga conto della domanda e dell'offerta turistica, ma anche della concorrenza e delle tendenze di mercato; solo in seguito ad analisi accurate si potrà affermare se un territorio possiede o meno un reale potenziale di sviluppo turistico che giustifichi nuovi investimenti. Per molte aree interne, infatti, il turismo rappresenta di certo una opzione rilevante, ma che spesso non ha sufficiente massa critica per fungere da sostegno principale dello sviluppo locale. In questi casi, è bene agganciare l'opzione turistica a caratteristiche complementari del territorio, che possono così andare a formare un'offerta peculiare e riconoscibile. Questo stesso concetto vale per quei casi in cui si individua il patrimonio culturale, paesaggistico, naturalistico, della certificazione e tutela del territorio, della promozione del patrimonio enogastronomico di un'area come risorse capaci di generare direttamente introiti economici utili a sostenere lo sviluppo locale.

Da queste riflessioni nasce il punto interrogativo del titolo del presente *paper*: l'intento è analizzare i diversi tratti fenomenologici del turismo nelle aree interne e proporre un'analisi del ruolo che questo può giocare nei processi di rivitalizzazione, di sviluppo locale e delle condizioni per cui questi stessi processi si possano effettivamente realizzare.

Il turismo per essere volano di sviluppo nelle aree interne, in particolare, ha bisogno di:

- analisi delle situazioni di partenza attraverso indagini mirate sulle caratteristiche della domanda, sui segmenti di clientela, sul posizionamento e sul contenuto del prodotto oltre che attraverso una più consapevole lettura dei dati sul turismo;
- coordinamento unitario e il fare insieme;
- competenze tecniche e manageriali e quindi formazione professionale e cultura dell'ospitalità;
- infrastrutture digitali e digitalizzazione dell'offerta turistica per adeguarsi agli standard di esigenze della domanda e fare innovazione di prodotto.

È fondamentale dunque uscire fuori dall'inadeguatezza delle logiche con cui si opera in ambito turistico: avere buoni *asset* non è condizione sufficiente, bisogna mettere in campo professionisti della pianificazione che abbiano le competenze per innescare il cambiamento, magari utilizzando strumenti nuovi.

Inoltre, occorre evidenziare che anche per fare buone pratiche nel turismo non si può prescindere dal perseguire l'obiettivo di mettere in sicurezza il territorio. Ad oggi la tutela del territorio e della sicurezza degli abitanti delle aree interne è inadeguata; si interviene in modo occasionale ed emergenziale sui suoli e sulle risorse fisiche territoriali, trascurando la manutenzione ordinaria degli invasi e corpi idrici, dei versanti, delle aree boschive, di quelle incolte e degli insediamenti (agricoli, ma anche dei borghi antichi e dei piccoli insediamenti) e non tendendo nella giusta considerazione il rischio sismico. Ciò determina una percezione di insicurezza e di rischio nei possibili fruitori di questi territori che, nell'indecisione di scegliere o meno di



recarsi in un territorio ritenuto in qualche modo a rischio, scelgono diverse e più tranquille destinazioni turistiche (Caramis A., Cavallo L., Federici A., Prisco M.R., Talice S., 2017).

Il cambio di prospettiva deve essere concreto e vero, poiché la conoscenza per salvare i luoghi si trova dentro i luoghi, ma non basta, deve essere mediata con quella presente nei grandi centri di sviluppo e orientare la costruzione di una nuova identità condivisa con la conseguente affermazione di una rinnovata progettualità collettiva.

## 7. Il Clustering

In statistica, il *clustering* o analisi dei gruppi è un insieme di tecniche di analisi multivariata dei dati volte alla selezione e raggruppamento di elementi omogenei secondo un insieme di dati. Le tecniche di *clustering* si basano su misure relative alla somiglianza tra gli elementi. Gli algoritmi di *clustering* raggruppano gli elementi sulla base della loro distanza reciproca, e quindi l'appartenenza o meno ad un insieme dipende da quanto l'elemento preso in esame è distante dall'insieme stesso. La “filosofia” alla base del *clustering* può essere di tipo *aggregativo*<sup>15</sup> (o bottom-up) o *divisivo*<sup>16</sup> (o top-down).

