



Citation: A. Rinella, F. Rinella (2018)
Verso una narrazione creativa e originale della montagna: il “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni”. *Bollettino della Società Geografica Italiana* serie 14, 1(1): 69-78. doi: 10.13128/bsgi.v1i1.90

Copyright: © 2018 A. Rinella, F. Rinella. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/bsgi>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

For Italian evaluation purposes, A. Rinella takes responsibility for sections 1 and 3, and F. Rinella for section 2.

Verso una narrazione creativa e originale della montagna: il “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni”

Towards a creative and original narration about the mountain: the “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni” project

ANTONELLA RINELLA¹, FRANCESCA RINELLA²

¹ *Dipartimento di Scienze dell'Economia, Università del Salento, Lecce, Italia*

² *Dipartimento di Economia e Finanza, Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”, Italia*
E-mail: antonella.rinella@unisalento.it, francesca.rinella@uniba.it

Riassunto. Attualmente, la crescente domanda nel settore del turismo può produrre una “ri-ruralizzazione ludica” (Claval 1996, 260) nei piccoli centri lontani dalle tradizionali località turistiche. A tale scopo, gli attori pubblici locali devono guidare fermamente questo processo per garantirne il successo. Un simile obiettivo è spesso difficile da raggiungere in quei luoghi in cui l'ambiente è frammentario e fragile. Fortunatamente, associazioni attive sul web, come “Borghi Autentici d'Italia” (www.borghiautenticiditalia.it), formate da 250 piccoli comuni, possono portare alla creazione di immagini “digitali” in grado di avviare strategie di sviluppo sostenibile, condivise e di successo. Questo studio valuta i punti di forza del progetto “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni” (promosso da “Borghi Autentici d'Italia”), utilizzando l'analisi qualitativa del suo nuovo sito web.

Parole chiave: Puglia, Monti Dauni, turismo esperienziale, resilienza, autenticità.

Abstract. Nowadays, the increasing demand on tourism has produced a “reruralisation ludique” (Claval 1996, 260) of villages far from traditional holiday resorts. To this purpose, local public actors must firmly drive this process in order to be successful. Nonetheless, the purpose is often difficult to be achieved especially in those places where the *milieu* is disjointed and fragile. Fortunately, World Wide Web associations such as “Borghi Autentici d'Italia” (www.borghiautenticiditalia.it), composed of 250 small towns, is leading to the creation of “digital” images which appear to be able to initiate shared and successful sustainable development strategies. The current paper aims at confirming the strengths of the “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni” project (promoted by “Borghi Autentici d'Italia”), using qualitative analysis of its new web site.

Keywords: Puglia, Monti Dauni, experiential tourism, resilience, authenticity.

[...] quella che manca al Subappennino Dauno è soprattutto una strategia globale, che crei un'immagine forte, che miri a recuperare e valorizzare attributi territoriali di pregio crescente, che porti a interventi coordinati e coerenti, che guardi a un futuro possibile che va desiderato e costruito in modo creativo e originale (Bissanti 1990, 7).

1. Dalla montagna “sradicata” alla montagna “riabitata”

Poco più di 58.000 abitanti su circa 2.000 kmq di rilievi dalle forme prevalentemente dolci e argillose, “di frequente incise da valli torrentizie incassate, a tratti fagliate o ampiamente lacerate da processi erosivi” (Mannella 1990, 12), che incorniciano ad Ovest e Sud-Ovest il Tavoliere di Puglia e che di rado superano i 1.000 m s. l. m. (la massima quota è rappresentata dal monte Cornacchia – 1.151 m s. l. m.): è questo il rado tessuto antropico del Subappennino Dauno¹, distribuito in una doppia fila di centri abitati cacuminali simili a solitari “presepi” (Novembre 1979, 34) che si sono progressivamente spopolati a partire dagli anni Cinquanta (Amoruso 1983, 509; A. Rinella 1990, 9), confermando la povertà di dotazione demografica presente nella subregione fin dai primi anni del Novecento (Varraso 1990).

Di fronte all'inesorabile processo di “patrimonializzazione dissipativa” (Emanuel 1999, 316) di lungo periodo in atto, caratterizzato dal depauperamento delle componenti fisiche (dissesto idrogeologico, esondazione torrenti, diboscamento) e antropiche (esodo migratorio “rabbioso” [Bissanti 1977, 172], abbandono del tessuto edilizio, invecchiamento demografico, rarefazione delle attività agricole tradizionali a conduzione diretta – costituite essenzialmente da cerealicoltura estensiva e allevamento ovino)², Mannella affermava che “parafrasando

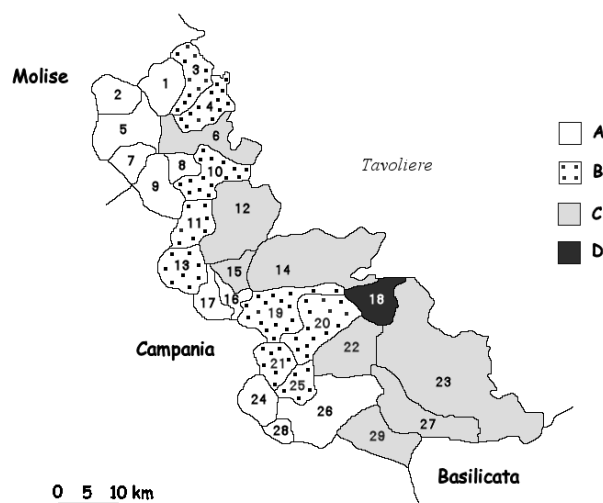


Figura 1. Subappennino Dauno: variazioni percentuali della popolazione residente nel periodo 1991-2016. Fonte: elaborazioni delle autrici su dati ISTAT.

Legenda: A: > - 30%; B: tra - 30% e - 21,6%; C: tra - 21,6% e 0; D: variazioni percentuali positive.

(1: Casalnuovo Monterotaro; 2: Carlintino; 3: Casalvecchio di Puglia; 4: Castelnuovo della Daunia; 5: Celenza Valfortore; 6: Pietramontecorvino; 7: San Marco la Catola; 8: Motta Montecorvino; 9: Volturara Appula; 10: Volturino; 11: Alberona; 12: Biccari; 13: Roseto Valfortore; 14: Troia; 15: Castelluccio Valmaggiore; 16: Celle di San Vito; 17: Faeto; 18: Castelluccio dei Sauri; 19: Orsara di Puglia; 20: Bovino; 21: Panni; 22: Deliceto; 23: Ascoli Satriano; 24: Monteleone di Puglia; 25: Accadia; 26: Sant'Agata di Puglia; 27: Candela; 28: Anzano di Puglia; 29: Rocchetta Sant'Antonio).

il Banfield (1976), l'immagine offerta dalla popolazione non sembra quella di una comunità, ossia di una struttura sociale significativa, bensì di un semplice aggregato di famiglie compreso entro i limiti di una ripartizione geografica” (Mannella 1990, 27-28), incapace di fermare il declino della “montagna sradicata”.

L'arco temporale 1991-2016 conferma il trend consolidatosi nei decenni precedenti (Fig. 1): infatti, i dati ISTAT evidenziano che la popolazione passa da 74.038 a 58.084 unità (-21,6%), diventando pari alla metà della copertura antropica censita nel 1961. Il declino demografico interessa tutta l'area, con la sola eccezione di Castelluccio dei Sauri (+10,8%) e, soprattutto, undici dei comuni più interni e/o ad altitudine maggiore (Anzano di Puglia: -46,4%; San Marco La Catola: -44,8%; Faeto:

¹ I limiti della subregione proposti da Bissanti (1991) fanno rientrare nell'area i seguenti 28 comuni: Accadia, Alberona, Anzano di Puglia, Ascoli Satriano, Biccari, Bovino, Candela, Carlintino, Casalnuovo Monterotaro, Casalevecchio di Puglia, Castelluccio Valmaggiore, Castelnuovo della Daunia, Celenza Valfortore, Celle di San Vito, Deliceto, Faeto, Monteleone di Puglia, Motta Montecorvino, Orsara di Puglia, Panni, Pietramontecorvino, Rocchetta Sant'Antonio, Roseto Valfortore, San Marco la Catola, Sant'Agata di Puglia, Troia, Volturara Appula e Volturino. Nel presente lavoro, abbiamo ampliato tale delimitazione includendo nell'analisi anche il comune di Castelluccio dei Sauri, portando l'estensione della subregione a coincidere con i 29 comuni delle due comunità montane (dei Monti Dauni Settentrionali, composta da 13 comuni, e dei Monti Dauni Meridionali, composta da 16 comuni) poste in liquidazione dall'art. 5, L. R. n. 36/2008.

² Per un'analisi di dettaglio delle consolidate cause della marginalità della subregione (limitata capacità competitiva del settore primario, inconsistenza del settore secondario, debolezza della rete delle infrastrutture viarie intercomunali, fragilità della copertura antropica) si rimanda alla

lettura dei contributi di Mannella, Carparelli, Fiori, Varraso (Mannella et al. 1990). Tali punti di debolezza, in assenza di interventi programmatici sistemici di lungo periodo, si sono inesorabilmente aggravati, e nel 2015 hanno spinto la Regione Puglia a individuare il Subappennino Dauno come area pilota all'interno della Strategia Nazionale delle Aree Interne (SNAI). Si veda il paragrafo 3.

-38,5%; Monteleone di Puglia: -36,6%). Il sistema insediativo, quasi privo di popolazione sparsa nelle campagne³, conta solo quattro comuni con più di 3.000 abitanti (Ascoli Satriano: 6.204; Candela: 3.275; Deliceto: 3.784; Troia: 7.152) e si polverizza in 13 borghi con meno di 1.500 residenti, tra i quali figura Celle di San Vito, il comune più piccolo della Puglia (162 abitanti).

Nel contempo, prosegue l'invecchiamento della popolazione: crescono gli “over 75” (da 7.092 a 8.388 unità, passando dal 9,6% al 14,4%) che nei comuni di dimensione demografica minore e prevalentemente montani costituiscono più di 1/5 della popolazione (Panni: 22,2%; Volturara Appula: 28,3%).

Il declino demografico accentua la cronica carenza dei servizi essenziali (scuola, sanità, servizi pubblici) e, soprattutto, la difficoltà di tutelare i beni ambientali e culturali⁴ e di incentivare la fruizione turistica degli stessi. Il Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (Regione Puglia 2015) nell'Ambito 2/Monti Dauni⁵, tra le principali criticità evidenzia le forme di dissesto del suolo e del sottosuolo (fenomeno naturale accentuato dal depauperamento demografico, dalle scarse opere manutentive e da forme non sostenibili di trasformazione agricola a fini produttivi di estese superfici di versante), la perdita di biodiversità e di varietà colturali significative, l'abbandono degli edifici rurali, la rapida dequalificazione dei centri storici interessati da poche, limitate azioni di recupero, e, paradossalmente, il moltiplicarsi della superficie urbanizzata, anche per dissennate iniziative di tipo para-alberghiero, come quelle dei “Villaggi Primavera”⁶. Nel docu-

mento si afferma, ancora, che “solo in pochi comuni [...] una politica di tutela delle identità produttive locali, efficaci politiche di promozione turistica e l'iniziativa privata nella ristorazione di qualità hanno favorito, ad esempio, il recupero di antichi vitigni e sostengono l'allevamento e la produzione casearia” (Regione Puglia 2015, 17).

Il documento del GAL Meridaunia relativo alla programmazione LEADER Plus 2014-2020⁷, nonostante la subregione (come molte aree rurali e interne) sia stata oggetto di numerosi finanziamenti comunitari, nazionali e regionali, evidenzia quanto sia ancora lunga la strada per giungere ad un sistema di fruizione turistica integrata dei Monti Dauni: infatti, nell'attività di concertazione preliminare, il GAL ha registrato la profonda insoddisfazione dei visitatori, “costretti a relazionarsi con una miriade di soggetti (più strutture ricettive, varie proloco per il servizio di visite guidate ecc.)” e la debolezza dei servizi ricettivi (con l'unica eccezione della ristorazione) poiché “al momento non esistono realtà consortili o associative di rilievo e non si è riscontrata una naturale tendenza all'aggregazione/cooperazione sia di tipo orizzontale (tra operatori dello stesso settore) che verticale (tra operatori di settori diversi); esiste al contrario una tendenza all'individualismo/campanilismo, il primo tra gli operatori, il secondo tra i singoli Comuni” (GAL Meridaunia 2014, 18-19).

Queste considerazioni confermano l'importanza delle affermazioni di Bissanti (1990), riportate nell'incipit, e la necessità che al posto di singoli attori pubblici/privati beneficiari di finanziamenti, vi sia un'intera comunità protagonista dell'autogoverno, capace di “rileggere il territorio” per “ri-tornare alla montagna”, di proporre (a se stessa e agli outsiders) la narrazione non di una “pietra scartata”, luogo fragile, marginale, interno, periferico, ma di una nuova “pietra angolare” su cui costruire “una geografia alternativa ai velocissimi densi e rumorosi spazi metropolitani” (Decandia 2016, 18).

Un tentativo in questa direzione è stato intrapreso dai comuni del Subappennino Dauno grazie al progetto

³ Come sottolineava Bissanti, il consolidato tratto della carenza di popolazione sparsa va attribuita all'ambiente edafico sfavorevole, “ai caratteri quasi sempre estensivi dell'attività agraria, all'impostazione monoculturale degli ordinamenti produttivi e allo scarso sviluppo dell'allevamento stallino”; inoltre, poiché i comuni della subregione hanno una limitata estensione territoriale (in media 67 kmq, con valori minimi nei comuni più interni: Anzano di Puglia: 11,2 kmq; Celle di San Vito: 18,2; San Marco la Catola: 28,4), “la distanza in linea d'aria dei fondi dal centro abitato solo raramente supera i 10 km”, il che ha reso non necessario l'insediamento stabile nelle campagne, sia permanente sia temporaneo (Bissanti 1968, 57).