Gli algoritmi di *clustering* possono basarsi su tecniche di tipo *non gerarchico*<sup>17</sup> (o k-clustering), in cui per definire l'appartenenza ad un gruppo viene utilizzata una distanza da un punto rappresentativo del *cluster* (centroide, medioide), avendo prefissato il numero di gruppi della partizione risultato; o tecniche di tipo *gerarchico*, in cui viene costruita una gerarchia di partizioni caratterizzate da un numero crescente di gruppi, visualizzabile mediante una rappresentazione ad albero (dendrogramma), in cui sono rappresentati i passi di accorpamento/divisione dei gruppi.

### 7.1 L'algoritmo di partizione

L'algoritmo di *clustering* utilizzato per le nostre analisi è il *Grouping Analysis Tool* presente nel *software* ArcMap di ArcGIS.

Come detto nel paragrafo 4, nell'utilizzo del *tool* si è scelto di non inserire nessun vincolo spaziale, pertanto il *clustering* (di tipo non gerarchico) è stato eseguito in base all'algoritmo *K-means*.

Questo algoritmo partiziona le caratteristiche in possesso delle unità statistiche considerate, in modo che le differenze tra le caratteristiche di un gruppo, su tutti i gruppi, siano ridotte al minimo. L'algoritmo convergerà sempre al minimo locale ma non troverà sempre un minimo globale (quello ottimale)<sup>18</sup>.

L'algoritmo identifica le caratteristiche di un elemento (*seed*) a partire dal quale costruisce il gruppo. Per tale ragione, il numero dei *seeds* corrisponderà sempre al numero di gruppi. Il primo *seed* è selezionato casualmente, mentre per gli elementi rimanenti si utilizza una ponderazione che favorisce la selezione dei *seeds* successivi più lontani nello spazio dati dall'insieme esistente. Una volta identificati i *seeds*, tutte le unità vengono assegnate al *seed* più vicino (più vicino nello spazio dati), per ciascun cluster, viene calcolato un

---

<sup>15</sup> Ogni elemento è considerato come *cluster* a sé e si procede per aggregazioni successive fino ad ottenere un numero prefissato di *cluster*, oppure fino a che la distanza minima tra i *cluster* non supera un certo valore, o ancora in relazione ad un determinato criterio statistico prefissato.

<sup>16</sup> All'inizio tutti gli elementi sono identificati in un unico *cluster*, successivamente l'algoritmo inizia a dividere il *cluster* in tanti *cluster* di dimensioni inferiori. Il criterio che guida la divisione dei *cluster* è naturalmente quello di ottenere gruppi sempre più omogenei al loro interno. L'algoritmo procede fino a che non viene soddisfatta una regola di arresto generalmente legata al raggiungimento di un numero prefissato di *cluster*.

<sup>17</sup> Si tratta di derivazioni del più noto algoritmo di *clustering*, quello detto delle *K-means*, introdotto da MacQueen nel 1967.

<sup>18</sup> Tutti gli algoritmi di analisi dei *cluster* come questi non consentono un'automatica ottimizzazione nella costruzione dei gruppi: l'unico modo per garantire che una soluzione ottimizzi perfettamente sia le somiglianze all'interno del gruppo sia le differenze tra i gruppi, consiste nel provare ogni possibile combinazione delle funzionalità che si desidera raggruppare. Questo potrebbe essere fattibile su pochi dati, ma assolutamente intrattabile al crescere delle dimensioni del set di dati. È più appropriato, quindi, pensare alla *Grouping Analysis* come uno strumento di esplorazione che può aiutare a conoscere meglio le strutture sottostanti ai dati. Questo perché lo strumento non garantisce di aver trovato una soluzione ottimale, ma rende anche irrealistica l'identificazione di un algoritmo di raggruppamento che offra prestazioni migliori per tutti i possibili scenari di dati.



centro dati medio e ciascun gruppo viene riassegnato al centro più vicino. Il processo di calcolo di un *data center* per ciascun gruppo e quindi la riassegnazione delle funzionalità al centro più vicino continua finché l'appartenenza al gruppo non si stabilizza (fino a un massimo di 100 iterazioni).

## 7.2 Standardizzazione dei dati

Dato che i gruppi sono disponibili in diverse forme, dimensioni e densità; i dati degli attributi possono includere una varietà di intervalli, simmetria, continuità e unità di misura. Per rendere confrontabili tutte le variabili presenti nel *set* di indicatori oggetto di studio, si utilizzano delle trasformazioni, come la normalizzazione min-max o la standardizzazione (z-score). I valori nei campi di analisi sono standardizzati poiché le variabili con ampie varianze (dove i valori dei dati sono poco concentrati attorno alla media) tendono ad avere un'influenza maggiore sui cluster rispetto alle variabili con piccole varianze.