⁴ Ricordiamo a tale proposito che l'area in esame è interessata dalla presenza di 5 SIC (Siti di Importanza Comunitaria): 1) Valle Fortore - Lago di Occhito; 2) Monte Sambuco; 3) Monte Cornacchia - Bosco Faeto; 4) Valle del Cervaro - Bosco Incoronata; 5) Accadia - Deliceto. Per un dettaglio dei beni culturali “tipici” e “atipici” (Bellezza 1999; GAL Meridaunia 2014; 2015).

⁵ La perimetrazione d'ambito include 31 comuni foggiani e, più precisamente, 26 di quelli da noi presi in considerazione (con esclusione di Ascoli Satriano, Troia, Castelluccio dei Sauri, che rientrano nell'Ambito 3/Tavoliere) e altri 5 settentrionali (Chieuti, Lesina, Serracapriola, San Paolo di Civitate, Torremaggiore) che costituiscono la bassa valle del Fortore (Regione Puglia 2015, 4).

⁶ Si tratta di cinque complessi turistici di circa 50 posti letto ciascuno, composti da mini-alloggi e servizi comuni (palestra, bar, sala ristoro, campi da tennis, ecc.) costruiti *ex novo* alla fine degli anni Novanta con

fondi della L. 64/1986 (nonostante la presenza di un ampio ventaglio di edifici pubblici/privati in stato di abbandono) a Carlintino, Castelnuovo della Daunia, Roseto Valfortore, Volturara e Volturino dalla Comunità Montana dei Monti Dauni Settentrionali. Per molto tempo lasciati in balia dell'incuria e del degrado, oggi dopo la messa in liquidazione della Comunità Montana, sono oggetto di acquisizione nei rispettivi patrimoni comunali e di gare per l'affidamento della gestione.

⁷ Il GAL (Gruppo Azione Locale) Meridaunia, società consortile a responsabilità limitata, è composto da 75 soci pubblici e privati, fra cui figurano i 29 comuni del Subappennino e il comune di Lucera. Dal 1998 opera come agenzia di sviluppo realizzando nel territorio dei 30 comuni succitati (che compongono l'Area Vasta “Monti Dauni”) gli interventi e le azioni progettuali del Piano di Sviluppo Locale “Meridaunia” a valere sui fondi LEADER II (2007-2013) e LEADER Plus (2014-2020) (www.meridaunia.it).

“Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni”, promosso da Borghi Autentici d'Italia (BAI), associazione tra circa 250 piccoli comuni che dal 2007 pone al centro del proprio disegno la qualità delle relazioni sociali, il paesaggio, la tutela dell'identità, la cultura, le tradizioni e la storia, considerando le comunità locali come il fulcro e l'elemento decisivo del disegno di rilancio delle specificità dei luoghi. Nel presente lavoro di ricerca, intendiamo ricostruire lo “stato dell'arte” di questa promettente iniziativa, nata nel marzo 2017, attraverso la lettura/interpretazione della narrazione “virtuale” proposta nel sito www.montidauniospitali.it da questi “territori e comunità che ce la vogliono fare”, “che sono consapevoli di avere risorse e opportunità per individuare nuove strade per uno sviluppo futuro” creativo e originale per “riabitare” la montagna⁸.

2. Il turismo esperienziale nel “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni”

Se nel panorama turistico tradizionale la capacità attrattiva di una meta era legata soprattutto alla sua bellezza paesaggistica, monumentale o architettonica, in quello contemporaneo si assiste ad un vero e proprio “moltiplicarsi” delle motivazioni che spingono un turista a scegliere determinate destinazioni le quali, di conseguenza, per avere successo, sono chiamate a dimostrare una grande capacità di adattamento e di diversificazione dell'offerta (Savelli 1998; 2004). Le nuove strategie del mercato turistico sembrano focalizzare l'attenzione sulla vendita non più di semplici “luoghi dove andare”, ma di vere e proprie nuove “destinazioni da vivere” (MIBACT 2016a) in grado di offrire spunti di interesse ed emozioni a visitatori, definiti “empirici” (Lemmi 2009, 50) o “esperienziali” (Ferrari 2006; Rossi, Goetz 2011), che non vogliono essere banali spettatori, ma desiderano conoscere in maniera approfondita l'identità di un territorio, assumendo un atteggiamento attivo e di partecipazione. Da parte dei consumatori e degli stessi operatori si avverte, in netta contrapposizione alla crescente mercificazione delle “front regions”, un sempre maggiore interesse nei confronti delle “back regions” (MacCallen 1973; 1976), ovvero di “quegli spazi del radicamento dove si ritiene (o si immagina) che l'abitare dei residenti possieda ancora quel carattere di autenticità” (Martinego, Giaccaria 2017, 513)⁹. Il “fenomeno turistico”, quindi,

si trasforma in “esperienza turistica”, laddove tale nozione “riesce a cogliere il fatto che gli obiettivi del turismo non si limitano al riposo o all'evasione, ma mettono in gioco il sé del soggetto, le sue strategie di vita, le sue appartenenze (anche immaginarie), le sue identificazioni” (Gilli 2009, 15-16), la sua autorealizzazione e la sua felicità (Birenboim 2016). Tra il soggetto ed il luogo visitato si crea un forte legame relazionale in cui il passato non deve essere necessariamente richiamato attraverso segni tangibili, in quanto ad assicurare l'autenticità ricercata nelle esperienze turistiche sono soprattutto le relazioni sociali che si instaurano con la comunità locale (Mariotti 2016; Rabbiosi 2017). Nel panorama nazionale e internazionale, quindi, si fa strada il turismo esperienziale che dà l'avvio ad un mutamento profondo del sistema turistico non solo dal lato della domanda, ma anche dell'offerta al centro della quale si collocano per l'appunto le comunità.

Proprio sul ruolo centrale della compagine locale basa il suo focus il progetto strategico “Comunità Ospitali” (CO), promosso da BAI nel 2012 con la realizzazione della Rete Nazionale Comunità Ospitali (RNCO, formata da 27 comuni) avvalendosi del cofinanziamento MIBACT. Come indicato nel sito www.borghiautenticiditalia.it, protagonista indiscussa di tale iniziativa è la comunità locale, l'unica in grado di far conoscere, vivere, apprezzare il territorio in tutte le sue sfaccettature, offrendo un'accoglienza “alternativa” e “speciale”, trasformando i turisti da semplici visitatori in quelli che il progetto definisce veri e propri “cittadini temporanei” capaci di vivere insieme ad essa e di riscoprire la dimensione autentica di realtà solitamente al di fuori dei principali itinerari turistici. In questo modo i borghi che aderiscono al progetto si configurano non come delle tradizionali mete turistiche, ma come delle “destinazioni relazionali”, “inclusive”, volte ad attivare un processo di crescita economica e sociale che diventa sostenibile proprio in virtù della capacità d'integrazione, d'interazione e di coordinamento di tutti gli elementi e di tutti gli attori, non solo privati, ma anche pubblici. Proprio all'amministrazione comunale è affidato il compito di elaborare una strategia di supporto all'offerta basata sul miglioramento di tutti quei fattori (segnalatica, mobilità, raccolta rifiuti) che possono concorrere a favorire l'ospitalità.

Per offrire al turista non un semplice prodotto, ma una vera e propria esperienza di viaggio alla ricerca dell'autenticità i comuni aderenti al progetto hanno individuato due punti di forza: 1) la figura professionale e relazionale nevralgica del tutor, che prende in carico l'ospite, configurandosi non come una semplice guida turistica, ma come un consigliere, un amico accom-

⁸ www.borghiautenticiditalia.it

⁹ Circa le diverse interpretazioni del termine “autenticità” si vedano, tra gli altri E. Cohen 1988; E. Cohen, S.A. Cohen 2012; Taylor 2001; Gilli, 2009; 2017; Gilmore, Pine 2009; Timothy, Boyds 2011.

pagnatore, custode di una serie di storie e aneddoti che solo chi risiede in un borgo può conoscere, contribuendo a rendere la vacanza un'esperienza memorabile, un viaggio nell'anima dei borghi e dei suoi abitanti; 2) l'elaborazione di un format condiviso per il sito ufficiale, che consente di ottenere una narrazione “virtuale comune”, capace di fidelizzare i nuovi turisti esperienziali, nella consapevolezza che oggi uno dei luoghi deputati alla creazione ed implementazione della domanda turistica è sicuramente Internet, straordinario sistema di veicolazione di informazioni, a tutti i livelli della scala spaziale e in tempo reale (Giannone 1996; Pollice 2002), in cui la distanza fisica si annulla agevolando il contatto utenti/luoghi e contribuendo alla diffusione di modelli di fruizione alternativi.

Nel corso dell'ultimo anno il numero dei comuni coinvolti nel progetto è raddoppiato, raggiungendo le 80 unità. La maggior parte delle CO risulta formata da singoli comuni o da un numero limitato di enti locali contigui¹⁰; fa eccezione il “Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni”, nato il 2 marzo 2017, articolato in 7 Comunità Ospitali, che senza soluzione di continuità interessa tutti i 29 comuni del Subappennino Dauno e il limitrofo comune di Lucera, che appartiene alla subregione del Tavoliere (Bissanti 1977) (Fig. 2).

La denominazione scelta per ciascuna CO fa perno su elementi peculiari della morfologia (Montecorvino, Montesambuco, Monte Cornacchia), dell'idrografia (lago di Occhito), del patrimonio culturale (casali, sedi vescovili, via Herculea, grifoni)¹¹. Nella maggior parte dei casi, i limiti territoriali ricalcano quelli delle Unioni di Comuni (ex lege n. 267 del 18.8.2000, art. 32), nate dopo la messa in liquidazione delle Comunità montane (¹²).

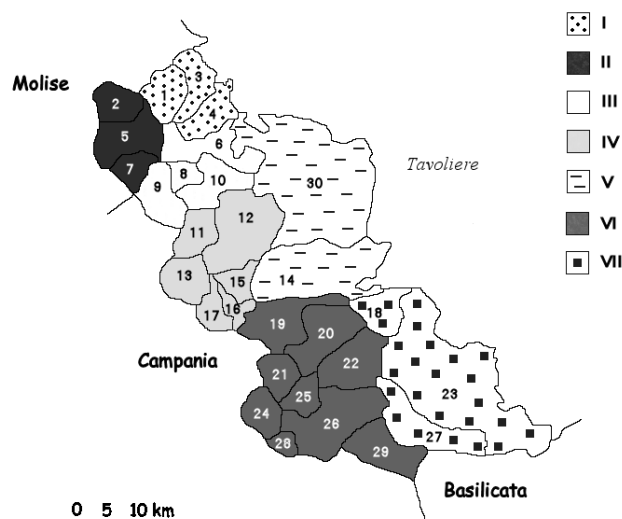


Figura 2. Il Sistema delle Comunità Ospitali (CO) dei Monti Dauni: quadro d'insieme.

Fonte: elaborazione delle autrici

Legenda: I: CO Casali Dauni; II: CO Lago di Occhito; III: CO Montecorvino - Montesambuco; IV: CO Monte Cornacchia; V: CO Sedi Vescovili; VI: CO Monti Dauni Meridionali; VII: CO Daunia Herculea e dei Grifoni.

(1: Casalnuovo Monterotaro; 2: Carlantino; 3: Casalvecchio di Puglia; 4: Castelnuovo della Daunia; 5: Celenza Valfortore; 6: Pietramontecorvino; 7: San Marco la Catola; 8: Motta Montecorvino; 9: Volturara Appula; 10: Volturino; 11: Alberona; 12: Biccari; 13: Roseto Valfortore; 14: Troia; 15: Castelluccio Valmaggiore; 16: Celle di San Vito; 17: Faeto; 18: Castelluccio dei Sauri; 19: Orsara di Puglia; 20: Bovino; 21: Panni; 22: Deliceto; 23: Ascoli Satriano; 24: Monteleone di Puglia; 25: Accadia; 26: Sant'Agata di Puglia; 27: Candela; 28: Anzano di Puglia; 29: Rocchetta Sant'Antonio; 30: Lucera).

Il Sistema delle CO del Subappennino appartiene al più ampio progetto “Monti Dauni: valorizzazione integrale delle eccellenze di carattere culturale, religioso, paesaggistico ed enogastronomico”, frutto dell'Accordo di programma del febbraio 2012 tra la Regione Puglia e il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Gli interventi per la creazione delle sette CO, che possono contare su un finanziamento di circa 200.000 euro, sono stati affidati dall'Agenzia Regionale per il Turismo “Puglia Promozione” allo staff tecnico di BAI.

Nel trimestre marzo-maggio 2017, attraverso incontri di divulgazione e formazione, sono state avviate le azioni inerenti i punti della piattaforma programmatica, e in particolare: 1) la selezione delle figure dei tutor, 2)

ni dei Monti Dauni Settentrionali; la CO dei Casali Dauni, la CO del Monte Cornacchia e la CO Monti Dauni Meridionali coincidono con le omonime Unioni di Comuni.

¹⁰ È il caso, per esempio, della CO Domos Rujas, formata dai comuni di Bidoni e Sorradile (Sardegna), della CO Salento Autentico, che comprende i comuni di Alessano, Patù, Morciano di Leuca (Puglia) o della CO Marsica, composta da Sante Marie e Scurcola Marsicana (Abruzzo).