La standardizzazione mette tutti gli attributi sulla stessa scala anche quando sono rappresentati da tipi di numeri molto diversi: tassi (numeri da 0 a 1,0), popolazioni (con valori superiori a 1 milione) e distanze (chilometri, ad esempio). Nel nostro caso tutti gli indicatori sono stati standardizzati attraverso uno z-score.

## 7.3 $L'R^2$

Quando si esegue la *Grouping Analysis*, viene calcolato un valore  $R^2$  per ciascuna variabile. Tanto più alto è il valore dell' $R^2$  tanto meglio la variabile considerata divide i dati in gruppi in modo più efficace rispetto alle altre.

Il valore  $R^2$  riflette quanta parte della variazione nei dati originali è stata mantenuta dopo il processo di raggruppamento, quindi più grande è il valore  $R^2$  per una particolare variabile, migliore è la variabile a discriminare tra le caratteristiche.  $L'R^2$  è calcolato come:  $(TSS - ESS) / TSS$ , dove  $TSS^{19}$  è la devianza totale e  $ESS^{20}$  è devianza spiegata.

## 7.4 Determinazione del numero dei gruppi

Per selezionare il numero dei gruppi più adeguato a descrivere il fenomeno, è stato utilizzato l'indice di Calinski-Harabasz, un rapporto che riflette la somiglianza all'interno del gruppo e la differenza tra i gruppi. In particolare, il Calinski and Harabasz (CH) index consiste nel rapporto tra la devianza *between* (tra i gruppi) e quella *within* (interna ai gruppi). Ciascuna delle due devianze è rapportata ad un fattore di penalizzazione legato al numero dei gruppi.

Formalmente:

$$CH = \frac{\frac{Dev(B)k-1}{n-k}}{\frac{Dev(W)}{n-k}},$$

dove  $K$  è il numero di gruppi scelto ed  $n$  è il numero di oggetti da raggruppare.

<sup>19</sup> La TSS è data dalla somma degli scarti dal valore medio globale al quadrato per ogni variabile.

<sup>20</sup> L'ESS è calcolata allo stesso modo della TSS, ma per singolo gruppo: ogni valore viene infatti sottratto dal valore medio del gruppo a cui appartiene, quindi sommato ed elevato al quadrato.