¹¹ La via Herculea è un collegamento di circa 400 km risalente al III sec. d. C. volto a favorire le relazioni commerciali lungo la dorsale appenninica tra il Sannio, la Lucania e la parte meridionale dei Monti Dauni; il termine “grifoni” si riferisce al Trapezophoros, un importante reperto archeologico databile tra il 325 e il 300 a. C.: si tratta di un sostegno di marmo policromo per mensa (alto 95 cm e lungo 148 cm) ornato da due grifi che azzannano un cervo, parte di un più ampio corredo funerario trafugato dal territorio di Ascoli Satriano, smembrato e venduto illegalmente all'estero. Dopo complesse vicende giudiziarie e lunghe trattative internazionali, nell'agosto del 2007 il Ministero per i Beni e le Attività Culturali ha ottenuto dal Getty Museum di Malibu la restituzione di tale scultura (assieme al coevo Podanipiter, bacino rituale che raffigura la scena del trasporto delle armi forgiate da Efesto per Achille, nonché ad una statua di Apollo con grifo di epoca romana - II sec. d. C.), che dal 2010 è esposta nel Polo Museale di Ascoli Satriano (<http://www.comune.ascolisatriano.fg.it>).

¹² Più precisamente, i comuni della CO Lago di Occhito e della CO Montecorvino-Montesambuco sono membri dell'Unione dei Comuni

la progettazione e messa on line del portale dedicato al progetto e 3) la rete dei ristoranti e trattorie a km 0.

Per quanto riguarda la prima azione, è stato espletato il bando per la selezione dei tutor, preferibilmente residenti in uno dei 30 comuni o in subordinate stabilmente domiciliati da più di due anni in uno degli stessi e i vincitori sono stati avviati alla formazione teorica e sul campo.

Con riferimento alla seconda azione, ispirandosi alle esperienze pilota delle altre Comunità Ospitali diffuse sul territorio nazionale, è stato creato un portale condiviso, www.montidauniospitali.it, al fine di promuovere un'immagine "virtuale" unitaria, valorizzando in una cornice sistemica il caleidoscopio di peculiarità presenti nelle sette CO e in ognuna delle 30 realtà comunali. La volontà di fornire una fotografia unica di tutti i 30 comuni dei Monti Dauni capace di avviare un processo di valorizzazione dei sedimenti materiali e immateriali del *milieu* locale attraverso il web era già emersa precedentemente con la nascita del portale www.visitmontidauni.it¹³. La lettura di tale sito, però, ha evidenziato che esso si configura come una vetrina, sicuramente completa e degna di interesse, ma costruita come un semplice spazio informativo chiuso non interattivo: la "rete delle reti", è considerata uno strumento per informare, caratterizzato da una unidirezionalità della comunicazione in cui il sito può essere assimilato ad una sorta di brochure cartacea piuttosto che ad un vero e proprio servizio on line (Mimmo, Palma 2001).

Il portale www.montidauniospitali.it è progettato in modo da consentire all'utente l'opportunità di fruire e allo stesso tempo di modificare o creare contenuti multimediali. Questa caratteristica assume oggi grande importanza in un settore come quello del turismo in generale e, in particolare, in alcuni modelli di fruizione come quello esperienziale che, basato prevalentemente su sensazioni ed emozioni, spinge il turista a diventare protagonista attivo di tale avventura condividendola attraverso i social media (Gilli 2009; Rossi, Goetz 2011). Attualmente i principali artefici della promozione delle destinazioni sono gli stessi utenti che, attraverso le recensioni, i consigli, i giudizi e i commenti positivi o negativi sono in grado di influire direttamente sulle scelte di consumo degli internauti rappresentando un fattore decisionale rilevante: non a caso all'interno del sito del "Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni" gli amministratori, consapevoli del potenziale straordinario che i social media rappresentano per le destinazioni, ne

hanno inseriti ben quattro (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter).

L'immagine turistica offerta dal sito ruota intorno a tre parole chiave, riportate nelle finestre del banner in home page: "Vivi", "Assapora", "Racconta". Attraverso le informazioni contenute nella prima finestra, le singole comunità hanno l'obiettivo di comunicare e condividere con il mondo esterno la storia dei luoghi, la natura e l'ambiente, gli usi e i costumi, gli eventi, i possibili itinerari da percorrere e i laboratori cui partecipare, offrendo spunti di viaggio inediti che consentano ai viaggiatori di entrare in sintonia con le comunità emozionandosi e collezionando esperienze uniche e irripetibili. Altrettanto interessanti le notizie inserite nella seconda finestra ("Assapora") tramite la quale si cerca di comunicare la propria tradizione enogastronomica e artigianale, con particolare riguardo alla genuinità e alla semplicità dei prodotti tipici locali considerati come un insieme di valori, un'eredità, un bagaglio, un patrimonio importante, retaggio di una tradizione che ha radici antiche (Finocchi 2010). A questo proposito, ricordando la terza azione, è interessante sottolineare che sono 22 le attività che hanno aderito alla rete di ristoranti e trattorie a km 0 finalizzata alla promozione delle ricette e dei prodotti tradizionali¹⁴ attraverso la creazione di un paniere che punta al rispetto della stagionalità e al rafforzamento del rapporto tra filiera e consumatore. Si tratta di un progetto importante in quanto in un mondo caratterizzato da un processo di globalizzazione accelerato, i prodotti tipici si configurano come una risposta alla crescente spinta all'omologazione dei gusti, come espressione di una dimensione culturale locale e sono capaci di trasformarsi in una vera e propria attrazione turistica attraverso la quale far vivere ad un potenziale viaggiatore un'esperienza suggestiva dal punto di vista emozionale, irripetibile in qualsiasi altro territorio (Innocenti 1996; Di Blasi et al. 2013). Nella pagina dedicata a tale iniziativa i 22 ristoratori hanno implementato una serie di informazioni relative alla ubicazione del proprio locale e a ciò che sono in grado di offrire non solo in termini materiali (cucina casereccia, fattorie didattiche, laboratori, vendita di prodotti tipici, menù vegetariani o biologici), ma anche immateriali (cordialità, genuinità, ospitalità), il tutto accompagnato da foto che spesso li ritraggono nello svolgimento della loro attività.

Riprendendo la filosofia presente nell'e-book "I racconti delle Comunità Ospitali" (BAI 2015), la finestra

¹³ Tale intervento è stato finanziato nell'ambito del PSR Puglia 2007-2013 – PSL GAL Meridaunia "I luoghi dell'uomo e della natura" - Misura 313 "Incentivazione attività turistiche" - Azione1.

¹⁴ Tra questi ultimi (ex D.M. 8 settembre 1999, n. 350) ricordiamo: il lardo e il prosciutto di Faeto, la salsiccia dell'Appennino Dauno, il cacciavalle podolico dauno, il pane di Ascoli Satriano, il fagiolo dei Monti Dauni Meridionali.

“Racconta” mira a presentare il territorio in una forma non convenzionale, privilegiando la raccolta di argomenti minuti, di episodi quotidiani che riposano nelle pieghe del territorio, considerati unici ed essenziali, come nel seguente passo dedicato a Castelluccio Valmaggiore:

Benvenuti nella Comunità Ospitale di Monte Cornacchia! Ci troviamo a Castelluccio Valmaggiore, autentico scrigno di bellezza e ospitalità. Percorrendolo, il borgo mostra appieno la sua identità mediante la struttura tipicamente medievale che si inerpica sulla collina verso la maestosa Torre bizantina, in un dedalo di vicoli che mano a mano disvelano le tracce di un antico passato, attraverso palazzi gentilizi dai portali riccamente intagliati, protome a decorazione delle facciate e angoli delle abitazioni, il caratteristico lavatoio pubblico risalente all'Ottocento, simbolo di intere generazioni passate, tutte testimonianze dell'antica arte dell'intaglio della pietra locale. Visitarlo vuol dire essere accolti da visi e sorrisi schietti che vi faranno sentire parte della comunità, lasciarsi trasportare dall'incendere lento della vita, cadenzato dal chiacchiericcio delle signore che sedute davanti alle loro abitazioni non esiteranno a intervistare il “forestiero”, chiedendo informazioni sulla provenienza e motivi della visita, e invitandolo ad entrare nelle case da ospite [...] Gli anziani del luogo vivono il centro storico come un salotto, per cui capita spesso, soprattutto d'estate, di incontrare gruppi di arzilli vecchietti che si raccontano storie, leggende, e che aprono il loro scrigno di conoscenze, una sorta di storytelling più autentico che mai (www.montidauniospitali.it/racconta).

Nel sito ancora in allestimento, apprezzabile è la scelta di affidare la narrazione a un video d'insieme e a sette filmati di dettaglio (uno per ogni Comunità Ospitale del Sistema) in cui il *place branding* è demandato ai volti e alle voci dei giovani tutor che in modo semplice e informale presentano le diverse categorie di beni “tipici” (Bellezza 1999) e i sedimenti intangibili (sapori, saperi, profumi e suoni antichi, detti, leggende) custoditi dalla loro terra natale. Come sottolinea Rabbiosi (2017), affidare alla figura dei *local* la narrazione “è in grado di toccare le corde più facilmente emozionabili di coloro che recepiscono il racconto”, di modo che “ciò che è detto, è quindi percepito come autentico” (525).

Il progetto, dunque, sembra rientrare pienamente nel fenomeno dell'*heritage tourism*¹⁵ in cui non è affatto essenziale che vi siano dei concreti oggetti del passato, ma è sufficiente che quest'ultimo sia evocato o raffigurato attraverso simboli, proprio come quelli individuati dalle Comunità Ospitali dei Monti Dauni durante gli incontri organizzati nei mesi di aprile e maggio 2017 dai tecnici

BAI al fine di far emergere gli elementi “relazionali” condivisi da valorizzare. Possiamo quindi affermare che si punta all'identificazione dell'*heritage* attraverso un processo *bottom-up* che i Cohen (2012) definiscono di “hot authentication”, destinato a diventare sempre più dinamico e sensibile al cambiamento man mano che le geo-grafie degli *insiders* si andranno ad amalgamare con i racconti selettivi dei cittadini temporanei, ridisegnando continuamente l'immaginario dei luoghi narrati (Turco 2012).

3. Verso una nuova montagna “resiliente”?

Economia dipendente da un'agricoltura poco redditizia o in crisi, contrazione dei servizi e del commercio, forte spopolamento e invecchiamento della popolazione, scarsa valorizzazione delle risorse e/o delle potenzialità presenti, immobilità socio-economica, forme di organizzazione territoriale e modi di vita conservativi e tradizionali: sono queste le caratteristiche comuni a buona parte del tessuto insediativo della montagna italiana, ricco di centri abitati di piccola dimensione, i cosiddetti “borghi”, lontani dai circuiti turistici dotati di un'immagine “vigorosa” (Lynch 1964). A dispetto di tali condizioni di marginalità, nel corso degli ultimi anni, alcuni di essi hanno dimostrato di volersi trasformare in comunità sostenibili e responsabili, capaci di non ripiegarsi su se stesse, ma di aprirsi, di includere, di guardare con speranza oltre il declino cambiando rotta. Si tratta di sistemi locali mossi dal preciso obiettivo di costruire delle nuove prospettive di sviluppo basate sulla valorizzazione delle proprie “materie prime”, rappresentate non solo dai beni ambientali e culturali, ma da una serie di beni intangibili (qualità della vita, coesione sociale, capitale umano, sapori e saperi del territorio) considerati come delle concrete opportunità di rinascita. Le comunità possono così diventare protagoniste di un vero e proprio processo di “ri-ruralizzazione ludica” (Claval 1996, 260) interagendo con quei viaggiatori in cerca “di intervalli di “ricarica” attraverso cui rigenerarsi” al fine di sperimentare “inedite forme di economia e di socialità e costruire nuovi-antichi luoghi di incontro” (Decandia 2016, 21).

A livello nazionale, tali processi di “ri-ruralizzazione ludica” possono oggi contare su diverse misure di supporto: infatti, il Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017/2022, approvato il 14 settembre 2016 dal Comitato permanente per la promozione del turismo, si sofferma sui temi del turismo “lento”, della mobilità “dolce” e sulla necessità di promuovere forme di esperienze di visita uniche e autentiche, centrate su destinazioni culturali meno note (MIBACT 2016a); il disegno di

¹⁵ Per un'analisi approfondita delle tipologie di attrazioni dell'*heritage tourism* si veda Timothy, Boyd 2011, 15-45.

legge n. 2541 “Misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni, nonché disposizioni per la riqualificazione e il recupero dei centri storici dei medesimi comuni” ha concluso il suo iter con l’approvazione in Senato il 28 settembre 2017; la Direttiva del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo n. 555 del 2 dicembre 2016, battezzando il 2017 come “Anno dei Borghi Italiani”¹⁶), ha promosso una visione sistemica on line di 1.000 piccoli comuni privi di una *imageability* (Lynch 1964) turistica grazie all’iniziativa “Borghi - Viaggio Italiano”¹⁷.