## 8. Bibliografia

- Assuncao, R. M., M. C. Neves, G. Camara, and C. Da Costa Freitas. 2006. "Efficient Regionalisation Techniques for Socio-economic Geographical Units using Minimum Spanning Trees" in *International Journal of Geographical Information Science* 20 (7): 797–811.
- Bagnasco A., (2013), Modelli di sviluppo per le aree interne, in *Urbanistica Informazioni*, n. 252
- Barca F., Casavola P., Lucatelli S. (a cura di), (2014), *Strategia nazionale per le aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*, in *Materiali UVAL*, n. 31.
- Barca F., Terribile F., (2016), *Esiti del Seminario “Il Turismo nelle Aree Interne”*, Gran Sasso Science Institute, 31 maggio-1 giugno 2016, L'Aquila, disponibili online al link: [http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree\\_interne/Eventi/seminario\\_laquila\\_2016/Sintesi\\_seminario\\_turismo\\_GSSI.pdf](http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/Eventi/seminario_laquila_2016/Sintesi_seminario_turismo_GSSI.pdf).
- Camera di Commercio di Macerata, (2013), *Una strategia di sviluppo per le “aree interne” della Provincia di Macerata*, disponibile al link: <http://www.mc.camcom.it/P42A77C95S39/Strategia-Sviluppo-Economico.htm>.
- Caramis A., Cavallo L., Federici A., Prisco M. R., Talice S., (2017), *Prossimità, rischio percepito e effetto contagio: impatti diretti e indiretti del sisma sulla cultura e sul turismo nell'Italia centrale*, Atti della XXXVIII Conferenza italiana di scienze regionali.
- Cavallo L., Santoro M.T., (2017), *I borghi italiani: dimensioni e caratteristiche dei flussi turistici*, XXI edizione 2016/2017 del Rapporto sul turismo italiano, Rogiosi editore.
- Duque, J. C., R. Ramos, and J. Surinach. 2007. "Supervised Regionalization Methods: A Survey" in *International Regional Science Review* 30: 195–220.
- Istat, (2017), *Il Movimento turistico in Italia. Anno 2016*, Statistica Report, 30 ottobre 2017.
- Lucatelli S., (2013), *Aree Interne: riflessioni di policy*, in *Urbanistica Informazioni*, n. 252.
- Jain, A. K. 2009. *Data Clustering: 50 years beyond K-Means*. Pattern Recognition Letters.
- Massoli P., Mazziotta M., Pareto A. e Rinaldelli C.: *COMposite Index Creator COMIC*, programma per il calcolo di indicatori compositi e relativa analisi di influenza sviluppato nell'ambito delle attività della commissione scientifica del progetto sul Benessere Equo Sostenibile.
- Mazziotta, M., Pareto, A.: *A Composite Index for measuring italian regions' development over time – Rivista italiana di economia e demografia - Volume LXVIII n. 3/4 Luglio –Dicembre 2014 2*
- MIBACT, (2016), *Linee Guida per la Strategia Nazionale per le Aree Interne*, disponibile online al link: [http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree\\_interne/Documenti\\_di\\_lavoro/Linee\\_guida\\_Mibact\\_v05122016.pdf](http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/Documenti_di_lavoro/Linee_guida_Mibact_v05122016.pdf).
- Noguera J., Copus A., (2016), *Inner Peripheries: What are they? What policies do they need?* in *Agriregionieuropa*, anno 12, n. 45, 06/2016.
- Richardson E. W. (1975) *Growth Centers, Rural Development, and National Urban Policy: A Defense*. In: Friedmann J., Alonso W. (eds.). *Regional Policy: Readings in Theory and Practice*. Cambridge: MIT Press. 97-132.
- Salvatore R., Chiodo E., (2016), *Aree Interne e “tourism transition”: nuove pratiche turistiche e riorganizzazione dell'offerta in funzione della rivitalizzazione*, in *Agriregionieuropa*, anno 12, n. 45, 06/2016.
- SNAI, (2018), *Relazione annuale sulla strategia nazionale per le aree interne*, disponibile online al link: [http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree\\_interne/Presentazione/Relazione\\_CIFE\\_2018.pdf](http://www.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/Presentazione/Relazione_CIFE_2018.pdf).
- Storti D., (2016), *Innovazione e sviluppo nelle aree interne: il caso delle aree prototipo in Puglia, Campania e Molise*, in *Agriregionieuropa*, anno 12, n. 45, 06/2016.

## Abstract

A spatial organization based on “smaller centers”, often of small size, characterizes a prominent part of the Italian territory, which in many cases can provide their habitants with just a limited access to the essential services. The term “*Inner Areas*” summarizes this territorial specificity. These are areas that, due to their specific environmental and cultural characteristics, have a strong attractive power, but which follow unstable development patterns.

In order to favor a reversal regarding the strong decline of the population, the reduction of employment, the degradation of the cultural and landscape heritage of these territories, the Italian agency for territorial cohesion launched a National Strategy for Inner Areas (SNAI), proposing, among its various objectives, to favor the tourist attraction of these areas. Moreover, the phenomena of the overcoming of the mass tourism and the consequent growth of new “tourist choices” have opened the doors to the territorial reorganization of the offer.

A mature sensibility for remote and less crowded places, the prospects that the green economy and the sustainable tourism seem to prefigure in the field of the environmental protection, together with the communication potentials of the new marketing channels, have greatly expanded the variety of the tourism choices. Tourism can provide these peripheral areas with the opportunity for development, reactivating the local resources in an innovative way and thus pushing the traditional rural economies out of the crisis.

The classification of the Italian municipalities, according to the criteria of the “National Strategy for the Inner Areas” allows an analysis in-depth of the characteristics and the dynamics of the tourist offer in the “marginal areas” of the Country.

The analysis presented in this paper aims firstly to read the real geography of the Italian peripheries, through various indicators both economic and social.

Then, the paper focuses on the characteristic of these territories from the point of view of tourism, through the use of many ad hoc indicators, with the ultimate aim of identifying new interesting geographies to target possible strategies to relaunch or promote tourism, through appropriate local policies.