Grande attenzione a tali tematiche mostra anche la Puglia, che con la Legge Regionale n. 44/2013 sta favorendo la promozione di un turismo di qualità basato su processi *bottom-up* volti alla conservazione, al recupero e alla valorizzazione dei borghi, consentendo agli enti locali l’accesso ai finanziamenti attraverso la creazione di reti intercomunali. Come sottolinea Maurizio Capelli, segretario nazionale dell’Associazione Borghi Autentici d’Italia, da noi intervistato nel marzo 2017, questo supporto legislativo ha spinto molti comuni pugliesi ad aderire al sodalizio BAI; in particolare, il comune di Biccari è stato sede della Festa Nazionale dell’Associazione nel giugno 2017, occasione che, come ha sottolineato il Sindaco Gianfilippo Mignogna, ha rappresentato un momento di presentazione e condivisione del percorso di costituzione delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni, territorio che (con l’eccezione di Lucera) coincide con l’area pilota individuata dalla Regione Puglia, con D.G.R. 870/2015, all’interno della Strategia Nazionale delle Aree Interne (SNAI)¹⁸. Nel Documento che illustra tale Strategia, all’Azione 4 (“Qualificare l’offerta turistica dei Monti Dauni”) risultano destinati 10,8 milioni di euro al fine di migliorare quantitativamente e quali-

tativamente il sistema ospitale dei Monti Dauni. Ci si augura che, nel momento in cui sarà declinato l’elenco degli strumenti da varare, vi sia posto anche per il progetto fin qui illustrato, che sta ancora muovendo i suoi primi passi propedeutici all’accoglienza dei “cittadini temporanei” e che quindi ha bisogno di nuove risorse economiche da aggiungere a quelle iniziali: non vi è dubbio, infatti, che è necessario dare stabilità al servizio di tutoraggio, dotare la promozione “virtuale” di un’alta *findability* (Rossi, Goetz 2011, 55) attraverso il continuo aggiornamento dei contenuti (non ottimale in questo momento), rendendoli fruibili anche in lingua straniera (opzione non ancora attivata), completando il versante dell’interattività con gli utenti e, soprattutto, curando l’indicizzazione dai motori di ricerca nella consapevolezza che essere invisibili su Internet “nell’era di Google è come non esistere” (Rossi, Goetz 2011, 47). Alla luce dei risultati positivi conseguiti in alcune Comunità Ospitali italiane¹⁹, possiamo sperare che anche nei Monti Dauni si affermi quel binomio “fare società locale” (Magnaghi 2013, 80)/“coltivare l’amor loci” (Pileri, Granata 2012) che è premessa indispensabile al consolidamento di alcune fondamentali qualità della montagna “resiliente” illustrate da Caravaggi e Imbroglini: la flessibilità, l’inclusività, l’integrazione e, soprattutto, l’intraprendenza, ossia “la capacità di raggiungere obiettivi di vitalità economica e prospettive di sviluppo attraverso nuove vie, innovative e creative” (Caravaggi, Imbroglini 2016, 148).

Riferimenti bibliografici

Amoruso, O. (1983). *Progresso e regresso demografico nei comuni pugliesi: una prima individuazione di ambiti spaziali*. In Cencini, C., Dematteis, G., Menegatti, B. (a cura di). *L’Italia emergente. Indagine geo-demografica sullo sviluppo periferico*. Milano, FrancoAngeli, 499-517.

Banfield, E.C. (1976). *Le basi morali di una società arretrata*. Bologna, Il Mulino.

¹⁹ Ricordiamo a titolo esemplificativo il caso di Aggus (piccolo comune di circa 1.500 residenti nell’entroterra della provincia di Olbia-Tempio) in cui tutti gli abitanti sono stati coinvolti dall’amministrazione locale nel progetto CO, consentendo al territorio comunale di disporre di più di 100 posti letto complessivi in strutture ricettive diversificate (b&b, agriturismo, residenze d’epoca) e ai turisti esperienziali di avere a disposizione un sito internet (www.agguscomunitaospitale.it) sempre aggiornato e fruibile anche in lingua inglese. Inoltre, Aggus ha ottenuto visibilità a livello nazionale attraverso un articolo apparso su *Repubblica.it*. Viaggi (Grassano 2017) che lo cita, assieme ad altri 14 borghi italiani “da scoprire”, descrivendolo proprio attraverso la narrazione della leggenda che la comunità ha scelto per “raccontare” il borgo all’interno del progetto CO (BAI 2015, 11-15).

¹⁶ La Direttiva mira a promuovere quei comuni italiani “con al massimo 5.000 abitanti caratterizzati da un prezioso patrimonio culturale, la cui conservazione e valorizzazione sono fattori di grande importanza per il Sistema Paese in quanto rappresentano autenticità, unicità e bellezza come elementi distintivi dell’offerta italiana” (MIBACT 2016b).

¹⁷ A tal proposito, va ricordato che tra i 200 comuni che si sono dotati dell’app *Passaborgo*, punta di diamante dell’esperienza pilota promossa da questa iniziativa (che ha consentito agli utenti, nella fase di sperimentazione conclusasi nel settembre 2017, di ricevere un “timbro digitale” in ogni località visitata convenzionata e, a seguito della raccolta di tali timbri, di ottenere un’offerta di ospitalità dedicata; cfr. www.viaggio-italiano.it), figurano anche i comuni di Biccari, Celle di San Vito e Lucera.

¹⁸ La SNAI, parte integrante della programmazione comunitaria e nazionale del 2014-2020, promossa nel 2012 da Fabrizio Barca, Ministro della Coesione Territoriale nel governo Monti a valere sui fondi comunitari e sui finanziamenti ordinari della Legge di Stabilità, coinvolge 72 aree intercomunali che coprono il 61,1% del territorio nazionale e il 22,7% della popolazione (Dematteis 2013). La Strategia Area Interna Monti Dauni dispone di 3,6 milioni di Euro a valere sulla legge di stabilità 2015 e di 40 milioni a valere sul POR Puglia FESR FSE 2014-2020.

- Bellezza, G. (1999). *Geografia e beni culturali*. Milano, FrancoAngeli.
- Birenboim, A. (2016). New approaches to the study of tourism experiences in time and space. *Tourism Geographies*, 18 (1), 9-17.
- Bissanti, A.A. (1968). *La dimora rurale nel Tavoliere e nel Subappennino Dauno*. Bari, Tipo Sud (Memorie dell'Istituto di Geografia, Facoltà di Economia e Commercio, Università degli Studi di Bari, n.s. 3).
- Bissanti, A.A. (1977). *La Puglia*. In *I paesaggi umani*. Milano, TCI, 166-179.
- Bissanti, A.A. (1990). *Presentazione*. In Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5), 5-7.
- Bissanti, A.A. (1991). *Puglia. Geografia attiva*. Bari, Adda.
- Borghi Autentici d'Italia (BAI) (2015). *I racconti delle Comunità Ospitali*. Milano, Altra Economia (e-book).
- Caravaggi, L., Imbroglini, C. (2016). La montagna resiliente. *Scienze del Territorio*, 4, 145-152.
- Carporelli, S. (1990). *L'inconsistenza del settore secondario*. In Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5), 65-81.
- Claval, P. (1996). *Introduzione alla geografia regionale*. Bologna, Zanichelli.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15 (3), 371-386.
- Cohen E., Cohen, S.A. (2012). Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1295-1314.
- Decandia, L. (2016). Ripensare la “società dell'azione” e ricominciare a “guardare il cielo”: la montagna come “controambiente” del sublime in una inedita partitura urbana. *Scienze del Territorio*, 4, 18-24.
- Dematteis, G. (2013). La Montagna nella strategia per le aree interne 2014-2020. *Agriregionieuropa*, 9 (34). <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/34/la-montagna-nella-strategia-le-aree-interne-2014-2020>
- Di Blasi, E., Arangio, A., Graziano, T. (2013). I foodies: turisti per gusto nella città multietnica. In Di Blasi, E., Arangio, A., Graziano, T. (2013). *Percorsi creativi di sviluppo urbano. I foodies: turisti per gusto nella città multietnica*. Bologna, Pàtron, 7-14.
- Emanuel, C. (1999). Patrimoni paesistici, riforme amministrative e governo del territorio: svolte e percorsi risolutivi di rapporti problematici. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, serie 12, 2, 295-318.
- Ferrari, S. (2006). *Modelli gestionali per il turismo come esperienza. Emozioni e polisensorialità nel marketing delle imprese turistiche*. Padova, Cedam.
- Finocchi, F. (2010). *Geografie del gusto*. Roma, Aracne.
- Fiori, M. (1990). *Una subregione dalla mobilità frenata*. In Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5), 37-64.
- GAL Meridaunia (2014). *Strategie di Sviluppo Locale “Monti Dauni”. Programmazione 2014-2020*. http://www.meridaunia.it/upload/PAL_GAL_MERIDAUNIA%202014-2020.pdf
- GAL Meridaunia (2015). *Monti Dauni. La Puglia da scoprire*. <http://www.meridaunia.it/upload/Guida%20GAL%20Meridaunia%20-%20WEB.pdf>
- Giannone, M. (1996). Le immagini e le realtà dello spazio turistico: l'esperienza virtuale del viaggio. In Nocifora, E. (a cura di). *Atti del III Convegno Internazionale sul Turismo Mediterraneo: Il viaggio. Dal Grand Tour al turismo post-industriale*, Napoli, Magma, 295-305.
- Gilli M. (2009). *Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica*. Milano, FrancoAngeli.
- Gilli, M. (2017). Teorie sull'autenticità: dall'inautenticità ai processi di autenticazione. In Dansero, E., Lucia, M.G., Rossi, U., Toldo, A. *(S)radicamenti*, Giornata di studio, Torino, 16 dicembre 2016. Firenze, Società di Studi Geografici (Memorie Geografiche, nuova serie 15), 515-520.
- Gilmore, J.H., Pine, B.J. (2009). *Autenticità. Ciò che i consumatori voglio davvero*. Milano, FrancoAngeli.
- Grassano, I. (2017). Dal Trentino alla Calabria, quei luoghi antichi da celebrare e scoprire. *La Repubblica*, 15 febbraio. <http://www.repubblica.it/viaggi>
- Innocenti, P. (1996). *Geografia del turismo*. Roma, Carocci.
- Lemmi, E. (2009). *Dallo “spazio consumato” ai luoghi ritrovati. Verso una geografia del turismo sostenibile*. Milano, FrancoAngeli.

- Lynch, K. (1964). *L'immagine della città*. Venezia, Marsilio.
- Magnaghi, A. (2013). *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*. Milano, Bollati Boringhieri.
- Mannella, S. (1990). L'ambiente e l'agricoltura. In Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5), 9-36.
- Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. (1990). *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5).
- Mariotti, A. (2016). *Beni comuni, patrimonio culturale e turismo. Introduzione*. In *Commons/Comune: geografie, luoghi, spazi, città*, Giornata di studio, Roma, 11 dicembre 2015. Firenze, Società di Studi Geografici (Memorie Geografiche, nuova serie 14), 437-438.
- Martinego, M. C., Giaccaria, P. (2017). *Autenticità e radicamento nel turismo esperienziale. Introduzione*. In Dansero, E., Lucia, M.G., Rossi, U., Toldo, A. (S)radicamenti, Giornata di studio, Torino, 16 dicembre 2016. Firenze, Società di Studi Geografici (Memorie Geografiche, nuova serie 15), 513-514.
- MIBACT (2016a). *Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017-2022*. Roma. http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1481892223634_PST_2017_IT.pdf
- MIBACT (2016b). *Direttiva del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo "2017 - anno dei Borghi Italiani"*, n. 555 del 2 dicembre 2016. http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1484581096228_DIRETTIVA_2_DICEMBRE_2016_REP_555_REGISTRATO.pdf
- Mimmo, M.C., Palma, E. (2001). Funzioni pubbliche e città "digitali". Una valutazione comparativa dei venti capoluoghi regionali. In Rinella, A. (a cura di). *Funzioni pubbliche e città "digitali": esperienze a confronto*. Bari, WIP Edizioni Scientifiche, 23-48.
- Novembre, D. (1979). *Puglia. Popolazione e territorio*. Lecce, Milella.
- Pileri, P., Granata, E. (2012). *Amor loci. Suolo, ambiente, cultura civile*. Milano, Libreria Cortina.
- Pollice, F. (2002). *Territori del turismo. Una lettura geografica delle politiche del turismo*. Milano, FrancoAngeli.
- Rabbiosi, C. (2017). Turismo esperienziale e narrazione selettiva dei luoghi: il ruolo delle comunità residenti. In Dansero, E., Lucia, M.G., Rossi, U., Toldo, A. (S)radicamenti, Giornata di studio, Torino, 16 dicembre 2016. Firenze, Società di Studi Geografici (Memorie Geografiche, nuova serie 15), 521-527.
- Regione Puglia (2015). *Piano Paesaggistico Territoriale Regionale* (responsabile scientifico: A. Magnaghi), elaborato n. 5 "Ambito 2/Monti Dauni. Bari. http://www.paesaggio.regione.puglia.it/PPTR_2015/5_Schede%20degli%20Ambiti%20Paesaggistici/5.2_monti.dauni.pdf
- Rinella, A. (1990). Ripensare la realtà di un'area depressa: il caso del Subappennino Dauno. *Economia e Commercio*, 3, 3-18.
- Rossi, A. Goetz, M. (2011). *Creare offerte turistiche vincenti con Tourist Experience Design*, Milano, Hoepli.
- Savelli, A. (1998). *Sociologia del turismo*, Milano, FrancoAngeli.
- Savelli, A. (2004). Gli spazi del turismo nella società globale. In Savelli, A. (a cura di). *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*. Milano, FrancoAngeli, 5-35.
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28, 7-26.
- Timothy, D., Boyd, S.W. (2011). *Heritage e turismo*. Milano, Hoepli.
- Turco, A. (2012). *Turismo e territorialità. Modelli di analisi, strategie comunicative, politiche pubbliche*. Milano, Unicopli.
- Varraso, I. (1990). L'esile copertura antropica della "montagna" pugliese. In Mannella, S., Fiori, M., Carparelli, S., Mininno, A., Varraso, I. *Scritti geografici sul Subappennino Dauno*, Bari, Adriatica Editrice (Pubblicazioni del Dipartimento di Scienze geografiche e merceologiche, Università degli Studi di Bari, 5), 103-126.